



CLUB M

THE MAGAZINE

SETEMBRO 2022 | EDIÇÃO 03

JORGE BISCHOFF

CONHEÇA A HISTÓRIA
DE UM DOS MAIS
RECONHECIDOS
DESIGNERS DE SAPATOS
E BOLSAS DO BRASIL

Somos completos.
Da concepção até execução.
Nas nossas mãos, sua área
valoriza e seu loteamento
se torna realidade.

A inovação se faz na prática, **buscando**
resultados e entregando sempre o melhor.

Use o QR code e conheça
mais sobre nós





PRIVATE
BUSINESS
CLUB

14 MERCADO IMOBILIÁRIO
CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR

20 MODA E ESTILO
ALEXANDRE TALEB

32 OLHAR JURÍDICO
THIAGO ALVES

52 MAIS BEBIDAS
AUGUSTO RADEKE

54 ESPAÇO GASTRONÔMICO
RAFAEL SCALCO

62 MERCADO DE LUXO
CARLOS FERREIRINHA

40 **CAPA**

ENTREVISTA COM JORGE BISCHOFF
- CONHEÇA A HISTÓRIA DE UM DOS
MAIS RECONHECIDOS DESIGNERS DE
SAPATOS E BOLSAS DO BRASIL



FOTOS CAPA ESTÚDIO JOÃO RICARDO

34 **MERCADO**
PIB DA
CONSTRUÇÃO
CIVIL SEGUE EM
CRESCIMENTO

38 **GASTRONOMIA**
RESTAURANTES
BRASILEIROS
DUPLAMENTE
ESTRELADOS

59 **GESTÃO**
SÉRIES QUE
ENSINAM
SOBRE GESTÃO

65 **EVENTO**
A RETOMADA
EXPONENCIAL
DOS EVENTOS

TIAGO MACHADO

FOUNDER DO CLUB M BRASIL



ESTEJA PERTO DOS MELHORES

Eu tenho difundido, a partir do Club M Brasil e das minhas palestras e canais de comunicação, que o network qualificado é uma característica que une os grandes empresários e empresárias do Brasil e do mundo. Estar perto de quem sabe mais, e faz melhor que nós, é caminho certo para o desenvolvimento pessoal e profissional rápido e eficaz.

Na prática, temos visto essa evolução nos nossos membros em cada encontro de troca de conhecimento que promovemos. Além das boas práticas apresentadas, as reuniões nos permitem conhecer melhor outros participantes e estabelecer parcerias duradouras e que nos levarão além.

Nesta edição da Club M The Magazine seguimos o mesmo norte. Nossa capa é ilustrada por um grande empresário do Sul do país que já ganhou o mundo com seu talento e tino para os negócios. Saído do chão da fábrica, Jorge Bischoff alcançou o sucesso como poucos no seu ramo e agora trabalha em diversificar ainda mais os seus nichos de atuação.

Além do conteúdo impres-

so, que você tem acesso nas próximas páginas, também promovemos um encontro presencial entre o empresário e os membros do nosso Club, para que todos possam aprender o caminho que levou Jorge a figurar entre os principais designers de calçados do país.

Aproveito, então, para convidar você a se integrar a esta rede forte que construímos com o Club M. Somos centenas de profissionais, das mais diversas áreas, que comungam do mesmo propósito de buscar prosperar com ética, confiança e profissionalismo. Se você ainda não é membro, acompanhe nossas redes sociais e sites, e venha ficar perto dos melhores.

Nesta edição da nossa revista, você pode ter um gostinho do que encontrar no nosso Club. Nossas colunas são escritas por especialistas de temas diversos e temos matérias sobre o mercado de luxo, economia, gastronomia e muito mais. Nossa intenção é que, além de bem informado, você possa relaxar e aprender ao folhear as próximas páginas.

Boa leitura



Diretor Geral:
Tiago Machado

Produção:
Club M Brasil

Redação:
Fernando Assanti

Jornalista Responsável:
Fernando Assanti
MTB 3424 - SC
jornalista profissional

Projeto gráfico
e diagramação:
Ana Pizzol

Correspondências:
Av. Osvaldo Reis, nº 3385, sala 2206,
Riviera Concept, Praia Brava -
Itajaí/SC CEP: 88306-773.

Releases:
revista@clubmbrasil.com.br

Telefone:
47. 2125 0011

PUBLICIDADE:
revista@clubmbrasil.com.br

Para ser membro:
Acesse o site do Club M Brasil:
www.clubmbrasil.com.br

@clubmbrasil

47. 99 200 9050

Diretor Geral: Tiago Machado

www.tiagomachadobc.com.br

tiagomachadobc

JAGUAR LAND ROVER REPORTA RECEITA DE £ 4,4 BILHÕES NO TRIMESTRE



Resultado divulgado em julho de 2022 ainda demonstra desempenho financeiro impactado pela dificuldade de compra de semicondutores e outras restrições no trimestre. Empresa espera uma melhora significativa durante o exercício, que termina em 31 de março de 2023.



ISSO MARCA O INÍCIO DA JORNADA DA EMPRESA PARA SE TORNAR UM NEGÓCIO DE CARBONO ZERO EM TODA SUA CADEIA DE SUPRIMENTOS, PRODUTOS E OPERAÇÕES ATÉ 2039.

FOTOS DIVULGAÇÃO

A JAGUAR LAND ROVER AUTOMOTIVE PLC informou no final do mês de julho de 2022 seus resultados financeiros para os três meses até 30 de junho de 2022. Apesar da forte demanda e de pedidos recorde, as vendas continuaram a ser limitadas pela escassez global de chips, agravada pelo aumento de produção mais lento do que o esperado do Novo Range Rover e Range Rover Sport e o impacto dos bloqueios da Covid na China, levando a uma perda para o trimestre.

Segundo Thierry Bolloré, diretor executivo da Jaguar Land Rover, “embora os ventos contrários da oferta global de

semicondutores e dos bloqueios do COVID na China tenham afetado nosso desempenho de negócios neste trimestre, tenho o prazer de confirmar que temos uma configuração de organização completamente reforçada para responder à crise dos semicondutores. Agora, isso está começando a recuperar o crescimento da produção para alcançar maiores volumes e nos permitirá aproveitar nosso livro de pedidos de recorde no segundo trimestre.”

As vendas no varejo em abril, maio e junho de 2022 foram de 78.825 veículos, 183 unidades a menos em relação ao último trimestre encerrado em


31 de março de 2022 e queda de 37% (46 mil unidades) em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, terminado em 30 de junho de 2021. O número de pedidos total agora é de quase 200.000 unidades, cerca de 32.000 pedidos a partir do dia 31 de março de 2022, os três modelos mais rentáveis, o New Range Rover, New Range Rover Sport e Defender representando mais de 60% dos pedidos.

A Jaguar Land Rover encerrou o trimestre com o caixa total e investimentos de curto prazo de £ 3,7 bilhões e a facilidade de crédito rotativo não sacada reduzida como programado de £ 2 bilhões para £ 1,5 bilhão em julho, resultando em liquidez total de £ 5,2 bilhões.

REIMAGINANDO O FUTURO DO LUXO MODERNO PELO DESIGN

Como uma subsidiária integral da Tata Motors desde 2008, a Jaguar Land Rover tem acesso inigualável aos principais players globais em tecnologia e sustentabilidade. Central para a estratégia “reimagine”, segundo a companhia, é a eletrificação tanto das marcas Land Rover quanto jaguar com duas personalidades claras e distintas. Todas as placas de identificação Jaguar e Land Rover estarão disponíveis em forma elétrica pura até o final da década. Isso marca o início da jornada da empresa para se tornar um negócio de carbono zero em toda sua cadeia de suprimentos, produtos e operações até 2039. ■



A close-up photograph of a hand holding a black pen with a gold tip, pointing at a bar chart on a document. The chart features several blue bars of varying heights. The background is softly blurred, showing what appears to be a person's face and another document.

CRESCIMENTO: ECONOMIA SEGUE EM RECUPERAÇÃO, MESMO IMPACTADA PELA GUERRA

PIB cresceu 1% no primeiro trimestre deste ano, segundo o IBGE. Na comparação com o primeiro trimestre de 2021, a economia do país cresceu 1,7%.

A **ECONOMIA BRASILEIRA** segue em processo de recuperação, após retomada em 2021, mesmo com os impactos do conflito do Leste Europeu e os efeitos remanescentes da pandemia de covid-19. A avaliação é da Secretaria de Política Econômica (SPE) do Ministério da Economia, que avaliou os resultados do Produto Interno Bruto (PIB), divulgados hoje pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O PIB, a soma de todos os bens e serviços produzidos no país, cresceu 1% no primeiro trimestre deste ano, na comparação com o trimestre anterior. Na comparação com o primeiro trimestre de 2021, a economia do país cresceu 1,7%.

“Após a vigorosa retomada da atividade em 2021, quando a economia brasileira registrou alta de 4,6% no PIB e confirmou a recuperação econômica em “V”, o início de 2022 manteve o robusto crescimento da atividade apesar do ambiente de incerteza gerado pelos reflexos da guerra entre Rússia e Ucrânia”, diz a secretaria, na Nota Informativa - Consoli-

dação da retomada econômica, divulgada em junho de 2022.

A SPE destaca ainda que a atividade econômica brasileira “mostrou-se positiva no primeiro trimestre de 2022 em vários ramos, em especial na indústria e nos serviços, confirmando o reaquecimento da atividade e de melhora no ambiente de negócios”. “Esse movimento trouxe reflexos positivos na expectativa de empresários e consumidores para os trimestres seguintes”, acrescentou.

A secretaria diz ainda, à Agência Brasil, que o crescimento de longo prazo da economia brasileira depende “fundamentalmente da consolidação fiscal” (redução da relação entre dívida e PIB) e de “importante agenda de reformas pró-mercado: abertura econômica, privatizações e concessões, melhora dos marcos legais e aumento da segurança jurídica, melhor ambiente de negócios e redução da burocracia, correção da má alocação de recursos e facilitação da realocação de capital e trabalho na economia”.

IPEA PREVÊ CRESCIMENTO DE 1,8% PARA O PIB

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) divulgou, no final de julho, a Visão Geral da Conjuntura, análise trimestral da economia brasileira, com previsão de crescimento de 1,8% para o Produto Interno Bruto (PIB) em 2022. O destaque vai para o setor de serviços, com estimativa de alta de 2,8%, enquanto os setores de agropecuária e industrial devem mostrar relativa estabilidade. Do lado da demanda, a projeção de crescimento do consumo das famílias ficou em 1,6% para este ano.

Depois da alta de 1% do PIB registrada no primeiro trimestre de 2022, a maioria dos setores produtivos apresentou desempenho positivo também em abril. As previsões do Ipea mostram que, em maio, o nível de atividade deve avançar na comparação com o mês anterior e com ajuste sazonal: 1,2% na indústria, 0,6% no comércio e 0,3% nos serviços. A evolução dos indicadores de atividade está em linha com o desempenho do mercado de trabalho, cujos dados recentes mostram que o ritmo de recuperação se intensificou ao longo dos últimos três meses, combinando forte expansão da população ocupada e redução significativa da taxa de desocupação, mesmo com o aumento da taxa de participação.

Esse conjunto de indicadores sugere boas perspectivas para o PIB no segundo trimestre de 2022, com projeção de crescimento de 0,6% no período, em termos dessazonalizados, em relação ao trimestre anterior, e de 2,3% sobre o mesmo trimestre do ano passado.

Para 2023, a projeção de crescimento do PIB é de 1,3%. Em termos de atividade econômica, o próximo ano deve ser tímido, no início, mas caracterizado por aceleração ao longo do ano. O cenário tem como base duas hipóteses. Primeiro, com o fim da guerra na Ucrânia, a atenuação dos problemas pelo

PARA 2023, A PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO DO PIB É DE 1,3%. EM TERMOS DE ATIVIDADE ECONÔMICA, O PRÓXIMO ANO DEVE SER TÍMIDO, NO INÍCIO, MAS CARACTERIZADO POR ACELERAÇÃO AO LONGO DO ANO.

lado da oferta reduzirá grande parte da pressão inflacionária do exterior, possibilitando que a política monetária possa cumprir seu papel de reduzir gradualmente a inflação sem a necessidade de uma queda mais profunda dos níveis de atividade. Além disso, no início do ano que vem, parcela importante do impacto adverso do aperto monetário interno sobre a atividade econômica já terá ocorrido.

Há expectativa de crescimento para todos os setores da economia no próximo ano: agropecuária (2,5%), indústria (1%) e serviços (1,4%). Do lado da demanda, os destaques são o consumo das famílias e a Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF), com altas de 1% e 3%, respectivamente.

Em relação à inflação, a projeção para o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) em 2022 é de 6,6%, enquanto o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) deve ficar em 6,3%. A alta maior dos preços livres é compensada pela desaceleração dos preços administrados, por conta da Lei Complementar 194/2022. Para 2023, a alta de ambos os índices é projetada em 4,7%. ■

CLUB M BRASIL

BIA ITAFF

O empreendedorismo sempre esteve nas veias da catarinense Aline Beatriz Togni, mais conhecida como Bia Itaff. Desde 2011, vive na cidade de Balneário Camboriú. Onde chama a atenção na área da saúde e beleza, com a inovação nos tratamentos estéticos de sessão única que entregam resultados próximos, tão bom quanto ou até mesmo melhores que os de cirurgia plástica.

É Owner da ITAFF Clínica de Estética Avançada e Emagrecimento, existente desde junho de 2011, a única clínica que recebe há 2 anos consecutivos o Prêmio Internacional, região Mercosul, por Destaque e Inovação em Tecnologia na área da Estética. Recebe há 9 anos o prêmio de Excelência em Qualidade Catarinense, e neste ano de 2022, recebe o Master Mind Brasil.

Bia sempre fala que o sucesso é medido não pelo dinheiro e riqueza, mas pela soma dos resultados e pela capacidade que o empresário tem de entender, de se reinventar e adaptar ao mercado, principalmente a expertise de caminhar numa curva crescente de evolução em paralelo.

Além de CEO da Clínica Itaff, desenvolveu a It Life, uma marca de produtos estéticos veganos, também possui o projeto Método Bia Itaff, onde recebe profissionais de todo Brasil para ensinar sobre gestão empresarial.

Este ano a empreendedora está inovando mais uma vez em seu segmento, usando todo seu Know how lançará a BUMBUM BRAZIL, que será a primeira franquia especializada em tratamentos com foco no bumbum, tendo como inspiração a mulher brasileira.

Bia Itaff escolheu a Club M Brasil para aumentar seu network, expandir seus negócios e conectar com investidores que buscam novos negócios.



CAMILLA CARNIEL

Contatos

www.clinicaitaff.com.br

www.franchising.bumbumbrazil.com.br

financeiro@clinicaitaff.com.br

(47)98918-6380 | (47)99229-3101

@biaitaff | @clinicaitaff

@beitlife | @clinicabumbumbrazil

MERCADO IMOBILIÁRIO

POR CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR



LOCALIZAÇÃO E VISÃO DE LONGO PRAZO PARA UM FUTURO BRILHANTE

ESTÁ SENDO CONSTRUÍDA UMA METRÓPOLE HORIZONTAL COM POTENCIAL PARA 2 MILHÕES DE HABITANTES



FREEPIK: JCOMP

O MERCADO IMOBILIÁRIO tem ciclo longo e alto poder de transformação, basta olharmos para as regiões de Santa Catarina para percebermos as mudanças que este mercado vem proporcionando.

Em 2019 tive a oportunidade de apreciar um masterplan do litoral norte de SC, o qual foi realizado por arquitetos locais e europeus, que tinha como objetivo estudar e compreender o desenvolvimento macro desta região e que teve como resultado a seguinte conclusão: “está sendo construída

uma metrópole horizontal com potencial para 2 milhões de habitantes”.

Após 3 anos, estamos diante do cenário que me foi apontado; municípios estão se conectando, e, para ilustrar isso, chamo atenção para o que está acontecendo a partir de Porto Belo, onde temos a praia do Perequê como um grande canteiro de obras, e, deste ponto em diante temos uma grande unificação que se consolida de maneira integral até a cidade de Navegantes. Esta conexão dos municípios é uma conse-



FREEPIK: ONLYYOUQJ

quência do crescimento desta região de SC, que gera diversas oportunidades em diferentes âmbitos da economia, e este desenvolvimento está acelerado pelas grandes obras existentes. Para se ter ideia, em Balneário Camboriú foi investido cerca de 80 milhões de reais no alargamento da orla, o que projetou em alguns imóveis mais nobres uma valorização superior a 50% em um único ano, e os investidores seguem acumulando ativos na cidade pois sabem que ainda serão investidos mais de R\$ 200 milhões, e a valorização será uma consequência.

Outros municípios ainda irão se destacar em curto espaço de tempo. Em Itapema, por exemplo, o grande volume de obras torna evidente a curva acentuada de crescimento que

ocorrerá na cidade. Está previsto para lá o alargamento da faixa de areia, também obras de mobilidade urbana, como o elevado que sairá da BR 101 direto para sua principal Avenida, uma marina, um píer gastronômico, entre outras, que trarão valorização, o que interferirá diretamente no Balneário Perequê, assim como o crescimento de Balneário Camboriú impactou na Praia Brava de Itajaí.

O epicentro imobiliário do Estado ainda é Balneário Camboriú, que seguirá cumprindo este papel e sendo destaque no país. Um exemplo disso é o lançamento de um empreendimento que está previsto para último trimestre de 2022, que terá o m² em torno de R\$ 70.000,00, o que colocará a cidade na disputa entre as maio-

res valorações imobiliárias do Brasil. Atualmente, o m² mais valorizado é o projeto TOM, situado no Leblon, no RJ, que supera os R\$ 110.000,00/m², seguido pelo projeto do Cidade Matarazzo, em SP, que supera os R\$ 75.000,00/m².

Os dados mostram a confiança e aderência do topo da pirâmide para o mercado de Balneário Camboriú, o que também impulsiona o mercado das cidades vizinhas como Itapema, Balneário Piçarras e Porto Belo, que acabam usufruindo deste movimento positivo.

Busque profissionais especializados e usufrua das oportunidades do litoral de SC, que atualmente possui um mercado imobiliário único no país e que vem crescendo de maneira constante há décadas. ■

Custódio Ribeiro Jr, Administrador de empresas de formação com 17 anos de mercado imobiliário. É diretor da CR Imóveis, empresa especializada e nichada no mercado de apartamentos em Balneário Camboriú, Itapema, Praia Brava e Perequê em Santa Catarina.

📍 @custodioribeirojr



FOTOS DIVULGAÇÃO

LUXO NA COZINHA: MARCAS APOSTAM NA ELEGÂNCIA DE ELETROS EXCLUSIVOS

De tão requintados, fogões podem custar mais de R\$ 400 mil. Feitos sob medida, a marca entrega um produto único, pensado e produzido exatamente para atender a demanda do seu chef de cozinha.

ATUALMENTE A FÁBRICA EMPREGA APENAS TREZE ARTESÃOS QUE TRABALHAM MANUALMENTE COM OS PRODUTOS

JÁ PENSOU EM ter na sua cozinha um equipamento profissional exclusivo? Essa é a proposta que algumas marcas de eletros estão trazendo ao mercado brasileiro. Um exemplo disso é companhia Molteni, fundada em 1923 por Joseph Molteni (1901-1982), um italiano que foi viver na França. Ele desenvolveu sua ideia de fazer fogões de alta qualidade (os quais funcionavam na ocasião com carvão) de maneira artesanal.

Ao longo de sua carreira, Molteni tinha entusiasmo por coisas belas e duráveis. Ele sempre se esforçou para fazer as coisas melhores, mais bonitas, mais fortes e robustas. Seu teste favorito era subir em cima da porta do forno para testar a sua resistência (e frequentemente clientes pesando mais de 100 kg o imitavam). Ele era consciente do custo do equipamento, mas o que mais importava para ele era a satisfação de seus clientes.

A Molteni atualmente pertence à Electrolux Professional e tem sido parte do Grupo Electrolux desde 1992. Esta pequena, mas exclusiva divisão, fabrica fogões de alta qualidade, sob medida, para uso profissional.

Chefs e jornalistas ao redor do mundo, têm denominado os fogões Molteni, como o Rolls Royce dos equipamentos de cozinha profissional. A reputação da Molteni é devida, em parte, à eficiência da sua comunicação na indústria do Food Service, escutando os grandes Chefs, assim como arquitetos e consultores, levando em consideração suas personalidades e maneiras de trabalhar.

Isto permite que cada equipamento seja um resultado de um estudado e detalhado plano em colaboração com o Chef, que desenha o seu equipamento “à sua maneira”, sob medida.

A produção, inteiramente artesanal, não

deixa nada a desejar. Trabalhando em cooperação com o cliente, a Molteni fabrica os fogões exatamente de acordo com as especificações exigidas. São necessárias aproximadamente 500 horas para fazer um fogão e não existem dois iguais no mundo. Não há estoque de produto acabado. A fábrica Molteni - mais corretamente dizer “o atelier” - está localizada nas colinas do rio Rhône em Saint Vallier, França.

Atualmente a fábrica emprega apenas treze artesãos que trabalham manualmente com os produtos, usando ferro fundido, bronze, aço inox e material esmaltado. Metade da equipe trabalhou diretamente com Joseph Molteni.

A fábrica Molteni trabalha com dois principais fornecedores locais: uma fundição para ferro fundido e peças em bronze e um atelier para esmaltar painéis. Exceto por estes dois fornecedores, todo o restante é feito em casa.

O preço de fabricar sob medida varia dependendo do tamanho, funções e detalhes estéticos. Os consumidores Molteni são principalmente restaurantes de alta gastronomia, luxuosos hotéis 5 estrelas e conceituadas escolas de gastronomia. Mas nada impede que você possa encomendar um fogão de luxo para a cozinha do seu imóvel, sob orientação do seu chef particular. ■

MEMBRO CLUB M BRASIL

LUCAS TAVARES

Lucas Tavares é engenheiro civil e empresário atuante nos segmentos de loteamentos e incorporações imobiliárias. Como engenheiro atuou com elaboração e gestão de projetos de grande porte nas áreas de estruturas, infraestrutura viária, indústria e logística. Atualmente suas atividades se concentram na implantação de loteamentos e condomínios residenciais no estado de Santa Catarina.

Sua jornada na construção civil se iniciou no ano de 2004 como desenhista de estruturas pré-moldadas, Lucas estudou e se aprimorou no seguimento de gestão e elaboração de projetos atuando mais tarde em empresas conceituadas do segmento. Sua iniciativa privada deu-se no ano de 2016 com a abertura da Tohrú Engenharia, empresa do ramo de serviços de engenharia civil, consultoria e execução de obras. Hoje, proprietário da Tohrú Engenharia e da Lotes & Lotes Loteadora e Incorporadora, tem sob gestão 9 empreendimentos do seguimento de loteamentos e condomínios residenciais, com projeção de fechamento no ano de 2022 com 14 empreendimentos sob gestão.

Como profissional e empresário, Lucas é exemplo de clareza, simplicidade, determinação, garra e sucesso. Com formação acadêmica Bacharel em Engenharia Civil (Faculdade Pitágoras), MBA em gestão com ênfase em gerenciamento de projetos (FGV) e grande know-how ele desenvolve os projetos e executa seus empreendimentos com maestria.

Suas empresas se complementam, a empresa Tohrú Engenharia desenvolve os estudos preliminares, projetos, aprovações e gerenciamento dos licenciamentos ambientais dos loteamentos e condomínios da Lotes & Lotes Loteadora. Apesar do segmento ser bem conhecido, todos os empreendimentos da Lotes & Lotes tem uma característica um pouco diferente do usual, são loteamentos em módulos menores localizados em região urbana consolidada, estas características e muitos outros aspectos levados em consideração na diligência das glebas de terra, possibilita o gerenciamento de risco e maximização dos lucros.

Contatos

engenharia@tohruengenharia.com

+55 (48) 98847 0885

+55 (48) 99957 0098



MODA E ESTILO

POR ALEXANDRE TALEB



OS SETE ESTILOS UNIVERSAIS DE HOMENS NO MUNDO. O PRIMEIRO É O CRIATIVO

ABORDAREMOS UM A UM, EXPLICANDO SUAS PARTICULARIDADES E FORNECENDO EXEMPLOS DE HOMENS QUE SERVEM DE REFERÊNCIA A CADA UM DELES

A **DIVISÃO EM SETE** perfis de estilo foi desenvolvida pela renomada consultora americana Alyce Parsons, que publicou nos anos 1990 as obras *Universal Style: Dress for Who You Are* and *What You Want* (Estilo universal: vista-se de acordo com o que você é e com o que você quer) e *What's my style?* (Qual é o meu estilo?). Adotada nas grandes escolas de moda, como as nova-iorquinas Parsons School of Design e Fashion Institute of Technology, propagou-se pelo resto do mundo e até hoje é uma referência muito forte. Assim como o conceito do capsule wardrobe, do qual falarei mais à frente, trata-se de uma excelente ferramenta para organizar da melhor forma o que funciona para o guarda-roupa de cada um.

Essa é uma concepção que, como quase todas no universo da moda e do estilo, está muito desenvolvida no que diz respeito às mulheres. Já no que se refere aos homens, é quase im-

possível encontrar literatura sobre esse assunto; a própria Alyce Parsons escreveu um livro sobre o tema em 1993, *Universal Style for Men* (Estilo universal masculino), esgotado há décadas, inclusive no exterior.

Minha experiência como consultor levou-me a adaptar esses princípios à nossa realidade e às necessidades específicas de meus clientes homens. A divisão em perfis segue válida nos dias de hoje, mas o que aplico no trabalho com eles é um desenvolvimento das referências de Ms. Parsons, somado à e minha visão do tema.

A lista original apresenta os seguintes perfis:

- Criativo
- Elegante
- Esportivo
- Romântico
- Sexy
- Tradicional
- Urbano

A divisão em sete tipos não significa que estejamos presos a apenas um deles. Alguns consultores, inclusive, divi-

dem-nos em dois grupos, acreditando que nascemos com um estilo básico e, ao longo da vida, podemos desenvolver afinidade por um ou dois outros. Não concordo, porém, com essa subdivisão, mesmo entendendo que podemos, sim, trazer características de mais de um estilo.

Vamos, então, entender como usar as diretrizes dos sete estilos para o melhor aproveitamento de suas compras e criação de um repertório adequado para o seu guarda-roupa. Abordaremos um a um, explicando suas particularidades e fornecendo exemplos de homens que servem de referência a cada um deles, incluindo o que acrescentei a partir de minha experiência.

CRIATIVO:

São pessoas expansivas, que gostam de se sentir únicas. Misturam todos os estilos e geralmente usam as roupas como forma de declaração de sua personalidade. São homens inovadores, originais, exóticos e aventureiros, com tendências artísticas. Usam desde peças étnicas a artigos vintage, sem problemas.

Adoram cores e sabem combinar estampas, sem medo de errar ou misturar tudo no mesmo look. Pouco importa se o acessório é rústico ou se tem



FOTOS DIVULGAÇÃO

design inovador: o importante é que seja único e diferenciado. Não têm uma peça característica, escolhem o que sentem

vontade de usar conforme o humor do dia.

Palavra-chave: inédito.

Exemplo: Jared Leto. ■



Investimentos Imobiliários Rentáveis

Há mais de 26 anos no mercado imobiliário, atuando como Broker de Investimentos Imobiliários providenciando as melhores oportunidades de negócios para investidores que almejam rentabilizar com uma carteira de imóveis de alta qualidade.

Especializações



Área de atuação
Negócios rentáveis no Brasil e nos EUA (Flórida).



Holdings Familiar
Gerenciamento inteligente do patrimônio familiar visando crescimento de rentabilidade.



Planejamento Patrimonial
Análise e gestão de investimento em ativos imobiliários



Terrenos para Incorporadoras e Loteadoras
Prospecção planejada de terrenos com mais análise prévia de viabilidade.



Investimento Imobiliário
Especializado dentro do mercado de investimento e alta rentabilidade de imóveis.



Carteira de Imóveis
Elaboração estratégica de carteiras e locação de imóveis.



Helbor Offices
Rua Henrique Meyer, Centro
280 - Sala 1105



Daniel Gomes
 danielgomesbroker
 Daniel Gomes | Investimentos Imobiliários

select | energy

O PROJETO GERADOR DE **ENERGIA** QUE GERA **RENDA**, QUE REDEFINE O **FUTURO**.



Temos uma janela de oportunidade única para atender a alta demanda por energia elétrica do país com fontes renováveis e sustentáveis.

As mini usinas de energia solar fotovoltaicas da Select Energy irão impulsionar o desenvolvimento econômico do Brasil. Você é nosso convidado para conhecer e investir neste projeto sustentável e rentável.

TENHA O SOL COMO FONTE DE LUCRO!

Fale conosco e acesse hoje mesmo a proposta.

www.selectinvestimentos.com/energy



Rua Dr. Léo de Carvalho, 74 • sala 504
Ibiza Trade Center • Blumenau SC

Fone/Whats: (47) 99768-3231
 selectinvestimentos



CONFORTO SOBRE AS ÁGUAS: NOVIDADE NO MERCADO NÁUTICO

Com suas inconfundíveis linhas superesportivas de luxo, a nova lancha de 37 pés da fabricante brasileira Triton Yachts apresenta design moderno e inovador, além de esbanjar espaço no cockpit. O modelo é ideal para reunir família e amigos.

O MERCADO NÁUTICO atrai cada vez mais adeptos. E para os amantes do mar, nada melhor que unir um belo dia de navegação com o conforto e o requinte de uma embarcação moderna e segura. Se você curte reunir os amigos e familiares para desfrutar dos prazeres do litoral brasileiro, a Club M The Magazine foi buscar um super lançamento para te inspirar.

O estaleiro nacional Triton Yachts apresentou recentemente ao mercado mais um modelo de lancha que promete conquistar os amantes da náutica. A nova Triton Flyer 37 HT traz como diferencial uma grande plataforma lateral a boreste (lado direito) que, quando aberta, amplia consideravelmente a área de convivência da embarcação, formando com a plataforma de popa, um verdadeiro beach club sobre as águas.


Com 11,25 metros de comprimento e capacidade para 14 pessoas durante o dia e 5 para pernoite, a nova Triton Flyer 37 HT é adequada para passeios em família e confraternizações a bordo. São dois camarotes abertos e um banheiro fechado, além de áreas externas privilegiadas. Neste modelo HT o teto pode ser aberto com acionamento manual ou elétrico, a ampla plataforma de popa pode ser submersível, na popa tem algo diferenciado que é o espaço gourmet junto a um banco com encosto reclinável que oferece mais espaço para sentar além de proporcionar integração com quem está na área gourmet e na plataforma no momento de lazer.

“A Triton Yachts é uma marca já consolidada pela qualidade construtiva de seus produtos e características únicas. Buscamos entregar os melhores produtos, com design que atenda diversos perfis, desde o mais clássico, mas com um toque de modernidade, ousadia e esportividade. A nova Triton Flyer 37 HT foi projetada sob o conceito open e agrada principalmente pelo conforto que oferece e excelente aproveitamento dos espaços”, destaca o diretor de marketing da Triton Yachts Allan Cechelero.



FOTOS DIVULGAÇÃO



An aerial photograph of a boat moving through the ocean, leaving a large, circular, white wake. The water is dark green and blue. The boat is a small motorboat with a blue hull and an orange cabin. The text is centered over the dark water in the middle of the wake.

**SEGURANÇA,
QUALIDADE
CONSTRUTIVA,
SUPORTE AOS CLIENTES
E CONSTANTE
INOVAÇÃO EM TERMOS
DE DESIGN E MATERIAIS**

SOBRE TRITON YACHTS

A Triton Yachts é uma consagrada linha de barcos projetada e construída pelo estaleiro paranaense Way Brasil que está há quase 40 anos no mercado. A marca, lançada há quase 30 anos no Brasil, é referência no país em lanchas para passeio e conta com uma variedade de modelos de 23 a 52 pés. Segurança, qualidade construtiva, suporte aos clientes e constante inovação em termos de design e materiais são alguns dos pilares na trajetória da marca fundada por um dos mais experientes projetistas náuticos do país.

CONHEÇA A NOVA TRITON FLYER 37 HT

Um dos destaques da nova Triton Flyer 37 HT é o design diferenciado do casco mais robusto com uma boca (comprimento de um bordo ao outro) mais larga para maior estabilidade. Já na proa (parte frontal) há um amplo solário triplo com encostos reclináveis e porta-copos nos braços, além de um banco de madeira no guarda mancebo. Destaque para a ampla passagem por uma abertura no para-brisa, a bombordo, integrando o cockpit com a proa. Nos espaços internos, a cabine com 1,90m de altura agrada tanto pela decoração clean quanto pela amplitude e excelente fluidez. São dois camarotes abertos, sendo um na proa, em que o sofá com mesinha se transforma em uma enorme cama, e o outro na meinau com ampla cama de casal e sofá.

Mais um diferencial do novo projeto da Triton Yachts é o fato que a embarcação ainda pode ser personalizada de acordo com o gosto do cliente, como no caso das cores dos móveis, dos revestimentos e dos tecidos dos estofados, poltronas e sofás, além da pintura do casco que pode ganhar tons opacos ou metálicos. Todo o processo de escolha é acompanhado de perto pela fábrica que conta com uma equipe altamente qualificada para atender os desejos do dono do barco.



FOTOS DIVULGAÇÃO



MEMBRO CLUB M BRASIL

NUNO WAGNER

Em um mundo tão artificial, encontrar exemplos reais de sucesso no empreendedorismo, principalmente de origem familiar, já merece seu tempo de leitura. Agora imagine esses desafios comuns a todas as empresas e você estar no interior de Santa Catarina, longe de grandes fornecedores, parceiros e em um mercado ainda imaturo.

Aos 36 anos, Nuno sempre acompanhou seu pai, Luiz Francisco Wagner, empresário de sucesso do setor de agronegócios do meio oeste catarinense. E não existe melhor faculdade ou curso do que a vida?

Casado com Gabriella, empresária do setor de estética e pai de Filipe e Luiza, entende o equilíbrio entre negócios, trabalho e família, os mesmos valores que seu pai ensina até hoje.

Engenheiro agrônomo formado, observou que sua contribuição poderia ir além dos projetos agropecuários. Com a mesma coragem e arrojo da sua família, decide assumir a frente do braço imobiliário do Grupo Wagner. Funda

então a W7 Soluções Imobiliárias, na cidade de Capinzal. Atento e sempre pronto para inovar e com foco do cliente, entrega projetos únicos nas áreas de arquitetura e urbanismo e incorporação imobiliária.

Sempre inovando e pronto para grandes oportunidades, muda o nome da sua empresa para W7 Urbanismo Inteligente, que congrega os loteamentos urbanos já consolidados e novos projetos urbanísticos em mais de 10 cidades diferentes nos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

O que mais chama atenção em Nuno é seu foco em fazer tudo muito bem feito e ser solução prática para os parceiros. Trabalho é algo que está no seu DNA, na sua origem humilde do interior e hoje isso tem um peso muito grande. Muito mais do que ideia, é ser e dar soluções práticas.

Contatos

wagnerjr@wagner.imb.br

WhatsApp 49 9985-1100

@wagner.nuno

OLHAR JURÍDICO

POR THIAGO ALVES



INVESTIR EM JUSTIÇA FISCAL PODE AUMENTAR A LUCRATIVIDADE DAS EMPRESAS

PARA DRIBLAR A BUROCRACIA e a complexidade do sistema tributário brasileiro, as empresas que investem no planejamento tributário e fazem da gestão fiscal parte da rotina administrativa podem se manter rentáveis ao mesmo tempo em que se mantêm em dia com as obrigações fiscais.

Mas como fazer uma gestão eficaz da parte tributária, num contexto em que as normas vivem mudando e existem tantas particularidades? Em primeiro lugar, digo que é muito mais simples do que

você imagina, pois existem consultorias especializadas na matéria, com equipes experientes e com formações complementares que podem auxiliar os contribuintes em suas demandas. Portanto, não há necessidade de criar um setor específico dentro da empresa para gerir esta parte.

Em seguida, o planejamento tributário deve ser visto como um investimento - e certamente o que o contribuinte deixará de pagar indevidamente será muito superior ao custo de uma as-

essoria especializada no assunto. O planejamento tributário pode contribuir para a redução de 10 a 40% da carga fiscal de uma empresa.

Mas e se a empresa já tiver comprometimento com dívidas fiscais? Não estará sozinha. Existem cerca de R\$ 5 trilhões em débitos com o Fisco, sendo R\$ 3,4 trilhões somente em dívidas com o Governo Federal. Estes valores podem ser oriundos de tributos devidos que deixaram de ser pagos (o devedor se chama sujeito passivo tri-

butário) ou penalidades tributárias atreladas à alguma obrigação decorrente de lei.

É a regra: o contribuinte precisa cumprir com suas obrigações tributárias, evitando multas/juros, possibilidade de processos de execução fiscal e até mesmo o bloqueio de bens. E com um bom gerenciamento do passivo tributário, é possível ter segurança jurídica e financeira, afastando problemas que podem afetar o negócio. Ou seja, quando se faz a gestão do passivo tributário, as dívidas são organizadas e con-

troladas para que possam ser regularizadas de acordo com as possibilidades da empresa ao mesmo tempo em que se acompanha de perto para que não surjam novas dívidas.

Além de acompanhar as dívidas, a consultoria tributária também pode ajudar a rever os parcelamentos e, sendo necessário, buscar a redução de valores ou melhores condições junto ao Fisco.

No IBGPT, auxiliamos contribuintes e profissionais que

prestam serviços às empresas a encontrar a justiça tributária e o equilíbrio fiscal - pagando tudo dentro da lei, mas somente o que é devido. Muitas empresas pagam muito imposto porque pagam errado e isso afeta diretamente a saúde financeira dos negócios. O planejamento fiscal e tributário pode mudar definitivamente esta realidade. ■

Thiago Alves é advogado pós-graduado em Direito Constitucional, Mediação e Arbitragem; MBA em Gestão e Planejamento Tributário; mestrando em Princiologia Constitucional. Sócio-diretor do Instituto Brasileiro de Gestão e Planejamento Tributário (IBGPT).

📧 [thigoalvesibgpt](https://www.instagram.com/thigoalvesibgpt)

ESTIMATIVA DO PIB DA CONSTRUÇÃO CIVIL SEGUE EM CRESCIMENTO

Ciclo de negócios em andamento tem garantido o ritmo de atividade. O mercado de trabalho no setor continua gerando resultados positivos e em patamares mais elevados do que no período pré-pandemia.

PELA SEGUNDA VEZ consecutiva neste ano, a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) aumentou a projeção do crescimento do Produto Interno Bruto da Construção Civil. As informações estão no estudo Desempenho Econômico da Indústria da Construção – Segundo Trimestre de 2022, divulgados no final de julho de 2022 pela Agência Brasil.

Segundo a economista da entidade, Ieda Vasconcelos, “pelo segundo ano consecutivo a construção crescerá acima da economia nacional”. Ieda acrescentou que o ciclo de negócios em andamento, iniciado nos últimos dois anos, tem garantido o ritmo de atividade do setor. Para o segundo semestre é aguardado, também, um maior impacto do ritmo de atividades originário das famílias, com pequenas obras e reformas.

Outro dado divulgado pela CBIC é que nos últimos resultados do PIB, divulgados pelo IBGE, indicam que a construção civil, na série trimestre contra trimestre imediatamente anterior, com ajuste sazonal, cresce há sete trimestres consecutivos. “Essa sequência de números positivos ainda não tinha sido observada na série histórica do indicador, iniciada em 1996. Esses resultados fazem parte do ciclo positivo de negócios em andamento, que foi iniciado no terceiro trimestre de 2020” e mostram a importância do setor para o país”, disse Ieda Vasconcelos.

A economista destacou também que as novas medidas para o Programa Casa Verde e Amarela devem gerar um efeito positivo na atividade do setor. A expectativa é de que eles poderão começar a ser sentidos nos últimos meses do ano.



FOTOS DIVULGAÇÃO

MERCADO DE LUXO

Informações apuradas pelo Valor Econômico indicam que o desempenho do mercado imobiliário de alto padrão segue em ascensão. O segmento residencial — que registrou um crescimento histórico de 226% em lançamentos no ano passado na comparação com a comparação com 2020, de acordo com o resultado anual do Indicador Abrainc-Fipe — vai se manter em alta, embora com um ritmo menos acelerado, avaliam empresários e analistas do setor imobiliário.

PROBLEMAS

O levantamento também mostra que pelo oitavo trimestre consecutivo o principal problema da construção civil continua sendo a falta ou o alto custo dos insumos. A taxa de juros elevada e a falta ou o alto custo do trabalhador qualificado também são destaques.

Segundo a pesquisa, da qual participaram mais de 400 empresas, a falta ou o alto custo de matéria-prima foi o principal problema citado por 47,7% dos empresários. A taxa de juros elevada foi destacada por 29,8% dos entrevistados. Já a falta ou alto custo do trabalhador qualificado foi relatada por 20,3%.

“De acordo com Índice Nacional de Custo da Construção (INCC), realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), os três insumos que mais sofreram aumentos nos custos entre julho de 2020 a junho de 2022 foram vergalhões e arames de aço ao carbono (99,60%); tubos e conexões de ferro e aço (89,43%) e tubos e conexões de PVC (80,62%)”, detalhou a CBIC.

EMPREGOS

O mercado de trabalho no setor continua gerando resultados positivos e em patamares mais elevados do que os observados no período pré-pandemia. Os resultados dos primeiros semestres de 2021 e 2022 são os melhores para o período desde 2012, quan-

do se analisa a série do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) e do novo Caged.

“Em maio deste ano, o número de trabalhadores com carteira assinada alcançou o maior patamar desde novembro de 2015. Além disso, o mercado de trabalho formal alcançou resultados positivos em quase todos os estados, sendo São Paulo, Salvador e Rio de Janeiro, os destaques na geração de novas vagas na construção”, detalhou a CBIC.

O setor já gerou mais de 430 mil novas vagas com carteira assinada no período pós-pandemia (entre março de 2020 a maio de 2022). A construção de edifícios representou mais 175.640 novas vagas. Obras de infraestrutura, 93.961 e serviços especializados para a construção 166.368.

ATIVIDADE

Conforme a Sondagem da Indústria da Construção, realizada pela CNI, com o apoio da CBIC, o setor, com a contribuição de todos os seus segmentos (construção de edifícios, serviços especializados para construção e obras de infraestrutura) encerrou o primeiro semestre de 2022 com o maior patamar de atividades desde outubro de 2021. A economista da CBIC ressalta que, em junho, o patamar alcançado é o maior para o período desde 2011 e supera, inclusive, o bom desempenho de 2021.

“O bom desempenho da construção exerce efeito positivo em toda a economia nacional, em função da sua extensa cadeia produtiva. Isso significa que mais atividade na construção, é mais renda, mais emprego e mais geração de tributos em toda a economia nacional. E isso merece ser destacado. Num momento em que o país busca consolidar o seu processo de crescimento, a construção civil segue se destacando e contribuindo de forma estratégica”, ressaltou Ieda Vasconcelos. ■

ITAPEMA DOLCE VITA



APAIXONE-SE PELO DOCE
PADRÃO DE VIDA

COMPLETA área de lazer



Piscina



Salão de
Festas



Academia



Área
Kids



Sala de
Jogos



CRECI 31845

QUANTA
IMÓVEIS

47 99275-8557

Rua 298, Nº 469, Sala 02 -
Meia Praia - Itapema - SC

REQUINTE À MESA: CONHEÇA OS RESTAURANTES BRASILEIROS COM DUAS ESTRELAS MICHELIN

Considerado o Oscar da cozinha, a estrela Michelin contempla apenas 14 restaurantes brasileiros. Entretanto, só quatro casas no país ostentam duas honrarias no currículo.

PARA RECEBER UMA ESTRELA Michelin é necessário muito mais do que uma boa comida. A premiação internacional, que tem mais de um século de história, é extremamente exigente e só laureia cozinhas que demonstrem excelência nos seguintes critérios: qualidade dos ingredientes, domínio do sabor e técnica culinária, personalidade do chef na culinária, valor pelo dinheiro e consistência entre as visitas.

Como o Club M Brasil é formado por pessoas que valorizam a boa comida, reunimos nesta edição a crítica realizada pelo Guia Mi-

chelin das quatro casas mais premiadas do Brasil. Vale ressaltar que um restaurante pode conquistar no máximo três estrelas, mas ainda não temos nenhuma nota máxima no país.

RYO GASTRONOMIA

Um conceito superlativo da gastronomia japonesa! Surpreende pela sua estética minimalista, com uma utilização de madeira que nos conecta com a natureza, dois pequenos jardins zen e um balcão exclusivo para oito clientes, o que transforma o chef Edson Yamashita, no grande protagonista. Sua cozi-

nha impressiona pela excelente qualidade dos produtos e pelas técnicas utilizadas, cujo objetivo é destacar as texturas e os sabores. Reserve com antecedência!

ORO

Uma casa que você deve conhecer, pois a dupla formada pelo chef Felipe Bronze e a sommelière Cecilia Aldaz funciona perfeitamente, sem dúvida com muita química e grandes doses de amabilidade. Aqui a proposta procura fusionar as raízes brasileiras com a gastronomia de vanguarda, mostrando por meio de seus menus, com opções de harmonização, o que pretende ser uma homenagem às regiões do país. A cozinha está no andar superior e, por essa razão, o vai-e-vem das bandejas é uma constante.

D.O.M.

Com certeza, Alex Atala é o chef brasileiro mais conhecido internacionalmente, um status merecido graças a propostas que... sempre têm algo a dizer! Concebe a cozinha brasileira como “um sonho viável”; contemporâneo, mas também comprometido com as raízes culinárias do país, pois seus menus degustação (alguns vegetarianos) utilizam ingredientes nativos (Tucupi, Jambu, Palmito Pupunha, etc.) elaborados a partir da gastronomia amazônica e indígena anterior ao Descobrimento.

OTEQUE

Já surpreende ao entrar, pois nada faz pensar que atrás de sua discreta entrada se esconde um templo da gastronomia carioca. Em sua incrível sala, tetos altíssimos, ambiente informal e aspecto moderno-industrial, o extraordinário chef Alberto Landgraf leva todos a um mundo de sensações culinárias tremendamente nítidas, baseado em sua coerência habitual de trabalhar com os melhores peixes e mariscos da região, por meio de suas elaborações delicadas e harmonizações acertadas.

FOTOS DIVULGAÇÃO



RESTAURANTES COM ESTRELAS MICHELIN NO BRASIL

SÃO PAULO

Duas estrelas Michelin

D.O.M. (Alex Atala)

Ryo (Edson Yamashita)

Uma estrela Michelin

Evvai (Luiz Filipe Souza)

Huto (Fábio Honda)

Jun Sakamoto (Jun Sakamoto)

Kan Suke (Egashira Keisuke)

Kinoshita (Tadashi Shiraishi)

Maní (Helena Rizzo)

Picchi (Pier Paolo Picchi)

RIO DE JANEIRO

Duas estrelas Michelin

Oro (Felipe Bronze)

Oteque (Alberto Landgraf)

Uma estrela Michelin

Cipriani (Aniello Cassese)

Lasai (Rafael Costa e Silva)

Mee (Kazuo Harada – atualizado para Cassio Hara) ■

“EU TENHO UMA
PAIXÃO, UMA
VONTADE, UMA
ÂNSIA MUITO
GRANDES DE
VIVER, DE FAZER,
DE REALIZAR”

JORGE BISCHOFF É um dos mais reconhecidos designers de sapatos e bolsas do Brasil. Como CEO do Bischoff Group, que tem como destaque em seu hall de projetos a grife Jorge Bischoff, ele comanda e dá as diretrizes para todas as áreas, das estratégias à criação. Sua companhia faz a gestão de negócios de moda e lifestyle nos mercados brasileiro e internacional. Mantém uma consolidada atuação no varejo, com lojas exclusivas em expansão por todo o Brasil, via sis-

tema de franquias. E também está presente em mais de 60 países, entre todos os continentes, por meio da distribuição de produtos para lojas multimarcas e lojas licenciadas da marca. Atualmente, somados os canais de venda, o Bischoff Group comercializa cerca de 2 milhões de peças ao ano.

No meio dessa operação gigantesca, o empresário conversou a com Club M The Magazine para compartilhar pensamentos, estratégias e planos para o futuro.



Gaúcho do interior, natural de Igrejinha, de origem pobre. Conta pra gente como esse guri se torna responsável por uma das maiores marcas de sapato do país?

Jorge Bischoff: Eu sou sapateiro, essa é a minha essência. Sou de uma região com centenária tradição na manufatura calçadista do Brasil e faço parte deste universo desde sempre. Costumo dizer que nasci no meio do couro e da cola, pois, entre um par e outro na máquina de costura, minha mãe parava para me amamentar. E, ainda bem pequeno, eu acompanhava meu pai na indústria em que ele trabalhava. Era mágico andar pela fábrica, ouvindo o barulho das máquinas, brincando com pedaços de couro, sentindo o cheiro da madeira sendo trabalhada para criar os primeiros modelos de saltos... Aos 9 anos, comecei a trabalhar como garçom de uma lanchonete em frente à uma fábrica de calçados. Mas era no outro lado da rua que eu queria estar. Assim, aos 11 anos, ingressei na indústria trabalhando como cortador de couro. Mas sempre gostei, mesmo, de desenhar. Na adolescência, para realizar um sonho da minha mãe, cursei o técnico em contabilidade. Contudo, naquela época, vivi um momento marcante, quando um professor disse que pensava em me reprovar – já que ele me via passar a maior parte das aulas desenhando sapatos: “se continuar na contabilidade, o Brasil vai perder um grande designer!”, ele falou. Disse, ainda, que não conhecia um profissional com o dom e o talento que reconhecia em mim. Foi quando, aos 16 anos, tomei a decisão de me dedicar exclusivamente a essa área. Me aperfeiçoei com diversos cursos, qualificações, viagens e experiências profissionais, inclusive no exterior. Trabalhei

com muitas empresas e grandes marcas até lançar a minha própria. Já são mais de 40 anos seguindo e me realizando nesse caminho pelo qual sou totalmente apaixonado!

Da primeira loja em Porto Alegre até uma rede de franquias e lojas próprias já espalhadas por todos os cantos do Brasil. Você atribui esse crescimento a algum diferencial específico da marca?

Jorge Bischoff: A Jorge Bischoff tem um DNA de elegância que a diferencia e segue mantendo essa identidade autoral que a consagrou. Nosso potencial de avanço é grande não só porque temos uma marca altamente desejada pelos consumidores, mas também por que oferecemos aos investidores um projeto de varejo supercompetitivo, rentável e premiado pela sua excelência.

Estamos nas cinco regiões, contudo, o Brasil é gigantesco e ainda temos espaços estratégicos a conquistar, considerando a demanda crescente pela grife no mercado interno. Ao longo dos anos, conquistamos um público imenso, principalmente feminino, e muito apaixonado. Mais recentemente, estamos crescendo muito no mercado masculino também. De forma geral, o consumidor está sempre disposto a comprar produtos que o encantem e que ofereçam o melhor-custo benefício. As nossas coleções, tanto femininas quanto masculinas, têm essa missão de surpreender todas as pessoas de bom gosto.

E, claro, também tem o aspecto empresarial. O produto tem que ser comercial. Tem que fazer girar a máquina da indústria e fortalecer o varejo. Tudo isso é considerado na hora de criar um projeto, um produto ou uma estratégia da marca.

NOSSO POTENCIAL DE AVANÇO É GRANDE NÃO SÓ PORQUE TEMOS UMA MARCA ALTAMENTE DESEJADA PELOS CONSUMIDORES, MAS TAMBÉM PORQUE OFERECEMOS AOS INVESTIDORES UM PROJETO DE VAREJO SUPERCOMPETITIVO



FOTO ESTÚDIO JOÃO RICARDO



Hoje a marca está espalhada pelo mundo, com exportações para mais de 60 países. Como você acompanha as tendências mundiais para entregar qualidade e alinhamento à moda para tantas culturas ao redor do globo?

Jorge Bischoff: Eu acredito que, independentemente da nacionalidade, as consumidoras se apaixonam por peças que sejam elegantes, confortáveis e valorizem sua personalidade. Exatamente o que sempre busco fazer, para que elas se sintam únicas e empoderadas, como realmente são. Hoje a JB produz para ambos os públicos, mas nossa história nasceu e se consolidou especialmente com o feminino. E eu entendo o que as mulheres sentem em relação ao sapato. O sapato transforma. O sapato alimenta a alma!

A Jorge Bischoff construiu conceitos e estilos próprios de design e uma identidade única, que é perceptível nos traços, que valorizam a silhueta dos pés. E isso conquista pessoas em qualquer lugar do globo!

Os principais destinos de moda – como Nova York, Milão, Londres e Paris estão sempre no meu roteiro, mas a inspiração pode vir dos lugares mais inusitados, como uma viagem pelas bucólicas paisagens da Toscana, por exemplo (*isso é um spoiler da coleção especial que será lançada em breve!*). É preciso estar aberto ao novo, o tempo todo.

No desenvolvimento de uma coleção tem o lado artístico e tem o feeling do designer. Mas tem também muita pesquisa... De contexto do mercado, de tendências, de comportamento do consumidor. Quanto mais se pesquisa, maior é a bagagem e o acervo cultural que se constrói. E na hora de criar ou aprovar um produto é preciso misturar arte e técnica, de forma equilibrada. Afinal, a gente não cria só um sapato ou uma bolsa. É uma peça para valorizar a elegância e a autoestima do consumidor.

Conta um pouco mais para os nossos leitores sobre a produção de vinhos. Agora você

produz em Mendoza? O que podemos esperar nesse segmento?

Jorge Bischoff: Com o passar dos anos, o vinho também se tornou uma paixão da minha vida – ao lado do sapato, é claro. Em uma viagem a Mendoza, conheci o Valle de Uco e me encantei, tanto com o lugar, quanto com a qualidade dos vinhedos. É uma das principais regiões do mundo para a produção do vinho Malbec (*o meu preferido*): terroir perfeito, a 1.300 metros de altura, pertinho da Cordilheira dos Andes, com clima excelente para a produção de uvas.

Adquiri um vinhedo local e comecei a desenvolver, junto com os enólogos, uma linha de vinhos próprios. Estamos criando conjuntamente, e na maior parte do tempo à distância, o que é um grande desafio (*ainda maior com a pandemia!*). Preciso passar aos especialistas exatamente o que espero de cada bebida. Por que a minha ideia sempre foi criar os vinhos que mais aprecio, traduzindo a minha essência – exatamente como são todos os produtos que carregam a minha marca – seja um sapato, o cheiro da essência das nossas lojas ou o vinho.

O resultado, posso afirmar, ficou fantástico. Vinhos muito prazerosos de beber! Utilizamos barricas de carvalho francês e americano, em primeiro uso, que imprimem notas elegantes e persistentes ao vinho. Orgulhosamente, estamos lançando no mercado o Bischoff Wines – com quatro rótulos de excelência: o Authentic Malbec, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon e Blend de Blancs, que se juntam aos dois espumantes brut rosé e moscatel, que já desenvolvemos há algum tempo, na Serra Gaúcha, em uma das vinícolas mais premiadas pelo seu terroir.

Na Loja-Conceito JB, de Gramado/RS, criamos o Bischoff Wine Bar. Um ambiente aconchegante, com atendimento especializado, onde os vinhos podem ser degustados, enquanto se aprecia o charme do cenário da Cidade-Luz brasileira.

Todos os empresários passaram por anos desafiadores recentemente. Lojas fechadas, redução de consumo das famílias. Qual foi a estratégia que a marca desenvolveu para lidar com o desafio da pandemia e seguir em frente?

Jorge Bischoff: Os impactos e os desafios foram imensos, desde a forma de vender, como operar, como se comunicar e como fazer a gestão do negócio, mas também foram aprendizados que ficaram para a nossa evolução. O Bischoff Group implementou avanços tecnológicos muito rapidamente para que as lojas mantivessem parte do seu faturamento. Criamos a franquia virtual e o catálogo online, avançamos com a prateleira infinita e o pagamento por link. Outra alternativa foi o projeto Loja Amiga, em que uma parte sobre a venda de produto do nosso e-commerce era destinada para a loja física que o consumidor escolhesse.

Reduzir preços ou liquidar produtos nunca foi a nossa principal estratégia. Intensificamos, sim, as capacitações das equipes, em aspectos fundamentais como o relacionamento com o cliente, as vendas online multicanais e o atendimento que valoriza os diferenciais dos nossos produtos.

Gestão do tempo é sempre um desafio para os grandes empresários. Como você concilia família, cuidados com a saúde, o ofício de designer e a gestão de tantas vertentes da sua marca?

Jorge Bischoff: Eu tenho uma paixão, uma vontade, uma ânsia muito grandes de viver, de fazer, de realizar! Por isso, gerenciar meu tempo é fundamental, assim como escolher as minhas prioridades. Por exemplo: os cuidados com a saúde e o exercício físico são imprescindíveis para que eu possa seguir realizando bem as demais atividades, com uma vida produtiva e feliz.

Eu trabalho com a família e, ainda que seja desafiador, é uma grande realização. Eu, minha esposa Luciane (vice-presidente da

companhia) e minha filha Natália (diretora de Branding, Operações e Logística) estamos praticamente sempre juntos. A empresa é a nossa vida e nos unimos muito por esse sonho que construímos junto do time de colaboradores.

Faço questão de seguir morando na minha terra natal, muito embora seja apaixonado também por Porto Alegre, Gramado e, é claro, Balneário Camboriú, onde também temos residências. Cada um destes lugares, de alguma forma, contribui para uma vida melhor, repõe minhas energias, me inspira...

Além do trabalho e da família, é fundamental que eu possa me dedicar aos amigos, a viver experiências com a música, os vinhos e a gastronomia. É o que alimenta a minha alma!

Aprecio os bons pratos e adoro cozinhar. É a minha terapia! Mas tem que ser com tempo. Preparar cada detalhe, selecionar os melhores ingredientes, colher as ervas frescas no meu jardim... Também amo viajar. E, independentemente do que eu estiver fazendo, busco inspiração para criar produtos e estratégias em todos os momentos que vivo e lugares que passo. É um círculo virtuoso que impulsiona minha vida.

Em 2023 a marca Jorge Bischoff completa 20 anos. O que os consumidores podem esperar para marcar essa data especial?

Jorge Bischoff: Parece que foi ontem e é com muita alegria que vamos celebrar essa data histórica! Chegamos aos 20 anos com consolidação nacional e cada vez mais reconhecimento internacional. Em 2003, inauguramos a primeira loja em Porto Alegre, cinco anos depois lançamos o projeto de franchising e a distribuição para multimarcas. Hoje, as lojas exclusivas estão espalhadas por todo o Brasil, contemplando as cinco regiões. A rede de franquias cresceu estrategicamente, com todo o cuidado para uma expansão sustentável, com foco em eficiência, segurança e resultados



para quem se torna nosso parceiro. Nos últimos dois anos, acelerou ainda mais, apesar de tantos desafios na economia e, agora, estamos ultrapassando o número de 100 lojas.

A grife também está presente em mais de 60 países, entre 700 pontos de vendas parceiros, passando por todos os continentes. Além de duas lojas licenciadas – inauguradas recentemente em Luanda - Angola e Quito - Equador. São conquistas enormes para aquele menino que corria pela fábrica. Já realizamos muito, mas o futuro ainda promete!

Seguiremos com toda a paixão. Me motiva muito saber que, por meio da JORGE BISCHOFF, cada vez mais pessoas, assim como eu, vão realizar seus sonhos. E, é claro, que para comemorar esse momento tão especial, estamos preparando surpresas para as apaixonadas e apaixonados JB (*serão várias ações, envolvendo todos os nossos públicos, mas tudo ainda está sendo guardado em sigilo*). Tenho muito orgulho de ver que a marca conquistou

tantos e tantos fãs, pelo Brasil e pelo mundo. É para surpreender nossos consumidores que a gente dorme e acorda todos os dias, pensando em criar algo novo e encantador!

Se você pudesse dar um conselho para os empresários que se espelham em você. Qual seria esse conselho?

Jorge Bischoff: No meu caso, o fundamental foi nunca perder o foco. Um dos meus conselhos é: crie um objetivo e mantenha-se firme a ele. Porque, durante a jornada, muitas pessoas vão indicar diferentes direções, muitos pontos de vista. Escute o mercado, seja resiliente, corrija rotas quando for necessário, mas não sai do teu caminho principal. Sempre haverá dificuldades (*a vida do empreendedor é essa*), mas supere-as acreditando no projeto, sem desviar do teu sonho. Uma marca forte pode e deve constantemente evoluir, mas nunca perder os seus diferenciais e sua identidade.

A ESSÊNCIA DA JORGE
BISCHOFF ESTÁ
TOTALMENTE LIGADA
AO SONHO DE UM
MENINO QUE TINHA
PAIXÃO POR CRIAR
SAPATOS



Falando em bons conselhos, a capacidade de liderança é uma das suas habilidades. Você considera que tenha nascido com esse poder de mobilizar as pessoas por uma causa, ou desenvolveu essa expertise ao longo da vida?

Jorge Bischoff: Ao longo da minha trajetória, tive a sorte de encontrar algumas pessoas que acreditaram no meu potencial, me inspiraram a perseguir a excelência – com toda a força e a criatividade possível – e me fizeram crescer! A essência da Jorge Bischoff está totalmente ligada ao sonho de um menino que tinha paixão por criar sapatos, que encontrou oportunidades através de muito trabalho e evoluiu transformando isso em uma marca que existe para surpreender e levar felicidade em forma de produtos às pessoas.

Conhecimento e aprimoramento, mas tam-

bém paixão e determinação! É isso que procuro transmitir, buscando com que os colaboradores se sintam encorajados a fazer cada vez mais e melhor. Não só pela empresa, mas, principalmente, que o façam em suas vidas. Como gestor, a minha missão é desenvolver pessoas através das oportunidades profissionais. Por que acredito que o trabalho é algo fundamental para que o ser humano se realize. Gestão também tem a ver com inspiração e sonhos. Nunca tive medo de sonhar, porque ao meu lado sempre contei com pessoas tão comprometidas e determinadas quanto eu para fazer acontecer!

Um dos meus grandes objetivos é poder retribuir as tantas oportunidades que recebi na vida e transformei em resultados. Hoje em dia, busco ser o gerador delas para o maior número de pessoas que puder. Entre os em-

pregos diretos e indiretos – considerando os colaboradores da sede e todos aqueles que as franquias e que as fábricas que são nossas parceiras industriais empregam – são mais de quatro mil postos de trabalho gerados em todo o Brasil e no exterior.

Jorge, um cara que já realizou tanto até aqui, como você olha pro futuro. Qual sonho falta realizar?

Jorge Bischoff: O que a gente realizou, está realizado. Eu sou uma pessoa que está sempre sonhando com o novo. Sou inquieto e movido a desafios. Acho que isso é importante na vida de todos: que se desafiem constantemente!

Por exemplo, trabalhar com os vinhos está sendo uma experiência totalmente diferente pra mim. Porque eu tinha a missão de fazer vinhos de excelência, sem estar diariamente

lá na vinícola ou andando pelos vinhedos, como a vida inteira eu fiz nas fábricas de sapatos. Sempre consigo ir às indústrias, escolher os couros, pegar cada produto na mão, enfim, acompanhar bem de perto.

Com essa novidade, me senti um “guri”, começando tudo de novo! Porque não podia ser apenas o vinho de uma vinícola com o rótulo Jorge Bischoff. Tinha que ter a minha essência, assim como os sapatos têm. Mas, depois de me jogar de corpo e alma, e é claro ser muito bem assessorado por dois enólogos parceiros (*um que está no Valle de Uco e outro especialista da Itália*), tenho a felicidade de ver esse projeto tão incrível ganhando vida. O mundo é cheio de oportunidades e precisa de pessoas que tenham coragem, ousadia e paixão por fazer acontecer! Eu tenho e quem sabe o que mais vem por aí? ■



MAIS BEBIDAS

POR AUGUSTO RADEKE

VINHO E COMIDA, DUPLA PERFEITA PARA O INVERNO!

HARMONIZE VINHOS E PRATOS COM O MESMO CORPO: ESSA É A REGRA MAIS BÁSICA E INTUITIVA DA HARMONIZAÇÃO, E FALA POR SI.

Augusto Radeke descobriu a sua paixão pelo vinho através de seu pai, Tony, que é Sommelier internacional formado na Itália pela A.I.S. (Associazione Italiana Sommelier) e juntos iniciaram a Decanter de Balneário Camboriú, que hoje desponta como a principal loja e distribuidora de vinhos da região. Desde então, em quase 15 anos de experiência no mundo do vinho, ele vem se especializando e hoje é nível 3 da WSET (Wine School Education Trust), escola sediada em Londres e que é uma das principais do mundo no que diz respeito à vinhos, além de estar à frente dos negócios da família.

© @augustoradeke



OLÁ CAROS LEITORES, é um prazer escrever aqui para vocês novamente. Com a chegada da estação mais fria do ano, nada melhor do que vinho e comida, não é mesmo? Principalmente se combinados da maneira correta.

Muitas pessoas pensam que essa é uma tarefa difícil e muito técnica, porém existem dicas práticas e muito eficientes para harmonizar comida e vinho, e gostaria compartilhar algumas delas de forma resumida aqui com vocês. Sendo assim, começemos com uma definição de harmonização que li uma vez e é a minha favorita até hoje: “Harmonização não é ciência. Harmonização é, antes de tudo, a busca do equilíbrio entre o vinho, o prato e nós mesmos.”

Lindo na teoria, mas como buscar esse equilíbrio na prática, já que existem tantas variáveis nos vinhos e nas comidas? Essas variáveis incluem, no lado do vinho, as uvas, safras, produtor, método de produção, região, temperatura, guarda, etc. No lado do prato,

ingredientes, forma de cocção, tempero, frescor e complexidade. Finalmente e não menos importante, ainda há diversas variáveis que podem influenciar as nossas percepções, como a companhia, o lugar, o horário do dia, a disposição, o estado de espírito, entre tantos outros.

Sei que depois de ler esse último parágrafo, você deve ter coçado a cabeça e perguntado: mas como é que eu vou conseguir combinar tudo isso? Calma! É por isso que eu vou elencar abaixo, 5 regras de ouro que devem te ajudar nesse desafio:

Harmonize vinhos e pratos com o mesmo corpo: essa é a regra mais básica e intuitiva da harmonização, e fala por si.

Vinhos com acidez pronunciada são coringas: eles são capazes de encarar pratos muito salgados, muito gordurosos, apimentados ou muito complexos, minimizando a intensidade desses elementos e permitindo que os sabores mais sutis apareçam.

Vinhos tânicos precisam



FOTO DIVULGAÇÃO

de proteínas: é por isso que a harmonização de bons Malbecs, Cabernets ou Tannats, por exemplo, geralmente passam por carnes vermelhas suculentas e mal passadas de preferência;

O que cresce junto se come junto: essa antiga regra é muito apreciada por Chefs e Sommeliers. Ela basicamente nos diz para combinar vinhos regionais com pratos regionais dos países produtores, e garanto pra vocês: funciona muito!

Vinhos com algum grau de açúcar e teor alcoólico baixo, são bons parceiros de comidas apimentadas: o açúcar do vinho pode minimizar o efeito da pimenta do prato, possibilitando que os demais sabores apareçam. Já o álcool, deve ser baixo pois a pimenta enaltece a sensação alcoólica do vinho, que se for alto, formará a reação perfeita para “pegar fogo”.

Bom, espero ter ajudado vocês. Bom inverno, regado a muita comida, bons vinhos e até a próxima. Saúde! ■

ESPAÇO GASTRONÔMICO

POR RAFAEL SCALCO



TRUFAS: UMA IGUARIA



FOTOS DIVULGAÇÃO

A TRUFA (tartufo, em italiano) é um fungo, um tipo de cogumelo subterrâneo muito apreciado na alta gastronomia e que pode ser encontrado em algumas regiões da Europa. Com diversas espécies, as melhores e mais nobres Trufas são encontradas na Itália, a Trufa Branca de Alba e a

Trufa Negra Pregiato de Norcia, por seus aromas e sabores marcantes.

COMO É ENCONTRADA?

Trufas não são coletadas, mas sim “caçadas”. Sua busca é feita com cães farejadores.

Elas crescem naturalmente no Sul da França, na Itália e na Croácia.

PAPPARDELLE ITALIANÍSSIMO DO RESTAURANTE KOMBINA FELICE. MOLHO DE TOMATE, PESTO DE MANJERICÃO, PRESUNTO PARMA E AZEITE DE TRUFA

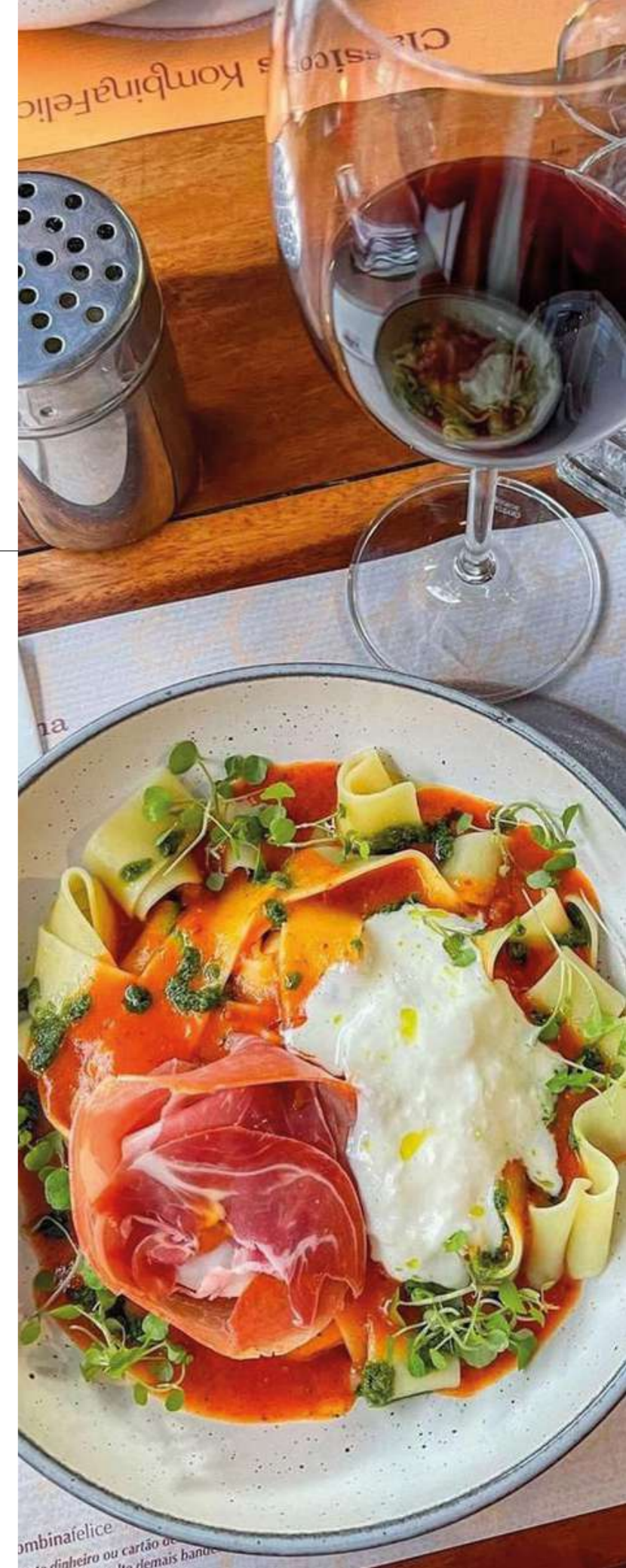
Elas ficam enterradas a mais ou menos 30 centímetros de profundidade próximo às raízes de algumas árvores, como castanheiras, carvalhos e aveleiras e suas características são que determinam a cor, sabor e aroma das trufas. Como as Trufas vivem no subsolo a única forma que o Tartufo, o mestre Trufeiro em italiano, as encontra é pelo faro aguçado do Lagotto Romagnolo, o cão símbolo da caça às Trufas na Itália.

Caso de amor ou ódio! Tem gente que ama, tem gente que odeia. Obviamente sou do time dos que amam, senão não estaria aqui escrevendo sobre elas não é mesmo?

Criar paladar pra trufa pra mim é que nem sushi, as primeiras vezes pra quem nunca comeu pode parecer estranho depois você vai se apaixonando.

POR QUE A TRUFA TEM CHEIRO DE GÁS?

No Brasil e na maior parte do mundo é usado o Mercaptano para dar cheiro ao gás, ele foi escolhido pois é um odor muito pronunciado e raro na natureza e ele tem um componente em comum com a Trufa que é Dimetil-Sulfeto, o que justifica as pessoas associarem o cheiro de gás à Trufa.



Rafael Scalco é bacharel em gastronomia e possui MBA em Gestão Empresarial, fundador do restaurante Kombina Felice que iniciou sua operação em 2013 e hoje é um dos restaurantes mais consagrados de Balneário Camboriú. E recentemente também abriu a Foqui Sanduíches.

📍 @rafascalco1

E AS TRUFAS DE CHOCOLATE?

As Trufas de Chocolate não contêm Trufas! Elas levam esse nome pela semelhança com o fungo de mesmo nome. Elas são feitas com chocolate, mais creme de leite ou manteiga, boleadas e enroladas em cacau ou chocolate em pó.

Elas foram criadas na França no final do Século XIX e era anunciada como a essência do chocolate concentrada em uma mordida.

Se você gosta de cozinhar vou te deixar uma receita incrível que combina muito bem com qualquer carne.

O PREPARO

As Trufas Brancas devem ser consumidas cruas, raladas ou em lâminas sobre os pratos prontos, pois elas perdem o aroma quando aquecidas. As Trufas Negras ao contrário das Brancas tem seu aroma enriquecido quando aquecidas, porém, se muito

aquecidas também acabam perdendo o aroma, portanto devem ser usadas nos últimos minutos do cozimento dos pratos.

COMO PODEM SER CONSUMIDAS?

Normalmente em lâminas, podendo ser usadas na finalização de um risoto ou uma massa.

Por mais que seja um ingrediente da alta gastronomia ela combina muito bem com ovo, ovo frito de gema mole, lâmina de trufas e um pãozinho é uma combinação perfeita.

Algumas das combinações que vão muito bem com trufa são:

- Alho
- Arroz
- Massa
- Aspargos
- Bacon
- Ovos
- Queijos

RECEITA PURÊ DE BATATAS COM TRUFA

Mas não é qualquer purê, a cremosidade dele preparado dessa forma é surpreendente.

- 1 kg de batata branca
- 10 g de sal
- 6 folhas de louro
- 3 litros de água

Creme 300g de nata

- 150g de manteiga com sal
- 1/3 de noz moscada
- 20 g de trufa laminada

Finalização: 20g trufa laminada



MODO DE PREPARO

Colocar a água para ferver, enquanto isso descascar as batatas e cortar em cubos grandes de tamanhos uniforme, isso é fundamental para um cozimento padrão de todas as batatas.

Quando a água levantar fervura acrescentar o sal e as folhas de louro na água seguido das batatas e cozinhar até ficarem macias (em torno de 25 a 30 minutos).

Quando as batatas estiverem quase prontas, aquecer em uma panela a parte a manteiga com a nata até levantar fervura, desligar o fogo.

Com as batatas prontas, escorrer a água e amassa-las, em seguida acrescentar o creme bem quente e mexer bem com o auxílio do fouet (batedor de arame). Mexa bem incorporando ar pra deixar o purê mais fofo. Pegar uma noz moscada inteira e ralar na hora 1/3 dela, a noz moscada fresca tem um sabor muito mais pronunciado do que comprar ela já ralada. Ajustar o sal caso necessário. Em uma travessa servir o purê e por cima colocar as trufas laminadas, que podem ser frescas se você encontrar, porém como é muito difícil ter acesso a elas pode ser substituída pela trufa laminadas que é mais fácil de encontrar em empórios. Em última alternativa caso não encontre utilize o azeite de trufa para finalizar.■

FOTOS DIVULGAÇÃO



MEMBRO CLUB M BRASIL

MILENA PERRARO MARTINS

Doutora, Mestre e especialista em endodontia, especialidade da odontologia que trata os canais dos dentes, Milena é especialista também em implantodontia e saúde coletiva e da família, que são áreas que no momento atual não exerce, porém dão base para o conhecimento usado em sua clínica geral.

Possui pós graduação em prótese dentária, dentística e cirurgia-buco-maxilo facial, que acabam dando um norte para as condutas e indicações nos dentes em que fazemos os tratamentos endodônticos e conseguimos realizar as melhores indicações para os dentes destes pacientes.

Com tradição de mais de 18 anos de experiência clínica em consultório privado, Milena destaca que seu propósito é fazer os atendimentos pensando em como gostaria de ser tratada. Realiza os procedimentos nos pacientes baseados em evidências científicas.

Conta com o uso de microscópio operatório Zeiss, além de mais outros 4 modelos de microscópios para melhor visualizar as estruturas com nitidez e detalhes. Seus tratamentos são executados com aparelhos modernos como motores endodônticos sem fio, localizadores foraminais eletrônicos, teste elétrico, exames de imagens digitais, fotografias de todo o processo executado, motor elétrico que é a alta rotação com ruídos reduzidos, aparelhos de ultrassom, cart endodôntico, laser vermelho e infra-vermelho e gerador de ozônio.

A endodontia microscópica nos possibilita tratar dentes que muitas vezes antes eram condenados a extração, e nada é melhor do que termos nossos próprios dentes em boca e com saúde.

Contatos

Rua 1500,820 sala 1401 Centro

Balneário Camboriú SC

Telefone/Whats app: 47 33110491

Residencial PORTO VICENZO

- Próximo ao principal acesso de Balneário Camboriú
- Região de Grande Valorização

O imóvel

- Apto de 2 dormitórios, sendo 1 suíte
- Amplo living
- Churrasqueira a carvão
- Infra estrutura para automação e muito mais

O empreendimento

- Área de lazer mobiliada e decorada
- Salão de festas
- Piscina
- Academia
- Playground

Fale Conosco

Rua Ariribá, nº 92 - Taboleiro - Camboriú- SC

☎ 47 9 9190-1111



O MAIS EXCLUSIVO E VALIOSO DE ITAJAÍ

POR REI DOS IMÓVEIS

Seu home club particular: todas as varandas com piscina aquecida e face de vidro



Viva Infnitá e surpreenda seus sentidos com a natureza!

O Infnitá Treehouse possui design assinado pelo Triptyque, um escritório internacional franco-brasileiro, e foi pensado em cada detalhe para aliar tecnologia e sustentabilidade, formando um empreendimento inovador e aconchegante.

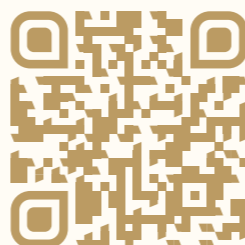
Um home club particular em cada unidade que contempla varanda com piscina aquecida e face de vidro e muita privacidade para desfrutar dos melhores momentos de lazer em família.

Encontre um viver mais fascinante, mais sonhador, intuitivo, realizador.

Destaque para os apartamentos diferenciados que têm área especial com mini golfe e opções de cobertura duplex, apartamento duplex e apartamento diferenciado, com até 5 suítes, sendo uma suíte master com vista permanente para a Mata Atlântica.

A filosofia Infnitá Treehouse está na reconexão com a natureza ao redor: muitas árvores nativas, pássaros, a Marina e o mar. Tudo pensado para criar um refúgio particular com as facilidades das maiores metrópoles.

SAIBA MAIS:



O QUE AS SÉRIES NOS ENSINAM SOBRE GESTÃO

Sofá, pipoca, um domingo de chuva com a família reunida. Que tal usar esse cenário relaxante para – além de se entreter – aprender técnicas de gestão que podem fazer toda a diferença no seu negócio?



www.reidosimoveis.com.br
@reidosimoveissc



Av. Vereador Abrahão João Francisco,
2600 - Dom Bosco, Itajaí/SC

Rua Cônego Tomás Fontes, 145,
Edifício Lion Center - Centro, Itajaí/SC



REI DOS IMÓVEIS
IMOBILIÁRIA

CONSUMIR SÉRIES já faz parte da rotina da maior parte dos brasileiros. Com a popularização dos serviços de *streaming*, todos temos acesso facilitado a produções de vários cantos do mundo, com formatos e abordagens variados.

O mundo dos negócios, por exemplo, é tema recorrente em produtos audiovisuais, e tem cada dia mais apresentado lições conectadas com a realidade atual do ambiente empresarial. Pensando nessa conexão, a Club M The Magazine foi buscar cinco séries que podem te ajudar a refletir sobre gestão em diferentes formas.

São insights importantes para pensar na prática, que vão desde aspectos de liderança até a construção de estratégias para novos negócios. Então, se você chegou até aqui, prepara a pipoca e vamos à lista:

1. HOW TO GET AWAY WITH MURDER

Conhecer as habilidades de cada liderado. Talvez essa seja a mensagem mais clara passada pela série *How to get away with murder*. Na trama, protagonizada pela atriz Viola Davis, uma advogada e professora conta com uma equipe de estagiários bastante dedicada e competente.

Porém, a protagonista é certa ao encontrar meios de fazer emergir o que há de melhor em cada liderado. Ela busca o desenvolvimento das habilidades de cada um e delega tarefas de forma muito eficiente, mostrando que a confiança na própria equipe é essencial para o sucesso de todos.



1

2. SUITS

Também passado no âmbito jurídico, *Suits* é uma série sobre a resolução de casos por uma equipe de advogados. Nela, o personagem central, Mike, demonstra uma grande habilidade na *soft skill* chamada de *zoo out*, que consiste em se distanciar uma situação problema para enxergar aquela realidade sob outros pontos de vista.

A série revela a importância dessas habilidades sensíveis no ambiente corporativo, mostrando que não basta o conhecimento técnico para realizar o trabalho.



2

3. THE OFFICE

Série bem humorada que busca retratar de maneira caricata a realidade do ambiente corporativo, *The Office* seja talvez a série que melhor retrate os perrengues cotidianos que você provavelmente passa ou já passou em algum trabalho, seja gerenciando, ou gerenciado.

A pegada nesta série é identificar os exemplos do que não fazer para que sua equipe não encare o trabalho nem a sua liderança de forma maçante e pouco inspiradora.



3

4. SUCESSION

Campeã de indicações no Emmy em 2022, a série conta a história de uma família que gere uma grande corporação e tem a difícil tarefa de escolher um sucessor para o patriarca, Logan Roy. Todo o enredo da série gira em torno de como os dramas familiares transbordam para a gestão dos negócios, e o desafio de se manter relações interpessoais convivendo com as relações profissionais.

Além disso, ao longo da série, o personagem principal, Logan Roy, promove muitas reuniões com a alta cúpula da empresa, que envolve seus familiares, sempre buscando lidar com as crises que surgem. Apesar do diálogo ser importante no ambiente corporativo, a série deixa claro que, com o tempo, as pessoas envolvidas conseguem “ler” Logan e respondem sempre o que acreditam que ele vai querer ouvir.



4

5. VIKINGS

Vikings é uma série sobre expedições medievais, mas que trata do tema da liderança com grande foco. Ragnar, seu personagem principal, inicia a saga da série ousando navegar em mares desconhecidos por seu povo. Apesar das críticas, ele ousa seguir com sua ideia e obtém sucesso. Uma bela lição sobre pensar “fora da caixa” e não ter medo de inovar!

Tachado como louco, o personagem usa seu poder de persuasão para conquistar equipe e ferramentas necessárias para tentar fazer o que ninguém nunca tinha feito e constrói uma nova história a partir dessa ousadia. Com muitas temporadas, a série segue dando exemplos de liderança com o passar das gerações e deixa claro como é possível construir um legado quando se tem segurança para superar os desafios. ■



5

FOTOS DIVULGAÇÃO

MERCADO DE LUXO

POR CARLOS FERREIRINHA



CONHEÇA SEUS CLIENTES!

VIVEMOS UMA ERA DE TRANSFORMAÇÃO E DE REVOLUÇÃO NOS HÁBITOS DE CONSUMO.

HÁ ANOS ESTA tem sido uma das principais obrigações e desafios das empresas: conhecer o cliente! Nunca, porém, essa vertente da gestão foi tão vital como no atual cenário. A pergunta é se estamos realmente prontos para lidar com este consumidor com novas exigências e demandas. Realmente podemos dizer que conhecemos a fundo os clientes que há anos têm mantido relação comercial com nossos produtos e/ou serviços? Temos reais habilidades de entender estrategicamente o banco de dados, com tudo que coletamos há anos? Ou na verdade o que temos é um “bando de dados”? Já estamos treinando novamente nossa equipe de vendas ou atendimento com novas ferramentas e novas técnicas? Temos sido capazes de equipar nosso corpo funcional com novas metodologias e formatos de atendimento? Qual é o novo repertório usado pelos vendedores ou atendentes?

O mercado vem, há algum tempo, emitindo for-

tes sinais de mudanças e algumas bem profundas. Vivemos uma era de transformação e de revolução nos hábitos de consumo. O nível de qualidade alcançado por um número cada vez maior de empresas na oferta de seus produtos e serviços faz com que a excelência alcance um novo patamar. Se a qualidade era o grande diferencial na era dos produtos e serviços, qual seria a vantagem competitiva e o valor diferenciado na era das experiências, em que o indivíduo está cada vez mais disposto e ávido por acessar tudo o que é especial? Se antes capacitávamos a todos para vender produtos e serviços, o que estamos fazendo para capacitar a todos na venda emocional, na venda de experiências? Como despertar a atenção do consumidor quando o mesmo está diante da espetacularização do igual?

Até recentemente era tão fácil classificar o tipo de clientela... Mais fácil ainda era entender claramente o sinal emitido por ela. Na

era dos produtos e serviços, onde o nível de conhecimento e acesso do cliente era razoavelmente baixo, tínhamos o poder em nossas mãos. O que fazer então diante de um cliente cada vez mais pluralizado e que não tem mais “estilo de vida” e sim, “ocasião de vida”? Sim, pois, ao mesmo tempo, ele treina box e medita na yoga.

Estamos sendo capazes de reaparelhar nossos funcionários para lidar com um cliente muito informado? Quando a padaria e a farmácia surpreendem com um movimento upscale, qual será a expectativa do consumidor diante de produtos, serviços e marcas que tradicionalmente são mais exclusivas e especiais? Há anos muitas empresas vêm desenvolvendo programas de relacionamento com clientes, criando bancos de dados, atualizando as fichas cadastrais, elaborando programas de fidelidade e presenteando seus clientes em seu aniversário. Não é mais suficiente. Já não bastam as famosas fichas cadastrais se, quando você retorna ao mesmo hotel, a recepção pede para que seja preenchida novamente. Ou quando o vendedor pergunta: “o senhor se importa em

preencher nossa ficha de cadastro?” sem antes verificar se você já a preencheu anteriormente. Para que serve um programa de milhagem especial das companhias aéreas além da emissão de bilhetes-prêmio? Ainda não consigo entender como em um check-in o agente não consegue imediatamente ter na tela do computador dados sobre o passageiro, como nome completo, a última viagem com a companhia, o último filme a que assistiu ou algo assim, para que o mesmo seja de imediato surpreendido por um atendimento mais customizado? Será que além de falar sobre a rota do voo, os procedimentos segurança e o merchandising habitual, os comissários não têm como receber dados - também em tempo real - sobre quem está naquele voo para, talvez, encantar um passageiro que está aniversariando ou, quem sabe, premiar um viajante que tem a maior quantidade de horas voada? De que adianta os extraordinários avanços tecnológicos se não os usamos estrategicamente?

Temos que ser capazes de ir mais adiante, de dar um passo a mais. Na era das experiências, é básico assumir que seu produto e serviço

possuem qualidade. Temos que encantar, surpreender, fascinar, envolver! Confúcio dizia que quando contamos nossa experiência, as pessoas esquecem. Se mostrarmos, elas lembrarão. E se as envolvermos, elas entenderão. Rasguem as fichas cadastrais. Criem outras. Desaprendam e aprendam novamente. Deletem o velho conhecimento e busquem novos. Precisamos aprender a fazer de forma diferenciada o que temos feito de forma bem sucedida há anos. Einstein sabiamente dizia que se fizermos alguma coisa da mesma forma sempre e esperarmos resultados diferentes, somos apenas loucos. Temos que mudar! Arriscar mais. Ousar mais. Há uma diferença entre prestar um serviço excelente - e já esperado - e SURPREENDER e ENCANTAR! Conheçam os seus clientes. Mas conheçam, e não apenas juntem informações sobre eles.

Agora, atenção: coloque-se na posição de cliente (todos somos clientes de alguém) e faça o seguinte exercício: quem ultimamente lhe surpreendeu? Se a resposta for poucos produtos e serviços, fique atento, pois sua operação/marca/produto pode estar nesta média baixa. ■

Carlos Ferreirinha é Pensador Estratégico & Fundador Presidente da MCF Consultoria Especializada na Inteligência da Gestão e do Modelo de Negócios do Luxo

📧 @carlosferreirinha



MEMBRO CLUB M BRASIL

MATTHEUS URBANEK

Advogado criminalista, Mattheus Urbanek é natural de Joinville, Santa Catarina e vive em Balneário Camboriú há aproximadamente 15 anos, onde fundou e mantém o escritório Urbanek Advogados.

Formado em Direito pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Mattheus é pós-graduando em Direito Penal e Processual Penal, membro da ANACRIM (Associação Nacional da Advocacia Criminal), e está regularmente inscrito na OAB/SC 54.625 e nos quadros da Ordem dos Advogados de Portugal.

Sem ser filho de advogados ou herdeiro de escritório, trabalhou muito para conseguir aos poucos ganhar espaço no mundo jurídico, tudo 100 % “self-made”. Após concluir a graduação, imediatamente iniciou a trajetória jurídica fundando o escritório onde atua em busca de reestabelecer liberdades e ajudar no esclarecimento de processos criminais, defendendo os clientes de forma técnica e artesanal.

Com o passar dos anos, Mattheus teve a oportunidade de atuar em casos de grande repercussão, nacional e internacionalmente, incluindo operações complexas, em especial as relacionadas a apuração das práticas de tráfico internacional de drogas e lavagem de dinheiro.

Além da advocacia criminal, empreende no ramo da construção civil, possuindo alguns imóveis em construção, incluindo um prédio que será entregue na cidade de Camboriú/SC.

Através do escritório atende clientes em Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo e Mato Grosso, e Suíça, com força de vontade para estender o atendimento ao Brasil todo e futuramente à União Europeia.

Contatos

(47) 3514-6974

(47) 9 9926-9689

@mattheusurbanek

www.urbanekadvogados.com



A RETOMADA EXPONENCIAL DOS EVENTOS

Responsável por mais de 4% do PIB brasileiro, setor que foi paralisado pela pandemia vive uma retomada acelerada e prevê ainda mais expansão em 2023.



FOTOS DIVULGAÇÃO

QUE ATIRE A PRIMEIRA pedra quem não estava morrendo de saudade de uma aglomeração com milhares de pessoas para adquirir novos conhecimentos, fazer contatos ou se divertir. Depois de ter quase 100% das suas operações interrompidas, o setor de eventos vive uma retomada acelerada em 2022 e projeta ainda mais movimentações em 2023.

Quem afirma isso é a Cris Fabbris, gerente comercial do Expocentro de Balneário Camboriú, uma das principais cidades indutoras de turismo do país. Segundo Cris, a expectativa para 2023 é a melhor possível. “Já verificamos que no ano de 2022 teve uma retomada exponencial. Aqui para o Expocentro a agenda para 2023 está bastante ocupada, praticamente 47% do mapa de ocupação está fechado para 2023, e isso é muito bom. Já estamos com o mapa aberto até 2028, acreditamos que até o fim do ano já vamos abrir até 2030”, contou ela.

Responsável por cerca de 4,5% do PIB Brasileiro, o mercado de eventos impacta diretamente em outras mais de 50 atividades econômicas no país. Segundo um estudo Associação Brasileira dos Promotores de Eventos – Abrape, realizado com dados do Ministério da Economia, o hub setorial que envolve 52 áreas da cadeia produtiva registrou um crescimento

PARA O EXPOCENTRO A AGENDA PARA 2023 ESTÁ BASTANTE OCUPADA, PRATICAMENTE 47% DO MAPA DE OCUPAÇÃO ESTÁ FECHADO

8,8% na geração de empregos ainda em 2021, em relação 2020, já apontando para esta retomada. Em números, isso significa que 268 mil vagas de trabalho foram geradas em atividades como hospedagem, operação turística, gastronomia, estrutura de limpeza, segurança, entre outras, que são diretamente impactadas pela realização de eventos.

O levantamento indica ainda que o segmento de eventos de cultura e entretenimento no país envolve 6,2 milhões de pessoas, entre empregadores, empregados e microempreendedores individuais (MEIs). Ele representa um total de 647.828 empresas, 2.460.555 MEIs, que movimentam R\$ 62,4 bilhões em

massa salarial e R\$ 41,9 bilhões em impostos federais. O faturamento é de R\$ 334,2 bilhões (4,52% do PIB).

Cris Fabbris destaca ainda que essa volta dos eventos tem acontecido de forma bastante acelerada. Ela conta que “não começou aos poucos, já veio muito forte, um pouco menor em tamanho de evento, mas, não drasticamente reduzidos como pensávamos que aconteceriam antes da pandemia, poucos híbridos, todos voltaram com força total e uma coisa muito interessante a salientar, que voltaram recebendo o mesmo número de público. A venda comercial de estandes e patrocínios se manteve dentro do segmento de feiras”, analisa Fabbris.

Em maio de 2022, o Sebrae e a Abrape divulgaram uma nova pesquisa de abrangência nacional que mostra como as atividades de cultura e entretenimento influenciam positivamente áreas como aviação civil, hotelaria e seguros. Intitulado Programa de Estudos Sócio-Organizacionais do Setor de Eventos (PESO), o estudo apresenta um diagnóstico socioeconômico, uma análise de cenários e faz um mapeamento de oportunidades para as empresas da área. A pesquisa foi realizada

AS PALAVRAS PARA 2023 SÃO CRESCIMENTO E INCREMENTO

entre os dias 15 de março e 29 de abril e teve como amostragem inicial os associados da entidade, que reúne atualmente mais de 700 empresas em todos os estados.

De acordo com os resultados parciais do PESO, 56% das empresas do setor já voltaram a atuar normalmente após o longo período de paralisações e restrições impostas pela pandemia de coronavírus (Covid-19), enquanto que 36% retomaram as atividades parcialmente e 8% ainda sofrem com as consequências da crise. Aponta, ainda, que cerca de 45% captaram empréstimos no período, totalizando R\$ 25,6 milhões.

Diante destes dados, fica evidente que ainda há espaço para mais aceleração e crescimento no mercado de eventos brasileiros. Dado que é confirmado pela Cris Fabbris, que afirma que “as palavras para 2023 são crescimento e incremento”. ■

“Se você
pode sonhar,
você pode
realizar.”

ENTREVISTA COM

Sthefany Lucidi

CEO DA SL NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS



O mercado imobiliário é um dos setores que mais se desenvolveu nos últimos anos. O desejo tanto por rentabilizar seus investimentos, quanto por moradia, tem atraído olhares e pessoas do mundo todo para o estado brasileiro que mais se destacou nos últimos 24 meses, Santa Catarina.

Nesta edição do CLUB M BRASIL - Mundo dos Negócios, conversamos com a CEO da SL Negócios Imobiliários, conhecida como Corretora Lucidi. Nascida no Rio de Janeiro, pós-graduada em Coaching e Liderança e especialista em imóveis de luxo na Praia Brava em Itajaí-SC.

Vem destacando-se por amar sua profissão e entregar aos seus clientes um atendimento com excelência!

Ela conhece as particularidades dos empreendimentos deste belíssimo litoral de alta qualidade de vida. Rico em belezas naturais, gastronomia e uma economia aquecida, principalmente por sua atividade portuária e construção civil.

Com atuação em imóveis de altíssimo padrão, voltados a um público exigente que busca, além do luxo, segurança e conforto, a seriedade, comprometimento e exclusividade na hora de comprar um imóvel.

Corretora Lucidi tem foco no maior empreendimento da região, no condomínio primoroso, frente mar, completo em infraestrutura, o Bravíssima Private Residence. **Confira!**

Qual é a importância de ter um excelente profissional, Corretor de Imóveis, no momento de adquirir um imóvel, seja moradia ou investimento?

O corretor é o representante legal do comprador. Esse profissional tem a responsabilidade de entender o que o cliente procura, quais seus reais interesses e desejos nessa compra e filtrar a melhor oportunidade para ele. Nessa escuta ativa, o corretor facilita a vida do cliente, trazendo então apenas ofertas de imóveis com características que o atenda. Isso é poupar o tempo do comprador e realizar o desejo dele na negociação.

Comprar com segurança e agilidade!

Em sua opinião, quais são hoje, as competências necessárias para ser um excelente profissional do mercado imobiliário?

Sendo especialista no que faz, como em todas as outras profissões, destaca-se o profissional que atua com segurança, destreza e excelência!

O mercado imobiliário brasileiro vem passando por um crescimento acentuado nos últimos anos, e se

apresenta como um dos segmentos mais prósperos da economia nacional. 2022 será um ano de eleições, incertezas sobre reflexo da pandemia e volatilidade na Bolsa de Valores. Em sua opinião, o que podemos esperar do mercado imobiliário neste ano?

Os próximos anos serão de mais crescimento e valorização, independentemente das circunstâncias citadas acima.

Vamos falar de fatos, a cidade se prepara para um crescimento nunca visto antes, em Itajaí estão sendo investidos bilhões em infraestrutura, teremos o binário da Osvaldo Reis, atualização da ciclo faixa da cabeçudas, criações de vias e praças, projetos de novos acessos, novas pontes e muito mais. No setor privado, temos o Boulevard da Marina de Itajaí, novos restaurantes e lojas, eventos internacionais como a Volvo Ocean Race e Salão Náutico, esses são apenas alguns exemplos de peculiaridades da cidade que a faz destacar-se no Brasil e chamar tanta atenção de investidores nacionais e internacionais!

Com tantos projetos e eventos é certo que nossa região continuará subindo sua renda per capita e agregando no valor do m2. Além disso, o nível construtivo de Itajaí e Balneário Camboriú é um marco para o país, temos as maiores torres do Brasil, empreendimentos com lazer incrível com impressionante praia artificial e campo de golf, diversos projetos ousados e de altíssimo padrão de acabamento e designer, trazendo beleza deslumbrante para nossa região. Cidades prósperas, seguras e cada vez mais desenvolvidas, não restam dúvidas de que aqui é um ótimo lugar para se investir!



Riviera Concept (Anexo ao Hotel Hilton)
Av. Osvaldo Reis, 3385
Praia Brava - Itajaí SC
Sala 906

(47) 997333016



Você pode realizar seus sonhos.

Leandro Cabral explica como:

O executivo de investimentos e educador financeiro Leandro Cabral, 35 anos, que já ajudou dezenas de casais a atingir a liberdade financeira e realizar os sonhos de vida, conta que tudo começou com a insatisfação de como estava a própria vida, há alguns anos. Natural de Presidente Getúlio, formado em Engenharia Química, casado e duas filhas. A vida seguia o rumo mais comum, ou seja, do trabalho para casa, filminho com pipoca em casa como lazer, porque o dinheiro nunca dava para realizar os sonhos de mais qualidade de vida como: viagens, morar de frente para o mar, dentre outras coisas.


“Levar o maior número de casais à liberdade financeira, tem sido a minha missão. Para quem não tem conhecimento parece uma missão impossível, mas é possível sim. Você pode realizar seus sonhos. A organização financeira te dará aquilo que você planeja fazer”.

Em um dos insights que teve resolveu tomar as rédeas de sua vida, fez cursos de educação financeira e mercado de Capitais. Com o conhecimento que adquiriu começou a organizar suas contas e conseguiu eliminar uma dívida de mais de 50 mil reais, depois de anos endividado.

Leandro percebeu que, se não tomasse uma atitude, não iria sair do lugar e ia envelhecer sem ter as coisas que sempre quis e o pior, ainda endividado. Trabalhou por 10 anos em uma multinacional, atendendo países da América Latina e mesmo assim, a vida não fluía como ele queria. “Para ter uma vida próspera não há relação com altos salários, porque também pode-se fazer altas dívidas. O segredo do sucesso financeiro é ter organização financeira”, explica.

Após se formar em educador financeiro, saiu de seu emprego com carteira assinada e começou a ajudar casais com seu conhecimento, para crescimento conjunto. Isso porque, em pouco tempo, ele e sua esposa realizaram vários desejos, inclusive o grande sonho de morar de frente para o mar. “Ao ver que, com minha determinação, obtive os resultados que tanto queria, resolvi ensinar as pessoas a também concretizarem seus sonhos e ter uma vida financeira saudável”.

Atualmente Leandro é sócio de uma empresa de investimentos. Além de ajudar casais a organizarem-se financeiramente, ele os orienta a investirem melhor, com segurança e rentabilidade.

Quer ver outras dicas, siga o Leandro no Instagram:  [casaljuntosericos](#)



Com anos de experiência, tenho conhecido as particularidades dos empreendimentos deste belíssimo litoral catarinense, mas confesso que nada se compara a esse condomínio!

Apresento-lhe o Bravíssima Private Residence. Em meio à mata verdejante e de frente para a imensidão do mar azul existe uma rara coleção de terrenos de até 6.800m² e apar-

tamentos de até 700m² reservados para grandes projetos de vida.

O condomínio destaca-se, pois além de belezas naturais, ampla estrutura de lazer sendo piscina frente mar de borda infinita, piscina aquecida, salões de festa, cave exclusiva com assinatura da Vinícola Ferrari e muito mais, tem acessibilidade, sendo um dos poucos condomínios com heliponto exclusivo

e perto do Aeroporto Internacional de Navegantes.

O empreendimento está localizado ao lado da famosa Balneário Camboriú, e menos de 10 minutos da Marina de Itajaí, ótimas opções para quem gosta de curtir late ou Veleiros.

Localização estratégica, conforto e segurança tem trazido empresários do Brasil e do exterior para esse apaixonante paraíso!



CONHEÇA OS PARCEIROS COMERCIAIS DO CLUB M BRASIL

Nossos membros têm benefícios exclusivos em uma rede de parceiros selecionados. Use seu cartão e faça negócios com vantagens.



FOTO CAMILLA CARNIEL

E SE VOCÊ QUER
SER PARCEIRO
COMERCIAL DO
CLUB M BRASIL
E INTEGRAR
NOSSA REDE DE
BENEFÍCIOS,
FAÇA CONTATO
CONOSCO

- AMARE**
ITAJAÍ: AV. CARLOS ELY CASTRO, 100 (ANEXO A MARINA ITAJAÍ) - CENTRO
INSTAGRAM: @AMARECOZINHAEBAR
- APOLLO HOMEM**
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AVENIDA BRASIL, 2315 (ESQUINA COM 2400), CENTRO.
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 3300 (ENTRADA ACADEMIA WAVE), BARRA SUL.
INSTAGRAM: @APOLLOHOMEM
- ARAMIS**
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AV. SANTA CATARINA, BALNEÁRIO SHOPPING, 2º PISO, LOJAS 231/232.
INSTAGRAM: @ARAMISBALNEARIO
- ARBITRALIS - CÂMARA DE MEDIAÇÃO**
BELO HORIZONTE, MG
INSTAGRAM: @ARBITRALIS
- ARTIGIANALE MÓVEIS**
ITAJAÍ - SC: R. JOSÉ CÂNDIDO, 202 - SÃO JOÃO
INSTAGRAM: @MOVEISARTIGIANALE
- BALI BISTRÔ**
RUA HIGINO JOÃO PIO, 670, ESTALEIRINHO, CEP: 88.334-660
INSTAGRAM: @BALIBISTROBEACH
- BARZIN CARIOCA**
RUA: 3300, 341 - CENTRO, 88330-272
INSTAGRAM: @BARZINCARIOCA

- BRAVO AÇOGUE PREMIUM**
AVENIDA CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE, 530, PRAIA DOS AMORES, 88331 - 410
INSTAGRAM: @BRAVO.PREMIUM
- BRAZEIRO GARCIA**
BAL. CAMBORIÚ/SC - AVENIDA NORMANDO TEDESCO, Nº 1095, BARRA SUL
INSTAGRAM: @BRAZEROGARCIA
- CAMILLA CARNIEL FOTOGRAFIA**
PORTO BELO, SC
INSTAGRAM: @CAMILLACARNIELFOTOGRAFIA
- CHEFF AMPESSAN**
CHEFF EM CASA
INSTAGRAM: @CHEFF.AMPESSAN
- CLÍNICA VITALIS CONCEPT**
R. 2700, 212, SALA 04 - CENTRO, 88330-374
INSTAGRAM: @VITALISCONCEPT
- DOORWAY - CAR**
EDIFÍCIO SKY BUSINESS CENTER RUA 1500, 820 SALA B-33, CEP: 88330-526
INSTAGRAM: @CARDNETLTD
- DRA. JUCIELLE QUINTANA**
RUA 3100, 322, SL 02, CENTRO, CEP: 88330-302
INSTAGRAM: @DRA.JUCIELLEQUINTANA
- DRA. LAILANE MACHADO**
ITAJAÍ: AV. OSVALDO REIS, 3385, SALA 709, RIVIERA CONCEPT (ANEXO HOTEL HILTON), PRAIA BRAVA.
INSTAGRAM: @DRALAIMACHADO

- E-INVESTOR**
AGENDE UMA REUNIÃO DE APRESENTAÇÃO E SOLICITE SEU CUPOM PELO WHATSAPP.
48 99123-4551
HTTPS://WWW.EINVESTOR.COM.BR/
- ENOTECA DECANTER**
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: TERCEIRA AVENIDA, 2040, CENTRO
INSTAGRAM: @DECANTERBC
- FOQUI SANDUÍCHES**
AV. CENTRAL, 676 - SALA 3 - CENTRO, CEP: 88330 - 670
INSTAGRAM: @FOQUISANDUICHES
- GET IT!**
SANTA CATARINA - BRASIL
INSTAGRAM: @GETITBRASIL
- GRÃOS E VINHOS**
AV. BRASIL, Nº 2431, LOJA 03, CENTRO, CEP: 88330 - 055
INSTAGRAM: @GROSEVINHO
- HAKKEN SUSHI LOUNGE**
RUA 1301, 73 ANEXO AO HOTEL D'SINTRA, CENTRO, 88330-795
INSTAGRAM: @HAKKENSUSHI
- HOTEL ALPESTRE**
RUA LEOPOLDO ROSENFELD, 67, 95670-000
INSTAGRAM: @HOTELALPESTRE

JOALHERIA MONTECRISTO
SHOPPING JK IGUATEMI: AVENIDA PRESIDENTE JUSCELINO KUBITSCHKE, 2041, PISO TÉRREO - L.J. 148, ITAIM BIBI, SÃO PAULO
SHOPPING IGUATEMI SP: AVENIDA BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2232, PISO TÉRREO - L.J. C-37, JARDIM EUROPA, SÃO PAULO
INSTAGRAM @MONTECRISTO.JOALHERIA

KALON CONTABILIDADE
RUA 770, 20 - CENTRO, BALNEÁRIO CAMBORIÚ - SC
INSTAGRAM @CONTABILIDADEKALON

KOMBINA FELICE
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: PASSEIO SAN MIGUEL, RUA 3300, N° 361, SALA 05
INSTAGRAM: @KOMBINAFELICE

KRONE CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 901, 267, SALA 04, CENTRO
CAMBORIÚ: RUA LAURO MÜLLER, 54 (SOBRELOJA), CENTRO
INSTAGRAM: @KRONECLINICAS

LA VITA RESTAURANTE
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: TERCEIRA AVENIDA, 1123, CENTRO
INSTAGRAM: @LAVITA.RESTAURANTE

LA/BELLE
BALNEÁRIO CAMBORIÚ:
AV. ATLÂNTICA, 4980, BARRA SUL.
ITAJAÍ: AV. JOSÉ MEDEIROS VIÉIRA, 2444, PRAIA BRAVA - 88306-800
INSTAGRAM: @LABELLE

LABELLE DRINKS
BALNEÁRIO CAMBORIÚ:
AV. ATLÂNTICA, 4980, BARRA SUL
INSTAGRAM: @LABELLEDRINKS

LOJA DAS PORCELANAS
BALNEÁRIO CAMBORIÚ/ SC: RUA 3300, Nº 700, CENTRO, CEP: 88330 - 272
INSTAGRAM: @LOJADASPORCELANASBC

MAIS SAÚDE EMERGÊNCIAS MÉDICAS E ATENDIMENTO DOMICILIAR
AV. DO ESTADO DALMO VIEIRA, 1231 - 6B - PIONEIROSBALNEÁRIO CAMBORIÚ - SC
INSTAGRAM: @GPMAISSAÚDE

MA&V CONCEPT - SALÃO
ITAJAÍ: R. SAMUEL HEUSI, 579, SALA 901 - CENTRO
INSTAGRAM: @MAV.CONCEPT

MILCLIN
BALNEÁRIO CAMBORIÚ:
QUARTA AVENIDA, 494, CENTRO.
INSTAGRAM: @CLINICAMILCLIN

MILEMY
AVENIDA RUY BARBOSA 425, PRAIA DO AMORES
INSTAGRAM: @MILIMYSPACOBELLEZA

MONTBLANC
BRASIL
INSTAGRAM: @MONTBLANC

MTI INVESTIMENTOS
AVENIDA ADOLFO PINHEIRO, 2054 - CJ 306 - ALTO DA BOA VISTA - SÃO PAULO/SP
INSTAGRAM: @MTI.INVESTIMENTOS

MULTISIND GESTÃO DE CONDOMÍNIOS
INSTAGRAM: @MULTISIND

NEO LAZ ODONTOLOGIA
JOAÇABA/SC: AVENIDA SANTA TEREZINHA Nº136, CENTRO, CEP: 89600-000
INSTAGRAM: @NEOLAZ.ODONTOLOGIA

NEOLAZ ODONTOLOGIA
AVENIDA SANTA TEREZINHA, Nº 136, CENTRO, JOAÇABA-SC
INSTAGRAM: @NEOLAZ_IMPLANTES

OSTRO COZINHA E VINHO
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AV. NORMANDO TEDESCO, 1350, CENTRO (ANEXO A MARINA TEDESCO)
INSTAGRAM @OSTRORESTAURANTE

PADARIA FORTALEZA
RUA FRANCISCO VAHLDIECK, 704 - BAIRRO FORTALEZA, BLUMENAU
INSTAGRAM: @PADARIA_FORTALEZA

PARGUS SEASIDE
ITAJAÍ: AV. JOSÉ MEDEIROS VIÉIRA, 1423 - PRAIA BRAVA
INSTAGRAM: @PARGUSBRAVA
PONTO DE PARTIDA

ROD. ARMANDO CALIL BUTOS, 4747 - LOJA 2A, INGLESES, FLORIANÓPOLIS/SC
INSTAGRAM: @PONTODEPARTIDAOP

PURIFIC BC
TERCEIRA AVENIDA, 1627, CENTRO - BALNEÁRIO CAMBORIÚ
INSTAGRAM: @PURIFIC_BC

QUATRO 7 RESTAURANTE
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AV. ATLÂNTICA, 5020 - CENTRO
INSTAGRAM: @QUATRO7

RESTAURANTE DRUMMOND
ITAJAÍ: AV. CARLOS DRUMMOND DE ANDRADRE, 70, PRAIA BRAVA.
INSTAGRAM: @RESTAURANTE.DRUMMOND

REVIGORE
ROD. ARMANDO CALIL BUTOS, 4747 - LOJA 2A, INGLESES, FLORIANÓPOLIS/SC
INSTAGRAM: @REVIGORECOLCHOES

SANTA ÓTICA
ITAJAÍ/SC: AV. SETE DE SETEMBRO, 235, CEP: 88301 - 205
INSTAGRAM: @SANTA_OPTICA

SCHAEFER YACHTS
R. QUATORZE DE JULHO, 519 - ESTREITO, FLORIANÓPOLIS - SC
INSTAGRAM @SCHAEFERYACHTS

SC PAINÉIS
BRUSQUE: AVENIDA DOM JOAQUIM 647 - SALA 08 - JARDIM MALUCHE
INSTAGRAM: @SCPAINEIS

SOLEIL PIZZA
ITAJAÍ: RUA CAROLA, 69, PRAIA BRAVA.
INSTAGRAM: @SOLEILPIZZARIA

STUDIO SCHIER
INSTAGRAM: @STUDIO_SCHIER

TECFIT ACADEMIA SEM PESOS
RUA 2414, 40 SALAS 2 E 3 - CENTRO, BALNEÁRIO CAMBORIÚ
INSTAGRAM: @TECFITBRASIL

TERRAZZA GARDEN
R. DELFIM MÁRIO DE PÁDUA PEIXOTO, 500 - PRAIA BRAVA, ITAJAÍ - SC
INSTAGRAM: @ERRAZZAPRAIABRAVA

TRANCOSO CORRETORA DE SEGUROS
INSTAGRAM: @TRANCOSOSEGUROS

THAI GARDEN
ITAJAÍ: AV. OSVALDO REIS, 3281, LOJA 23 E 24, RIVIERA BUSINESS, PRAIA BRAVA
INSTAGRAM: @THAIGARDENASIAN

UNISUL
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA SANTA CATARINA, 151, CENTRO.
ITAJAÍ: RUA BRUSQUE, 162, CENTRO.
INSTAGRAM: @UNISUL_UNIVERSIDADE

VINERO WINE SELECTION
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 904, 130 - SALA 07 - CENTRO, CEP: 88.330-584
INSTAGRAM: @VINEROWINESELECTION

XP GROUP
INSTAGRAM: @XPGROUPOFICIAL

WAGNER CAMILO & UMPIERRE ADVOGADOS
ITAJAÍ: RUA ALBINO GUGELMIN, 384, BARRA DO RIO.
INSTAGRAM: @WAGNERCAMILOEUMPIERRE

YOU MEDICINA, NUTRIÇÃO E ESTÉTICA
BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 912, 110, SALA 07, CENTRO.
INSTAGRAM: @CLINICAYOU

CONHEÇA TODOS NOSSOS PARCEIROS COMERCIAIS
EM NOSSO SITE CLUBMBRASIL.COM.BR



* AS PARCERIAS PODEM SER ALTERADAS OU ENCERRADAS SEM PRÉVIO AVISO. OS BENEFÍCIOS SÃO OFERECIDOS DIRETAMENTE PELO PARCEIRO COMERCIAL E NÃO SÃO DE RESPONSABILIDADE DO CLUB M.

SEJA MEMBRO
DO CLUB M BRASIL



PRIVATE
BUSINESS
CLUB



© @clubmbrasil