



CLUB M

THE MAGAZINE
SETEMBRO 2023 | EDIÇÃO 04

"É PRECISO
QUESTIONAR
O QUE JÁ EXISTE."

JOÃO APPOLINÁRIO,
CEO DA POLISHOP

Seu pré-lançamento
alto padrão, para
morar ou investir,
no litoral do m² mais
valorizado do país!

Entre em contato e conheça as melhores
opções no litoral Catarinense!



KARINA SILVA
CORRETORA DE IMÓVEIS

Nasci e fui criada aqui em Balneário Camboriú, acompanhando de perto o profundo desenvolvimento da cidade, o que me traz a expertise de **identificar as melhores oportunidades de investimento no mercado imobiliário.**

Minha especialidade em **imóveis de altíssimo padrão e pré-lançamentos**, me capacita a oferecer a você um leque **exclusivo e criteriosamente selecionado** de opções, que não apenas atendem aos mais altos padrões de qualidade, mas também proporcionam maior **rentabilidade e valorização.**

Conte comigo para tornar sua busca pelo imóvel perfeito uma jornada de comprometimento e de sucesso. Seja para morar, investir ou adquirir uma propriedade de férias, serei a parceira ideal para você rumo ao seu objetivo.

Kaína Silva

Corretora de imóveis
especialista em imóveis
de Alto Padrão no Litoral
Catarinense .





12 MERCADO IMOBILIÁRIO
CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR

20 MODA E ESTILO
ALEXANDRE TALEB

36 OLHAR JURÍDICO
THIAGO ALVES

50 GIRO CLUB M BRASIK
TIAGO MACHADO

58 MAIS BEBIDAS
AUGUSTO RADEKE

68 MERCADO DE LUXO
CARLOS FERREIRINHA

44 **CAPA**

ENTREVISTA COM JOÃO APPOLINÁRIO, UM DOS MAIORES EMPRESÁRIOS DO PAÍS, MOSTRA COMO A INOVAÇÃO PODE SER VITAL PARA OS NEGÓCIOS.



FOTOS CAPA RENATO PIZZUTTO

24 **CRESCIMENTO**
NÚMERO DE DOMICÍLIOS CRESCEU EXPO-
NENCIALMENTE NO BRASIL

40 **TURISMO**
HOTEL BRASILEIRO FICA ENTRE OS 10 MAIS LUXUOSOS DO TRIPADVISOR

32 **ECONOMIA**
INFLAÇÃO É A MAIS ELEVADA EM TODO O MUNDO

62 **ARTE**
MUSEU DE INHOTIM TEM UM DOS MAIORES ACERVOS A CÉU ABERTO DO MUNDO

TIAGO MACHADO

FOUNDER DO CLUB M BRASIL



UMA REVISTA ALINHADA A UM PROPÓSITO

Início este espaço destacando nossa honra de estampar na capa da quarta edição da Club M The Magazine um dos maiores empresários do Brasil, João Appolinário. Em entrevista exclusiva para nossa equipe, buscamos extrair dicas e modos de pensar de uma das cabeças mais inovadoras da nossa geração quando falamos de gestão e negócios. Esperamos realmente que a leitura deste material incentive novas formas de olhar e ajude a melhorar ainda mais suas práticas empreendedoras.

Nossa revista tem como propósito justamente fazer refletir. Não um refletir qualquer, mas um pensar sobre como podemos usar as habilidades do empreendedorismo para sermos cada dia melhores na vida e nos negócios. Não é à toa que selecionamos um time de colunistas que passeia entre os temas de consumo, mercado e estilo. Não é por acaso que publicamos reportagens que tratam

de economia, investimentos e tendências. Tudo que você verá nas próximas páginas foi pensado para que você, leitor, termine esta revista melhor do que começou.

Esta filosofia também pauta as atividades do Club M Brasil, espaço que tem se consolidado cada dia mais como um grande vetor de negócios qualificados, amizades sinceras e trocas profundas. Por isso a The Magazine, que surge do movimento do nosso clube, não poderia ser diferente.

Aproveite este espaço para te convidar para estar cada vez mais perto de nós, membros do Club M Brasil. Nas próximas páginas você também verá alguns registros de nossas atividades cotidianas, em uma seção nova que pensamos justamente para difundir essa nossa filosofia de buscar sempre a excelência, mas mantendo as relações humanas em primeiro lugar.

Espero que você tenha uma ótima 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





A REVOLUÇÃO DOS ELÉTRICOS: JAGUAR E LAND ROVER VÃO INVESTIR 15 BILHÕES DE EUROS

Investimento será feito nos próximos cinco anos para diminuir a pegada industrial das marcas, ampliando as tecnologias autônomas, de Inteligência Artificial e digitais.

AS MARCAS JAGUAR E LAND ROVER, do grupo JLR, anunciaram recentemente os planos empolgantes para acelerar sua transição para se tornar a principal fabricante de carros de luxo modernos do mundo, revelando que sua fábrica de Halewood, no Reino Unido, se tornará uma instalação de produção totalmente elétrica, ligando a montadora com as próximas gerações. A ação inclui a fabricação da arquitetura SUV de tamanho grande, que agora será puramente elétrica.

Em uma atualização para a mídia global no centro da JLR em Gaydon, o CEO Adrian Mardell reafirmou o compromisso da empresa com sua estratégia *Reimagine*, que reposicionará a empresa como uma montadora de carros de luxo moderna e elétrica até 2030, à medida que a JLR avança em sua estratégia financeira com metas de alcançar uma posição positiva de caixa líquido até o ano fiscal de 25 e EBITDA de dois dígitos até 2026.

“Há dois anos, lançamos nossa estratégia *Reimagine* e, desde então, fizemos grandes progressos, incluindo o lançamento de dois novos modelos Range Rover e Range Rover Sport de luxo aclamados pela crítica, juntando-se à família Defender, para a qual há uma demanda recorde. Conseguimos isso enquanto navegamos nos ventos contrários

da pandemia e da escassez de chips e aumentamos com sucesso a produção de nossos modelos mais lucrativos para gerar lucro no terceiro trimestre. Hoje, tenho o orgulho de anunciar que estamos acelerando nosso caminho de eletrificação, tornando uma de nossas fábricas no Reino Unido e nossa arquitetura de SUV de luxo de médio porte de próxima geração totalmente elétrica. Esse investimento nos permite entregar ao nosso futuro elétrico luxo e modernidade, desenvolvendo novas habilidades e reafirmando nosso compromisso de ser carbono líquido zero até 2039”, afirmou Adrian Mardell, Diretor Executivo das marcas.

ELÉTRICOS DA PRÓXIMA GERAÇÃO

Anunciando seu roteiro de eletrificação da próxima geração, a JLR confirmou que começará a aceitar pedidos de clientes para o moderno e luxuoso Range Rover totalmente elétrico a partir do final deste ano de 2023. O primeiro de sua próxima geração de SUVs de luxo modernos de tamanho médio será um modelo totalmente elétrico da família Range Rover, lançado em 2025 e construído em Halewood em Merseyside, em um movimento que afirma ainda mais o compromisso da JLR com o futuro do carro do Reino Unido.

CASA DAS MARCAS

Como próximo passo dentro da estratégia *Reimagine*, foi revelado que a JLR adotará uma abordagem House of Brands, para ampliar o caráter único de cada uma de suas marcas - Range Rover, Defender, Discovery e Jaguar - e acelerar a entrega da visão da empresa para se tornarem orgulhosos criadores das marcas automotivas de luxo modernas mais desejáveis do mundo para os clientes mais exigentes.

Comentando sobre a abordagem da *House of Brands*, o diretor criativo da JLR, o professor Gerry McGovern OBE, disse que é “fundamental para a estratégia a formação





da *House of Brands*, que é uma evolução natural, com o propósito de elevar e ampliar a singularidade de nossas marcas britânicas de personalidade. Nossa ambição final é construir experiências verdadeiramente envolventes e emocionais para nossos clientes que, ao longo do tempo, irão construir um alto patrimônio de longo prazo para nossas marcas e sustentabilidade de longo prazo para a JLR”, concluiu.

A JLR também anunciou que o primeiro dos três Jaguars de luxo modernos reimaginados será um GT de 4 portas construído em Solihull, em West Midlands, no Reino Unido. Com mais potência do que qualquer Jaguar anterior, um alcance de até 700 km (430 milhas) e com preços indicativos de £ 100.000, o novo Jaguar será construído em sua própria arquitetura exclusiva, chamada JEA. Mais de-

ESSE INVESTIMENTO NOS PERMITE ENTREGAR AO NOSSO FUTURO ELÉTRICO LUXO E MODERNIDADE

talhes do novo GT Jaguar de 4 portas serão divulgados ainda este ano, antes de serem colocados à venda em mercados selecionados em 2024, para entregas a clientes em 2025. “Reimaginamos radicalmente a Jaguar como uma marca de luxo moderna. A chave para a transformação da Jaguar é que os designs transmitem que são uma cópia do nada”, disse Gerry McGovern OBE



PRESENÇA NO REINO UNIDO

Além da notícia de que sua fábrica de Halewood em Merseyside, no Reino Unido, se tornará uma unidade de produção totalmente elétrica e sua arquitetura de SUV de tamanho médio de próxima geração agora será totalmente elétrica, a JLR também revelou que seu Centro de Fabricação de Motores em Wolverhampton, Reino Unido, atualmente produzindo motores de combustão interna Ingenium para seus veículos, terá um futuro elétrico produzindo unidades de acionamen-

to elétrico e baterias para os veículos da próxima geração da JLR. Ele será renomeado como Centro de Manufatura de Propulsão Elétrica para refletir a mudança.

Em notícias positivas para o futuro do local histórico de Castle Bromwich, a JLR confirmou que suas instalações de estampagem que preparam a carroceria prensada para os veículos da JLR serão expandidas para desempenhar um papel fundamental no futuro elétrico da empresa, fornecendo carroceria para a próxima geração de veículos elétricos. ■



valor
marketing e vendas

MERCADO IMOBILIÁRIO

POR CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR



CICLO IMOBILIÁRIO

O CICLO IMOBILIÁRIO É DIVIDIDO EM 4 FASES: 1) RECUPERAÇÃO; 2) EXPANSÃO (ALTA); 3) EXCESSO DE OFERTAS; E 4) RECESSÃO. CADA UMA DAS FASES VIVE UM PERÍODO, E SOBRE ESTE OLHAR QUE ANALISEI O ÚLTIMO CICLO.

EM MOMENTOS em que muitos estão travados na tomadas de decisão, muitos outros estão acelerando os investimentos imobiliários, isto em razão da compreensão do ciclo imobiliário, ou até mesmo por seu próprio feeling perante ao movimento de mercado.

Fiz uma análise do último ciclo imobiliário e constatei grande transformação. O último ciclo encerrou em 2019, o início deste ciclo foi em meados dos anos 2000, ocasião em que os imóveis não estavam precificados em categoria própria. Ou seja, os valores de imóveis eram equivalentes aos valores de bens de consumo, como os veículos por exemplo. No ano 2000, por exemplo, um Marea turbo HLX e um apartamento de três dormitórios na Rua 2700, em Balneário Camboriú, há 500 metros do mar, tinham o mesmo valor, R\$35.000,00 (trinta e cinco mil reais).

O ciclo imobiliário é dividido em 4 fases: 1) recuperação; 2) expansão (alta); 3) excesso de ofertas; e 4) recessão. Cada uma das fases vive um período,

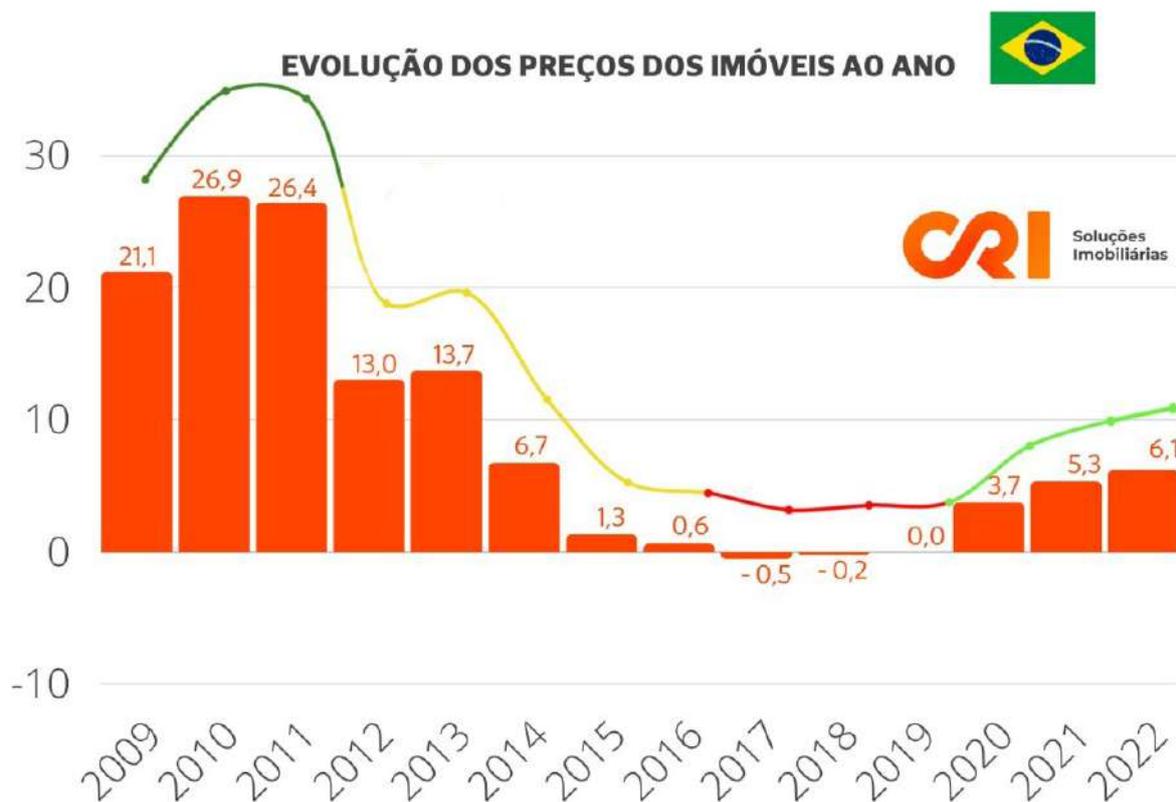
e sobre este olhar que analisei o último ciclo.

Com início em meados dos anos 2000, o ciclo teve uma grande escalada, seu pico foi em 2010, onde a valorização média dos imóveis no Brasil chegou aos 26,86%. Um índice elevado, que teve uma década de construção até chegar a este patamar - momento de sair na capa da revista. Este é um dado relevante, pois traz luz ao tempo do ciclo, mostrando que até o patamar máximo foram 10 anos, e este foi o tempo de vida das duas fases iniciais, de recuperação e expansão.

Estas fases são impactadas por fatores econômicos que refletem diretamente no mercado, uma vez que alterações de financiamentos e taxa de juros refletem no tempo de maturação das fases do ciclo. Em 2005, por exemplo, tivemos uma mudança pelo Banco Central para utilização dos recursos do Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo (SBPE), isto fez a utilização escalar e impactar diretamente o mercado imobiliário. Em 2005, o valor de fi-

Custódio Ribeiro - CEO CRI Soluções imobiliárias, Administrador de Empresas com 17 anos de experiência no Mercado Imobiliário.

📍 @custodioribeirojr



nanciamento imobiliário SBPE - aquisição e construção, somadas chegaram a 5 bilhões de reais. Estas mesmas categorias no ano de 2010 somaram 56 bilhões de reais, comprovando que o crédito é uma forte alavanca do mercado.

Do pico, ao zero passamos por um período semelhante ao do crescimento. O tempo para viver as outras duas fases e zerrar o ciclo foi de 9 anos, da máxima de 2010 até ao término da estagnação (0,0%) em 2019. O que também me chamou atenção nesta análise é que mesmo em declínio, o mercado cadenciou sua descida e o período de recessão foi a fase mais curta de todo o ciclo, tendo apenas 3 anos (2017, 2018 e 2019). Este período, comparado ao total, representa apenas 15,79% do ciclo, o que mostra a resistência do setor imobiliário.

Deixando de olhar para o passado e olhando para o futuro, minha análise entrega que temos anos de crescimento pela frente, e estamos ainda na primeira fase do ciclo - recuperação, em busca da transição para a segunda fase, de expansão onde se tem as grandes altas do mercado.

Para surfar as maiores valorizações é necessário estar atento, pois por muitas vezes o mercado passa trimestres, semestres, morno, e em um movimento rápido, super aquece provocando grande elevação de preços e surpreendendo alguns consumidores, causando inclusive um efeito de arrependimento evolutivo, pois o consumidor trava diante da disparada de valor. Mas quanto mais o tempo passa, pior o cenário fica e o valor do imóvel segue em evolução.

Do macro ao micro, em nossa

região temos um cenário ainda mais promissor. Santa Catarina entrega hoje quatro cidades no ranking top 10 dos m² com a maior avaliação do Brasil. Um estado rico, com um mix de forças econômicas, tendo como fortes alicerces na região litorânea o turismo e construção civil colocam o mercado imobiliário no foco de investidores nacionais e internacionais. Nosso estado alia belezas naturais e qualidade de vida ao comportamento de consumo das pessoas com alto poder aquisitivo, fazendo com que o estado receba recursos de diversas regiões e setores econômicos de todo nosso extenso Brasil.

O momento é de atenção às oportunidades de compra, pois este ciclo - como os outros, multiplicará o valor do patrimônio de muitos investidores e famílias. ■

The logo for CRI consists of the letters 'C', 'R', and 'I' in a bold, orange, sans-serif font. The 'C' and 'R' are connected at the bottom, and the 'I' is a simple vertical bar to the right.

**Soluções
Imobiliárias**

www.criimoveis.com.br

**O seu infinito
começa hoje ∞**

A marca CRI Soluções Imobiliárias, com 12 anos de história, se destaca no cenário imobiliário de Santa Catarina com dois pilares: um ecossistema abrangente de soluções imobiliárias e um modelo de parceria atrativo para profissionais qualificados. Esse modelo, conhecido como "partnership", impulsiona gestão inovadora e crescimento exponencial.

Recentemente apresentada a um público de 140 pessoas em Balneário Camboriú, a CRI foi introduzida por Custódio Ribeiro, CEO e fundador. A transformação da marca, de CR Imóveis para CRI (Credibilidade e Resultado em Imóveis), foi ilustrada em um emocionante vídeo, que até contou com a participação da primeira cliente da empresa, uma fiel há 17 anos.

Custódio Ribeiro também anunciou quatro novos sócios, incluindo três corretores com trajetórias longas na empresa e uma assessora jurídica com seis anos de experiência. Isso demonstra uma gestão inovadora em prol da empresa e do mercado regional.



A apresentação enfatizou o ecossistema da CRI, abrangendo serviços de corretagem, crédito imobiliário, investimentos em fundos imobiliários e o modelo CRI Propriedades, que oferece ativos fracionados com potencial de valorização.

Custódio Ribeiro declarou: "Nossa visão por meio da CRI é estabelecer um ecossistema centrado no cliente, proporcionando soluções inovadoras e abrindo novas perspectivas."

O ecossistema da CRI inclui parceiros como Itaú, Santander, Bradesco, Acreditas, Banco Inter, Loft e EQI Investimentos, além das principais construtoras do mercado. Além disso, a empresa oferece produtos internos exclusivos, focados em investimentos imobiliários lucrativos.

Custódio Ribeiro ressaltou: "Através da CRI, nosso objetivo é unir os melhores e oferecer produtos inovadores, refletindo nosso nome que une credibilidade e foco em resultados para investidores e parceiros."





EXCELÊNCIA *do* GRÃO À XÍCARA

- Grãos especiais e linha gourmet
- Locação e manutenção de máquinas
- Insumos e acessórios profissionais
- Cursos exclusivos para baristas
- Cafeteria e loja virtual

Visite nosso espaço
e aprecie o melhor do café

Rod. Osvaldo Reis, 2935
Praia Brava - Itajaí (SC)

@garibaldicafeira • cafeiragaribaldi.com.br



CLUB M BRASIL

ANDREONE RIBEIRO

Formado em Administração de empresas, pós-graduado em vendas pela FGV e especialista em vendas pela Babson College, por longos anos dedicou sua carreira ao mercado de tecnologia até que em 2018 resolveu se aventurar no marketing digital.

Essa grande mudança aconteceu porque havia a necessidade de provar à sociedade que era possível começar do zero e construir algo incrível independentemente da idade, da situação econômica e da atual carreira.

Entre frustrações e desafios, Andreone desenvolveu uma habilidade única em identificar oportunidades lucrativas, entendendo que a riqueza acontece quando mudamos algumas engrenagens na nossa mente.

Diante disso, construiu uma grande agência de marketing (Ar Digital Labs), fundou uma das maiores empresas de automação de WhatsApp (Devzapp) da América latina, sem contar inúmeros investimentos em outras empresas e novos projetos de software.

Desde então, dedica seu tempo às atividades de CEO na Ar Digital e está responsável pela criação de duas empresas de software. Sendo elas:

FCS - focada em criar um sistema de fluxo de caixa simples, descomplicando a maneira que pequenos empresários lidam com essa questão, entregando mais visão e inteligência financeira para tomada de decisões mais saudáveis. (Instagram @fluxodecaixasimples)

CRM Datacrazy - software focado na gestão automatizada do lead de forma global dentro uma organização, visando trazer uma visão do fluxo deste cliente e automatizar o processo de comunicação através do WhatsApp, e-mail, SMS e ligação. O CRM vai apli-



CAMILLA CARNIEL

car relatórios de engajamento, de LTV e muitos outros que fornecerão ações para automatizar e ou humanizar a comunicação, dependendo da etapa que o lead se encontra no processo.

Contato

© @crm.datacrazy.io




MAGA

O MELHOR LUGAR PARA INVESTIR
NAVEGANTES A CIDADE
QUE MAIS CRESCE NO LITORAL
NORTE DE SANTA CATARINA



S O N H E

ENQUANTO OS
OUTROS DESEJAM



LEIA O
QR CODE E
SAIBA MAIS

NOS SIGA NO INSTAGRAM
[@maga.empresendimentos](https://www.instagram.com/maga.empresendimentos)

MODA E ESTILO

POR ALEXANDRE TALEB



OS SETE ESTILOS UNIVERSAIS DE HOMENS NO MUNDO

HOJE VAMOS FALAR DO SEGUNDO ESTILO, O ELEGANTE

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 impossível 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

Alexandre Taleb é Consultor de Imagem, assessora pessoas e empresas a atingir autenticidade, credibilidade e autoconfiança através da imagem pessoal. Saiu na revista GQ da Vogue como um dos 25 homens mais elegantes e influentes do Brasil 2017. Atualmente tem um quadro de lifestyle de luxo na TV no Programa Amaury Jr da Rede Tv.

📷 @alexandretaleb



FOTOS DIVULGAÇÃO

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

ELEGANTE:

Homem de estilo elegante. Estilo de homens refinados, seguros de si, imponentes e sofisticados. Estão sempre com o visual impecável e procuram roupas de melhor qualidade e durabilidade.

Sabem que a simplicidade é muito chique. Geralmente usam combinações de roupas em tom sobre tom, sempre com algum acessório ou peça de roupa que chame mais a atenção. Sua opção por roupas que duram anos não é sinal de acúmulo de peças que ficam obsoletas, pelo contrário: seu guarda-roupa é caracteri-

zado por itens atemporais, que nunca saem de moda. O melhor exemplo disso é a camisa social branca, essencial no seu look. Um homem elegante sempre tem várias camisas brancas – e gosta de usá-las tanto com uma bermuda ou jeans, no final de semana, como também com seu melhor terno, no trabalho. Sua escolha de acessórios revela sempre um toque notável: sem perder o ar refinado e imponente, são bem combinados e de alta qualidade. Suas roupas se caracterizam por serem feitas sob medida, em alfaiate.

Palavra-chave: rebuscado

Exemplo: Roberto Justus

Na próxima edição vamos falar de outro estilo. ■

GESTÃO FINANCEIRA ESTRATÉGICA

A chave para o sucesso empresarial

Em um cenário empresarial cada vez mais competitivo e dinâmico, a gestão financeira estratégica emerge como um elemento fundamental para a sobrevivência e o crescimento sustentável das organizações. As empresas que compreendem a importância de uma gestão financeira eficaz e a utilizam como uma ferramenta estratégica estão melhor posicionadas para enfrentar os desafios do mercado, tomar decisões fundamentadas e alcançar o sucesso a longo prazo.

A Sibrom Soluções em Negócios, foi fundada em 2010, com a visão de ser referência em soluções de negócios para empresas no estado. Desde então, temos nos dedicado a **fornecer orientação estratégica e prática para empresas de todos os tamanhos e setores**. Nossa equipe é composta por profissionais altamente qualificados e credenciados nos órgãos competentes.

Tomada de decisões

A gestão financeira estratégica fornece aos líderes empresariais informações valiosas para tomadas de decisões informadas. Seja em relação a investimentos em novos projetos, aquisições, expansões ou redução de custos, as decisões devem ser respaldadas por análises financeiras sólidas. Nossa equipe tem know-how, para minimizar os riscos, maximizar as oportunidades e contribuir para o crescimento lucrativo dos seus negócios.

Destaca-se, de que uma gestão financeira estratégica bem implementada é uma peça-chave para o sucesso empresarial, e o investimento nesse aspecto será recompensado com resultados significativos ao longo do tempo.

Direcionamento dos Negócios

Nossos serviços na gestão dos negócios, são usados como uma ferramenta essencial para empresas que buscam o sucesso e a longevidade em um mundo empresarial desafiador, permitindo que as organizações identifiquem suas vantagens competitivas, tomem decisões embasadas, otimizem seus recursos e alcancem metas sustentáveis.

É fundamental que os líderes empresariais compreendam a relevância estratégica de seus negócios e invistam na capacitação de suas equipes, aprimorando o aspecto crucial do negócio, com uma gestão financeira estratégica sólida, onde estarão mais preparadas para enfrentar os desafios do mercado atual e futuro, conquistando um crescimento consistente e bem-sucedido.



Jean Carlos Morbis | CEO/Founder



COM VOCÊ, EM TODOS OS
MOMENTOS



@paodequeijomineiraco

BRASIL TEM 90 MILHÕES DE DOMICÍLIOS, 34% A MAIS QUE EM 2010

Dados do Censo 2022, divulgados este ano, mostram as mudanças na casa dos brasileiros em uma década

EM 2022, HAVIA 90,7 MILHÕES DE DOMICÍLIOS NO PAÍS, um aumento de 34% frente ao Censo 2010, quando existiam 67,5 milhões. Dos recenseados em 2022, 90,5 milhões eram domicílios particulares permanentes e 72,4 milhões estavam ocupados durante a operação censitária, um aumento de 26% no mesmo período. Os domicílios improvisados somaram 66 mil e os coletivos, 105 mil. Os dados divulgados neste ano pelo IBGE fazem parte dos primeiros resultados do Censo Demográfico 2022.

Esse aumento no total de domicílios do país está relacionado ao crescimento expres-

sivo de duas categorias: os vagos e os de uso ocasional. Quando considerados os domicílios particulares permanentes não ocupados, em que há a soma dos dois tipos, o aumento foi de 80%, chegando a 18 milhões em 2022. Os domicílios particulares vagos aumentaram 87%, chegando a 11,4 milhões, enquanto os de uso ocasional cresceram 70% em 12 anos, totalizando 6,7 milhões. Os três municípios com maior percentual de domicílios vagos são nordestinos: São João do Jaguaribe, no Ceará (29,1%), Canavieira, no Piauí (28,1%) e Bom Sucesso, na Paraíba (27,2%).

**A CAPITAL PAULISTA,
COMO MUNICÍPIO MAIS
POPULOSO DO PAÍS,
TAMBÉM TEM O
MAIOR NÚMERO DE
DOMICÍLIOS, COM 4,9
MILHÕES.**



MUDANÇA PROVOCOU TAMBÉM A QUEDA NA MÉDIA DE MORADORES POR DOMICÍLIO NO PAÍS, QUE PASSOU DE 3,31, EM 2010, PARA 2,79, EM 2022

“Os domicílios vagos são aqueles em que não há ninguém morando. Já os de uso ocasional são aqueles que são ocupados parte do tempo, como os de veraneio. De 2010 para cá, o aumento de domicílios ocupados foi maior, em números absolutos, mas em termos de proporção, os não ocupados tiveram um ganho maior no período”, afirma o gerente técnico do Censo, Luciano Duarte.

De acordo com o demógrafo do IBGE Márcio Minamiguchi, além do crescimento dos domicílios vagos e de uso ocasional, o aumento também é explicado por uma mudança nas estruturas das famílias do país, que, menores, passaram a ocupar uma quantidade maior de lares. “Com o envelhecimento da população, que é ligado a uma taxa menor de fecundidade, é natural que se diminua o número de moradores por domicílio. No passado havia uma quantidade maior de famílias constituídas de um casal com filhos e normalmente eram muitos filhos. Hoje em dia, houve queda nesse tipo de arranjo familiar, com aumento de participação de outros arranjos, como casal sem filhos, mãe solo e unipessoais. Quando há casais com filhos, a quantidade é menor, em geral um ou dois. Ou seja, houve um aumento no número de arranjos com menos pessoas”, explica.

Como ressaltado pelo pesquisador, a mudança provocou também a queda na média de moradores por domicílio no país, que passou de 3,31, em 2010, para 2,79, em 2022. Ainda que todos os estados tenham registrado queda nessa média, os com maior número de moradores por domicílio continuam sendo Amazonas (passando de 4,36, em 2010, para 3,64, em 2022) e Amapá (de 4,26 para 3,63). Já os estados com as menores médias são Rio

Grande do Sul (2,54), Rio de Janeiro (2,60) e Espírito Santo (2,67).

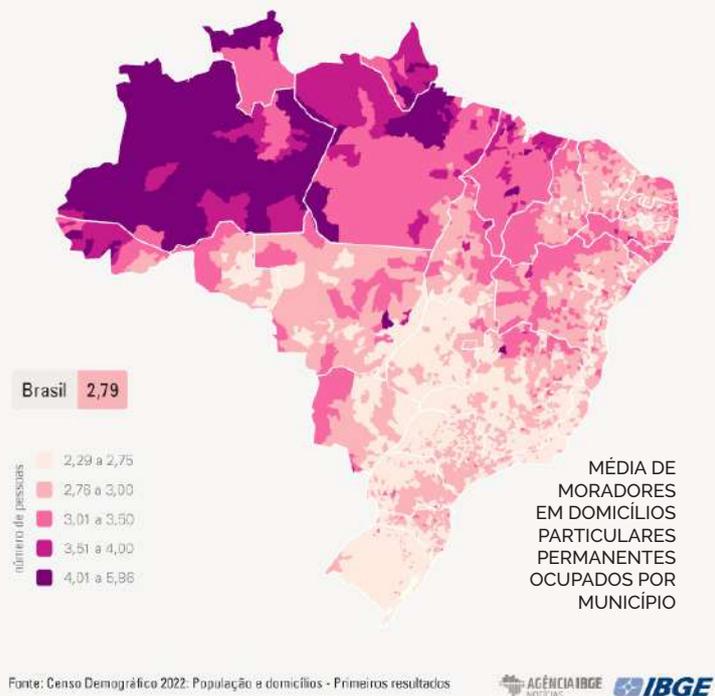
SÃO PAULO CONCENTRA MAIOR NÚMERO DE DOMICÍLIOS

O número de domicílios aumentou em todos os estados e no Distrito Federal. São Paulo, que concentrava cerca de um quinto da população brasileira (21,8%), tinha 19,6 milhões de domicílios em 2022, o maior número entre os estados. Doze anos antes, havia 14,9 milhões. Em seguida vem Minas Gerais, o segundo estado mais populoso do país, com 9,6 milhões de domicílios. Entre os estados com menor número estão Roraima (211,9 mil), Amapá (251,9 mil) e Acre (319,3 mil).

Assim como é a cidade mais populosa, a capital paulista também tem o maior número de domicílios do país, com 4,9 milhões. Na comparação com os dados de 2010, quando foram recenseados 3,9 milhões, houve aumento de 27%. Dos 20 municípios com maior número de domicílios recenseados, destacam-se, além de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Brasília, Fortaleza e Belo Horizonte, todos com crescimento acima de 20% na comparação com 2010. As cinco capitais também tinham mais de 1 milhão de domicílios na data de referência do Censo. Outros municípios registraram aumento de mais de 100% nesse número, como Abadia de Goiás, em Goiás, que passou de 2.644, em 2010, para 7.866, em 2022 (197,5%).

Entre os municípios com maiores percentuais de domicílios de uso ocasional estão três do litoral gaúcho: Arroio do Sal (72,1%), Xangri-lá (70,7%) e Cidreira (67,9%). Nas con-

FLORIANÓPOLIS APARECE NA LISTA DAS 20 CONCENTRAÇÕES URBANAS COM MAIORES PERCENTUAIS, TENDO 10,8% DE SEUS DOMICÍLIOS CARACTERIZADOS COMO DE USO OCASIONAL.



centrações urbanas com maior percentual de domicílios desse tipo, também se destacam as litorâneas, como Tramandaí (45,3%), no Rio Grande do Sul, e Caraguatatuba (40%), em São Paulo. Das capitais, apenas Florianópolis aparece na lista das 20 concentrações urbanas com maiores percentuais, tendo 10,8% de seus domicílios caracterizados como de uso ocasional.

TAXA DE RESPOSTA DO CENSO 2022 É DE 95,8%

A taxa de resposta do Censo 2022, ou seja, o percentual de domicílios em que houve entrevista, foi de 95,8%. O Nordeste registrou menor percentual de domicílios em que a entrevista não foi realizada (2,7%), enquanto no Sudeste ocorreu o maior (5,9%). Em grande parte das unidades da Federação (24 das 27), esse percentual ficou abaixo da média do país (4,2%) e entre elas se destacam Paraíba (1,61%), Roraima (1,75%) e Piauí (2,08%). Já os que ficaram acima foram Rio de Janeiro (4,50%), Mato Grosso (4,31%) e São Paulo (8,11%).

DESTAQUES

O número de domicílios do país cresceu 34% frente a 2010, totalizando 90,7 milhões.

A capital paulista, como município mais populoso do país, também tem o maior número de domicílios, com 4,9 milhões. Frente aos dados de 2010, o crescimento foi de 27%.

No país, a média de moradores por domicílio é de 2,79, queda em relação a 2010 (3,31).

Em 2022, a densidade demográfica do país chegou a 23,9 habitantes por km².

A densidade populacional continua desigual entre as regiões. No Norte, que concentra 45,2% do território do país, a densidade é de 4,5 hab/km². Já no Sudeste, a média é de 91,8 pessoas por quilômetro quadrado.

Os domicílios particulares permanentes vagos aumentaram 87%, chegando a 11,4 milhões, enquanto os de uso ocasional cresceram 70% em 12 anos, totalizando 6,7 milhões. ■

INFORME PUBLICITÁRIO

MEU PROPÓSITO
SEMPRE FOI SERVIR
E IMPULSIONAR
AS PESSOAS A
ATINGIREM SEUS
OBJETIVOS



ELE APRENDEU NA DIFICULDADE COMO MULTIPLICAR OS ZEROS DA VIDA

A HISTÓRIA DE MARCO LEONEL se mistura com a de tantos outros jovens de grandes cidades do Brasil. Natural de São Paulo, fruto de uma família de missionários e cantores gospel, Marco aprendeu desde cedo a transformar os desafios em oportunidades.

Sempre comunicativo e espontâneo, ainda criança, com nove anos, aprendeu com sua dificuldade que do negativo podia tornar tudo positivo. Essa virada de chave veio logo cedo.

Tudo começou na escola. Marco tinha TDHA não diagnosticada, por isso tinha muitas dificuldades de concentração e foco. Essa questão gerava grandes dificuldades e muitas notas baixas...zero mesmo.

Com isso, ele protagonizou uma história curiosa:

Depois da escola, Marco chega eufórico e super entusiasmado em casa. Ele vê seu pai na sala junto a vários membros da igreja e o homem, vendo o filho feliz, pergunta: O que houve meu filho?

Marco, radiante, chuta o portão e com orgulho diz em alto e bom som: pai, não tirei um zero. Seu pai, já feliz e com

os olhos marejados diz: Ô meu filho que bênção! Logo em seguida Marco grita: Pai, não foi um zero, FORAM DOIS.

Depois da piada, foi inevitável levar uma surra e aguentar as gozações. Porém, à noite no castigo e meio aos pensamentos veio a virada: Marco percebeu em um estalo que podia multiplicar os negativos e dificuldades transformando tudo em sua vida!

Com uma escalada gigantesca rumo a infinitas oportunidades e muitas conquistas, angariou grandes clientes, expertise e notoriedade no ramo, gerando vários negócios e empresas e se tornando um dos maiores distribuidores e produtores da música gospel com renomados artistas no seu casting. Como consequência, teve a multiplicação de bens podendo sentir a maior felicidade que foi proporcionar a sua família todo o conforto que sempre quiz dar.

Com 19 anos já era dono do seu próprio negócio, e ao longo dos anos foi se tornando um dos maiores distribuidores e produtores da música gospel, com renomados artistas.

Hoje, Marco atua empreen-



dendo em vários nichos de mercado que vão desde os ambientes planejados, até lingerie, editora e outros!

Assim, descobriu que o multiplicar somado ao SERVIR e GERAR VIDAS podem trazer resultados incríveis em sua vida e na vida de outras pessoas. E esse é o PROPÓSITO ser multiplicador de bênçãos e conexões.



FILHOS
DO MERCADO IMOBILIÁRIO

O MERCADO IMOBILIÁRIO FAZ NASCER MILIONÁRIOS. SEJA UM DESTES FILHOS!



APRENDA COM QUEM FAZ.

Custódio Ribeiro -imobiliarista e investidor e **Tiago Machado** - construtor e incorporador, juntos abrindo a caixa preta da jornada de ambos e transbordando casos reais da construção de seu patrimônio.

Você já imaginou ser um dos grandes protagonistas do mercado imobiliário e construir sua jornada de sucesso? Nessa imersão você irá aprender como prosperar no mercado imobiliário com quem **obtem resultados há mais de 15 anos** em um dos mercados mais destacados e competitivos do Brasil, Balneário Camboriú.

FAÇA SEU PRÉ-CADASTRO E GARANTA SUA VAGA NA PRÓXIMA TURMA!

filhosdomercado.com



MEMBRO CLUB M BRASIL

MATEUS MACHADO

Pós-Graduado em Gestão empresarial, Mateus acumula experiências em diversos segmentos. Desde gastronomia, indústria e comércio de móveis, até o mais atual, relacionado com investimentos / crédito imobiliário.

Pai da pequena Liz (4 anos) e da Serena (a caminho), é nascido em Dois Irmãos, RS. Mateus sempre esteve atento às oportunidades de negócios, até que escolheu Itapema, em 2006, como seu novo lar.

No decorrer de toda sua trajetória profissional, Machado sempre procurou opções de investimentos em que poderia ter uma rentabilidade acima da média, alinhada à segurança e liquidez. Após muitos estudos e vivências em vários setores, descobriu no consórcio uma excelente alternativa para suas aplicações terem maiores resultados.

“Quando descobri, em 2007 que o consórcio evoluiu dessa forma poder realmente utilizá-lo para também ter rentabilidade” eu testei, vivenciei, confirmei e automaticamente me apaixonei! Até que em 2020 recebeu o convite da HS Consórcios, para ser CEO de um novo escritório na região.

O grande destaque de suas operações, é o fato de que seus clientes conseguem fazer alavancagem financeira com grande eficiência, com operações simples e focadas no objetivo de cada um, e, principalmente, sem a necessidade de aportes iniciais. Investindo apenas metade da parcela até sua contemplação, além de utilizar de diversas estratégias para que independentemente de quando seu cliente contemplar, este terá grandes benefícios (ou terá grande rentabilidade negociando esse crédito, ou fará alavancagem patrimonial, adquirindo imóveis investindo um baixo percentual de entrada).

Sua empresa é líder no mercado, comercializando mais de R\$ 1,7 bilhão em créditos por mês. Esse destaque se dá, justamente, por se tratar de um novo modelo de consórcios, onde se consegue alinhar a necessidade da aquisição de um bem com baixo custo, como também, uma grande oportunidade de rentabilidade na negociação desse mesmo crédito.

“Nem todo o consórcio pode ser encarado como investimento. Precisamos ter algumas características peculiares para termos o resultado desejado. É preciso saber escolher a administradora que te dê esses benefícios e um consultor que tenha know-how nessas operações.”

NAS ALTURAS: INFLAÇÃO REGISTRADA A PARTIR DE 2022 FOI A MAIS ELEVADA EM TODO O MUNDO

Entre os destaques está a energia, que apresentou uma taxa de inflação de 52% na Zona do Euro e de 48,4% nos Estados Unidos

O INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA promoveu no final do mês de julho o seminário “*Preço e Preconceito: Reflexões sobre a Volta da Inflação e da Ideologia*”. O evento aconteceu no auditório do Instituto no Rio de Janeiro, com transmissão ao vivo. Os palestrantes convidados - os economistas Matías Vernengo, professor titular da Universidade de Bucknell, nos Estados Unidos e Esteban Pérez Caldentey, da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) - são autores dos livros *Why Latin American Nations Fail: development strategies in the twenty-first century* e *Varieties of capitalism: second generation perspectives*.

Em sua apresentação, Esteban Caldentey, que é chefe da Unidade de Financiamento para o Desenvolvimento, Divisão de Desenvolvimento Econômico da Cepal, apresentou dados do artigo que escreveu com Matías. Eles fizeram um levantamento com países desenvolvidos e em desenvolvimento e compa-

raram a taxa de inflação nos Estados Unidos e na Zona do Euro. O professor apresentou um gráfico com a inflação de 1967 a 2021. Segundo ele, no caso da América Latina, há o fator adicional externo. “A maioria dos países da América Latina e do Caribe, incluindo o Brasil, reduziu suas taxas de inflação a partir de 1995, independente da política monetária”. Entretanto, houve um aumento de inflação generalizado em todo o mundo recentemente, com destaque para a energia (que apresentou uma taxa de inflação de 52% na Zona do Euro e de 48,4% nos Estados Unidos, segundo Caldentey).

Matías Vernengo discorreu sobre a inflação e suas causas nos Estados Unidos, onde o aumento de custo é sugerido como determinante. Segundo Vernengo, “os lucros corporativos aumentaram significativamente mais no período recente de aceleração inflacionária. Mas isso não significa que os lucros causaram a inflação, e é mais provável que o inverso



OS LUCROS CORPORATIVOS AUMENTARAM SIGNIFICATIVAMENTE MAIS NO PERÍODO RECENTE DE ACELERAÇÃO INFLACIONÁRIA.

seja verdadeiro, ou seja, que os preços mais altos, com custos trabalhistas relativamente estagnados, tenham causado o aumento dos lucros corporativos”.

Cláudio Amitrano citou a guerra entre Rússia e Ucrânia como um exemplo de choque de oferta, agravado pela política de Covid zero promovida pela China e com impacto muito significativo sobre as cadeias de suprimento. “A guerra poderia ser uma guerra qualquer, mas não é porque a Rússia é um grande provedor de energia, de petróleo e gás, sobretudo para a Europa, com impacto no mundo todo”, defendeu o diretor.

Julia Braga falou sobre o papel da política monetária do Banco Central dos EUA influenciando o preço das commodities. “Discutir esses canais de transmissão da política monetária aqui no Brasil é importante para o debate, não é só o canal via redução da taxa de desemprego. Acho fundamental ver esse tipo de perspectiva”, finalizou a economista. ■



moreiramendes
consultoria & contabilidade

DESCUBRA A CHAVE PARA O FUTURO DE SUCESSO DA SUA FAMÍLIA!



Holding Patrimonial

Você tem grandes sonhos para o futuro da sua família e do seu negócio, não é mesmo? Nós, da **Moreira Mendes Consultoria e Contabilidade**, sabemos que alcançar o sucesso e deixar um legado sólido é o objetivo de todo empreendedor. É por isso que trazemos para você a solução definitiva: **a criação da sua holding patrimonial!**

O que é uma Holding Patrimonial e por que é tão importante?

Uma **holding patrimonial** é o alicerce que sustenta os seus negócios, protege o seu patrimônio e fortalece os laços familiares. Através dela, você centraliza os seus imóveis e empresas em uma estrutura sólida, garantindo maior controle e gestão eficiente. Além disso, a holding proporciona inúmeras vantagens fiscais e tributárias, impulsionando o crescimento sustentável do seu empreendimento.

Saiba mais:



o sabor e a
energia que
você já
conhece

ZERO AÇÚCAR ZERO



30%
agora com
redução de
açúcares

La Nuit
ENERGY DRINK

Quer mais energia em sua rotina diária?
Acompanhe-nos em nossas redes sociais!

   @LANUITENERGYDRINK
 +55 47 9698-0352

OLHAR JURÍDICO

POR THIAGO ALVES



APOSTOU, PAGOU!



QUEM APOSTOU que as apostas eletrônicas no Brasil seriam taxadas, acertou!

O Governo Federal publicou, no dia 25 de julho, uma Medida Provisória (MP 1.182/2023) que regulamenta as “bets” esportivas no país. A partir da data da publicação, passa a vigorar imposto de

18% sobre o Gross Gaming Revenue (GGR) dessas empresas.

Como bem explica a tradução literal, o GGR representa a “Receita Bruta de Jogos”. É o valor obtido com todas as apostas após descontados o pagamento dos prêmios aos jogadores e o Imposto de Renda sobre a premiação.

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).

© thiagoalvesibgpt



Para virar lei mesmo, o congresso tem 120 dias da data da publicação para analisar e aprovar o conteúdo da MP. Tudo indica que será aprovada, afinal, a previsão do Ministério da Fazenda é arrecadar cerca de R\$ 2 bilhões só em 2024 com esse imposto. E a estimativa do governo é que

o montante aumente consideravelmente e chegue a R\$ 12 bilhões de arrecadação média nos anos seguintes.

Sabia que imposto no Brasil precisa sempre estar vinculado a algum destino? No caso das “bets” eletrônicas, esses milhões devem ser distribuídos da seguinte maneira:

- **10%** para a seguridade social
- **3%** para o Ministério do Esporte
- **2,55%** para o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNISP)
- **1,63%** para os clubes e atletas cujos nomes e símbolos são ligados às apostas
- **0,82%** para a educação básica nacional

Você deve estar imaginando como será o impacto para os apostadores. Bom, além de provavelmente pagar mais caro nas apostas eletrônicas, eles também terão que contribuir com a sua parte – mas só se ganharem “bem”:

- Quem receber prêmio acima de R\$ 2.112,00, deverá recolher 30% no Imposto de Renda. Ganhos menores que isso ficam isentos – o que representaria 70% das pessoas premiadas, segundo aposta do Ministério da Fazenda.

Além de meter uma mordida do Fisco na grana das apostas, a MP ainda coloca outras regras, limitando a participação

de pessoas vinculadas ou com influência sobre as operadoras de apostas eletrônicas, além de funcionários públicos federais com atribuições diretamente relacionadas à regulação, ao controle e à fiscalização da atividade. Menores de 18 anos, pessoa que tenha ou possa ter acesso aos sistemas informatizados de loteria de apostas de cota fixa e quem está inscrito nos cadastros de proteção ao crédito também não pode apostar.

TEM MAIS REGRA:

- sócios e acionistas de “bets” estão proibidos de serem dirigentes em organizações esportivas;
- empresas “bets” terão de sensibilizar apostadores sobre vício em jogos; e
- premiações não retiradas em até 90 dias serão direcionadas para o Fies, até julho de 2028. Após a data, os recursos vão para o Tesouro Nacional.

Agora o que mais me surpreende e chama atenção é que no Brasil fazer apostas em jogos de azar é considerado uma contravenção penal, passível de 15 dias a 3 meses de prisão – ou multa. Pela nossa lei, jogos de azar são aqueles em que o ganho ou a perda dependem da sorte.

Ou seja: é proibido apostar. Mas se o fizer, pague imposto.

Está certo... Se não podes com eles, tribute-os. Rs. ■



**Soluções
Imobiliárias**

Todos procuramos multiplicar nosso patrimônio com segurança e liquidez. Diversificar seus investimentos alocando parte de seu capital no mercado imobiliário é uma estratégia que vem se provando vencedora, mesmo frente a situações de incerteza econômica e política.

Quando falamos em investimentos no mercado imobiliário, Balneário Camboriú e Praia Brava são destaques consolidados no cenário nacional. Com umas das maiores valorizações imobiliárias do país, a região vem entregando rentabilidade fora da curva a seus investidores, com empreendimentos valorizando entre 20 e 40% ao ano.

RESUMINDO: Para garantir o sucesso de seu investimento, você precisa de informações precisas e atualizadas, e a melhor forma para isto é estar conectado a profissionais e empresas que conhecem o mercado imobiliário da região.

OS IMÓVEIS QUE MAIS VALORIZAM NO LITORAL CATARINENSE



Eu sou Fernando Erthal, especialista da CRI Soluções Imobiliárias, que vem há 12 anos entregando Credibilidade e Resultados em Imóveis, trazendo a nossos clientes o melhor que Balneário Camboriú e Praia Brava têm a oferecer. Membro do Club M desde o ano de 2021, com reconhecimentos profissionais recebidos em Las Vegas (2022 - RE/MAX Corretor Platinum) e Balneário Camboriú (Corretor Destaque do ano de 2023), terei o prazer de te auxiliar a multiplicar seu patrimônio no mercado imobiliário mais próspero do Brasil.



Fernando Erthal

☎ (47) 9 9984-0899

📍 fernandoerthal @ criimoveis.com.br





MEMBRO CLUB M BRASIL

DR. DIEGO R. OLIVEIRA

Graduado em medicina pela Universidade Federal de Santa Catarina em 2008, pós-graduado em Cirurgia geral pela SES de SC e em Urologia pela PUC-PR, na Santa Casa de Misericórdia de Curitiba, o Dr. Diego retornou à sua terra natal, Balneário Camboriú, para oferecer o que há de melhor no mundo na urologia e medicina de acolhimento.

Hoje ele é membro da Sociedade Brasileira de Urologia e da Sociedade Européia de Urologia (EAU), bem como médico cooperado da Unimed Litoral SC.

Filho de cristãos, casado e pai, procura traduzir na medicina a sua personalidade extrovertida, cordial e preocupada.

Proprietário e sócio da Uroclinica SC (clínica mais antiga de Urologia do baixo vale do Itajaí),

foca seu trabalho em infertilidade masculina e andrologia, bem como trabalha com métodos minimamente invasivos para urologia feminina (incontinência urinária) e hiperplasia prostática benigna (próstata aumentada).

Possui diversos cursos e especializações pelo Brasil em próstata, cálculos urinários, infertilidade, urologia feminina, implantes hormonais e reabilitação sexual masculina.

Procura equilibrar trabalho e vida em família e amigos/familiares. Valoriza os amigos e boas companhias pautadas pelos mesmos valores que acredita e, através de amigos, se juntou ao Club M por acreditar que o relacionamento e a boa convivência entre pessoas com bons propósitos e guiadas por Deus, sempre gera bons frutos.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/LAH HOTEL

DE CAMPOS DO JORDÃO PARA O MUNDO

Hotel brasileiro entra pra o ranking dos melhores do mundo em
votação da plataforma TripAdvisor



COM O RETORNO DO TURISMO pelo mundo depois da pausa forçada pela pandemia, a plataforma digital de avaliação de destinos turísticos TripAdvisor lançou um ranking mundial de hotéis de luxo pelo mundo. O único brasileiro que marca presença no ranking ocupa o 24º lugar e trata-se do hotel boutique L.A.H. Hostellerie, que fica em Campos do Jordão, interior de São Paulo.

Inspirado no conceito “*Like a Home*”, o ambiente permite que os hóspedes sintam como se estivessem em suas próprias casas: são apenas nove suítes de alto luxo, distribuídas em uma área de 1200m e decoradas com muito requinte. As suítes variam de 35 m² a 65 m² e são equipadas com piso aquecido, aquecedor de toalhas, banheiras de hidromassagem, varandas com vista privilegiada, além dos itens básicos como mini frigobar, aparelho de TV e *room service* 24hrs.

São ainda inúmeros os serviços criados para proporcionar diversão, conforto e bem-estar, entre eles estão a cozinha gourmet, onde os hóspedes que gostam de cozinhar podem ter seu dia de chef, adega, SPA, Piscina aquecida, Sauna, biblioteca, DVDoteca, bicicletas e cestas de pic nic. Além disso, para aproveitar mesmo o sossego das montanhas, o hotel dispõe de traslado até o centrinho do Capivari. Veja algumas fotos para te inspirar para a próxima viagem pelo Brasil.■



MEMBRO CLUB M BRASIL

DRA. ANDRÉIA CRISTINA DE OLIVEIRA

A história da Dra. Andréia Cristina de Oliveira é marcada por uma dedicação incansável à Odontologia e à Harmonização Facial. Desde sua formação em 2005, ela tem se destacado como uma profissional exemplar, especialista em HOF e criadora da técnica exclusiva Perfect Face.

Com uma paixão ardente por sua profissão, Dra. Andréia decidiu utilizar sua expertise para formar profissionais comprometidos e com uma visão diferenciada na área da estética facial. Seu objetivo: devolver a autoestima aos pacientes e elevar o padrão de qualidade através da formação de profissionais capacitados.

Como palestrante em congressos e feiras renomadas de odontologia e da HOF, Dra. Andréia tem compartilhado seu conhecimento e experiência com milhares de profissionais da área. O reconhecimento como a professora revelação de 2020, eleita pelos próprios alunos, é um testemunho da qualidade do seu trabalho e do impacto positivo que ela tem causado em sua comunidade. Seu comprometimento em oferecer cursos VIP com técnicas exclusivas da HOF mostra seu desejo de proporcionar uma experiência de aprendizado diferenciada, onde cada aluno é valorizado e recebe atenção individualizada.

A técnica Perfect Face, criada pela Dra. Andréia, é fruto de anos de estudo, pesquisa e prática. Essa abordagem exclusiva reflete sua expertise e visão apurada no campo da harmonização facial. Com essa técnica, ela tem transformado, é uma referência na Odontologia e Harmonização Facial, destacando-se por sua dedicação, conhecimento e compromisso com a excelência. Sua história inspiradora nos mostra que, com paixão, determinação e um propósito claro, é possível alcançar o sucesso e impactar positivamente a vida de muitas pessoas.

Descubra a transformação interior e a paz que você merece através da minha abordagem de harmonização fácil e eficaz. Seja o protagonista da sua jornada para o equilíbrio e bem-estar.”



Contatos

AGENDAR AVALIAÇÃO

(48) 9.9868-1921

SIGA NO INSTAGRAM: @DRAANDRELA_OLIVEIRA

Rua 1500, 820 - Sky Business Center

Centro, Balneário Camboriú - SC, 88330-526

Residencial PORTO VICENZO ●

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

O empreendimento

- Apartamento com 2 Dormitórios sendo 1 suíte
- 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



BÁSCARA
CONSTRUTORA

Residencial
Porto Vicenzo



O INVESTIDOR DA INOVAÇÃO: JOÃO APPOLINÁRIO CONVERSOU COM A CLUB M THE MAGAZINE

CEO da Polishop e conhecido por enxergar a inovação e o futuro no empreendedorismo, o empresário compartilhou segredos para ter sucesso na vida e nos negócios.

NASCIDO EM SANTO ANDRÉ, município do Grande ABC, em São Paulo, João Appolinário é um empreendedor por vocação que teve do seu pai, empresário do ramo de automóveis, grandes ensinamentos no mundo dos negócios. “Meu pai foi meu grande mentor e ele me permitiu errar. Tiveram vários momentos e situações que ele sabia qual seria o final do trilho, mas me deixou ir, porque isso faz parte do empreendedorismo. Assim, eu tive várias oportunidades e experiências que me trouxeram até aqui”, salienta.

Visionário, em 1999, Appolinário fundava a Polishop com um olhar diferenciado sobre o futuro do Varejo; ele apostou no modelo de negócios omnichannel e implantou a estratégia desde o início da atuação da Polishop. Atualmente, a empresa é referência no varejo brasileiro, destacando-se pela criação de marcas e categorias de produtos exclusivos e de alta qualidade, que facilitam a vida de milhões de pessoas, e pelo seu formato de vendas e atendimento ao consumidor totalmente integrado, que inclui TV, lojas físicas, canal de venda direta, revista, plataforma digital completa (site, e-commerce e mídias sociais). Tudo isso funcionando com o auxílio dos mais de 3 mil colaboradores, mais de 200 lojas próprias instaladas nos principais shoppings centers do país, além de centros de distribuição, uma fábrica em Manaus (AM), contact center 24/7 e 6 canais próprios de TV.

Nos últimos anos, a empresa incorporou ao seu portfólio as marcas próprias Be Emotion (beleza), VIVA Smart Nutrition (nutrição inteligente) e GENIS Fitness, que vêm crescendo e ganhando a preferência dos consumidores mais exigentes.

Entre uma reunião e outra, Appolinário conversou de forma exclusiva com a reportagem da Club M The Magazine e compartilhou insights importantes para a vida e para os negócios.

Quando você fundou a Polishop, foi uma grande inovação. Na época, o que te inspirou a criar um novo modelo de venda?

João: Naquele momento os grandes varejistas já existiam e eu não queria ser mais um. Eu já entendia que o varejo do futuro era atender o cliente onde ele estivesse com produtos exclusivos e inovadores, porque se eu vendesse o que todos já vendiam, eu seria muito pequeno. Então eu fui buscar inovação que atendesse as dores do meu cliente. Aí fizemos isso: Formato de divulgação por televisão com formatos publicitários. Porque quando você fala de inovação, fala de produtos que não são conhecidos, então precisa mostrar o benefício primeiro, pra depois o produto ser valorizado pelo consumidor. Então a melhor forma que eu via que já acontecia em outros países era mostrar o benefício real pra atender às necessidades. Cada vez mais, as pessoas não querem comprar por comprar. Nossa estratégia foi apresentar produtos novos para atender necessidades antigas da limpeza da casa, por exemplo. Eu inovei questionando o que já existia como varejo e acabei criando um modelo que atendesse melhor o meu consumidor.

Você é uma referência em inovação entre os empresários. Conta pra gente quais as tendências para os próximos anos no mundo dos negócios. O que vem por aí quando pensamos em inovação?

João: Olha, são várias frentes (...) no varejo físico é a experiência. Os consumidores não querem mais produtos em caixa fechada. A tendência é que as lojas deem a experiência do produto. O consumidor não quer se surpreender em casa depois de comprar, ele quer saber como o produto vai atender as necessidades ali na loja. A gente faz isso desde 2003, porque os nossos produtos geraram essa dúvida no consumidor: será que me atende? Então já tínhamos essa experiência no ponto de venda. A segunda tendência é continuar o caminho de atender o cliente onde ele estiver. Cada vez mais a comunidade na hora da compra é valorizada pelo consumidor.

Com a exposição do Shark Tank você certamente recebe dezenas de propostas para investimentos, além das que surgem no programa. O que você avalia prioritariamente ao decidir investir ou não em um novo negócio?

João: Primeira coisa é a pessoa. A gente investe mais em pessoas que em negócios. Eu avalio se a pessoa tem liderança naquilo que está propondo. Ou seja, se ela conhece a área, se sabe o que está fazendo, se conhece os números e se tem um plano de negócio. Se sabe onde quer chegar com aquela empresa que está propondo.

As vezes as pessoas estão em um negócio e nem sabem onde querem chegar com aquilo.

Eu sou muito atraído pela inovação. Então quando recebo um pitch eu penso se faz sentido e se a pessoa sabe o que está fazendo, se conhece as características do mercado (...) Eu *não invisto em* ideias, eu só invisto em negócios testados e validados.

Como tantas marcas e negócios em diferentes segmentos, como você faz para se manter atualizado e acompanhar o mercado?

João: É uma questão de dedicação. Faz parte do meu dia a dia. Quando aparece uma coisa nova, é uma questão de ser questionador, querer entender, indo buscar mais informação sobre o que a pessoa está te trazendo. Eu tanto conto com as minhas “horas de voo” no mundo do empreendedorismo.

Se você só pudesse investir em um único negócio hoje. Qual seria e por quê?

João: Se eu fosse escolher um negócio, seria o varejo, a distribuição. O que manda e que vai mandar cada vez mais quem tem melhor distribuição, não necessariamente quem tem o melhor produto. O varejo que conhece realmente o consumidor e a necessidade dele, então eu escolheria o varejo.

O Club M defende o networking como uma importante ferramenta para os negócios. O

EU NÃO INVISTO EM IDEIAS, EU SÓ INVISTO EM NEGÓCIOS TESTADOS E VALIDADOS.

que você pensa sobre isso e qual importância do networking na sua vida?

João: Não tenho dúvidas de que o networking faz toda a diferença. Você usa esses contatos para saber colocar as peças certas e buscar informações com essas pessoas que possam ajudar você a ser melhor. Todo negócio precisa de especialistas em certos pontos daquele negócio: especialista jurídico, financeiro, contábil, fiscal; pra você achar essas pessoas é necessário ter networking.

As vezes as pessoas confundem que uma boa rede de contatos é apenas para vender ou oferecer negócios, mas não, muitas vezes é para contratar serviços, não apenas para gerar novos negócios.

Você já relatou em diversas entrevistas que errou muito, fechou empresas e cresceu por conta desses erros. Conta pra gente qual é, na sua opinião, o erro mais comum que novos empreendedores cometem?

João: O erro mais comum do empreendedor é a falta de conhecimento e dedicação. Não existe empreendedorismo de sucesso sem conhecimento e dedicação.

Você é um empresário que ampla exposição da mídia e que tem o rosto vinculado aos seus negócios. Quais os desafios que essa exposição impõe? Isso é bom para os negócios?

João: A gente vive um mundo cada vez mais digital. Digital em tudo, inclusive nas informações. Informações rodam o mundo em uma velocidade incrível.

Com essa realidade, as pessoas não querem saber quem está por trás da empresa,

**NÃO EXISTE
PESSOA RUIM,
EXISTE A
FUNÇÃO CERTA
PARA CADA TIPO
DE PESSOA.**



TODO EMPREENDEDOR PRECISA TER SONHO. A GENTE VIVE COM ISSO PARA QUE O AMANHÃ TENHA SENTIDO.

mas quem está à frente dela. Esse é o papel do líder e todas as pessoas querem saber o que esse líder está fazendo, porque ele guia a empresa. Pode perceber que as empresas mais valorizadas do mundo estão diretamente ligadas a uma pessoa. Você fala o nome da empresa e já sabemos o nome da pessoa ligada a ela. Muitas vezes esse cara nem está mais vivo, ou nem faz mais parte da administração, mas cada vez mais as pessoas querem saber quem está na liderança.

E como é essa exposição pra você? Chega a te impor desafios pessoais? Te incomoda em algum momento?

João: Tem um lado que você perde bastante a sua privacidade, mas tem o lado de ajudar na exposição da marca. Como tudo na vida, tem ônus e bônus, você precisa saber equilibrar para não se prejudicar no pessoal, mas usar pro lado empresarial.

Você tem milhares de colaboradores espalhados pelo país. Quais características mais importantes que você procura nas pessoas que querem trabalhar com você?

João: Qualquer negócio é feito por pessoas. Quando um profissional vai embora, ele não vai embora da sua empresa, ele vai embora do chefe, do líder, do CEO. A pessoa não vai embora porque a empresa não é boa, é porque as pessoas daquela empresa não são boas. Tudo depende das pessoas.

Nesse contexto, é importante identificar para cada cadeira, a pessoa correta. Não existe pessoa ruim, existe a função certa para cada

tipo de pessoa. É importante identificar esse perfil para cada cadeira dos seus negócios. O segredo é esse: as pessoas certas nos lugares certos. Hoje existem ferramentas no mercado que ajudam a gente a identificar esse perfil e incluir essa pessoa para que ela colabore com a sua empresa.

Gestão do tempo é sempre um desafio para todos os empreendedores. Como conciliar tantos negócios com família, lazer e saúde?

João: Disciplina. É preciso ter disciplina em tudo na vida. Inclusive respeitar a coisa mais importante que é o tempo. Eu peço para as pessoas serem direitas, objetivas, por exemplo. Porque eu respeito o tempo delas e o meu. Ter disciplina é a palavra pra resolver isso.

Um empresário que já realizou tanto, ainda tem sonhos a serem realizados? Quais são eles?

João: Todo empreendedor precisa ter sonho. A gente vive com isso para que o amanhã tenha sentido. Eu tenho vários sonhos e construo eles no dia-a-dia. Todos os dias tenho novas esperanças e isso que me faz viver intensamente a cada minuto profissional e pessoalmente.

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

João: Se dedique naquilo que você se propôs a fazer e seja um líder desse segmento e faça com que o seu sonho seja realidade. ■

GIRO CLUB M BRASIL

POR TIAGO MACHADO



CONEXÃO E TROCA DE CONHECIMENTOS DO CLUB M BRASIL

A CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES DE CONFIANÇA é a base dos negócios bem sucedidos. É isso que nosso clube busca todos os dias, promovendo eventos de conexão, troca de conhecimento e muito networking. Veja aqui alguns registros das nossas atividades, e se você ainda não se conectou com a gente, encontre-nos no nosso site e redes sociais e junte-se a nós!



MULHERES EMPREENDEDORAS

Um dos destaques deste ano nas atividades do Club M é o nosso Núcleo das Mulheres, que arrasa nos eventos e se fortalece cada vez mais. Na foto, um dos encontros das poderosas, que aconteceu na Boca Maфра Premium, em Balneário Camboriú.

Veja mais fotos dos nossos eventos no Instagram @clubmbrasil.



ENCONTRO NACIONAL

Para consolidar cada vez mais a marca do Club M, grandes nomes foram convidados para um encontro de negócios e conteúdos no Expocentro de Balneário Camboriú. Nas fotos, o auditório lotado e o destaque para o consultor de estilo Alexandre Taleb, que repassou conhecimentos fundamentais para a construção de uma imagem de sucesso na vida e nos negócios.



VISITA JOÃO KEPLER

Recentemente, nosso clube proporcionou aos membros um encontro qualificado com um dos maiores investidores de startups do Brasil, o empresário João Kepler, sócio da Bosa Nova Investimentos. Na ocasião, João falou em reunião fechada para membros e também gravou conteúdos de valor em áudio. Na foto, ele aparece ao lado do Tiago Machado, sócio fundador no Club M Brasil.

GIRO CLUB M BRASIL

CONEXÃO MIAMI

Recentemente, alguns membros do clube passaram uma semana intensa entre Miami e Orlando, onde visitaram empresas, empresários, empreendimentos e realizaram reuniões com pessoas que são referências em suas áreas de atuação. O grupo que participou retornou para o Brasil com uma grande experiência, além de ótimas oportunidades de negócios e um grande laço de amizade.



KICK OFF 2023

No primeiro semestre, nossos membros se reuniram para estreitar laços e conhecer as novidades do Club M para 2023. Foi um encontro de muita troca com amigos e parceiros de negócios.

ALMOÇO DE NETWORKING

Evento mensal dos membros, o Almoço de Networking já se consolidou com uma grande espaço de geração de negócios e fortalecimento de vínculos de amizade. Em espaços gastronômicos de alto nível e com a descontração das sextas-feiras, o ambiente é sempre perfeito para fechar a semana com resultados e alto astral. ■



MEMBRO CLUB M BRASIL

FABIO JÚNIOR CAMPOS DA ROSA

Corretor de imóveis há três anos na cidade de Gramado, Rio Grande do Sul, Fábio tem a base familiar como sua referência. Por isso, busca sempre o que existe de melhor para seus clientes, levando em conta aspectos como boa localização, estado de conservação, segurança financeira e segurança patrimonial.

Fábio defende que para garantir o bem estar da família de seus clientes é preciso selecionar as melhores opções de casas e apartamentos para que possam investir com tranquilidade. Além disso, dá todo o apoio necessário em todo o processo de compra e venda de um patrimônio.

Hoje, trabalha com uma carta seleta de imóveis como casas e apartamentos de médio e alto padrão. Além disso, é especialista em grandes áreas de terras para fazer empreendimentos como condomínios fechados e loteamentos residenciais.

Fica, então o convite para uma conversa. Certamente, Fábio tem um imóvel ideal para você e sua família viverem dias e experiências maravilhosas em cidades fantásticas como Gramado e Canela.

Contatos

(54) 99959-0687



VOCÊ QUER MIGRAR PARA **ENERGIA SOLAR** MAS TEM MUITAS DÚVIDAS?

A **Envolty** *soluciona todas elas.*

ECONOMIA
SUSTENTABILIDADE
VALORIZAÇÃO DO IMÓVEL



 @envoltyenergiasolar

 www.envolty.com.br

 47 98461 4573

PAINÉIS SOLARES: MERCADO DE IMPORTAÇÃO EM ALTA



Segundo dados da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica, desde 2012, a fonte solar já trouxe ao Brasil cerca de R\$ 116,6 bilhões em novos investimentos

A ALTA NA DEMANDA por energia alternativa no Brasil e no mundo deve contribuir para ampliar ainda mais a importação de itens para um setor em franco crescimento no país em 2023: a de energia solar. Em 2022, o Brasil ultrapassou uma nova marca histórica, a de 23 gigawatts (GW) de potência instalada da fonte solar fotovoltaica, somando as usinas de grande porte e os sistemas de geração própria de energia elétrica em telhados, fachadas e pequenos terrenos – o equivalente a 11,2 % da matriz elétrica do País.

Segundo dados da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar), desde 2012, a fonte solar já trouxe ao Brasil cerca de R\$ 116,6 bilhões em novos investimentos, mais de R\$ 36,6 bilhões em arrecadação aos cofres públicos e gerou mais de 690 mil empregos acumulados. Com isso, também evitou a emissão de 31,1 milhões de toneladas de CO2 na geração de eletricidade.

Segundo Rodrigo Sauaia, CEO da Absolar, o crescimento da fonte solar fortalece a sustentabilidade e a competitividade dos setores produtivos, além de beneficiar consumidores brasileiros, fatores cada vez mais importantes para a economia nacional e para o cumprimento dos compromissos ambientais assumidos pelo Brasil. “Finalmente, o Brasil acordou para a energia solar e seus benefícios. A fonte ajuda a diversificar o suprimento de energia elétrica do País, reduzindo a pressão sobre os recursos hídricos e o risco de ainda mais aumentos na conta de luz da população”, acrescenta Sauaia.

IMPORTAÇÃO DE COMPONENTES EM ALTA

Com diversos subsídios dados pelos órgãos públicos, como a redução no imposto de importação, os painéis solares estão em alta entre as empresas que compram de fornecedores no exterior. O Relatório de Importação do 1º trimestre de 2022, realizado pela Logcomex, por exemplo, o valor de importação do produto subiu no período. De acordo com o

levantamento, nos três primeiros meses do ano foram importados US\$ 1,4 bilhões do produto, o que o coloca em 4º lugar na lista dos mais importados no período e representa um aumento de US\$ 931,8 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior, uma alta de 193,12%. No primeiro trimestre de 2021, ele ocupava a 15ª posição no ranking.

O Grupo Allog, empresa especializada em logística internacional com atuação em diferentes regiões do país, registrou alta de 52% na movimentação de painéis solares em 2022. Com origem principalmente em Shanghai e Nigbo, na China, as importações do segmento intermediadas pela empresa são desembarcas em Santos (SP), Paranaguá (PR), Navegantes (SC), Suape (CE) e Salvador (BA).

Maiara Córdova, gerente de produto de importação marítima do Grupo Allog, explica que ainda existe grande expectativa do setor solar para 2023, principalmente na retomada dos projetos de geração centralizada. Muitos destes projetos, devido à instabilidade da logística internacional no ano passado, foram adiados. “Com perspectivas de um mercado mais estável, projetos de alto volume de carga e financeiro voltam a ser mais viáveis de serem implementados”, pontua a especialista.

A especialista explica que o segmento é dividido em mais de uma modalidade como a geração centralizada e geração distribuída de energia. Cada modalidade, por sua vez, tem uma região mais forte de ocorrência no país. Muitos projetos de geração centralizada têm como destino a região Nordeste, enquanto boa parte do que se refere à geração distribuída fica com sua concentração maior no Sul e Sudeste.

Com forte presença também na movimentação de madeira para os Estados Unidos, além de resina, glicerina e eletrônicos, o Grupo Allog já se destaca no mercado solar, mas quer ampliar a sua participação na movimentação da carga em 2023. A redução do frete marítimo internacional, segundo Maiera, pode contribuir para a crescente na movi-

mentação deste tipo de carga de forma ainda mais ascendente no cenário internacional.

Para a especialista da Allog, outro desafio é estar alinhado às tendências de frete e movimentações previstas pelos armadores para conseguir realizar a importação das demandas nos momentos de menor variação de valores e maior oferta de espaço, favorecendo o resultado final de cada projeto.

GLICERINA EM ALTA

Comoditie em que a Allog é especialista, a exportação de glicerina bruta e refinada tende a apresentar alta ao longo deste ano. Segundo a agência internacional que vem monitorando a evolução da oferta global de energia desde meados dos anos 1970, a produção de biocombustíveis deverá crescer aproximadamente 22,7% nos próximos anos – indo de 160,4 milhões de m³ em 2021 até 196,8 milhões de m³ em 2027.

Estados Unidos, Europa, Brasil e Indonésia deverão ser o epicentro desse ciclo de crescimento e impulsionar com mais força a produção de alternativas renováveis ao diesel e aos combustíveis de aviação do que a produção de etanol. No Brasil, por exemplo, se espera a retomada da mistura do biodiesel no diesel que hoje é de 10% para 13% ainda no primeiro semestre de 2023 e, conseqüentemente, o aumento da produção de glicerina, já que é um produto derivado do biodiesel.

MADEIRA PARA OS EUA

Um dos produtos brasileiros de maior expressão nos Estados Unidos deve assistir a um momento de atenção em 2023. Artur Lamim, gerente de desenvolvimento de mercado do Grupo Allog, destaca que o mercado norte-americano segue observando as projeções para este ano, já que os últimos meses de 2022 foram de queda na demanda da madeira brasileira.

A madeira brasileira abastece grande fatia do mercado de reformas e construções daquele país. “Em virtude dos altos custos

DE ACORDO COM O LEVANTAMENTO, NOS TRÊS PRIMEIROS MESES DO ANO FORAM IMPORTADOS US\$ 1,4 BILHÕES DO PRODUTO, O QUE O COLOCA EM 4º LUGAR NA LISTA DOS MAIS IMPORTADOS NO PERÍODO

do frete, principalmente no início de 2022, as empresas norte-americanas começaram a buscar materiais de outros países, criando oportunidades até mesmo para madeiras locais, que se beneficiaram da localidade e preço mais competitivo”, explica.

Os volumes de exportação, segundo ele, reduziram por uma combinação de fatores, incluindo a alta dos custos logísticos, a cadeia de suprimentos com problemas de escoamento, a falta de contêineres e a saída das certificadoras de compensado estrutural do Brasil, em 2022.

Para o analista, apesar da preocupação do setor, a tendência é de manutenção dos níveis de embarque em 2023. Lamim explica que o Brasil possui uma alta gama de artefatos de madeira em diferentes mercados mundiais. “Creio que há um enorme potencial produtivo e de plantio para a silvicultura, com manejo sustentável e de qualidade. Além disso, os exportadores possuem apoio de entidades como a Associação Brasileira da Indústria de Madeira Processada Mecanicamente (Abimci) para o desenvolvimento e auxílio da venda destes produtos”, lembra. Por outro lado, abre-se também uma enorme possibilidade de abertura de novos mercados ao redor do mundo. ■

MAIS BEBIDAS

POR AUGUSTO RADEKE



O CALOR PODE TER MUITO MAIS A VER COM VINHO DO QUE VOCÊ IMAGINA!

Olá caros leitores e leitoras! Hoje gostaria de quebrar um paradigma de muitos. Por vivermos em um país tropical, bem como também por uma questão cultural, a maioria das pessoas tendem a rotular o vinho como uma bebida de inverno, entretanto, ele também pode ser a combinação perfeita para a estação mais quente do ano, seja na praia, na piscina ou naquele churrasco com os amigos, basta encontrar o estilo certo.

Por isso, opte por vinhos de corpo leve, acidez alta, que não estagiam em barricas de carvalho e possuam nível alcoólico mais baixo. Eles podem ser encontrados dentro de todas as tipologias de vinhos existentes: espumantes, brancos, rosés, laranjas e tintos, a depender da uva e do modo de produção.

Indo para a prática, vamos falar do mais importante a se considerar em cada tipologia, com algumas sugestões:

Espumantes acabam sendo sempre a primeira esco-

lha, e de fato não tem como errar, pois sempre figurarão como uma excelente companhia para temperaturas mais altas, além de serem extremamente coringas na hora de harmonizar com os pratos da estação.

Nos brancos, vá além das clássicas Chardonnay e Sauvignon Blanc, apesar de serem ótimas escolhas. Minha dica é provar os refrescantes e vibrantes vinhos feitos a partir da Alvarinho, ou Albariño como é conhecida na Espanha, Riesling e Chenin Blanc.

Rosés nem se fala, eles nasceram justamente com o propósito e inspiração para o verão, portanto, o que escolher, desde que seja de coloração clara, no estilo provençal, será assertivo.

Para quem gosta de tintos (ou de cervejas artesanais) e quer experimentar algo novo, é hora de mergulhar nos vinhos laranjas. Eles são feitos com uvas brancas que ficam mais tempo em contato com as cascas, com isso, adquirem

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



um pouco mais de estrutura e uma cor incrível, sendo muito complexos aromaticamente. Além disso, são bons para acompanhar a comida e geralmente têm acidez alta, ou seja, são ótimos para matar a sede.

Já para quem não abre mão dos tintos, nem mesmo no calor, prefira aqueles com poucos taninos, frutados ou os elaborados por maceração carbônica (um tipo de extração mais delicada). Algumas uvas interessantes são a Pinot Noir, a Gamay ou a Cinsault, por exemplo, pois podem ser tomados mais gelados inclusive, a 14 graus ou algo próximo disso.

Bom, com essas dicas espero que o seu verão seja regado a muitos vinhos e momentos felizes. Até a próxima e saúde! ■



MEMBRO CLUB M BRASIL

DAIANE WACKERNAGEL

Formada em Administração pelo IBES SOCIESC e pós-graduada em Gestão de Custos e Finanças, Daiane é natural de Blumenau/SC. Iniciou sua carreira em sua área de formação, atuando no financeiro e posteriormente na gestão de uma empresa de engenharia e obras. Sempre em busca de novos desafios e movida pela vontade de empreender, adquiriu uma unidade da Seguralta Corretora de Seguros, atendendo clientes de vários Estados, onde atua há 5 anos.

A empresa oferece soluções de proteção e alavancagem patrimonial, atendendo pessoas física e jurídica, através de parcerias estratégicas com as maiores seguradoras do mercado e administradoras de Consórcio.

Nossa Missão é Proteger e Realizar Sonhos e é isso que nos move diariamente. Sempre tratamos nossos clientes com muita responsabilidade e carinho, adequando o seu planejamento de acordo com a sua real necessidade, e, promovendo assim, a redução dos riscos e tranquilidade ao futuro. Destaco ainda, que o ramo de seguros é muito dinâmico e as companhias estão sempre em busca de inovação para atender as mudanças de mercado, por isso, as soluções de proteção financeira podem ser estratégias para você e para o seu negócio.

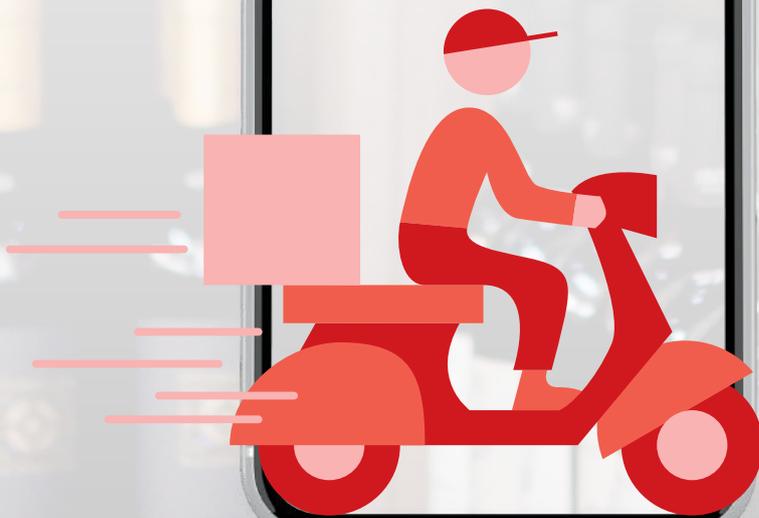
Buscamos o CLUB M com a intenção de gerar conexões verdadeiras e além de todo aprendizado e Network promovido, o CLUB já nos proporcionou negócios e parcerias.



Vinhos & Bebidas

EM GERAL

FAÇA SEU
PEDIDO



www.primedeliverybc.com.br





ARTE A CÉU ABERTO



Instituto Inhotim, em Minas Gerais,
é um dos maiores espaços de arte
contemporânea a céu aberto do mundo

MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA E JARDIM BOTÂNICO, o Instituto Inhotim nasce da intersecção entre arte, natureza, arquitetura e educação. De forma pioneira o espaço expõe de forma permanente, em uma área total que compreende 140 hectares, obras de emblemáticos artistas brasileiros e internacionais, e um acervo com cerca de 4,3 mil espécies de plantas de diferentes continentes.

O Inhotim está situado na cidade mineira de Brumadinho, a 60 km de Belo Horizonte, e desde sua abertura ao público, em 2006, já recebeu mais de 3,5 milhões de pessoas de diversas nacionalidades. A criação do Instituto foi fundamental para a inserção de Minas Gerais na cena de arte contemporânea global, e também a impulsionar a economia local, gerando empregos na região.

Devido à sua extensão e localização – entre os biomas Mata Atlântica e Cerrado –, o Inhotim possibilita que artistas criem site específicos de forma singular e inovadora, além de viabilizar a exibição permanente de obras de grande escala que, geralmente, não poderiam ser expostas em museus tradicionais.

Enquanto Jardim Botânico, o Inhotim concentra uma ampla gama de espécies de plantas, algumas raras e ameaçadas de extinção, e desenvolve projetos e estudos que visam a conservação da biodiversidade em cenários de mudanças climáticas.

No campo da educação, o Instituto já atendeu mais de 800 mil crianças, jovens e adultos por meio de programas do Educativo Inhotim.

ARTE CONTEMPORÂNEA

O Instituto Inhotim conta com um acervo em exposição formado por pinturas, esculturas, desenhos, fotografias, vídeos e instalações de cerca de 60 artistas, de 38 países. A programação das galerias temporárias é renovada a cada seis meses a fim de apresentar as novas aquisições e criar reinterpretções da coleção do Inhotim. Para além disso, a curadoria seleciona artistas para desenvolver pro-

INSTITUTO FOI FUNDAMENTAL PARA A INSERÇÃO DE MINAS GERAIS NA CENA DE ARTE CONTEMPORÂNEA GLOBAL

jetos comissionados, ação que faz do museu uma instituição em constante movimento.

As 19 galerias permanentes do Inhotim apresentam obras de Adriana Varejão, Carlos Garai-coa, Carroll Dunham, Cildo Meireles, Claudia Andujar, Cristina Iglesias, Doug Aitken, Doris Salcedo, Hélio Oiticica & Neville d'Almeida, Janet Cardiff, Lygia Pape, Marilá Dardot, Matthew Barney, Miguel Rio Branco, Rivane Neuenschwander, Tunga, Valeska Soares, Victor Grippo e William Kentridge. Na coleção exposta ao ar livre, figuram obras de artistas como Amilcar de Castro, Chris Burden, Dan Graham, Edgar de Souza, Giuseppe Penone, Gui Tuo Bei, Jarbas Lopes, John Ahearn & Rigoberto Torres, Jorge Macchi, Olafur Eliasson, Rirkrit Tiravanija, Robert Irwin, Simon Starling, Yayoi Kusama, Waltercio Caldas, entre outros.

Além das exposições temporárias e permanentes, o acervo de arte contemporânea é frequentemente ativado e revisto por meio de ações, performances e publicações.

SERVIÇO

Horários de visitação: de quarta a sexta-feira, das 9h30 às 16h30, e aos sábados, domingos e feriados, das 9h30 às 17h30.

Entrada: R\$ 50,00 inteira (meia-entrada válida para estudantes identificados, maiores de 60 anos e parceiros). Crianças de até cinco anos não pagam entrada.

Localização: O Inhotim está localizado no município de Brumadinho, a 60 km de Belo Horizonte (aproximadamente 1h15 de viagem).■



Arbitragem

Uma solução mais rápida e eficiente para resolver conflitos



Não é novidade alguma dizer que o Poder Judiciário existe para resolver conflitos. Afinal, litígios são comuns em toda sociedade e são necessários métodos para resolvê-los. Por outro lado, é preciso constatar que o alto volume de ações tramitando nos tribunais espalhados pelo país (80 milhões) geram uma sensação de impotência diante da necessidade de se resolver logo aquela questão. Mas há uma maneira de não entrar para essa estatística.

Uma das opções que vai na contramão desse cenário é a arbitragem. Regulamentada pela Lei nº 9307/96, ela é uma forma alternativa de resolver conflitos de uma maneira muito mais rápida e econômica do que pelos meios oferecidos pelo Poder Judiciário tradicional. Mais do que isso: ela ajuda a desafogar o sistema judiciário.

A Arbitralis, uma Câmara de Arbitragem 100% digital, por exemplo, oferece a solução de um litígio em até 30 dias. O CEO, advogado e fundador da Arbitralis, Daniel Gontijo, destaca: “Importante observar que esse prazo é bem menor do que os sete anos que normalmente é gasto em média pela tramitação de uma ação na justiça tradicional”.

Mas o que é arbitragem?

Daniel Gontijo explica que a arbitragem é um método alternativo ao Poder Judiciário ao oferecer decisões ágeis e técnicas para a solução de conflitos. “Porém, deve-se lembrar que ela pode ser usada por acordo espontâneo das pessoas envolvidas no conflito, que decidem abrir mão da tramitação na justiça comum” Ele observa que “a escolha da arbitragem pode ser prevista em contrato, ou seja, antes de acontecer o litígio, ou realizada por acordo entre as partes quando surgir a discussão”.

Para entender como funciona o método, o advogado detalha: “As partes elegem um ou mais árbitros, geralmente um ou três, imparciais e com experiência na área da disputa, para analisar o caso. Essas pessoas normalmente tentam ajudar as partes a entrarem em acordo. Se não houver acordo, eles emitem a decisão, chamada sentença arbitral, que tem a mesma força que uma sentença judicial”.

Além disso, um detalhe importante: o processo é totalmente sigiloso.

Apesar de parecer nova, a arbitragem é o método mais antigo de solução de conflitos que, segundo historiadores, nasceu antes mesmo do Poder Judiciário se estabelecer como conhecemos hoje. “E funciona - afinal, é a mesma lógica do judiciário tradicional, porém de forma privada e com maior autonomia das partes, visto que elas podem até mesmo escolher quem irá julgar e decidir o problema”.

A decisão arbitral tem o mesmo efeito que uma sentença judicial

Por que cada vez mais empresas usam a arbitragem?

O grande volume de processos tramitando no Poder Judiciário faz com que as empresas fiquem reféns dos longos prazos enquanto decisões importantes poderiam ser tomadas mais rapidamente. “Isso mostra que, em busca dessa celeridade, a arbitragem se torna a forma mais eficiente para resolver os conflitos. Exemplo disso o Brasil já faz parte dos top 5 dos países que mais utilizam esse modelo no mundo. Além disso, essa modalidade já é usada em mais de 70 países, o que confirma sua eficácia”. Por isso, reforça Daniel, “as empresas não querem mais perder tempo e investimento em processos que podem durar muitos anos, enquanto soluções

podem ser encontradas pelas partes em questão de dias ou poucos meses”.

Além disso, o advogado lembra que algumas vantagens da arbitragem são extremamente estratégicas para empresas buscarem essa forma de solução, “tais como o sigilo e privacidade da discussão do problema, ou seja, ao contrário do judiciário tradicional, o processo arbitral não é público e acessível para qualquer pessoa que queira ver”.

A escolha da instituição ou da pessoa que irá julgar também pode ser um fator decisivo, visto que o processo pode ser resolvido em um prazo muito menor do que no judiciário, “além da **decisão ser tomada por uma pessoa especializada no assunto**”, detalha Daniel.

Como implementar a arbitragem?

De acordo com a lei 9.307/96, a arbitragem pode ser instituída basicamente de duas formas, que são chamadas de convenção de arbitragem:

1 - Inserir uma cláusula no contrato que será assinado, onde as partes já combinam que qualquer problema futuro será resolvido por arbitragem.

2 - O compromisso arbitral, que é um termo assinado pelas partes após o surgimento do problema.

Mas quanto custa?

Tradicionalmente no Brasil as Câmaras de Arbitragem se concentraram em grandes negócios, envolvendo companhias internacionais, razão pela qual era extremamente elitizada e pouco utilizada (segundo levantamento realizado nas 5 maiores Câmaras do Brasil, nos últimos 10 anos houve apenas 1.000 processos arbitrais). “A Arbitralis tem a missão de democratizar essa solução. Por isso, trabalhamos com taxa fixa de R\$800,00 por processo simples”, reforça Daniel.

Arbitralis, a primeira câmara 100% digital do Brasil com taxas fixas

A Arbitralis consegue ser 84% mais rápida do que um tribunal estatal, já resolveu mais de 3000 processos nos últimos dois anos, possibilitou a economia de mais de R\$50 milhões pelos parceiros. A Câmara possui uma plataforma própria para se dar entrada e acompanhar todo o processo, de forma independente. Para saber mais, acesse www.arbitralis.com.br



produção de vídeo
em **Miami e Orlando**

FROM BRAZILIANS FOR BRAZILIANS

Esteja preparado para **criar conteúdo** ou
registrar seus momentos fora do País com
uma produção profissional

saiba mais
+55 47 9205-2828



MERCADO DE LUXO

POR CARLOS FERREIRINHA



O FUTURO DO LUXO CONSCIENTE

O CONSUMIDOR DE LUXO BUSCA NÃO SÓ SATISFAZER SUAS NECESSIDADES E DESEJOS, MAS TAMBÉM EXPRESSAR SEUS VALORES E SUA IDENTIDADE

O LUXO É UMA ATIVIDADE que está em constante transformação, acompanhando as mudanças sociais, culturais e econômicas do mundo e da sociedade. Uma atividade que não se resume apenas à qualidade material, à exclusividade ou à códigos sociais, mas também à experiência, à emoção e ao propósito. O consumidor de Luxo busca não só satisfazer suas necessidades e desejos, mas também expressar seus valores e sua identidade.

Nesse contexto, a sustentabilidade se torna um fator cada vez mais importante para a atividade do Luxo, pois, além de contribuir para a preservação do meio ambiente e da sociedade, deixa de ser mais uma tendência ou obrigação e se transforma em uma oportunidade de inovação e diferenciação e ainda há que considerar as novas dinâmicas da economia real.

Mas como o Luxo e a sustentabilidade podem se relacionar de forma harmoniosa e autêntica? Como incorporar a Sustentabilidade em suas estratégias, sem perder sua essência e identidade? Como

comunicar esforços e resultados sem parecer oportunista ou superficial?

Cito a seguir alguns exemplos de marcas de Luxo que conseguiram integrar a Sustentabilidade em seus negócios, criando soluções genuínas, criativas e eficazes para os desafios ambientais e sociais.

Um dos cases mais emblemáticos é o da STELLA MCCARTNEY, estilista britânica conhecida por sua postura ética e sustentável na moda. Desde o início de sua carreira, ela se recusa a usar couro, pele ou qualquer outro material de origem animal em suas coleções. A marca também utiliza tecidos orgânicos, reciclados ou biodegradáveis, como o algodão orgânico, o nylon reciclado ou a viscose sustentável. Além disso, investe em tecnologias inovadoras, como a bioengenharia têxtil ou o blockchain, para reduzir seu impacto ambiental e aumentar sua transparência.

Outro exemplo é o da GUCCI, grife italiana e uma das líderes mundiais do segmento de Luxo. Em 2017, a GUCCI

Carlos Ferreirinha é Fundador Presidente MCF Consultoria

Inteligência da Gestão do Luxo

 @carlosferreirinha



anunciou que deixaria de usar pele animal em suas coleções, seguindo o exemplo da Stella McCartney. Em 2018, lançou o GUCCI EQUILIBRIUM, uma plataforma online que divulga as iniciativas da marca em relação à sustentabilidade, como a redução das emissões de carbono, o uso de energia renovável, o apoio a projetos

sociais e culturais, entre outras. No ano seguinte se tornou a primeira marca de Luxo a aderir ao The Fashion Pact, um compromisso coletivo de empresas da indústria da moda para combater as mudanças climáticas.

Temos também o exemplo da TIFFANY & CO., joalheria norte-americana sinônimo

de Luxo nos EUA e forte código tradicional de elegância e sofisticação. A TIFFANY & CO. tem uma longa história de responsabilidade social e ambiental, sendo uma das primeiras empresas a adotar padrões rigorosos para a origem dos diamantes e metais preciosos que utiliza em suas joias. A TIFFANY & CO. também apoia diversas causas relacionadas à conservação da natureza, à educação e aos direitos humanos. Em 2019, a TIFFANY & CO. lançou a TIFFANY SAVE THE WILD COLLECTION, uma linha de joias inspirada em animais ameaçados de extinção, como elefantes, rinocerontes e leões. Parte dos lucros dessa coleção é destinada à The Wildlife Conservation Network (WCN), uma organização que protege essas espécies.

O Luxo e a Sustentabilidade são dois conceitos que podem e devem caminhar juntos. Marcas que conseguem incorporar a Sustentabilidade em suas estratégias, sem perder sua essência e identidade, se destacam no mercado, conquistando a confiança e a preferência de seus consumidores. Sim, é possível aliar qualidade, exclusividade, experiência, emoção e propósito a responsabilidade, ética, transparência e inovação. ■

Você **conectado** aos
maiores
negócios do mundo!

A única **imersão para brasileiros**, realizada
nos **EUA** totalmente em **português**, com
foco em:

- Dolarização de patrimônio
- Investimento em Real State
- Imigração
- Abertura de empresas

Miami
Business





MEMBRO CLUB M BRASIL

LUCIANO ANDERSON SANTOS

Natural de Curitiba, Luciano vive Santa Catarina desde 2002, quando começou a atuar no mercado de luxo por meio de uma das mais conceituadas lojas de móveis com origem em Gramado, Rio Grande do Sul, a Sierra Móveis.

Atendendo na área moveleira por seis anos em loja física, Luciano construiu um vasto conhecimento no comportamento do consumidor e no mercado de alto luxo, onde a excelência é a palavra-chave.

Para evoluir constantemente, teve como referências nomes como Carlos Ferreirinha, Tânia Bulhões e a marca Artefatto, entre outras. E em 2007 se sentiu pronto para abrir caminhos também na corretagem de imóveis de luxo em Balneário Camboriú, metro quadrado mais valorizado do Brasil.

Hoje, Luciano se destaca nos negócios para investidores representando umas das maiores construtoras do Brasil, a FG Empreendimentos, responsável pelo ONE TOWER, maior residencial da América Latina.

Além disso, o paranaense que vive entre a Serra Gaúcha e o Litoral de Santa Catarina, empreende na construção civil. Aliado a um time de especialistas e tendo como foco as cidades de Itapema e Porto Belo, atualmente, tem se dedicado à construção do Dolce Vitta Residencial, aplicando o que tem de melhor do mercado de luxo, com localização estratégica em Itapema, cidade que valoriza a cada dia.

Casado, pai de três filhos, Luciano é um dos 20 primeiros membros do Club M, onde tem grandes amigos e espera, cada vez mais, construir relações de confiança e negócios!

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.

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



FOTO CAMILLA CARNIEL

**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.



ocean PLACE

BARRA SUL

Seu evento **frente mar** no endereço mais nobre do país, com toda infraestrutura e sofisticação que você merece!

O Ocean Place é o mais novo Centro de Eventos multiuso de **Balneário Camboriú (SC)**.

Com localização privilegiada na Barra Sul, o espaço possui arquitetura e decoração contemporânea, ideais para eventos corporativos e sociais.

**AV. ATLÂNTICA, 5.700
BALNEÁRIO CAMBORIÚ**

SOLICITE ORÇAMENTO

+55 47 9 9252-9211

oceanplacebc@gmail.com



Experiência
Frente mar



Estrutura
multiformatos
(com ambientes diferentes)



Mobiliário
contemporâneo



Pé direito
alto



Estacionamento
exclusivo
*Espaço terceirizado



Área
externa



Ambiente
climatizado



Capacidade
900 pessoas

ACELERE SEU
NEGÓCIO DE FORMA:
**HUMANIZADA,
ESTRATÉGICA
E ESCALÁVEL**

+ R\$ 1.500.000,00 GERENCIADOS EM ANÚNCIOS POR MÊS

+ 120 CASES PELO MUNDO

Tenha uma equipe de marketing completa com:

Diretor de marketing, gestor de tráfego,
editor de vídeo, redator e designer

rafes
PERFORMANCE DIGITAL

Mídia paga,
criação de sites,
social media e
lançamentos digitais.



@rafesmarketing | www.rafes.com.br

Rua: 1536, 60 Sala: 1101

Centro, Balneário Camboriú - SC



CONHEÇA O CEO DA RAFES
E DESCUBRA A VERDADEIRA
PERFORMANCE EMPRESARIAL.

ADRIANO DIAS

Nosso líder, o CEO da Rafes, é um empreendedor apaixonado pela arte do negócio. Sua jornada começou com um sonho, um desejo ardente de transformar a forma como as empresas alcançam a verdadeira performance.

Com anos de experiência no mercado digital, seu compromisso incansável com a inovação e a busca por resultados concretos impulsionaram a Rafes ao topo, tornando-a uma referência em soluções estratégicas

Uma Agência Além das Expectativas:

Na Rafes, somos mais que uma agência. Entendemos que cada empresa é única, com suas necessidades específicas e desafios particulares. Nossa abordagem vai além do convencional, pois compreendemos que a verdadeira performance não é uma fórmula pronta, mas sim o resultado de um trabalho minucioso e personalizado.

Nosso time:

Nossos especialistas em diversas áreas unem-se ao seu time, mergulham nos detalhes do seu negócio e cocriam soluções sob medida, alinhadas aos seus objetivos estratégicos.

Na Rafes, somos parceiros de cada cliente, compartilhando a visão e comprometidos com o crescimento sustentável.

Palavras do CEO:

Nossa paixão é impulsionar o sucesso dos nossos clientes, guiando-os em cada passo com foco, criatividade e inteligência.

Acreditamos que, ao atuar como verdadeiros sócios, mergulhando nas particularidades de cada negócio, podemos alcançar resultados extraordinários juntos. Acreditamos que a performance genuína está no comprometimento mútuo com a excelência.

Y O U R D R E A M I S H E R E



#VAMOSATACAR

Viva o modo 

EXCLUSIVO

A maior seleção de
supermáquinas do Brasil
à pronta-entrega, é com o
Boca Mafra Premium.



47 **3228 5300**

 47 **9 9932 1549**

Av. do Estado Dalmo Vieira,
nº400, Loja 1 - Balneário Camboriú



 [bocamafrapremium](https://www.instagram.com/bocamafrapremium)
[bocamafrapremium.com.br](https://www.bocamafrapremium.com.br)