



CLUB M

THE MAGAZINE
DEZEMBRO 2021 | EDIÇÃO 02

JOÃO KEPLER, O MAIOR INVESTIDOR ANJO DO BRASIL

O HOMEM DAS MIL STARTUPS
RECEBEU A EQUIPE DA CLUB
M THE MAGAZINE PARA UM
BATE PAPO SOBRE NEGÓCIOS,
EMPREENDEDORISMO E MUITAS
LIÇÕES PARA A VIDA



AMPLIE POSSI BILI DADES

Soluções Inteligentes
em urbanização de
áreas, engenharia
e arquitetura.

O oeste catarinense cresce a passos largos. Nos últimos meses dezenas de empresas confirmaram e até já iniciaram implantação na nossa região. Nós da W7, estamos preparados e na busca de parceiros para estar ao lado dessas empresas. Você topa o desafio?

LOTEAMENTOS

- Monte Belo
Ouro -SC
- Bella Vita
Ouro -SC
- Lanhi
Capinzal -SC
- Belos Campos
Campos Novos - SC
- Jardim das Araucárias
Ponte Serrada - SC



PRIVATE
BUSINESS
CLUB

14 MERCADO IMOBILIÁRIO
CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR

20 MODA E ESTILO
ALEXANDRE TALEB

26 OLHAR JURÍDICO
WAGNER CAMILO DOS SANTOS

42 MAIS BEBIDAS
AUGUSTO RADEKE

44 ESPAÇO GASTRONÔMICO
RAFAEL SCALCO

58 MERCADO DE LUXO
CARLOS FERREIRINHA

60 O QUE É TENDÊNCIA
MANU DESCHAMPS

68 TOURINHO DE OURO
PABLO SPYER

48 **CAPA**

EM ENTREVISTA EXCLUSIVA,
JOÃO KEPLER FALA SOBRE
EDUCAÇÃO, INVESTIMENTOS EM
STARTUPS E VALORES PARA OS
NEGÓCIOS E PARA VIDA



FOTOS CAPA JONATHAN

06 **FUTURO**
CARROS
ELÉTRICOS:
CONSUMIDORES
QUER TÊ-LOS
COMO OPÇÃO
DE COMPRA

11 **REQUINTE**
ROLLS-ROYCE
LANÇA
SEU NOVO
COLECIONÁVEL

30 **BEM ESTAR**
SAÚDE MENTAL -
PESSOAS FELIZES
TRAZEM MAIS
RESULTADOS
PARA
ORGANIZAÇÕES

33 **DESIGN**
TENDÊNCIAS DA
ARQUITETURA
SÃO EXPOSTAS
NA CASACOR SC

TIAGO MACHADO

FOUNDER DO CLUB M BRASIL



CLUB M BRASIL CONQUISTA SEU ESPAÇO NO MUNDO EMPRESARIAL

É uma honra apresentar para você, leitor, a segunda edição da Club M The Magazine. Nossa preocupação ao produzir a revista do Club M Brasil é que todos os leitores e leitoras encontrem nas nossas páginas conteúdo relevante para os negócios e para a vida.

Por isso, estamos muito felizes em apresentar para você esta publicação que traz uma entrevista incrível com o maior Investidor Anjo do Brasil, João Kepler, Ceo da Bossanova Investimentos. Ao ler, você certamente terá uma aula de empreendedorismo, mindset para negócios e humildade – imprescindível para o sucesso nos negócios.

Além da entrevista que estampamos nossa capa, esta edição traz temas que estão em alta no universo empreendedor e que são importantes para crescermos em nossos negócios com força exponencial, além dos nossos colunistas que são referências em seus segmentos.

Vale lembrar que Club M The Magazine é uma das ações do Club M Brasil, além

desta, mantemos como nosso objetivo principal conectar pessoas e gerar negócios, através de reuniões em nossa sede, almoços exclusivos para membros, eventos esportivos e sociais, e muitos outros com o mesmo objetivo: gerar e manter um networking de extrema qualidade.

Desde o início da nossa primeira reunião presencial (21/06/21), o Club vem ganhando força e cada vez mais a participação de novos membros, contando hoje com mais de 250 membros aprovados dos mais variados segmentos, fazendo com que cada reunião seja enriquecedora e com grande transbordo de conteúdo. E esse é apenas o começo desta história, que começou em 2021 e vai ganhar o Brasil cada dia mais. Por isso, se você chegou até aqui e não conhece o Club M Brasil, termino esse texto fazendo o convite para que você acesse nossas redes sociais, conheça as regras para adesão e venha se juntar a nós.

Boa leitura e até breve.



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

CARROS ELÉTRICOS: CONSUMIDOR QUER TÊ-LOS COMO OPÇÃO DE COMPRA

Mercado dos elétricos leves no Brasil ainda é só 2% do mix de vendas. Fabricantes de veículos enxergam desafios e oportunidades para adaptação da frota nacional.

A MAIORIA DOS CONSUMIDORES brasileiros gostaria que os veículos elétricos estivessem disponíveis no mercado, mostra a pesquisa SAE Mobilidade – Edição 2021. O estudo, que ouviu consumidores e executivos da indústria automotiva, foi feita pela consultoria KPMG com apoio da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores – Anfavea. De acordo com o estudo, 89,7% dos consumidores queriam que os carros elétricos fossem uma opção para compra.

Para o sócio-líder para indústria automotiva

da KPMG, Ricardo Bacellar, há uma visão positiva consolidada no país sobre o uso dessa energia na mobilidade individual. “O brasileiro percebe o veículo elétrico como uma inovação tecnológica, e o brasileiro sempre gostou muito de tecnologia”, comentou.

Executivos da indústria automobilística também consideram, em maior parte, que os carros elétricos são uma possibilidade importante para o futuro. Cerca de 30% dos executivos de empresas ligadas à cadeia automotiva consideram

DIVULGAÇÃO

os veículos elétricos plenamente viáveis. Para 42,9%, é parcialmente viável. Já 20,3% dos altos funcionários das empresas do setor acreditam esses modelos são parcialmente ou completamente inviáveis.

A inovação nas formas de comercialização dos veículos também é uma expectativa dos executivos do setor. Entre esse público, 89,7% consideram uma necessidade a construção de alternativas para a venda de automóveis pela internet. Na opinião de 78,6%, esse novo modelo deve ser gerido em parceria entre as montadoras e as concessionárias. Ainda na linha de abrir novas possibilidades de negócio, mais da metade dos consumidores (53,5%) disse que poderia se interessar pelos veículos por assinatura.

Essa modalidade funciona de forma semelhante a um aluguel em que o usuário paga uma taxa fixa por mês em um contrato por prazo determinado, em geral, pelo menos 12 meses, e fica com o automóvel, arcando apenas com o custo do abastecimento. Os impostos, as taxas e a manutenção ficam a cargo da locadora. De acordo com Ricardo Bacellar, em entrevista à Agência Brasil, como essa alternativa reduz consideravelmente os custos relacionados aos veículos, pode ser uma opção de negócio para as empresas.

Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, se hoje os modelos eletrificados respondem por 2% do mix de vendas de leves, em 2030 eles representarão de 12% a 22%, e de 32% a 62% em 2035, dependendo dos cenários previstos no estudo organizado pela ANFAVEA e pelo BCG, com a ajuda de vários players do setor automotivo.

Os veículos pesados também terão sua parcela de novas tecnologias, embora um pouco menor (10% a 26% do *mix* em 2030, 14% a 32% em 2035). Ou seja, mesmo no cenário mais conservador, o mercado brasileiro vai demandar milhões de unidades de veículos eletrificados até a metade da próxima década. Seriam 432 mil veículos leves/ano em 2030, subindo para 1,3 milhão/ano em 2035.

Um volume dessa magnitude não poderá ser

A INOVAÇÃO NAS FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS VEÍCULOS TAMBÉM É UMA EXPECTATIVA DOS EXECUTIVOS DO SETOR.

importado, o que geraria sérios prejuízos à balança comercial brasileira, além de ociosidade ainda maior da indústria local. Com mais de 40 fábricas espalhadas pelo país, sem contar as de fornecedores de autopeças, a indústria precisará entrar em um novo ciclo de investimentos para se manter competitiva, e ao mesmo tempo garantir 1,3 milhão de empregos diretos e indiretos na cadeia automotiva – ou até ampliar esse contingente.

Ainda de acordo com a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, mesmo no cenário inercial (no qual a transformação viria no ritmo atual, sem metas estabelecidas, sem uma organização geral dos setores envolvidos no transporte e na geração de energia, e sem uma política de Estado que incentive a eletrificação), serão necessários altíssimos investimentos em toda a cadeia (pesquisa e desenvolvimento, adaptação de fábricas, desenvolvimento de fornecedores, preparação/treinamento da rede de concessionários etc.) para que o Brasil abasteça seu mercado local e se consolide como um polo exportador dessas tecnologias para os países vizinhos, e até de outros continentes.

Esse movimento abre uma janela de oportunidades para outros investimentos no Brasil, como semicondutores e baterias, já que nosso país possui matéria-prima abundante para essas novas tecnologias. Isso estimulará P&D em toda a cadeia e o surgimento de startups, promovendo um grande ciclo de investimentos e uma revolução tecnológica no país, beneficiando vários setores, não só o automotivo. ■



Allisson Prodóssimo
Diretor Geral

Hoje, vivemos em um mundo onde as pessoas não se conectam mais, os relacionamentos são distantes, vazios e frios. Com as instituições cada vez mais industrializadas, as necessidades individuais e específicas das pessoas e das empresas não são levadas em conta. Apenas se quer tirar vantagem e lucro de forma fria e egoísta.

Nós o convidamos a conhecer os 3 pilares de nossa organização.

Missão - Capacitar cada associado, voltando ao modo orgânico de nos conectar com cada cliente de uma forma única e muito mais profunda.

Visão: criar um movimento no mundo inteiro, onde o relacionamento de troca de experiências resulte em benefícios para todos, onde a essência humana seja o diferencial.

Valores - Transparência, fidelidade e lealdade. O melhor para o cliente será nosso melhor negócio.

Por isso convocamos você, que está cansado de ter relacionamentos com empresas da era industrial, que não te dão o devido valor, que não geram conexões reais, profundas e duradouras, a conhecer nosso trabalho e fazer parte desse movimento! Se isso faz sentido pra você, vamos sair e fugirmos dessa era industrial que se alojou na maior parte das pessoas, vamos resgatar a nossa melhor versão e gritar isso para todo o mundo ouvir. Sim, nos dias de hoje podemos ainda ser diferentes. Não queremos ser humanos industrializados. Queremos ser humanos em sintonia até em nossos negócios!

Esse é o jeito Symphony de ser!

Symphony B2B Soluções em Telefonia Fixa, Telefonia Móvel, Internet e TI.

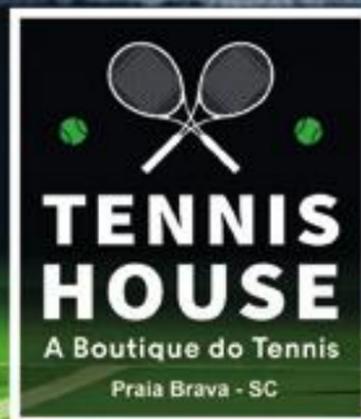
Unidade: Bal. Camboriu - SC - R. 2500, Nº 504
Unidade: Itajaí - SC - R. Brusque, Nº 1078
Unidade: Umuarama - PR Av. Ang. Moreira da Fonseca, Nº 5685
Unidade: Cianorte - PR Av. Espírito Santo, Nº 921

Central de Atendimento
47 3056-3232 | 47 99213-5149
www.symphonyb2b.com

Análise de faturas e redução de custo gratuitos para membros do CLUB M.

NA AREIA OU NA QUADRA

Tudo para tennis, beach tennis e paddle em um só lugar! Uma das melhores Pro Shop do Brasil agora na Brava.



Wilson HEAD YONEX Babolat Nike adidas NB SPYK Spalding COMPASS

47 99136.8879
@tennishousebc

ROLLS-ROYCE LANÇA SEU NOVO COLECIONÁVEL: A CELLARETTE



Contendo uma variedade de acessórios projetados para aperfeiçoar qualquer festa, a *Cellarette* deriva da rica herança da marca de oferecer aos clientes oportunidades de melhorar seu estilo de vida além da experiência de seu automóvel *Rolls-Royce*.

DIVULGAÇÃO/ROLLS-ROYCE



UMA SÉRIE DE BELOS ACESSÓRIOS SÃO REVELADOS DE FORMA MECÂNICA, REFLETINDO A ABERTURA DAS PORTAS DA CARRUAGEM DE UM AUTOMÓVEL ROLLS-ROYCE.

espanhol no nível de umidade escolhido para melhor aproveitamento, uma medida que é monitorada com precisão por um higrômetro. Com detalhes exclusivos, o higrômetro lembra os ponteiros do lendário relógio *Rolls-Royce*.

Acompanhando o umidificador, estão os acessórios perfeitos para os entusiastas dos charutos. Mantidos magneticamente em cada extremidade do cassete estão dois recipientes menores - um para um cortador de charutos com detalhes complexos e um isqueiro, feito por S. T. Dupont, Paris, e gravado com o *Spirit of Ecstasy Expression*, e o outro para um cinzeiro. Para garantir o trânsito compacto, os

berços para charutos do cinzeiro se estendem apenas quando o recipiente é aberto.

A *Cellarette* representa o compromisso da *The House of Rolls-Royce* em produzir os melhores produtos e experiências de luxo para seus clientes, muito além dos limites do ambiente automotivo. Como qualquer produto *Rolls-Royce*, a *Cellarette* pode ser personalizada de acordo com as especificações exatas do cliente.

A *Cellarette Rolls-Royce* está disponível para aquisição nas concessionárias *Rolls-Royce*, com preços a partir de £ 40.570 (aproximadamente R\$ 259 mil). ■

RECENTEMENTE A HOUSE OF ROLLS-ROYCE apresentou ao mercado a mais nova adição do seu portfólio de colecionáveis: a *Rolls-Royce Cellarette*, a mala que simboliza o verdadeiro estilo *Rolls-Royce*. Com engenharia de precisão, artesanato requintado e uma apresentação de luxo de tirar o fôlego, a mala apresenta o chassi de alumínio polido, envolvido por couro *Rolls-Royce Havana* em relevo completo com uma bandeja de serviço folheada *Obsidian Ayous Open Pore* com incrustação *Spirit of Ecstasy*.

Embora a *Cellarette* caiba na parte traseira de qualquer *Rolls-Royce*, ela realmente se destaca como uma peça central em uma experiência de jantar ao ar livre ou como um acompanhamento em uma reunião íntima.

O exterior escuro se abre para emitir um brilho ambiente quente. Os destaques em couro *Armagnac* são acentuados por uma luz suave, evocando a atmosfera de um distinto

Clube de Membros. Uma série de belos acessórios são revelados de forma mecânica, refletindo a abertura das portas da carruagem de um automóvel *Rolls-Royce*. Uma vez desrolado, o cliente é presenteado com óculos *lowball* feitos à mão, cada um primorosamente terminado com o monograma 'RR'. Esses óculos giram para fora quando a unidade é aberta, evocando uma encantadora sensação de teatro.

Em uníssono com os óculos, um magnífico baú de garrafa forrado de couro *Armagnac* é revelado. O suporte embelezado 'RR' pode se adaptar a diferentes tamanhos de garrafa, com a garrafa mantida no lugar magneticamente por um prendedor de alumínio polido, garantindo a arrumação segura de qualquer uma das bebidas preferidas do cliente. Na extremidade oposta está um umidificador que, ao ser aberto, oferece ao usuário uma bandeja para charutos. Os charutos são aninhados em cedro



MERCADO IMOBILIÁRIO

POR CUSTÓDIO RIBEIRO JÚNIOR

“AQUECIMENTO DO MERCADO” JÁ É COISA DO PASSADO!



DIVULGAÇÃO/CRIMÓVEIS

O TERMO “AQUECIMENTO DO MERCADO” já não traduz mais a realidade atual. O mercado já aqueceu e a ascensão transbordou por todo território nacional trazendo recordes positivos para o setor imobiliário, o movimento de elevação dos indicadores transmitem este novo momento.

Assim como outros mercados, o setor imobiliário também é cíclico, entretanto, a evolução que está ocorrendo neste ciclo que estamos presenciando não é convencional. O mais interessante é que este crescimento não está ligado ao déficit habita-

cional, mas sim ao COMPORTAMENTO humano.

O modo de consumo se atualizou, novas necessidades foram constatadas e, por isso, o movimento da cadeia imobiliária está tão intenso e diretamente ligado ao comportamento das pessoas que estão priorizando um “lar” com maior conforto. Antes mesmo da pandemia os sinais de consumo já apontavam para a priorização dos lares. Porém, a busca pelo conforto imediato foi consequência da percepção de urgência pela vida que a pandemia trouxe, fazendo com que

muitas pessoas antecipassem projetos pessoais e familiares.

A maior demanda imobiliária já vista na história é a presente, de acordo com dados da *Data Store* - empresa de pesquisa com mais de 25 anos de dados do mercado imobiliário - segundo ela, a demanda atual superou 15 milhões de famílias, chegando ao número recorde de 15.489.940 de famílias com intenção de compra para os próximos 24 meses. Este público recorde tem sua maior concentração na região sudeste com 31,84%, já a maior alta da intenção de compra é da região sul, que cresceu 1,25% em relação ao período anterior e detém 30,19% do interesse de compra.

O crédito imobiliário é um grande pilar desta ascensão do mercado. Os financiamentos imobiliários com recursos das cadernetas do Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo (SBPE) atingiram R\$ 21,01 bilhões em agosto de 2021, comparado a agosto do ano passado, cresceu 79,2%, já no acumulado de 12 meses, entre setembro de 2020 e agosto de 2021, foram contratados R\$ 194,92 bilhões, alta de 100% em relação ao período anterior. Estes números construíram um novo recorde em agosto, onde 90,3 mil imóveis foram financiados, resultado 11,3% superior ao de julho e



DIVULGAÇÃO/CRIMÓVEIS

18,6% se comparado a agosto de 2020.

Corroborando estes indicadores positivos, destaco a região de Balneário Camboriú/SC, que é umas das grandes estrelas do mercado imobiliário nacional. A região traz consigo três dos metros quadrados listados entre os oito mais valiosos do Brasil. O maior valor de m² do Brasil segue em São Paulo, seguida de perto por Rio de Janeiro, Balneário Camboriú como 3º e Itapema como 5º colocadas, e Itajaí em 8º lugar.

O crescimento patrimonial atrelado a segurança do investimento em imóvel fez com que muito capital circulasse no mercado imobiliário; aliado a este movimento, uma grande concorrência entre as cidades começou a acontecer, muitos brasileiros passaram a repensar não apenas sobre o seu imóvel, mas também em qual cidade gostariam de viver que pudesse lhe entregar qualidade de vida e segurança no dia a dia, percepções estas que são reflexo da pandemia e da nova forma viver, se rela-

cionar e trabalhar.

Neste processo migratório o litoral ganhou força extra. Para muitos, o projeto de vida de morar na praia foi antecipado, fazendo que cidades litorâneas e o mercado de médio e alto padrão crescessem de forma acelerada, com grande destaque aos imóveis de luxo. Segundo dados da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), o setor registrou um crescimento de 32% em 2021 nas vendas de imóveis de luxo.

O Mercado esta em ascensão, estamos apenas nos anos iniciais deste ciclo imobiliário, o que projeta o setor com uma grande oportunidade para rendimentos positivos. Em uma jornada prospera, em que para usufruir basta estar atento as oportunidades e amparado em uma consultoria imobiliária que tenha informações qualificadas.

O ano de 2021 já se consolidou como um dos mais importantes para o mercado imobiliário neste século, e o setor já se projeta para surpreender muito em 2022. ■

Custódio Ribeiro Júnior, é corretor de imóveis há 16 anos, perito avaliador, membro da conexão QR - movimento de educação imobiliária nacional, e Diretor comercial da CR imóveis, empresa com 10 anos que atua segmentada no mercado primário e secundário sendo a única especialista em intermediações de apartamentos em Balneário Camboriú e Praia Brava - Itajaí em Santa Catarina.

📍 @custodioribeirojr

CR Imóveis **10**
anos

Para o contar das horas, uma joia feita artesanalmente: Rolex.

Para navegar pelas águas do litoral, um ícone tecnológico: Azimut.

Para viver ou investir, uma experiência personalizada em imóveis de luxo:

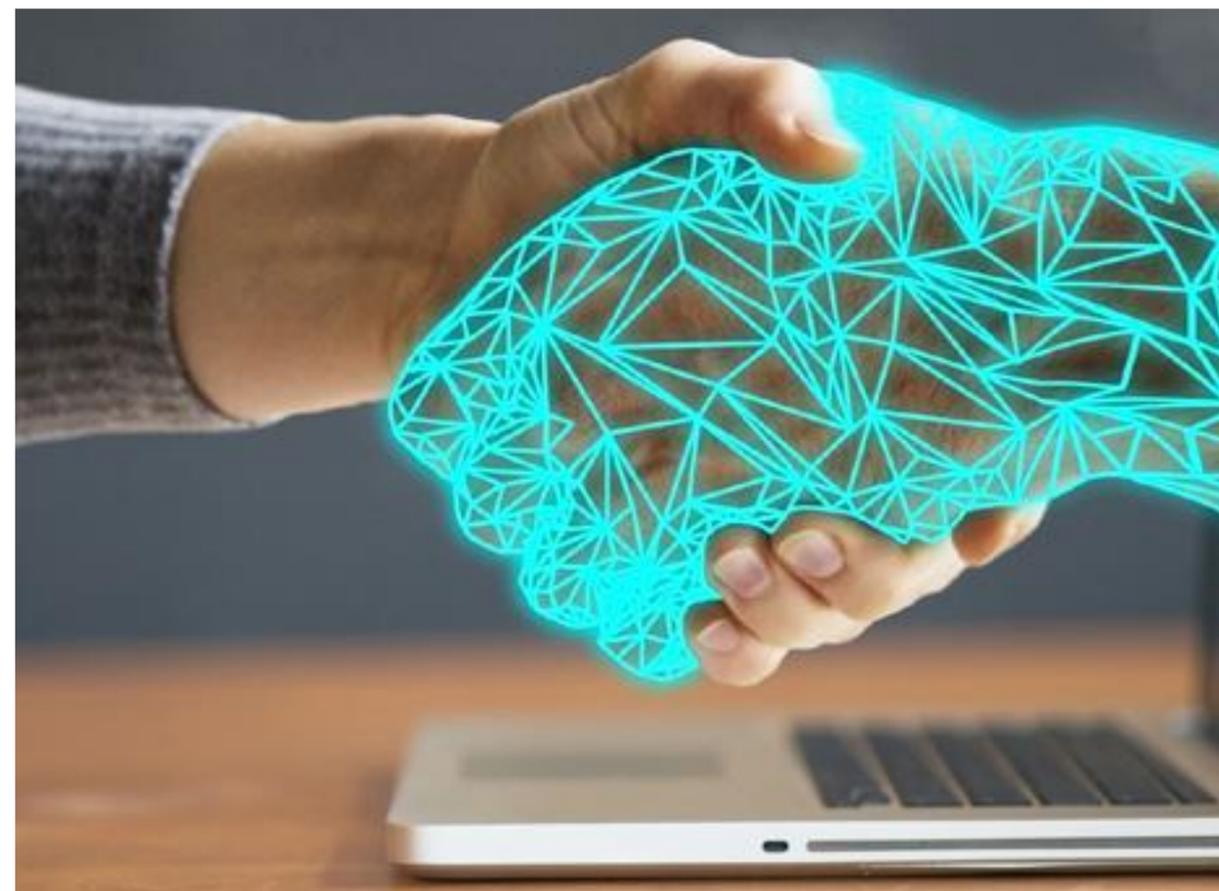
CR private

UMA CURADORIA INÉDITA EM IMÓVEIS SELETOS PARA O PÚBLICO AAA.

CONHEÇA UMA PROPRIEDADE SINGULAR DA LIXIA PRIVATE.



CONTRATO INTERMITENTE: UMA DEMANDA CRESCENTE DE CONTRATAÇÃO NO BRASIL



DIVULGAÇÃO

Principal novidade da reforma trabalhista, mas prática antiga nos EUA e Europa, o trabalho intermitente se consolidou como uma tendência de contratação, crescendo exponencialmente desde que foi criada no país.

OFERECER SEUS SERVIÇOS para mais de uma empresa, com horários flexíveis e de sua escolha, tendo todos os direitos trabalhistas resguardados pela lei; ou contratar colaboradores e pagar apenas o proporcional ao período de serviço prestado. Essa é uma realidade garantida a empregadores e trabalhadores brasileiros que optam pelo trabalho intermitente, principal tendência trabalhista para o ano de 2022. A modalidade é prática antiga nos Estados Unidos e na Europa. Apesar de nova no Brasil, não para de crescer. Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), ligado ao Ministério da Economia, só em Santa Catarina foram 7.902 admissões entre janeiro e setembro de 2020.

As informações do Caged apontam que 155 mil contratos de trabalho intermitente foram registrados no país em 2019 – 71 mil a mais do que no ano anterior, demonstrando uma tendência exponencial de escolha por esse regime de trabalho. O relatório ainda sinaliza um crescimento de 19,9% no número de carteiras assinadas na região Nordeste nesta modalidade, enquanto 14,2% são de profissionais do sudeste.

Segundo o advogado Rodrigo Vinícios Fidencio, especialista em Direito do Trabalho, apesar do crescimento expressivo, o trabalho intermitente é uma novidade que ainda gera dúvidas a muitos empreendedores e prestadores de serviços brasileiros. O desafio para contratação de trabalhador intermitente, permitida a partir da Reforma Trabalhista (Lei nº 13.467/2017), é fazer cumprir todas as regras na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

“As regras são específicas e o risco de processos trabalhistas, decorrentes de erros, assustam muita gente – considerando que a maioria esmagadora das empresas no país são pequenas e médias, sem grande suporte em termos de assessoria jurídica”, avalia

Fidencio, um dos idealizadores da plataforma Symee, criada para facilitar a gestão dos contratos de trabalho intermitente e garantir a conformidade legal.

Com a crescente exponencial da contratação intermitente, Rodrigo e seu sócio, Deividi Anderson Scalzavara, identificaram a demanda por uma solução que facilite o gerenciamento, desburocratize e dê segurança jurídica principalmente para pequenos e médios empregadores, que geralmente não dispõem de grandes departamentos de gestão de pessoas ou jurídico para garantir o cumprimento de todas as regras legais.

“Pela Symee o contrato é gerado automaticamente, a partir da inclusão dos dados solicitados na plataforma. Ela centraliza informações de fácil acesso sobre a jornada de cada trabalhador intermitente; facilita a resposta ao chamado para o trabalho, gera todos os recibos e cálculos de remuneração e permite o registro remoto do ponto. A plataforma ainda disponibiliza histórico dos dados dos colaboradores; relatórios de convocações e frequência a cada período de prestação de serviço, que auxiliam no pagamento. O sistema também impede que qualquer processo seja feito fora da legalidade, como convocar trabalhador por mais de seis dias ininterruptos sem folga, só para citar um exemplo”, esclarece Deividi, à frente da programação do sistema e suporte ao usuário.

Ele reforça que o principal propósito da ferramenta é viabilizar relações de trabalho seguras e economicamente viáveis. “O objetivo é facilitar a contratação na modalidade para fomentar o emprego formal. As vantagens do sistema vão desde a garantia de segurança para questões jurídicas ou contábeis até a mitigação de erros, já que reduz o número dos documentos que o empregador precisa reter do funcionário. Para o trabalhador, toda informação relevante está no aplicativo, nas palmas das suas mãos”, completa.

“O OBJETIVO É FACILITAR A CONTRATAÇÃO NA MODALIDADE PARA FOMENTAR O EMPREGO FORMAL. AS VANTAGENS DO SISTEMA VÃO DESDE A GARANTIA DE SEGURANÇA PARA QUESTÕES JURÍDICAS OU CONTÁBEIS ATÉ A MITIGAÇÃO DE ERROS...”

O QUE É O TRABALHO INTERMITENTE?

A principal diferença entre o contrato clássico e o intermitente é a contratação com alternância de períodos de prestação de serviços em horas, dias ou meses. Ou seja, os empregados prestam serviço por demanda, de acordo com a necessidade da empresa, e têm a possibilidade de trabalharem também em outros locais.

A contratação deve estar registrada em carteira de trabalho com a modalidade, remuneração e os direitos escritos nas anotações gerais do documento – não é necessário preencher horário pré-fixado na ficha de registro. Quem não efetuar o registro na carteira do trabalhador está sujeito a multa de R\$ 800 para micro e pequenas empresas e R\$ 3 mil para empresas maiores.

De acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho, para a convocação para trabalho o empregador deve acionar o trabalhador com até três dias de antecedência, informando o local, a data e o horário da prestação de serviço. O chamamento pode ser feito por e-mail, WhatsApp ou carta. Ou diretamente no sistema de gestão, como ocorre com a Symee.

O prestador do serviço tem a liberdade de recusar a oportunidade, sem correr o risco de ser dispensado por justa causa, por insubor-

dinação. O período em que esteve inativo não é considerado tempo à disposição de quem o contratou.

A remuneração da modalidade intermitente também tem especificidades. O pagamento do salário é feito no final da jornada convocada para prestação de serviço. O trabalhador ainda recebe no mesmo momento as férias proporcionais com acréscimo de um terço, 13º salário proporcional, repouso semanal remunerado e adicionais legais. Cabe ao empregador preencher o recibo de acordo com cada parcela e assegurar também o pagamento mensal do INSS e FGTS. Para quem usa a plataforma Symee, os cálculos e recibos são gerados automaticamente.

“Com o alto índice de desemprego e fechamento de empresas, principalmente a partir da pandemia, o contrato de trabalho intermitente é uma alternativa que pode ajudar todo mundo. A empresa consegue contratar mais trabalhadores quando há aumento de demanda, remunerando quando pode remunerar e pelo trabalho de fato realizado. E o trabalhador que está na informalidade pode ter, de forma objetiva, a carteira de trabalho assinada e os direitos trabalhistas assegurados. O desafio é ficar em conformidade com todas as regras legais, o que pode ser facilitado com tecnologias como a que desenvolvemos”, finaliza Rodrigo Fidencio. ■

MODA E ESTILO

POR ALEXANDRE TALEB

DÚVIDAS SOBRE TERNO E COSTUME

UM GUARDA-ROUPA satisfatório se compõe de diferentes peças e acessórios, tanto para uso diário, no trabalho, como para vestir fora desse ambiente, como em saídas à noite, passeios nos finais de semana ou para ir à academia. A seguir, apresento sobre terno e costume que são itens imprescindíveis ao homem que deseja se vestir adequadamente para as mais diversas ocasiões.

Terno: Esta é, sem dúvida, a peça de maior destaque do guarda-roupa masculino, companheiro inseparável dos profissionais do mundo corporativo. Tradicionalmente, é composto de três peças (daí a origem de seu nome): paletó, colete e calça.

Erroneamente, convencionou-se chamar de terno o conjunto composto apenas de pa-

letó e calça – que, na verdade, chama-se costume. Por ser o Brasil um país onde faz muito calor, o colete muitas vezes é deixado de lado, não constituindo gafe usar o “terno de duas peças”. Além disso, o fator econômico deve ser considerado: ternos que incluem o colete custam mais caro; assim, o ideal é, antes de comprar uma peça, ter a certeza de que será realmente usada. Para meu gosto pessoal, porém, é muito chique usar as três peças do terno.

Nunca compre um terno de material sintético! Não se pode fazer uma economia tola na hora de adquirir a peça mais importante de seu guarda-roupa, e que será a base de seu visual. O terno deve ser 100% de lã fria, e você deve ter notado que há diversas variações de numeração: super 80, 100, 120, 180, e por aí vai. A numeração mais alta indica fios mais finos e nobres – e, portanto, mais caros –, enquanto numerações como 80 e 100 indicam que o terno é feito com fios mais grossos, que acabam dando um aspecto mais pesado e grosseiro ao conjunto.

Uma regra fundamental

na hora de vestir um terno de dois ou três botões é que o último botão sempre deve estar desabotoado. Os ternos de três botões hoje já não estão mais na moda, sendo uma opção muito conservadora. Caso você seja conservador e goste de usar o paletó com três botões, é possível, em um ambiente mais informal, deixar o botão de cima solto, abotoando somente o do meio.

Os ternos de dois botões são a opção mais comum no Brasil hoje, mas a tendência atual da moda é o terno de apenas um botão. Nem todas as lojas têm esse tipo de peça, que é a última tendência mundial quando se quer estar chique. Assim, vale a pena correr atrás de uma loja em que se possa encontrar a peça.

Botão do terno: A tendência de deixar o botão de baixo do terno desabotoado foi lançada pelo rei Eduardo VII, da Inglaterra. Ele sempre teve muita preocupação com seu visual, e isso é notado pelos ternos de corte justo que usava. Com uma barriga um pouco avantajada, o rei tinha o hábito de deixar o último botão do paletó desabotoado, para



obter mais mobilidade e conforto ao sentar-se. Logo o hábito passou a ser imitado por toda a corte, e assim entrou para a história.

No mundo corporativo no Brasil e em eventos sociais, só há três cores de terno possíveis: azul-marinho, cinza e preto. Indico para meus clientes somente o terno azul e o cinza, deixando o preto em último lugar.

Dessas três opções, a mais chique e bacana é o terno azul-marinho, que é mais elegante para trabalhar, ir a um casamento ou participar de uma entrevista de emprego.

Quanto às tonalidades de cinza, cada uma tem suas especificidades. O cinza-claro só deve ser usado até as 18 horas. O cinza médio e o chumbo são mais versáteis nesse aspecto, podendo ser também utilizados à noite.

Tradicionalmente, o brasileiro prefere os ternos pretos, por julgar que é o mais seguro para usar em diferentes ocasiões. Ledo engano! Costumo recomendar que meus clientes evitem os ternos pretos – e, se você vai contar com poucas opções no guarda-roupa, é melhor nem tê-los. Fora do Brasil, o terno preto é muito pouco utilizado no mundo corporativo.

O terno preto de pouca qualidade resalta os defeitos da

peça, que fica com aspecto de produto barato e mal-acabado. Não se pode esquecer, também, que o terno preto liso é a roupa típica dos seguranças – nada contra a profissão, mas, se você deseja estar apresentável no mundo dos negócios, a última coisa que você vai querer transmitir é uma imagem intimidativa.

Para ter um terno preto, ele tem de ser de muita qualidade, com um corte impecável, feito de um tecido muito bom e com algum tipo de padronagem (linhas em relevo ou risca-de-giz). Por fim, recomendaria uma peça dessas apenas para festas muito chiques, e nunca para o dia a dia no escritório.

Além das cores, há diversas opções de padronagem dos tecidos, como xadrez, espinha de peixe, listrado, risca-de-giz, pied-de-poule. Por mais refinados e estilosos que sejam, esses tipos de terno apresentam uma desvantagem: marcam muito o visual do homem.

Portanto, seu uso não é recomendado no dia a dia, especialmente para quem conta com poucos ternos. Assim, é mais interessante montar seu guarda-roupa dando ênfase aos lisos, nas cores já indicadas, e só partir para opções com padronagem se você já contar com outras possibilidades (e desde que seu



orçamento o permita). Como dica pessoal, sempre sugiro a meus clientes o terno azul-escuro, peça essencial, a melhor opção para jamais errar!

E as outras cores? Não recomendo o uso senão do azul-marinho e do cinza para o mundo corporativo. Ternos beges só caem bem em homens cheios de estilo e ambientes de trabalho que permitam algum tipo de casualidade. Também não recomendo os marrons. Eles podem ser comuns na Itália, sendo vestidos por homens superestilosos, com cortes justos, mas não combinam muito com o nosso país, que demanda mais formalidade em ocasiões sociais.

Quanto aos ternos coloridos, jamais! – a menos que você seja um personagem de história em quadrinhos. ■

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

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEIS: COMO ELES PODEM AFETAR O SEU NEGÓCIO

Com a mudança nas relações de consumo e aumento da preocupação com o planeta, empresas que entregam valor para sociedade podem ser mais sustentáveis e rentáveis.

NOS ÚLTIMOS ANOS, o tema da sustentabilidade empresarial têm estado cada vez mais em voga. Em 2020, um das maiores gestoras de fundos de investimentos do mundo, a Black Rock, com mais de US\$ 100 bilhões investidos na América Latina, emitiu uma carta pública intitulada “Sustentabilidade como o novo padrão de investimento da BlackRock”.

O texto, assinado por todo conselho de administração, diz que esta preocupação tem sido impulsionada por uma maior compreensão de como fatores relacionados à sustentabilidade podem afetar o crescimento econômico. Segundo a carta, “o mais significativo desses fatores hoje está relacionado às mudanças climáticas, não apenas em relação ao

risco físico associado ao aumento da temperatura global, mas também do risco de transição - notadamente, como a transição global para uma economia de baixa emissão de carbono pode afetar a rentabilidade de uma empresa a longo prazo”.

Este posicionamento vem respaldado por diversas pesquisas que levam em conta como o consumidor está disposto a olhar para a entrega de valor social e o baixo impacto ambiental causado pelas empresas. Uma pesquisa produzida pela consultoria Nielsen, realizada em 60 países com mais de 30 mil entrevistados, revelou que 66% das pessoas estavam dispostas a pagar mais caro por produtos e serviços de empresas comprometidas com questões



ambientais e sociais.

Ainda de acordo com a mesma pesquisa, a Nielsen revelou que marcas sustentáveis cresceram 4% a mais em 2015 do que as que não tinham políticas desse tipo. Globalmente, 65% do total das vendas daquele ano foi gerado por companhias com responsabilidade social.

Voltando aos mercado de investimentos, empresas que buscam uma postura sustentável também estão propensas a serem mais valorizadas e confiáveis. O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da Bolsa de Valores de São Paulo, a B3, que analisa o desem-

penho de empresas sustentáveis, de 2005 a 2018 apresentou rentabilidade de 203,8%, frente a 175,38% do Ibovespa.

Outra pesquisa, desta vez realizada no Brasil pela Consultoria Toluna, empresa de estudos com consumidores, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas – FGV mostrou que, em 2019, a preocupação com o meio ambiente e com a sustentabilidade está mais presente nas ações e escolhas das pessoas, marcas e empresas no Brasil. De acordo com os dados revelados, 75% dos consumidores mudaram de alguma forma seus hábitos devido a preo-

ENTRE OS 17 OBJETIVOS, HÁ 169 METAS A SEREM ALCANÇADAS POR TODOS OS PAÍSES SIGNATÁRIOS (INCLUINDO O BRASIL) ATÉ O ANO DE 2030.

cupações com o planeta. O estudo foi realizado com 1034 pessoas de diferentes classes sociais. Entre os entrevistados, 70% disseram ter mudado pela preocupação com o próprio bem estar e 65% pela preocupação com as próximas gerações.

O fenômeno também é realidade quando analisamos algumas das grandes potências mundiais. Em outra pesquisa - esta realizada pela consultoria AlixPartners com 7 mil consumidores de nove países, como Estados Unidos, França, Reino Unido, Itália, Japão e China, 80% dos entrevistados afirmaram que a pandemia aumentou suas preocupações com o meio ambiente, e 38% deles afirmam que isso tem impacto em suas decisões de compra.

Mas diante desta realidade, fica o desafio e a dúvida de como pautar uma agenda mais preocupada com a sociedade e o meio ambiente e que faça sentido para o mundo e para os negócios. Para ajudar governos, empresas e pessoas física a olhar para esta pauta com mais objetividade, a Organização das Nações Unidas - ONU, em 2015, construiu uma agenda única com 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis - ODS. Tratam-se de alvos ambiciosos e interconectados que abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo.

Segundo Carina Giunco, diretoria executiva do Instituto Selo Social - organização de atuação nacional que orienta empresas, Ongs e órgãos públicos a se adequarem aos ODS - vários fatores precisam ser observados para contribuir com esta agenda. "Primeiro é preciso que o empresário conheça a realidade local onde ele está inserido. Ele precisa conhe-

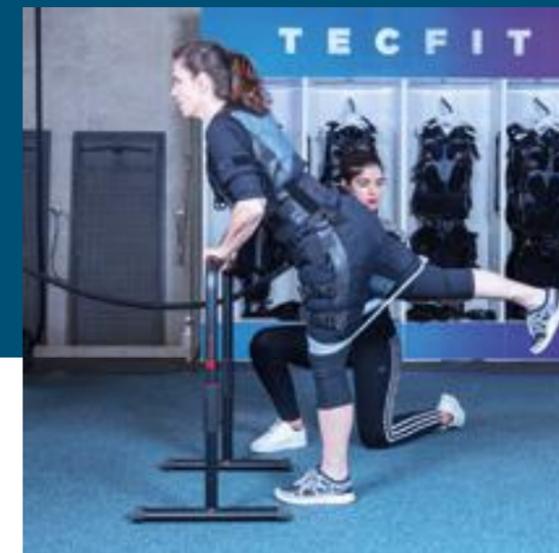
cer as demandas sociais daquele território e agir para mitigar estas mazelas. Por exemplo, se você precisa de água para seu processo produtivo, é importante saber como está a segurança hídrica da cidade e contribuir de alguma forma para garantir a perenidade desse recurso para todos", explica ela.

A ONU, por meio de um Pacto Global, também promove eventos, cursos e palestras para orientar empresas e demais organizações a como adequar seus negócios para que eles não sejam apenas extrativistas. Dentre os 17 objetivos, há 169 metas a serem alcançadas por todos os países signatários (incluindo o Brasil) até o ano de 2030. Nesta agenda 2030, estão listados objetivos que vão desde erradicar a pobreza em todas as formas e em todos os lugares até construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.

Em agosto de 2021, mais de 100 organizações da sociedade civil do Brasil lançaram uma publicação denominada "Relatório Luz", que mostrou que o país está longe das metas propostas pela ONU em todos os 17 objetivos. Carina explica que é preciso mais engajamento de todos os setores da sociedade para que consigamos avançar nesta agenda. "As pessoas sequer conhecem os ODS, então temos uma dificuldade de avançar com as ações nas empresas, organizações sociais e nos órgãos públicos. Temos que fazer um esforço conjunto, enquanto país, para que possamos de fato contribuir para um mundo melhor. Se você puder começar pela sua empresa, pelo seu bairro, pela sua cidade, certamente fará a diferença para o mundo, mas também para a perenidade do seu negócio", finaliza ela. ■

TECFIT
ACADEMIA SEM PESOS

TREINO COM ELETROESTIMULAÇÃO MUSCULAR



A Tecfit, é uma academia "sem pesos", que utiliza a tecnologia XBody de eletroestimulação muscular de corpo inteiro. O treino dura 20 minutos e é capaz de acionar cerca de 300 músculos simultaneamente, proporcionando uma carga semelhante a cerca de duas horas de musculação.

"A tecnologia utilizada garante o acionamento imediato de fibras musculares difíceis de serem ativadas, e que são as mais prejudicadas com o sedentarismo ou por um longo período de inatividade, justamente elas já não são normalmente colocadas em ação no dia a dia", explica Keko Rodrigues.

"Entre um e dois meses já é possível ver resultados; o treino aumenta a vascularização periférica, diminui a retenção hídrica e ainda proporciona um trabalho cardiorrespiratório consistente, além de melhorar o ganho de massa muscular", explica a fisioterapeuta Deily Morás.

Outra vantagem é a ativação simultânea dos músculos agonistas e antagonistas. Esse recurso, como mostrado em estudos, otimiza o ganho de força, sem apresentar danos ao padrão motor, em até 22%, durante 14 semanas de treinamento, em sessões de 20 minutos, duas vezes na semana. Resultado parecido ao obtido com a musculação, mas que para alguns grupos, como idosos ou portadores de lombalgia, pode ser mais vantajoso por não representar a sobrecarga que o peso convencional provoca sobre as articulações

Assim, podemos dizer, de fato, que o treino WB-EMS é usado como uma forma alternativa de exercício físico para melhorar o condicionamento muscular e a saúde em geral. Isso não significa, ainda, que quem faz musculação não possa fazer um treino de eletroestimulação muscular e vice-versa. Não é recomendável no mesmo dia ou simultaneamente, caso não haja ciência da dosagem perfeita e segura de esforço que cada atividade pede. Mas a união dos tipos de treinamento podem ser uma ótima alternativa para otimização de resultados, se bem planejados.

A Tecfit conta com treinos personalizados e professores especializados com educação continuada da Universidade Tecfit, além de protocolos individualizados inclusive para recuperação pós-Covid-19.

Venha treinar com segurança - A Tecfit Brasil em parceria com profissionais de infectologia adota medidas como: uso obrigatório de máscaras durante o treino, limpeza constante de equipamentos e ambiente com álcool 70%, uso de calçados limpos na área de treino, aferição de temperatura e uso de álcool gel na entrada, além de possuir um gerador de ozônio, que ajuda a descontaminação de micro-organismos; tudo para reduzir ao menor nível possível qualquer chance de contágio em nossas unidades.

Para conhecer, basta acessar o www.tecfitbrasil.com e agendar uma aula cortesia, ou pode entrar em contato com a unidade pelo instagram @tecfitbalneario ou pelo telefone (47) 99293-2040. Também contamos com uma unidade em Florianópolis, @tecfitflorianopolis ou pelo telefone (48) 9134- 0020.



OLHAR JURÍDICO

POR WAGNER CAMILO DOS SANTOS



A IMPORTÂNCIA DO CONTRATO DE CORRETAGEM

NÃO HÁ MAIS ESPAÇO PARA CONTRATOS MODELOS, ONDE SE PREENCHE APENAS A QUALIFICAÇÃO DO COMPRADOR E OS VALORES DA CORRETAGEM.

QUALQUER RELAÇÃO COMERCIAL no mundo dos negócios perpassa pelo instituto da boa-fé, ao qual, se trata do animus em celebrar acordo com observância em todos os pontos destacados. E quando se fala em boa fé, temos uma característica ilustrada pelo Código Civil, que, em todas as suas modalidades demonstra que o instituto, bem longe de necessitar ser provado, traz em seu bojo, de forma inequívoca a presunção de veracidade. Dessa presunção decorre o dever de lealdade comercial e a vinculação entre as partes no correto caminhar da relação.

No presente artigo, temos dois agentes que realizam negócios baseado no desejo de aquisição e venda de um imóvel ou empreendimento. Nesse contexto, uma das maiores demandas ao qual nossa banca tem atendido quando mencionamos litígios acerca da resistência do pagamento de corretagem, em sua totalidade ou parcialidade, é a falta de um contrato eficaz, e, em algumas vezes, a falta do

próprio documento.

Sabendo que o corretor de imóveis desempenha uma atividade fim, e que, quando promova a eficaz venda do imóvel, faz jus ao recebimento dos honorários contratados, o contrato de corretagem que se adequa às características do negócio, deve ser peça fundamental no arcabouço de negociação e efetivação da venda, sem a qual, abre possibilidade para discussões intermináveis nos tribunais de justiça.

Assim, não há mais espaço para contratos modelos, onde se preenche apenas a qualificação do comprador e os valores da corretagem. Cada cliente, por suas próprias características, desejos e capacidades de compra, demandam um contrato que é celebrado como uma digital na relação correto x cliente. Essa preocupação se demonstra, a partir de uma observância as disputas jurídicas que permeiam nossos tribunais, onde o contrato debatido, é aquele que fora utilizado em todas as outras vendas.



Um comportamento empreendedor do corretor de imóveis, se baseia na distinção de que, cada cliente é único, pois, demonstra, oportunidade única, dentro de um universo de uma concorrência voraz e selvagem. Assim, as ferramentas apresentadas para a perfectibilização do negócio deve ser o carro chefe da relação.

Como já citado, o que mais se observa nas questões judiciais, são os contratos construídos a partir de cópias resgatadas na internet, espelhados em contratos enviados por instituições financeiras que patrocinam a construção de imóveis, ou ainda, da própria lavra do corretor que, encampa a expertise de outro profissional.

No momento da construção de um contrato de cor-

retagem se faz necessário conhecimento da legislação hodierna, leis correlatas e as atuais decisões dos tribunais que fazem a interpretação das leis.

Exclusividade, prazo, valores e o objeto, podem ser aspectos gerais dos contratos, como observa-se no artigo 726 e 727 do Código Civil, no entanto, o contrato está incompleto sem a observância das outras características do negócio, como por exemplo a intermediação e a divisão dos honorários. Em um contrato genérico com intermediação, a divisão será feita de forma igual a todos os agentes do negócio, mas o próprio documento pode formalizar as nuances que diferem a participação de cada profissional, vejamos:

Art. 728. Se o negócio se concluir com a intermediação de

mais de um corretor, a remuneração será paga a todos em partes iguais, salvo ajuste em contrário.

Portanto, conclui-se sugerindo que, antes de ser realizado qualquer serviço de corretagem imobiliária, como medida de segurança ao corretor e ao seu cliente, que seja formulado contrato específico entre as partes, no qual devam constar todas as cláusulas e condições do negócio, em especial o serviço a ser prestado, o prazo de duração da contratação, se a corretagem é realizada com ou sem exclusividade, bem como o valor a ser pago a título de honorários ao corretor em caso de efetivação do negócio jurídico almejado, entre outras condições e especificações que as partes entendam necessárias. ■

Wagner Camilo dos Santos é sócio proprietário do escritório de advocacia Wagner Camilo & Umpierre Advogados desde de 2006, com sede na cidade de Itajaí/SC. Formado em 2004 na Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Wagner gerencia o escritório em caráter FULL SERVICE, junto a outros dois sócios, com atuação em todo Brasil, tendo o foco no Direito Empresarial.

© @wagner_camilo



PREVENÇÃO E SEGURANÇA.

PARA VOCÊ. PARA SUA EMPRESA.

Equipamentos de proteção individual, produtos para sistemas preventivos contra incêndio, linha gás, hidráulica, sinalização de emergência e muito mais. Tudo a pronta-entrega, para todo o Brasil!



ACESSE NOSSO SITE!

Rua São Paulo, 3393
Joinville - Santa Catarina
multiseg@multiseg.com.br
Teleendas: 47 3426-1212



MULTISEG
equipamentos de segurança

A loja da Prevenção.

SEGURANÇA EMOCIONAL REPRESENTA MAIOR PERFORMANCE NO TRABALHO

Pessoas felizes trazem mais resultados para organizações, mas metade dos brasileiros no mercado apresenta ansiedade

METADE DOS BRASILEIROS sofre de ansiedade em seus locais de trabalho. Este é um dos resultados de destaque de uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). Outros dados demonstram os desafios da saúde mental no mercado: 47% disseram se sentir cansados com frequência e o desânimo e a frustração foram apontados como sentimento essencial por 22% e 21%.

Chama a atenção, ainda, que um alto índice de entrevistados identifique falta de empatia dentro das empresas: 89% deles. Os resultados estão alinhados com novas perspectivas e motivações no trabalho, como explica a psicóloga Fernanda Quadros, Gestora de Talentos na Semente Negócios e Presidente na Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH) - Florianópolis: “A relação das pessoas

com o trabalho mudou. Antes, trabalhávamos por sustento, depois pelo dinheiro e agora queremos significado no trabalho que executamos”.

Do trabalho, explica a psicóloga, temos expectativas de um tripé: financeiras, sociais e psicológicas. “Ter um ambiente seguro psicologicamente faz toda diferença na performance e no desempenho do profissional”, detalha. É o que se denomina “salário emocional”: “Este salário emocional é composto por autonomia, pertencimento, prazer, conhecimento e propósito”, aponta Fernanda.

A profissional defende que, por isso, deve fazer parte da cultura organizacional das empresas. Não apenas como cuidado com os colaboradores, mas como parte da estratégia: “Empresas que investem em saúde mental dos colaboradores estão saindo na frente”.

A IMPORTÂNCIA DAS CONEXÕES E DA ESCUTA

Segundo o levantamento, os colaboradores se sentem mais conectados aos colegas de trabalho, que estão mais próximos, do que à liderança da empresa. “Os melhores índices apareceram quando o que estava sendo analisado era a própria equipe do funcionário, o seu núcleo mais próximo. Isso ia de alguma forma piorando quando ele falava de pares, liderança e ainda mais quando falava de empresa. Ou seja, percebia que ele e pessoas perto dele se atendiam nas escutas, resolviam conflitos e necessidades, mas a empresa como um todo não o fazia com tanta efetividade”, disse à Agência Brasil, a especialista em Comunicação Não Violenta (CNV) e curadora da pesquisa, Pamela Seligmann.

Para ela, os resultados indicam que as empresas devem trabalhar a percepção dos colaboradores de que está sendo uma ouvinte das necessidades dos seus funcionários. “Isso altera o sentimento de confiança, de participação, orgulho de participar, conhecimento, lugar para dar opiniões e ideias, envolvimento, motivação, tudo o que tem a ver com o clima da organização”, disse.

Os desafios, admitem os especialistas, se ampliaram durante a pandemia de COVID-19, quando muitas empresas optaram pelo home office. Assim, o espaço de trabalho invadiu o ambiente doméstico e os limites mais brandos, associados a outros impactos da pandemia, tiveram efeitos sobre a saúde mental dos colaboradores. Com a retomada das atividades, surgem oportunidades também para retomar as conexões e escutas.



FELICIDADE DÁ LUCRO

A psicóloga Fernanda Quadros sugere a leitura do livro a Felicidade dá Lucro, de Márcio Fernandes. Márcio, que foi presidente da distribuidora de eletricidade Elektro por seis anos, defende que a melhor maneira de aumentar a rentabilidade de uma empresa não é fazer cortes, e sim investir na qualidade do dia a dia de seus funcionários.

A partir do que chama de nova Filosofia de Gestão, a empresa assumiu a dianteira em relação a diversas pesquisas sobre satisfação de funcionários: foi eleita por sete vezes consecutivas a melhor empresa para se trabalhar do Brasil pela GPTW e Revista Você S/A., sendo ainda escolhida a melhor da América Latina por duas vezes.

Na obra, Márcio alia lições extraídas de passagens autobiográficas a ensinamentos sobre a gestão de colaboradores. ■

TERRAZZA

Praia Brava

Um oásis de gastronomia refinada, bom gosto e estilo na Praia Brava.

Perfeito para casais, grupos de amigos, famílias e até mesmo eventos, o **Terrazza Garden Praia Brava** se destaca como um Dining Club inspirado no que há de melhor ao redor do mundo, com pratos refinados da cozinha franco-italiana e japonesa, mixologia e um ambiente desenhado para agradar a todos com muita descontração, **boa música e estilo.**

Filetto ao brúe

O Terrazza abre todos os dias e reservas podem ser feitas pelo canal do restaurante no Instagram.

 @terrazzapraviabrava

R. Delfim Mário de Pádua Peixoto, 500
Praia Brava

“A CASA ORIGINAL” FOI TEMA DA CASACOR SANTA CATARINA 2021

Mostra apresentou 21 projetos criados especialmente para esta edição do evento. O elenco, composto por veteranos e estreantes, foi desafiado a interpretar e materializar “a casa original” nas suas ambientações.



A CASACOR é reconhecida como a maior e mais completa mostra de arquitetura, design de interiores e paisagismo das Américas. A mostra reúne, anualmente, renomados arquitetos, decoradores e paisagistas e em 2021 chegou à sua 35ª edição em São Paulo, com 15 praças nacionais (Bahia, Brasília, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Ribeirão Preto), e mais quatro internacionais (Miami, Bolívia, Paraguai e Peru).

Mais do que uma vitrine para a arte dos profissionais envolvidos na criação dos projetos, a CASACOR - uma referência no mercado da arquitetura, design e paisagismo - poten-

cializa a geração de negócios para as marcas patrocinadoras e parceiras na concretização desta exposição, que busca inovar e se reinventar a cada ano. Quem visita a mostra encontra a oportunidade de atualização sobre o que existe de mais atual em acabamentos, padrões construtivos, design de mobiliário, tecnologia e soluções inteligentes em automação residencial e corporativa.

Nesta edição de 2021, em Santa Catarina, os projetos foram assinados por profissionais de cidades como Joinville, Blumenau, Balneário Camboriú, Criciúma, Itajaí e Florianópolis. A Club M The Magazine traz para você alguns dos projetos que encantaram o público e que mostram o que é tendência para a decoração em 2022.

FOTOS LIO SIMAS



ROOFTOP 20 | 21

ANA TREVISAN | PAISAGISMO + ARQUITETURA

@ANATREVISAN.ARQUITETA

O Rooftop 20 | 21, nos seus 400m² de área, valoriza uma atmosfera cosmopolita e contemporânea para apresentar espaços que estimulam e convidam à convivência ao ar livre. Tudo, emoldurado pela vista das encostas verdes e da baía de Santo Antônio de Lisboa. No jardim, destaque para as espécies que exaltam a tropicalidade, explorando texturas, cores e flores.



FOTOS LIO SIMAS

SALA ÍNTIMA DA ARQUITETA

ANNA MAYA

@ANNAMAYA_ARQUITETURA

Inspirada nas suas referências de viagens, arte e história, Anna Maya criou a Sala Íntima da Arquiteta, um espaço que une living e home office, ideal para trabalhar informalmente, estudar, estimular a criatividade e também para ouvir uma boa música e ler um livro. Um ambiente contemporâneo e despojado, onde as cores em tons quentes contrastam aos elementos e plantas naturais.





[MEU.CORAÇÃO.QUEIMA]

JEFERSON BRANCO

@JEFERSONBRANCO

Centrado na temática 'A Casa Original' trazida pela CASACOR, o projeto busca na casa popular brasileira a inspiração em elementos de decoração tradicionais que fazem contraste com acabamentos de alto padrão. O ambiente provoca questionamentos sobre a desigualdade social atual no país por meio de uma linguagem de design high-low. Marcas ou produtos de alto valor se misturam a acessórios e acabamentos de baixo custo de maneira proposital.



FOTOS LIO SIMAS

CAMADAS BRASILEIRAS

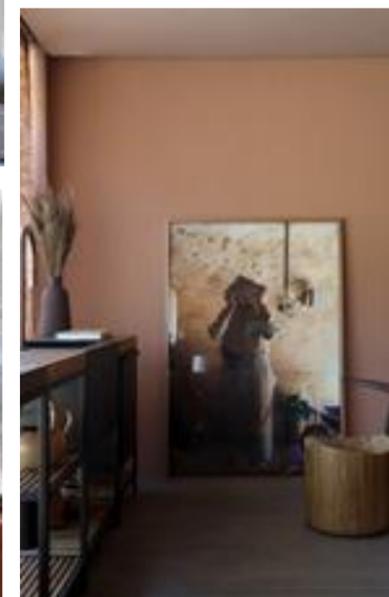
JULIANA PIPPI

@JULIANAPIPI

No tempo dos significados, significâncias, sensibilização dos sentidos, do sentir, o Living Camadas Brasileiras, de autoria da arquiteta Juliana Pippi, é um ambiente movimento, de criações e fabulações do mundo que é visto, tocado e praticado. "A minha inspiração foi a profundidade brasileira." Por isso, o reflexo deste Brasil aparece em muitas composições, texturas, materiais e cores para possibilitar múltiplas sensações naqueles que adentrarem no espaço.



FOTO MARCOS ANTÔNIO



LIO SIMAS

QUARTO SUNA REVEEV

OSVALDO SEGUNDO & ARQUITETOS

ASSOCIADOS

@OSA_ARQUITETOS

O quarto Suna, que significa "areia" em japonês, busca calma e fluidez. Celebra a beleza imperfeita, a impermanência da vida. Neste projeto, ressalta aos olhos o contemporâneo aliado às raízes culturais, o minimalismo combinado ao tradicional, e o senso estético puro embasado à função. Descanso para o olhar, respiro para a mente, corpo relaxado, paz no coração. Uma mistura de muitas sensações, a partir de um item que é o centro das atenções: a cama ergonômica, inteligente e também peça de design.



LOFT NATURALLE

MICHAEL ZANGHELINI

@MICHAELZANGHELINI

O Loft Naturalle faz um resgate à ancestralidade. Para dar significado a esta volta às origens, elementos naturais como o mármore, madeira e couro ganham destaque numa composição com peças de design, objetos de valor afetivo e obras de arte. É a potência da arquitetura feita para aguçar sentidos e promover encontro. Em evidência a estética natural, mas com soluções tecnológicas, sem esquecer também do uso inteligente de todos os recursos aproveitados no projeto.



FOTOS LIO SIMAS



FOTOS LIO SIMAS

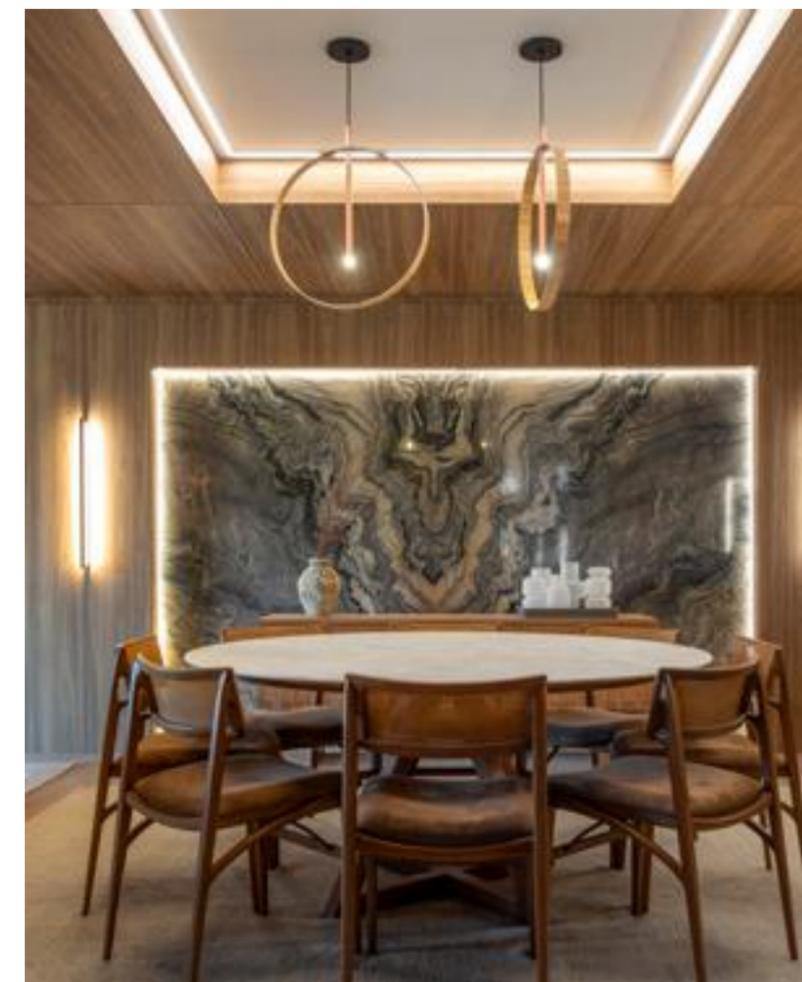


VEREDAS AUTORIA DESIGN

NATÁLIA XAVIER

@NXDESIGN.ARQUITETURA

A sala de estar e jantar com 70 m² faz uma homenagem a uma das maiores obras da literatura nacional: Grande Sertão Veredas. A associação está presente na cor da tinta, Grandes Sertões e nas peças assinadas por designers brasileiros Aristeu Pires, Ronald Sasson, Maria Cândida Machado, Arthur Casas, Alfio Lisi e Lairana. O ambiente é um convite ao Brasil e toda a sua riqueza e beleza natural. ■



BRAVA PALACE RESIDENCE

AMPLA COBERTURA A VENDA
NA PRAIA BRAVA - ITAJAÍ SC

150 METROS DO MAR.



ENTRE EM CONTATO
PELO QR CODE.



ENTREGA EM 2022.



**A OPORTUNIDADE QUE
VOCÊ ESTAVA ESPERANDO.**

- PISCINA PRIVATIVA
- 4 SUÍTES
- 4 VAGAS DE GARAGEM
- SUÍTE MASTER
COM CLOSET E 2 BAN.

SOLICITE ATENDIMENTO:
47.9 9190-1111

LIGUE AGORA:
47.2125 00-11



**RUA CARLOS ALBERTO NIEHUS, N 44,
PRAIA BRAVA - ITAJAÍ (SC)**

WWW.BASCARA.COM.BR

MAIS BEBIDAS

POR AUGUSTO RADEKE

DE REMÉDIO PARA UMA DAS BEBIDAS MAIS FAMOSAS DO MUNDO!

**EM 1730, LONDRES
JÁ CONTAVA COM
A PRESENÇA
SIGNIFICATIVA DO
GIN. ERAM MAIS
DE 7 MIL PONTOS
DE VENDA
QUE LEVAVAM
A BEBIDA ATÉ
PALADARES
DE TODAS AS
CLASSES SOCIAIS**

OLÁ PESSOAL, COMO ESTÃO?! Como nem só de vinho vive o homem, nesta edição da minha coluna aqui, quero falar para vocês sobre uma bebida que tem conquistado cada vez mais adeptos.

Bom, há quem diga que ele não passa de um simples irmão da vodca. Outras pessoas o colocam em uma posição enigmática e cheia de misticismo. Independentemente da forma como o gin é definido, uma coisa ninguém pode negar: ele tem conquistado um espaço privilegiado no universo dos destilados.

Muita gente não sabe, mas apesar de o gin ter sido apresentado ao mundo pela Inglaterra, sua história teve início na Holanda, em meados do século XVII, onde Francisco de la Boie, médico e professor, dedicou-se a pesquisar uma fórmula medicamentosa para curar problemas renais. É isso mesmo que você leu.

Entre uma fórmula e outra, em uma de suas tentativas ele juntou zimbro ao destilado de cereais. Eis que

nasceu então a famosa bebida que viria a ser chamada de gin, como conhecemos hoje.

O nome do destilado é resultado da compilação das variantes do nome do zimbro, que em holandês se chama *genever*, em francês *genievre* e em italiano *ginepro*.

O que Sylvius, como também era conhecido o Dr. Francisco, não esperava, era que o remédio fosse tão bem aceito a ponto de ser tomado inclusive por quem não sofria de nenhum tipo de enfermidade, mas sim para “curar as mágoas”. O sabor característico e o preço acessível fizeram com que o destilado logo caísse nas graças do povo.

Conta a história, que ele foi um grande aliado dos soldados ingleses que lutavam pela Europa na Guerra dos Trinta Anos. O objetivo da bebida, nesse caso, era espantar o frio. No entanto, os combatentes continuaram degustando o destilado, mesmo depois de voltarem para casa, e por isso é que a história do gin se consolidou na



FOTO DIVULGAÇÃO

Inglaterra e não no seu país de origem.

Em 1730, Londres já contava com a presença significativa do gin. Eram mais de 7 mil pontos de venda que levavam a bebida até paladares de todas as classes sociais.

Mas a partir dessa bebida relativamente simples, como chegamos então a tantos estilos e versões diferentes de gins, como conhecemos hoje? O fato é que desde que passou a ser produzido e comercializado pelas principais des-

tilarias do mundo, o gin não parou de surpreender, pois junto ao zimbro e ao álcool de cereais, os alquimistas que se dedicam à produção da bebida se valem do domínio técnico e da criatividade para produzir rótulos peculiares, adicionando à receita base diversos botânicos a partir de uma combinação harmônica de sabores e aromas.

Essas receitas não são compartilhadas e os segredos são guardados a sete chaves pelas marcas mais famosas.

Esse fato foi o que deu à bebida um toque ainda maior de sofisticação e requinte.

Vale ressaltar, que o Brasil vem se destacando com diversas marcas de gin que vêm fazendo sucesso no mercado, além de ganharem premiações internacionais.

Agora que você já sabe um pouco mais sobre a história dessa bebida incrível, aproveite para criar a sua versão de *Gin Tonic*, faça um brinde ao Dr. Boie e desfrute! Até a próxima! ■

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

ESPAÇO GASTRONÔMICO

POR RAFAEL SCALCO



BURRATA, VOCÊ SABE O QUE É? E COMO ELA É FEITA?



MUITOS JÁ PROVARAM ou ao menos ouviram falar, mas poucos sabem como é feita aquela bolinha branca cheia de sabor. E outra dúvida, ela é feita com leite de vaca ou búfala?

Era uma manhã de sábado e eu fui a Curitiba conhecer a Mozzarelart, eu tinha várias dúvidas a respeito de como a burrata era feita, en-

tão nada melhor que visitar a produção e conversar com o proprietário Angelo Martiriggiano - um italiano que veio ao Brasil com o sonho de reproduzir as mozzarelas que ele comia na Puglia, sua região natal e também o berço da burrata. Além de aprender muito com o Casaro (como são chamados os queijeiros italianos) Douglas Neitzke -



FOTOS: DIVULGAÇÃO/MOZZARELLART



que tem um carinho especial pelos queijos e trabalha com mãos de forma delicada e sincronizada, um verdadeiro show para amantes da gastronomia como eu.

Sobre as perguntas feitas no começo desta coluna, vou começar e explicar cada detalhe. A burrata é composta de duas preparações, a mozzarella que é a parte de fora e a stracciatella que é o recheio. Com certeza você deve estar se perguntando, mas o que é essa tal de stracciatella? Stracciatella em italiano significa desfiado, ela nada mais é que mozzarella desfiada misturada com creme de leite. Eu na hora não entendi como que a mozzarella era desfiada e então o casaro me mostrou: ele pegou um pedaço de mozzarella que estava na água gelada, e conseqüentemente estava

mais dura e esticou ela bem, e então puxou ela para os lados e fios de mozzarella foram se formando.

A maioria das burratas que encontramos nos supermercados são feitas com leite de búfala, mas na Mozzarelart elas são produzidas 100% com leite de vaca, a escolha se deve ao fato de ficar muito mais suave o sabor, além de esta ser a forma como ela é feita na Itália, me explicou Angelo Martiriggiano.

Este processo é feito 100% artesanalmente, a própria empresa tem um caminhão e viaja diariamente cerca de 100 km para buscar o leite cru em uma fazenda nos arredores de Curitiba. O leite chega e o casaro inicia o processo de inspeção da qualidade do leite. Em seguida é feita a fermentação para iniciar o processo

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

📍 @rafascalco1

do queijo, e logo depois ele é coalhado.

Após esse processo se forma uma massa onde ela é pressionada para liberação do soro, então essa massa é colocada em uma panela com água fervente. A partir daí a massa começa a ganhar elasticidade e já fica com o aspecto da mozzarella derretida. Esse trabalho é feito em equipe, pois tem que trabalhar o queijo nas temperaturas corretas para manusear e obter o resultado perfeito.

O casaro fica orquestrando todo este processo e ele - com suas próprias mãos - realiza a ação mais minuciosa e que requer maiores habilidades: Abrir a mozzarella na mão, regando aos poucos com água quente, e sentindo a temperatura até chegar no ponto da mozzarella estar pronta para ser aberta e receber o recheio. Então outro ajudante coloca a strac-

ciatella dentro desta “trouxinha” de mozzarella e o casaro com um nó fecha a mozzarella, e a coloca em água gelada. Após isso, temos a arte do trabalho manual e delicado transformado no produto final que é a burrata.

E o melhor, pra quem é de Balneário Camboriú e região, eu deixei para o final. Além de encontrá-los em Curitiba - na Rua Rocha Pombo, nº 384, bairro Juvevê - eles estão inaugurando sua segunda unidade em Balneário, na 3ª avenida nº 2040, próximo ao Passeio San Miguel. ■



VOCÊ ACREDITA QUE **SORRIR MUDA TUDO?**

ASSIM COMO VOCÊ, NÓS **TAMBÉM ACREDITAMOS QUE SORRIR MUDA TUDO!**

Há 17 anos no mercado, estamos aqui para lhe ajudar em busca do seu **sorriso dos sonhos** através dos melhores tratamentos!

► **LENTE DE PORCELANA;**

(referência há mais de 10 anos na região)
Dentes mais brancos e mais bonitos em menos tempo.

► **INVISALIGN;**

(aparelho estético invisível)
Sorriso alinhado de forma discreta.

► **IMPLANTE DENTÁRIO**

Devolvendo o seu sorriso!

VAMOS REALIZAR O SEU SONHO?

- www.ceoclinica.com.br
- @ceoclinica
- /CeoclinicaEsteticaOdontologica
- (47) 99708-7711
- Rua 904, 586 - Centro,
Balneário Camboriú - SC, 88330-087



ENTREVISTA

“A VIDA
É SOBRE
DAR PARA
RECEBER”

JOÃO KEPLER



O maior investidor anjo do Brasil, João Kepler, recebeu a equipe da **Club M The Magazine** na sede da Bossa Nova, em São Paulo, para um bate papo descontraído sobre negócios, empreendedorismo e muitas lições para a vida.

Escritor e palestrante reconhecido dentro e fora do país, João compartilhou a metodologia de investimentos que coordena e como conquistou a carteira de quase mil startups potencializadas com recursos de seus fundos de investimento.

Além disso, ele dividiu com a gente como entender o mercado da tecnologia e como pautar seus valores pessoais e profissionais.



Club M The Magazine: João, obrigado por nos receber. Por favor, apresenta a Bossa Nova e compartilha com a gente como vocês têm trabalhado para investir em tantas novas empresas de tecnologia em tão pouco tempo.

João Kepler: Primeiramente quero agradecer ao Club M pelo convite. Muita bacana o que vocês estão fazendo. Muito importante pro mercado, pra comunidade, reunir esses empresários e trazer conteúdo de qualidade pra eles e também novas oportunidades de conexão, sinergia dentro de um mesmo propósito. Como você falou, a Bossa Nova hoje investe em mais de 900 startups, mas não era assim. Tudo começou pequeno, com um sonho.

Eu era pessoa física, desde 2009, investindo em startups. Fomos avançando em número de investimentos, até que me encontrei com outro investidor anjo, o Pierre Schurmam, da família Shurmam dos veleiros, aí juntamos o portfólio e assim nasceu a Bossa Nova, em 2015. Aí começamos a fazer através da Bossa Nova, como veículo de investimentos, com recursos próprios e não paramos mais. Só que aí a grande estratégia da Bossa Nova é ser um fundo de investimentos vestury caption diferentes das demais. As empresas de investimentos focam muito em investir em empresas mais maduras, no nosso caso nós entendemos como oportunidade investir em

**BOSSA NOVA HOJE
INVESTE EM MAIS DE 900
STARTUPS, MAS NÃO ERA
ASSIM. TUDO COMEÇOU
PEQUENO, COM UM
SONHO.**

empresas ainda não maduras, mas que já tivessem o projeto em andamento, ou seja, pelo menos com algum faturamento, não só ideias no papel ou PowerPoint.

Então nós decidimos, por exemplo, pegar R\$ 1 milhão e dar pra 3 ou 4 empresas, ao invés de dar para uma só. Essa foi a nossa estratégia em quantidade de investimentos, mas estruturamos a empresa para que ela tenha qualidade nesses investimentos. Então desde 2006 nós estamos estruturando a Bossa Nova para esse back office que temos hoje em Belo Horizonte: financeiro, contábil, controle, jurídico, e aqui em São Paulo uma estrutura de marketing, atendimento para cuidar dessas empresas.

Então como é que a gente faz isso: a gente faz um investimento e a startup se integra a uma rede da Bossa Nova e dentro dessa rede há todo um cuidado com serviços, com apoio, treinamentos, capacitação. Como se fosse uma aceleradora, mas sem ser uma aceleradora.

Agora para investir a gente tem um time de análise, com modelo de análise e um filtro muito bacana que analisa se vai ou não investir. Se decidir investir, temos um time jurídico que faz uma diligência. Passou pela diligência, recebe o cheque e cai na rede e a gente cuida. A estratégia é investir num valuation menor pra lá na frente multiplicar esse valor investido.

Club M The Magazine: A educação formal no Brasil – colégios, faculdades – não ensi-

na as pessoas a serem empreendedoras, a serem pessoas de negócio. O que você acha que a gente pode fazer para as pessoas de fato aprenderem mais sobre negócios, empreendedorismo. A gente vê profissionais que estudam muitos anos e quando vão abrir seus negócios não entendem de gestão. O que você acha que podemos fazer para preparar melhor essas pessoas?

João Kepler: Bem, de fato as escolas não ensinam a vida como ela é. Não ensinam a empreender, a investir, a crescer como negócio. A faculdade ensina uma profissão. Por exemplo a faculdade de administração ensina a administrar as coisas dos outros, não as suas, e isso é um grande erro. Enquanto o mundo mudou completamente, a forma de ensino é a mesma de cem anos atrás. Até o formato da cadeira é o mesmo. Tem alto errado aí. E o que tem acontecido nos últimos cinco anos no Brasil é uma grande evolução nesta linha de pensamento, passando pelo formato de instrução...Novas escolas apareceram e inseriram empreendedorismo dentro da grade, universidades com formatos de MBA, não tem mais decoreba, mais tirar nota dez. Porque informação todo mundo tem, mas conhecimento só tem quem aplica e essa diferença tem acontecido em algumas universidades. Eu tenho acompanhado essa evolução. Também existem leis que obrigam o Ensino Fundamental a ter empreendedorismo, então as coisas estão mudando. Fora isso, a gente tem a internet, com conteúdo vasto, livros intei-



**"MAS SE
VOCÊ QUER
ADQUIRIR MAIS
CONHECIMENTO,
A DICA É COLAR
EM QUEM SABE,
QUE VOCÊ VAI
APRENDER
PELO MENOS
PARTE DESSE
CONHECIMENTO DE
FORMA GRATUITA".**



"O PRAZO É EM TORNO DE DOIS MESES, ENTRE UMA EMPRESA ENTRAR E A ASSINATURA DO CHEQUE. A GENTE É MUITO RÁPIDO E FAZEMOS CERCA DE DEZ INVESTIMENTOS POR MÊS".

ros disponíveis, e os autores colocando essas informações públicas. Dando gratuitamente essas informações que antes eram fechadas em alguns ambientes, como os MBA's. Hoje você consegue fazer um MBA sem ter que pagar o curso. Mas se você quer adquirir mais conhecimento, a dica é colar em quem sabe, que você vai aprender pelo menos parte desse conhecimento de forma gratuita.

Club M The Magazine: Voltando aos investimentos, como funciona o tempo entre uma empresa chegar até Bossa Nova, ser selecionada e receber os investimentos? Além disso, há algum segmento específico que vocês procuram?

João Kepler: O prazo é em torno de dois meses, entre uma empresa entrar e a assinatura do cheque. A gente é muito rápido e fazemos cerca de dez investimentos por mês. Tem uma esteira, um processo automatizado para fazer estes investimentos sem perder a qualidade. E a gente sabe o que não quer. Isso significa tese de investimento. A gente não investe em negócios que envolve o governo, não investimos em e-commerce que vende produtos e essa estratégia existe porque já erramos, já

perdemos. Parte dessas 900 startups, algumas dessas já morreram. Cerca de quarenta e quatro dessas empresas ficaram pelo caminho, ao mesmo tempo já perdemos quarenta e três empresas.

Club M The Magazine: E tem algo que você percebeu em comum entre essas empresas que não deram certo?

João Kepler: Tem sim, a divergência entre sócios é o que mais acontece de problemas entre as startups neste começo. Você imagina que a gente investe em uma startup com um ano, um ano e meio, dois anos de vida. Nesse começo tem ainda muita coisa a se organizar na empresa, por isso que a gente orienta a fazer um acordo de acionista, a montar um conselho consultivo. Mesmo que seja uma empresa pequena a gente orienta dessa forma.

Club M The Magazine: No Brasil a legislação para startups ainda é um pouco nova. Como vocês dão essa garantia para o investidor e como fica a relação entre vocês e a empresa que recebe o investimento?

João Kepler: Bem, muito recentemente tivemos a sanção do Marco Legal das Startups, e nessa Lei tem a categoria "investido anjo". E a Lei define o que é uma startup. Só isso já dá uma segurança adicional para os investidores tradicionais que estão vindo investir em startups. Apesar de ter no Brasil um modelo de contrato de participação que não entra no contrato social, nós não usamos esse modelo. Nós usamos um título de dívida conversível em ações futuras. Então se você tem uma startup, eu entro com uma opção de compra.

Te dou R\$ 500 mil e você me garante uma paridade de 10%, por exemplo, pra eu converter daqui a cinco anos.

Club M The Magazine: E digamos que daqui cinco anos é possível converter o título em ações, mas você avalia que não é o momento certo. É possível fazer sua retirada da empresa?

João Kepler: Tudo é possível se tiver escrito. Tudo dá pra fazer se for combinado antes. É por isso, inclusive, que eu oriento os empresários a se preocupar um pouco com isso. Porque essa regra do jogo é o que define o sucesso ou o insucesso de uma parceria futura. No começo sempre está tudo bem, mas depois pode dar problema. Então é importante alinhar essa expectativa desde o começo.

Club M The Magazine: Falando do seu lado escritor, mais especificamente sobre o seu último livro: O Poder do Equity, conta um pouco sobre esse poder pra gente.

João Kepler: O Poder do Equity é entender o jogo do equity. Como pode uma empresa que dá prejuízo, uma empresa que não dá lucro, uma empresa que não tem infraestrutura, que não tem capital tangível, patrimônio, valer tanto? Isso o poder do equity explica. Nós estamos vivendo uma nova economia, e ela tem alguns atributos, algumas peculiaridades. Então o empresário hoje que não entendeu a força da nova economia, ele não consegue jogar esse jogo. O que eu ensino no livro – ele é um manual, na verdade – é um passo a passo de como se tornar um investidor de startup. Eu até tenho um treinamento que é igual ao livro. As pessoas podem escolher como aprender. Mas o cerne é como você adentra esse mundo e entende essas características: por que isso tem valor? E só tem valor quando alguém paga. Os fundos de investimento vão pagando de acordo com uma escala de valores, em níveis A, B, C até a abertura pública de ações. É difícil para o empresário tradicional entender como uma empresa vale tanto. Uma empresa de cashback de Belo

Horizonte, por exemplo, que começou com um valuation de R\$ 1,5 milhão, abriu oferta pública valendo R\$ 1 bi e agora vale R\$ 6 bi. Como pode? Uma empresa totalmente digital, que não tem mesa, cadeira, estrutura física. E o empresário tradicional simplesmente não entende isso. Ele pensa: não vou investir em um negócio desses, isso não tem liquidez, não tem nenhum terreno pra vender. E foi dessa maneira que ele aprendeu a fazer e o mercado imobiliário é muito bom, muito seguro. Agora, nós estamos vivendo uma outra época, a época da internet, do digital, que traz outras formas de ganhar dinheiro.

Club M The Magazine: João, no Club M a gente promove reuniões também para os membros compartilharem seus erros. Acreditamos que é muito mais barato aprender com o erro dos outros. Durante toda a sua carreira, certamente você cometeu erros. Você pode compartilhar com a gente algum que tenha trazido um grande aprendizado?

João Kepler: Eu tenho um livro chamado "Gestão ágil", com prefácio do Jorge Paulo Lemann. Esse livro fala de gestão e gestão é como a obra de esgoto para classe política, ninguém vê. É uma obra que ninguém vê, então o político prefere fazer algo grande, que apareça. Em startup essa "obra grande" é vender. O empresário quer venda, venda, venda. Um erro que eu cometi foi não olhar para baixo, não olhar o esgoto da minha empresa. Não estruturar, não fazer gestão, não ter controle, não ter processo. Isso no passado, foi um grande erro que eu cometi: não fazer gestão.

Club M The Magazine: Como você é uma figura pública, imagino que as pessoas devam te abordar para oferecer negócios. Já teve alguma história inusitada, de um pitch em restaurante, na rua, que tenha te marcado?

João Kepler: Acontece muito isso comigo. Por exemplo, eu estava em um restaurante no Rio de Janeiro, com a minha família, e um cara pagou minha conta. Ele deixou um

"EU SOU UMA PESSOA COMO QUALQUER OUTRA. EU QUERO CONHECER AS PESSOAS, QUERO TER OPORTUNIDADE DE CONVIVER, SABER QUEM É. TODO MUNDO TEM ALGO PRA ENSINAR E A VIDA É SOBRE DAR PARA RECEBER".



bilhete dizendo que eu impactei a vida dele, que ele cresceu por minha responsabilidade e pagou uma conta enorme. Já aconteceu pitch em banheiro, enquanto eu fazia xixi (Club M The Magazine: e você investiu na empresa desse cara? João Kepler: investi. Nesse do xixi eu investi), já aconteceu no avião, com motorista do Uber. Todo lugar. Acontece sempre e eu adoro. Recentemente eu estava sozinho em São Paulo, fui em um shopping almoçar, voltei pra casa e de repente meu Instagram começou a bombar de mensagens e uma pessoa tinha tirado uma foto minha, de longe, almoçando sozinho e me mandou. Eu respondi:

por que você não foi falar comigo? Eu não sou celebridade. Eu sou uma pessoa como qualquer outra. Eu quero conhecer as pessoas, quero ter oportunidade de conviver, saber quem é. Todo mundo tem algo pra ensinar e a vida é sobre dar para receber. E a gente foi ensinado a fazer negócio. Eu não sei negociar. Eu sei dar, sem esperar algo em troca. Se vier algo em troca, ótimo. Estamos combinados e ninguém se frustra. O melhor sentimento é o travesseiro. Você pode até ter o sentimento de ganhar algo, mas deitar a cabeça no travesseiro sabendo que você não enganou ninguém é o principal pra mim. Eu sou feliz assim. ■



Quando a estrutura é sólida, seus **resultados** vêm naturalmente.

Foco nos seus objetivos

Parcerias estratégicas

Consultores especializados

Retorno sobre investimento *

+ de 15 anos de credibilidade

Soluções integradas



Unidade Blumenau



ÓRAMA INVESTIMENTOS

AGENTE AUTÔNOMO DE INVESTIMENTOS Órama Investimentos

Fone/Whats: (47) 99768-3231

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

selectinvestimentos

* Para obter sugestões sobre investimentos, entre em contato com nossos agentes. Os produtos financeiros do mercado regulado, ofertados pela Select Investimentos, estão disponíveis em virtude de nossa parceria com a ÓRAMA.

MERCADO DE LUXO

POR CARLOS FERREIRINHA



A CASA PROTAGONISTA

FOTO SHUTTERSTOCK



POSSIVELMENTE, O QUE ACONTECEU de mais relevante e impactante durante a pandemia foi que a casa definitivamente assumiu seu papel de total protagonista em nossas vidas, gerando uma profunda alteração que deverá ser irreversível. Se muitos de nós sequer tinha tempo para estar em casa, o tempo necessário nela nesse período, tornou-a o eixo principal.

Assim, com a casa assumindo tamanha relevância, tudo que se relaciona direta ou indiretamente com o metro quadrado valorizou e seguirá sendo valorizado. Muitos decidiram sair dos seus locais pequenos, para locais maiores. Muitos que estavam em espaços grandes, decidiram ir para os espaços menores. Muitos que procrastinaram a decisão da compra do imóvel, tomaram a decisão

nesse momento ou estudam tomar a decisão a qualquer momento. Tudo se movimenta e em ritmo acelerado e expressivo, incluindo o impacto gigante das vendas das soluções de decoração e dos pequenos reparos.

Todo esse movimento casa protagonista, gerando também uma janela mais expressiva para as áreas abertas, entrada de luminosidade, luz solar... Se passaremos mais tempo em casa, que seja então, mais confortável. Assim, as áreas externas saem ganhando. Paisagismo, o verde como um todo. Os espaços necessários para abrigarem o escritório, já que trabalhar de casa será cada vez mais natural e o mesmo, se aplicando para espaços para crianças estudarem. Arriscaria inclusive dizer que principalmente nos endereços que não sejam os principais da moradia frequente. Para essas famílias no chamado alto padrão, o *long stay* na casa de praia, de fazenda, de campo, de serra... Aumentará e com isso, aumentando a necessidade desses espaços.

A explosão do segundo, terceiro endereço favorecendo, inclusive, majoritariamente a atividade do luxo. E a atividade do luxo sendo ainda fortemente beneficiada pela economia real, que tem favorecido investimento e aquecido ainda mais a atividade do ramo imobiliário.

Não deveríamos precisar de movimentos tão fortes como a pandemia para entender mais de comportamento de consumo. Entretanto, considerando a necessidade do tempo atual, será essencial o desenvolvimento de profissionais que dominem mais conhecimento de ergonomia, que facilite o conforto de quem ficará muito mais tempo sentado trabalhando ou estudando. Isso será essencial.

Tudo que se relaciona com esse tempo estendido = iluminação, tecnologia. A harmonia das áreas externas, paisagismo e luz natural trará mais pressão aos projetos. Áreas de decompressão familiar. A convivência aumentada e prolongada, traz também desafios pessoais... Será interessante observar projetos que levam isso em conta, as pessoas terão que ter “rotas de fugas mentais” dentro da própria casa. Tudo que se relaciona ao chamando no passado “*home theater*” – o momento atual, pede mais do que *home theater* e muito mais a casa se tornando um ambiente integrado aos diversos *apps*, por exemplo.

Não vejo como um movimento “transitório”, mas sim, como irreversível. O fato é que a casa protagonista é uma realidade. ■

UM MOMENTO QUE VAI MUITO ALÉM DO QUE APENAS UMA PROCURA QUE NÃO EXISTIA ANTES NA DINÂMICA DA SOCIEDADE DE CONSUMO!

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

📍 @carlosferreirinha

O QUE É TENDÊNCIA

POR MANU DESCHAMPS

ENFIM, SEJA BEM-VINDO VERÃO!



DIVULGAÇÃO/INTERNET

Clichê, mas oficial: O verão está chegando, e junto dele as tendências que prometem invadir as areias e o guarda roupa da estação mais *fresh* e esperada do ano. Para a moda, é um momento de retorno, de trazer novamente o glamour, o brilho, peças que vão fugir daquele *mood home* da pandemia, e que finalmente serão desfiladas nas ruas, viagens, *beach clubs*.

Não somente o nosso comportamento mudou ao longo desse período, mas a moda principalmente teve que se adaptar ao momento, trazendo

do coleções mais atemporais, prezando pelo conforto, em propostas mais *oversized* e minimalistas.

Por algumas estações, o *look comfy* foi nosso companheiro no dia a dia, e a moda teve que se reinventar algumas vezes para acompanhar todo esse momento. Processo esse que vem chegando ao fim, e deixando o mundo da moda mais alegre, criativo e caloroso como sempre foi.

O retorno das semanas de moda presenciais, eventos de lançamento, e tudo que faz a moda pulsar. Já era hora! E



junto de tudo isso, as tendências vieram para serem usadas e abusadas.

Dentre as apostas para o verão, está o *CUT OUT*, que são peças assimétricas ou mais estruturadas, com recortes estratégicos, deixando a pele à mostra. Seja na linha *beachwear* com os maiôs, ou nos vestidos e blusas, tanto mais casuais quanto para a linha noite. O recorte assimétrico é o novo decote.

O crochê segue firme por mais uma temporada, reforçando o diferencial e beleza do *handmade*. Mas engana-se quem pensa que estamos falando do crochê *boring*, para essa estação o crochê vem colorido, com tramas diferenciadas, e em peças para não passar despercebida. Aposta certa para quem ama essa proposta mais *boho chic* que ele oferece.

O comprimento midi deu a vez para o mini, e sim, a minissaia retornou com força total, graças a influência dos anos 90 em diversas coleções, e se tornou peça chave em diversas produções, para todos os gostos, estilos, e em vários tecidos. Mas vale lembrar que o comprimento midi continua trazendo elegância e sofisticação a qualquer que seja a produção, e é aposta atemporal e certa sempre.

Para provar que os anos 90 vieram com tudo, uma das peças icônicas da década e não tão bem vista nos dias de hoje, apareceu em diversos desfiles e já está na arara de grandes marcas. O tão temido jeans de cintura baixa voltou, e já está no corpo de várias *fashionistas*. Eu prefiro deixar essa *trend* lá pra minha época de colegial mesmo... (hahaha) e vocês?

Agora vamos voltar um pouco mais no tempo e direto dos anos 60, as estampas psicodélicas chegam para esse verão em *prints* coloridos, divertidos, e com aquela bossa *cool* e moderna.

Brilho, muito brilho, ah!, esse não pode faltar. Depois de um tempo reclusos, chegou a hora de sair para causar, e diversos estilistas trouxeram em suas coleções peças para não

Manu Deschamps é Digital Creator, modelo e jornalista, pós graduada em Comunicação em Moda. Ela escreve sobre Lifestyle, Moda, Gastronomia e Viagens e foi Miss Santa Catarina.

© @manudeschamps

passar despercebidas. Desde *looks* mais dia a dia, até os *looks* para festa, o brilho veio democrático e vai acompanhar a mulher antenada do dia à noite. E se você é do tipo que “sai pra matar”, adicione transparência ao look de paetês e *let it shine!*

As cores não poderiam faltar, trazendo alegria e otimismo em cartelas de cores pra lá de vibrantes. Entre as apostas da estação: laranja, *pink*, amarelo, roxo. Esse momento pós pandemia, acendeu a vontade das pessoas em deixar de lado os *looks* confortáveis e discretos que foram tão usados, para darem vez a exuberância, atitude, em peças no melhor estilo, cheguei, chegando.

O retorno à “vida social” fez a moda trazer um verão colorido, ora *fresh*, ora de excessos, de muitos recortes, pernas de fora, e *looks* para ver e serem visto. Peças com muita personalidade, transparência, em uma onda de otimismo e muita bossa. Escolha a tendência que tenha a ver com seu estilo, se reinvente, coloque um sorriso no rosto, e aproveite a estação mais esperada do ano. Beijos e até a próxima.



DRAL
Lailane L. Machado

Especialista em harmonização Orofacial
Cirurgiã Dentista CROSC/15989



“A beleza ideal é aquela que te faz **sorrir ao se olhar no espelho**”

- ANÁLISE FACIAL
- TOXINA BOTULÍNICA
- PREENCHIMENTO FACIAL
- BIOESTIMULADORES DE COLÁGENO
- CLAREAMENTO DENTAL A LASER
- MICROAGULHAMENTO MMP



SOLICITE ATENDIMENTO
047. 9 9190-3060



SIGA NO INSTAGRAM
@DRALAIMACHADO



AV. OSVALDO REIS, N 3385, SALA 709 - RIVIERA
CONCEPT (ANEXO AO HOTEL HILTON)
PRAIA BRAVA - ITAJAI - SC - CEP: 88306773

llm
Dr. Lailane L. Machado
HARMONIZAÇÃO OROFACIAL

CLUB M BRASIL

ALTIERIS SANTANA

Formado em Administração de Empresa e mestre em Finanças pela universidade da Nova Southeastern, na Flórida, Estados Unidos. Altieris é sócio e diretor da Sanmo Realty Inc., imobiliária que atende o mercado da Flórida. A Sanmo Realty trabalha com a venda, compra e aluguel imobiliário, oferecendo todo o suporte para que os clientes tenham a assessoria necessária antes, durante e após a venda, compra ou aluguel de seu imóvel nos Estados Unidos.

Com sua empresa atuando nos Estados Unidos, Altieris é especializado em gestão de fundos financeiros voltado para o mercado imobiliário americano, com atuação em plano secundário de residência, plano de ativo e gestão internacional, dentre outros serviços e especializações no segmento.

Sua participação no Club M se deu por meio do relacionamento com clientes atuais na região sul do Brasil, sede do Club, e na possibilidade de abrir novos negócios relacionados ao mercado norte americano.

Nas horas vagas, Altieris gosta de praticar esportes, leituras e, claro, monitora ativos digitais e faz investimentos para ampliar seu conhecimento geral no âmbito do mundo globalizado.

Contatos

www.sanmorealty.com

support@sanmorealty.com

santana@sanmorealty.com

WhatsApp +1 (407) 565-9348

Office +1 (305) 967-6337

Instagram @sanmorealty



CAMILLA CARNIEL



LUCA BONIFA

MEMBRO CLUB M BRASIL

CIRO GARCIA

Ciro Garcia é um imobiliária especialista em pessoas, vendas, financiamentos e formação de equipes. Como construtor, executou obras públicas como postos de saúde e escolas, e 54 obras residenciais.

De auxiliar no setor de documentação em uma imobiliária no ano de 2000 a investidor e empresário do segmento do mercado imobiliário e da construção civil. Ciro é proprietário da Rei dos Imóveis Gestão de Vendas LTDA, com operações em Itajaí-SC e Pelotas-RS, responsável pela gestão de vendas da construtora Leão Empreendimentos de Itajaí, colunista do site Diário Imobiliário e mentor da Academia de Corretores Top Brokers.

Um Workaholic e Nexalista com orgulho, Ciro é exemplo de determinação, garra e sucesso. Com ampla formação acadêmica, acumula os títulos de Bacharel em Ciências Contábeis (UCPEL), com Pós-Graduação em Administração (FAEL), Pós-graduação em Gestão, Empreendedorismo e Marketing (PUC RS) e cursando MBA em Vendas, Negociação e Resultados de Alta Performance (PUC RS).

Sua empresa, a Rei dos Imóveis, se posiciona como uma companhia de Inteligência Imobiliária, que presta serviços a construtoras, incorporadoras, loteadoras e urbanizadoras que atuam em Santa Catarina.

A Rei dos Imóveis tem expertise em vendas, **Nosso principal trabalho é formar Equipes FOCADAS e COM-PROMETIDAS com a sua**

construtora ou empreendimento. Não somos uma imobiliária; Não somos uma House; Nossa venda é rápida e objetiva. Também desenvolvemos lançamentos, concepção e estruturas imobiliárias. Trabalhamos na gestão de todo o projeto desde a concepção e/ou repaginação do produto até a conclusão de vendas do empreendimento, implantação dos processos e controles gerenciais. Além disso, atua com análise profunda de mercado e inteligência que dá direcionamento para potencializar o seu empreendimento e, consequentemente, maximizar lucros.

Contatos

reidosimoveis.com.br

+55 (47) 99695-1665

+55 (47) 99275-1898

comercial@reidosimoveis.com.br



MEMBRO CLUB M BRASIL

MAX SILVA

Aos 36 anos, Macson Moises da Silva (Max Silva) é presidente do Grupo SESEL e Fundador/CEO da Sesel Tracker. Ele atua no ramo de Terceirização de Serviços Especializados para Construtoras e Condomínios desde 2010 quando assumiu a presidência do Grupo que já possui 25 anos de mercado.

Natural de Rio Negrinho - SC, mudou-se para o litoral catarinense em 2005, na época atuando na área de projetos e inovações tecnológicas para o ramo hoteleiro e como analista e consultor de sistemas de gestão, mercado que atuou até 2010.

Pai do Miguel (14), Gustavo (13), e esposo da Adriana Rosa, Max vive atualmente com sua família na magnífica região da Costa Esmeralda, em Santa Catarina.

Desenvolvedor de um dos maiores projetos do Brasil em Segurança Perimetral para Condomínios, importando tecnologia de uso militar Israelense, Max se destacou nesse mercado estando à frente de um projeto que contou com mais de 22 empresas envolvidas, desde escavações, radares e construção de bunker de segurança.

Fundou a Sesel Tracker, empresa especializada em rastreamento não só veicu-

lar como também de pessoas e animais. Exatamente, além de monitorar via satélite carros, motos, aviões e barcos a empresa também monitora seres humanos e pets. Por tudo isso, recentemente, a empresa recebeu um aporte financeiro para se tornar franquia, e expandir para todo Brasil.

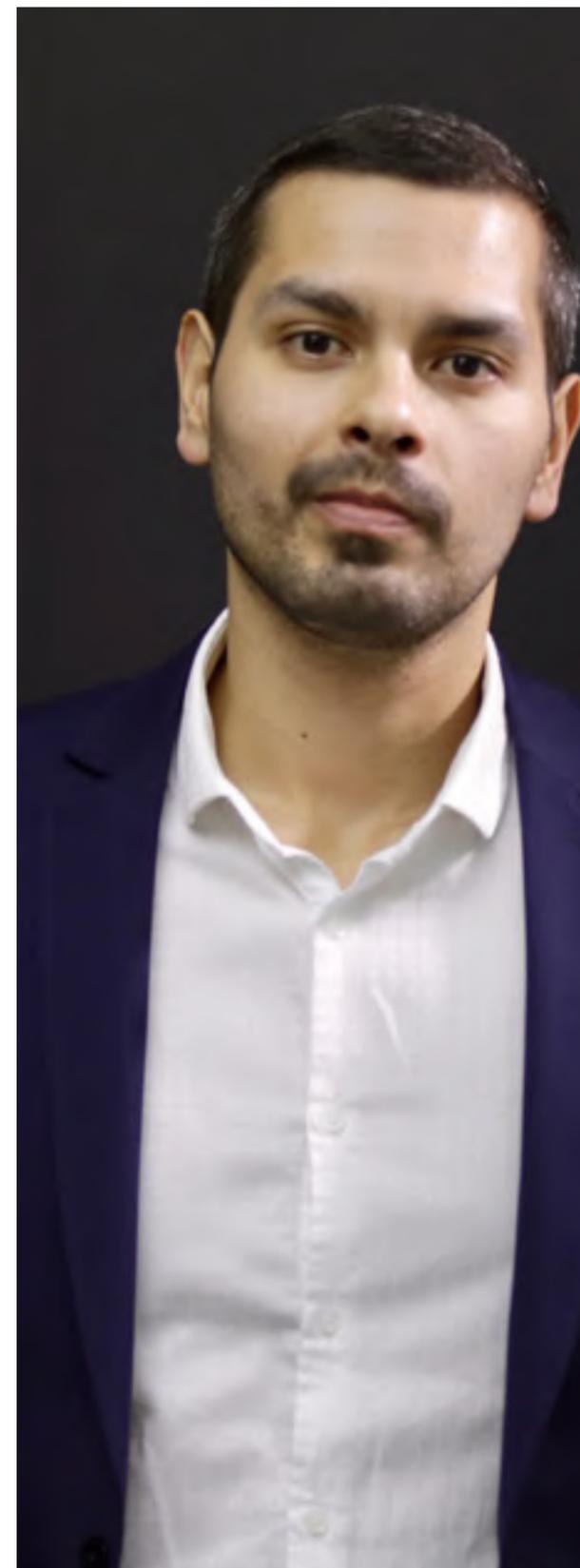
Max Silva buscou o Club M Brasil para aumentar seu network e expandir seus negócios, e foi exatamente no Club que encontrou seu primeiro franqueado.

Contatos

Instagram @omax.ms

diretoria@sesel.com.br

WhatsApp (47) 98485-5508



MEMBRO CLUB M BRASIL

FELIPE GLENZEL

Com mais de 10 anos de experiência em vendas, gestão e empreendedorismo, Felipe é natural de Pelotas/RS. Apesar de sua origem humilde e com poucas condições, sempre teve em si uma necessidade de empreender, ligado a uma certeza que veio ao mundo para fazer algo grandioso.

Atuante no mercado imobiliário há cerca de 8 anos, geriu equipes, teve duas imobiliárias, construiu e preservou inúmeros relacionamentos e viu na pele a famosa diferença de chefe para líder. Neste período, Felipe atuou com muita resiliência nas quedas e uma gratidão enorme a cada conquista. Todas essas experiências e a vontade de infância de querer fazer algo novo o trouxeram para Balneário Camboriú, em Santa Catarina, em 2019.

Hoje, Felipe é o CEO da Diamond Business Group e se tornou especialista em venda de Bens de Luxo. Ele também é sócio da Paradise, empresa de lazer e entretenimento, além de ter outros projetos avançados em andamento, sendo um deles o Projeto DMND empreendendo para o amanhã, este social, focado em jovens que também buscam um mundo melhor.

Todo conceito de network, negócios, brainstorm e cooperação do Club M se encaixaram perfeitamente no contexto e propósitos de vida do Felipe.

Se permita ter uma vida extraordinária, você merece!

Contatos

WhatsApp (47) 99787-3354

Instagram @eufelipeglenzel

felipe.glenzel@gmail.com

TOURINHO DE OURO

POR PABLO SPYER



O NOVO NORMAL DOS JUROS GLOBAIS

A RETIRADA DOS ESTÍMULOS, TANTO NOS ESTADOS UNIDOS, COMO NA ZONA DO EURO, É A ANTESSALA PARA A ELEVAÇÃO DOS JUROS.

A **PANDEMIA** da covid-19 causou uma reviravolta na política monetária global. As restrições à mobilidade e os lockdowns impostos no mundo causaram uma disrupção nas cadeias produtivas, ou em termos claros, a falta de insumos para a máquina econômica girar como antes. Isso provocou aumento de inflação aqui e em todos os países. A escassez da oferta se sobrepôs até à retração da demanda – por perda de emprego e renda dos cidadãos. Além disso, os Bancos Centrais e os governos injetaram muito dinheiro no mercado, nos negócios e nas mãos das pessoas, para tentar evitar uma crise mais intensa.

O mundo ficou refém dos preços salgados, e consequentemente mais pobre. Não há vilão maior para a sociedade do que a inflação, sobretudo para as classes menos favorecidas. Daí porque há uma sinalização internacional de necessidade de retirada de estímulos e alta dos juros.

Nos Estados Unidos, reiteradamente os membros do

Comitê de Política Monetária (FOMC) do Federal Reserve têm alertado para o fenômeno. O presidente da instituição, Jerome Powell, se mostra cauteloso em cravar uma data para a elevação dos juros, mas reforçou em 22 de outubro que a inflação americana está “bem acima da meta. Powell e o FOMC já avisaram que o início da retirada dos estímulos ao mercado está próximo – provavelmente já ocorrerá neste mês de novembro -, mas que seria prematuro elevar os juros no curtíssimo prazo.

O assunto também assombra os europeus. Na Zona do Euro, um indicador importante das expectativas, o swap de inflação a termo de cinco anos, chegou a saltar até 10 pontos base, para 2,0528%, máxima desde 2014, em 26 de outubro. O Banco Central Europeu (BCE) já mudou em julho seu forward guidance (uma espécie de prescrição futura sobre o comportamento dos juros, para tentar ancorar as expectativas do mercado): de meta de inflação de um



FREEPIK.COM

pouco menos de 2% ao ano, vai mirar 2% e até tolerar temporariamente um percentual acima.

Segundo pesquisa realizada pela Bloomberg, o BCE começará a desmontar gradualmente o plano de emergência em dezembro. Isso apesar de a presidente do banco, Christine Lagarde, ter reafirmado que o processo inflacionário é algo passageiro na região.

A retirada dos estímulos, tanto nos Estados Unidos, como na zona do euro, é a antessala para a elevação dos juros. No Reino Unido, o mer-

cado espera que o Banco da Inglaterra (BoE, na sigla em inglês) aumente a taxa básica de juros já em novembro. Isso porque, o presidente da instituição, Andrew Bailey, afirmou, no seminário anual do G-30 em 20 de outubro, que “terá de agir” se houver riscos para a inflação no médio prazo.

Já a China é um mundo à parte. O PBoC, o BC chinês, decidiu manter seus juros de referência para empréstimos de curto e longo prazos nos níveis atuais pelo 18º mês consecutivo, apesar de recentes sinais de desaceleração eco-

nômica. Mas isso faz parte da guinada da estratégia estatal de crescimento, que não pode continuar no ritmo de dois dígitos, e nem vai, pela ausência de insumos na sua cadeia produtiva e implosão da bolha imobiliária.

O Brasil, claro, está imerso neste novo normal. Mesmo porque o índice “oficial” da inflação, o IPCA, não para de dar sustos. E o mercado sempre corre à frente e segue elevando suas projeções de taxas futuras, que superam os 10%. Por ora. Apertem os cintos, porque juro alto significa desaceleração da economia. ■

Pablo Spyer é formado em Economia na Flórida pela FIU, tem MBA em Mercado de capitais pela USP e é conselheiro da ANCORD. Com ampla experiência no setor de serviços financeiro no Brasil e EUA, Pablo já estruturou diversos negócios de sucesso do zero. Hoje, é diretor de Operações da EQI Investimentos e conhecido pelo sucesso do programa econômico matinal Minuto Touro de Ouro da Jovem Pan.

📧 @pablospyer e @otourodeouro

Venha viver nos EUA!

SANMO REALTY INC

SUA IMOBILIÁRIA NA FLÓRIDA!

-ATENDEMOS O MERCADO DE
ORLANDO E MIAMI.

-TRABALHAMOS COM **VENDAS,**
COMPRAS E ALUGUÉIS IMOBILIÁRIOS.

“

Para facilitar a vida de nossos clientes Brasileiros, damos todo suporte necessário para que tenham a assessoria necessária antes, durante e pós venda de seu imóvel nos Estados Unidos.”



+1 (305) 967-6337

+1 (407) 565-9348

@sanmorealty

www.sanmorealty.com

support@sanmorealty.com

1395 Brickell Ave, Suite 800,
Miami, FL 33131

HOME CARE ATENDIMENTO DOMICILIAR & HOSPITALAR

ATENDIMENTO HUMANIZADO
ONDE CADA PACIENTE É ÚNICO

O grupo Mais Saúde é uma empresa especializada em assistência domiciliar e hospitalar que, em sua busca pelo melhor atendimento, une o conhecimento, competência, capacidade e sensibilidade de sua equipe multidisciplinar; com planos individualizados e adequados às necessidades de cada paciente. Contamos com equipamentos de última geração e, aliado a isso, a premissa de proporcionarmos um atendimento personalizado e o mais humanizado possível a cada cliente, garantindo assim o seu conforto e qualidade de vida.



LEANDRO PAULINO
Sócio Proprietário

POTENCIAL HUMANO PARA OFERECER O MELHOR EM SAÚDE

A equipe multiprofissional do grupo Mais Saúde é formada por um corpo clínico de médicos de diversas especialidades, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, nutricionistas, farmacêuticos, psicólogos, assistentes sociais e terapeutas ocupacionais. Conta ainda com experiente quadro de enfermeiros, técnicos de enfermagem e cuidadores. Especialidades que garantem um atendimento com alto padrão de qualidade, feitos por profissionais capacitados e com larga experiência em Home Care.



CONHEÇA NOSSOS SERVIÇOS

COBERTURA DE EVENTOS

A Mais Saúde realiza todo o planejamento, gestão e montagem de modernos ambulatórios para um melhor atendimento dos clientes e apoio médico durante eventos, sejam estes de pequeno, médio ou grande porte.

MAIS SAÚDE NAS EMPRESAS

Com UTI's totalmente equipadas, oferecemos a melhor e mais eficaz proteção aos funcionários e clientes em eventuais urgências e emergências nas empresas, garantindo ao empresário a segurança jurídica de ter ofertado e acionado um serviço qualificado 24 horas por dia.



UTI MÓVEL 24H

Seja para urgência, emergência, com atendimento a domicílio ou eventos, a Mais Saúde conta com ambulâncias 100% equipadas para prestar os devidos cuidados.

ALUGUEL DE EQUIPAMENTOS

Dispomos de cama hospitalar, colchão Bio Air, suporte de soro, cadeira de rodas e cadeira de banho, andador e muletas, maca ortostática, concentrador de oxigênio, entre outros equipamentos médicos e hospitalares para oferecer o melhor tratamento ao paciente.

GERENCIAMENTO DE PACIENTES CRÔNICOS

Este serviço é focado no estímulo à qualidade de vida e no controle da evolução de doenças crônicas como diabetes, hipertensão, cardiopatias, doenças pulmonares, entre outras, a fim de evitar o uso inadequado de hospitais e complicações decorrentes destas doenças.

Instagram Facebook GPMAISSAUDE

Londrina-PR (43) 3322-8379
Balneário Camboriú-SC (47) 3081-1114

Maringá-PR (44) 3142-1242
Curitiba-PR (41) 3619-6660



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

APOLLO HOMEM

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AVENIDA BRASIL, 2315 (ESQUINA COM 2400), CENTRO. BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 3300 (ENTRADA ACADEMIA WAVE), BARRA SUL. INSTAGRAM: @APOLLOHOMEM

ARAMIS

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AV. SANTA CATARINA, BALNEÁRIO SHOPPING, 2º PISO, LOJAS 231/232. INSTAGRAM: @ARAMISBALNEARIO

ARBITRALIS – CÂMARA DE MEDIAÇÃO

BELO HORIZONTE, MG. INSTAGRAM: @ARBITRALIS

ARTIGIANALE MÓVEIS

ITAJAÍ – SC: R. JOSÉ CÂNDIDO, 202 – SÃO JOÃO. INSTAGRAM: @MOVEISARTIGIANALE

ATELIER COFFE CAKE

BALNEÁRIO CAMBORIÚ / SC: AV. CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE, 631, SL 06, PRAIA DOS AMORES, CEP: 88.331 – 410. INSTAGRAM: @ATELIERCOFFEECAKE

BALI BISTRÔ

RUA HIGINO JOÃO PIO, 670, ESTALEIRINHO, CEP: 88.334-660. INSTAGRAM: @BALIBISTROBEACH

BARZIN CARIOCA

RUA: 3300, 341 – CENTRO, 88330-272. INSTAGRAM: @BARZINCARIOCA

BE YOU LOUNGE BAR

RUA 3300, 350 – CENTRO, 88330-272. INSTAGRAM: @BEYOUUBC

BRAVO AÇOUGUE PREMIUM

AVENIDA CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE, 530, PRAIA DOS AMORES, 88331 – 410. INSTAGRAM: @BRAVO.PREMIUM

CAMILLA CARNIEL FOTOGRAFIA

PORTO BELO, SC. INSTAGRAM: @CAMILLACARNIELFOTOGRAFIA

CHEFF AMPESSAN

CHEFF EM CASA. INSTAGRAM: @CHEFF.AMPESSAN

CLÍNICA VITALIS CONCEPT

R. 2700, 212, SALA 04 – CENTRO, 88330-374. INSTAGRAM: @VITALISCONCEPT

DOORWAY – CAR

EDIFÍCIO SKY BUSINESS CENTER RUA 1500, 820 SALA B-33, CEP: 88330-526. INSTAGRAM: @CARDNETLTD

DRA. JUCIELLE QUINTANA

RUA 3100, 322, SL 02, CENTRO, CEP: 88330-302. INSTAGRAM: @DRA.JUCIELLEQUINTANA

DRA. LAILANE MACHADO

ITAJAÍ: AV. OSVALDO REIS, 3385, SALA 709, RIVIERA CONCEPT (ANEXO HOTEL HILTON), PRAIA BRAVA. INSTAGRAM: @DRALAIMACHADO

E-INVESTOR

AGENDE UMA REUNIÃO DE APRESENTAÇÃO E SOLICITE SEU CUPOM PELO WHATSAPP. 48 99123-4551. HTTPS://WWW.EINVESTOR.COM.BR/

ENOTECA DECANTER

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: TERCEIRA AVENIDA, 2040, CENTRO. INSTAGRAM: @DECANTERBC

FOQUI SANDUÍCHES

AV. CENTRAL, 676 – SALA 3 – CENTRO, CEP: 88330 – 670. INSTAGRAM: @FOQUISANDUICHES

GET IT!

SANTA CATARINA – BRASIL. INSTAGRAM: @GETITBRASIL

GRÃOS E VINHOS

AV. BRASIL, Nº 2431, LOJA 03, CENTRO, CEP: 88.330 – 055. INSTAGRAM: @GROSEVINHO

HAKKEN SUSHI LOUNGE

RUA 1301, 73 ANEXO AO HOTEL D'SINTRA, CENTRO, 88330-795. INSTAGRAM: @HAKKENSUSHI

HOTEL ALPESTRE

RUA LEOPOLDO ROSENFELD, 67, 95670-000. INSTAGRAM: @HOTELALPESTRE

JOALHERIA MONTECRISTO

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

KALON CONTABILIDADE

RUA 770, 20 – CENTRO, BALNEÁRIO CAMBORIÚ – SC. INSTAGRAM @CONTABILIDADEKALON

KOMBINA FELICE

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

KRONE CLÍNICAS ODONTOLÓGICAS

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 901, 267, SALA 04, CENTRO. CAMBORIÚ: RUA LAURO MÜELLER, 54 (SOBRELOJA), CENTRO. INSTAGRAM: @KRONECLINICAS

LA VITA RESTAURANTE

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

LA/BELLE

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: AV. ATLÂNTICA, 4980, BARRA SUL. ITAJAÍ: AV. JOSÉ MEDEIROS VIEIRA, 2444, PRAIA BRAVA – 88306-800. INSTAGRAM: @LABELLE

LABELLE DRINKS

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

LOJA DAS PORCELANAS

BALNEÁRIO CAMBORIÚ/ SC: RUA 3300, Nº 700, CENTRO, CEP: 88330 – 272. INSTAGRAM: @LOJADASPORCELANASBC

MAIS SAÚDE EMERGÊNCIAS MÉDICAS E ATENDIMENTO DOMICILIAR

AV. DO ESTADO DALMO VIEIRA, 1231 – 6B – PIONEIROS/BALNEÁRIO CAMBORIÚ – SC. INSTAGRAM: @GPMIASSAUDE

MILCLIN

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

MILEMY

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

MONTBLANC

BRASIL. INSTAGRAM: @MONTBLANC

MTI INVESTIMENTOS

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

MULTISIND GESTÃO DE CONDOMÍNIOS

INSTAGRAM: @MULTISIND

NEO LAZ ODONTOLOGIA

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

NEOLAZ ODONTOLOGIA

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

OSTRO COZINHA E VINHO

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

PADARIA FORTALEZA

RUA FRANCISCO VAHLDIECK, 704 – BAIRRO FORTALEZA, BLUMENAU. INSTAGRAM: @PADARIA_FORTALEZA

PONTO DE PARTIDA

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

PURIFIC BC

TERCEIRA AVENIDA, 1627, CENTRO – BALNEÁRIO CAMBORIÚ. INSTAGRAM: @PURIFIC_BC

RESTAURANTE DRUMMOND

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

REVIGORE

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

SANTA ÓTICA

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

SCHAEFER YACHTS

R. QUATORZE DE JULHO, 519 – ESTREITO, FLORIANÓPOLIS – SC. INSTAGRAM @SCHAEFERYACHTS

SOHO RESTO BAR

ITAJAÍ: AV. JOSÉ MEDEIROS, 2470, PRAIA BRAVA. INSTAGRAM: @SOHORESTOBAR

SOLEIL PIZZA

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

STUDIO SCHIER

INSTAGRAM: @STUDIO_SCHIER

TECFIT ACADEMIA SEM PESOS

RUA 2414, 40 SALAS 2 E 3 – CENTRO, BALNEÁRIO CAMBORIÚ. INSTAGRAM: @TECFITBRASIL

TERRAZZA GARDEN

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

TRANCOSO CORRETORA DE SEGUROS

INSTAGRAM: @TRANCOSOSEGUROS

THAI GARDEN

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

UNISUL

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

VINERO WINE SELECTION

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 904, 130 – SALA 07 – CENTRO, CEP: 88.330-584. INSTAGRAM: @VINEROWINESELECTION

XP GROUP

INSTAGRAM: @XPGROUPOFICIAL

WAGNER CAMILO & UMPIERRE ADVOGADOS

ITAJAÍ: RUA ALBINO GUGELMIN, 384, BARRA DO RIO. INSTAGRAM: @WAGNERCAMILOEUMPIERRE

YOU MEDICINA, NUTRIÇÃO E ESTÉTICA

BALNEÁRIO CAMBORIÚ: RUA 912, 110, SALA 07, CENTRO. INSTAGRAM: @CLINICAYOU

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



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

Um Resort completo para chamar de Lar.

B R A V A H O M E R E S O R T



 **DANIEL DANTAS**
broker

 @danieldantasbroker
 (47) 9.9741-4087
 contato@danieldantasbroker.com
 www.danieldantasbroker.com

Unidades à venda

com 3, 4 ou 5 suítes



MONTECRISTO

J O A L H E R I A

Atendimento personalizado via WhatsApp (11) 94203 0795

Mencione o **código MC2021** e parcele suas compras de joias em 10x com 10% de desconto.

 montecristo.joalheria

www.montecristo.com.br

 **ROLEX**

Cartier

 **BREITLING**

 **TAG Heuer**

 **TISSOT**

 **VICTORINOX**

Brava Ocean

STEAK AND SEAFOOD

DIVERSÃO | DRINKS | MÚSICA | AMBIENTE ACONCHEGANTE | VISTA PRIVILEGIADA!
É COM ESSE CLIMA QUE TE ESPERAMOS !



Horário de funcionamento:
Terça à quinta: 11h às 17h
Sexta à domingo: 11h às 00h

Réveillon
BRAVA
OCEAN
FAÇA SUA RESERVA
47.3264.7174

 @brava_ocean
 Av. José Medeiros Vieira, 1200,
Praia Brava