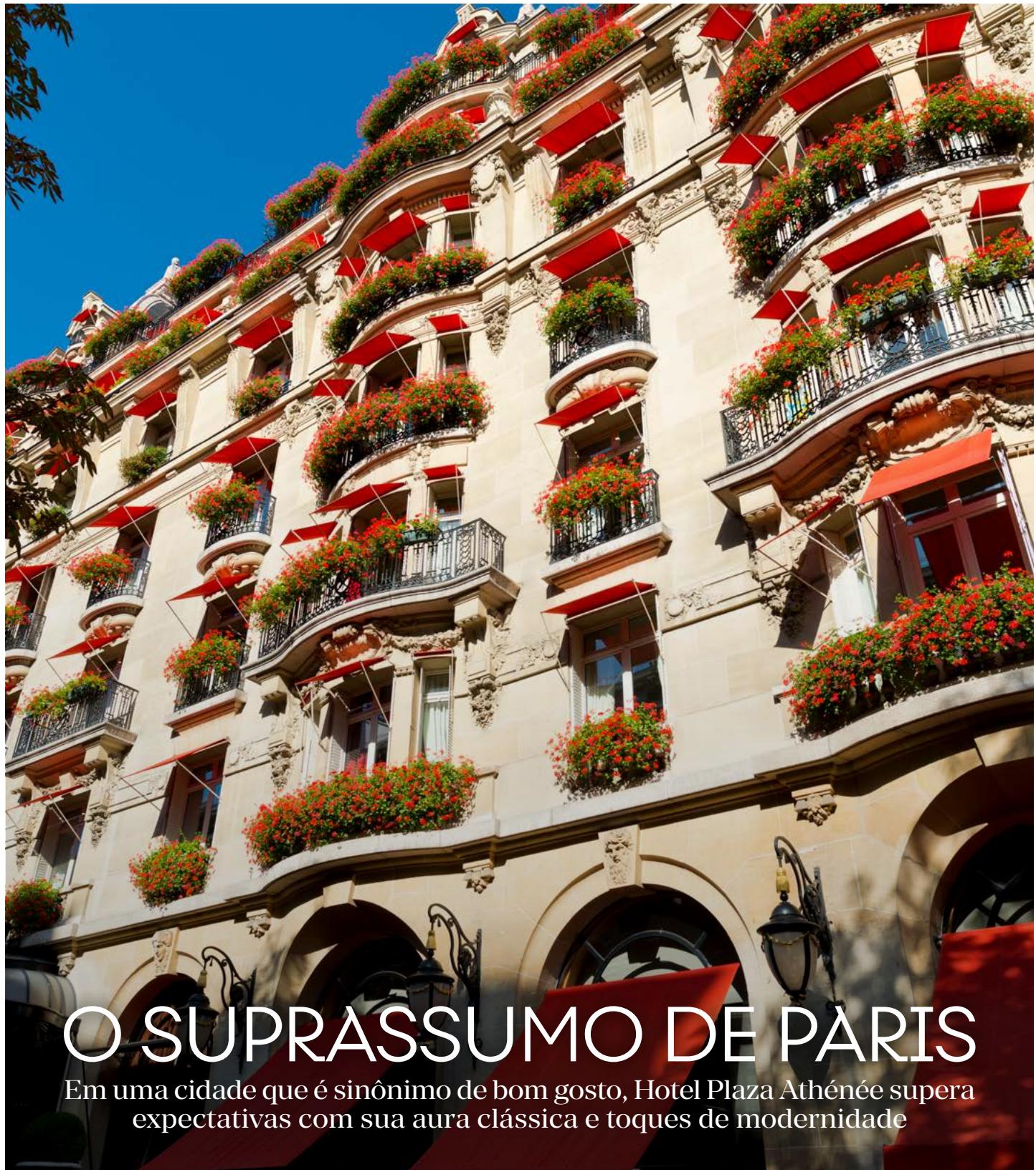


revista
FORTUNA
- DIGIT@L -

21



O SUPRASSUMO DE PARIS

Em uma cidade que é sinônimo de bom gosto, Hotel Plaza Athénée supera expectativas com sua aura clássica e toques de modernidade

SEU MUNDO ESTÁ PRESTES A SE EXPANDIR.



As viagens internacionais têm um novo significado no Falcon 6X de fuselagem extralarga. É a cabine mais larga e mais alta da atualidade. Com verdadeiras vistas panorâmicas. E também é mais clara e silenciosa. Com as tecnologias mais recentes para manter você conectado e no seu melhor aonde quer que você vá.

Falcon 6X

WWW.DASSAULTFALCON.COM | RODRIGO PESOA: +55 11 3521 7201 | RODRIGO.PESOA@DASSAULTFALCONJET.COM

 **DASSAULT
AVIATION**



RESIDÊNCIA

UNN
C

FAZENDA DA GRAMA

Viva o *extraordinário*
aproveitando tudo que o
condomínio pode oferecer

Um projeto exclusivo na **Fazenda da Grama**, a poucos metros da Praia da Grama, que reúne sofisticação, conforto e personalidade em cada detalhe. Concebida pelo renomado arquiteto Gui Mattos, a esidência UNNIC se destaca pela integração com a natureza, arquitetura única, elegância e funcionalidade.

A Residência UNNIC está em fase de construção, com possibilidade de personalização para quem adquirir agora.

Construção e Incorporação

Grife
DESENVOLVIMENTO IMOBILIÁRIO

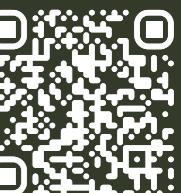
Arquitetura

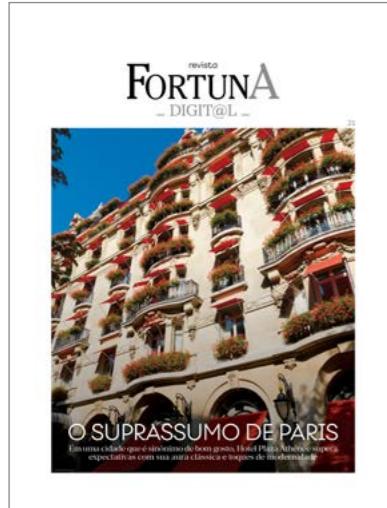
GUIMATTOS

Paisagismo

Gilberto Ellis
PAISAGISMO

Conheça sua nova casa
www.residenciaunic.com.br





**FortunA Digital é uma publicação
trimestral da FortunA -
Gestora em Comunicação de Luxo**

Conselho Editorial
Denilson Milan e Rosane Aubin

Publisher
Rosane Aubin

Projeto Gráfico e Direção de Arte
Henrique Sá

Colaboradores
Andressa Biata, Karin Parodi,
Marco Antonio Jordão e Sylvio Mode

PARA ANUNCIAR
denilson@fortunacom.com.br
www.fortunacom.com.br
55 11 98586.5180
@fortunacom.com.br
@revistafortunadigital

Os artigos assinados são de inteira responsabilidade dos autores e não representam a opinião da revista e da empresa FortunA - Gestora em Comunicação de Luxo. A reprodução das matérias e dos artigos somente será permitida se previamente autorizada pela Publisher.

O QUE NOS TRAZ ATÉ AQUI

VOCÊ ATINGIRÁ O SUCESSO QUANDO APRESENTAR COM ORGULHO AS CICATRIZES QUE ADQUIRIU AO LONGO DA SUA JORNA DA PROFISSIONAL. Essa ideia foi determinante há exatos 5 anos, quando decidi colocar em prática o novo produto da FortunA. E aqui estamos, encerrando 2025 com a certeza de que valeu a pena empreender com esta publicação, que atinge as 21 edições com um conteúdo caprichado.

Para começar, temos um eterno clássico da cidade mais clássica. O Hotel Plaza Athénée, localizado na Avenida Montaigne, no mais cobiçado endereço de Paris - o chamado Triângulo Dourado - é uma referência que entrega tudo o que os mais exigentes turistas podem esperar da Cidade Luz: elegância, luxo, charme, modernidade, delícias para mimar o paladar e um serviço inigualável. Inaugurado em 1913, é famoso no mundo inteiro pela fachada com varandas enfeitadas por gerânios vermelhos e apreciado por todos que amam a moda pela história ligada a grandes nomes da alta-costura, como Christian Dior. Não é nenhum exagero dizer que hospedar-se no Plaza Athénée é a melhor forma de usufruir de tudo o que Paris oferece de melhor. Bienvenue!

Em Finanças, entrevistamos Carol Paiffer, empresária, investidora do Shark Tank e educadora. Com apenas 37 anos, ela faz parte da lista dos grandes investidores do país; comanda a Atom, maior mesa de traders da América Latina; criou o hub de aceleração Dinastia, com sede na Avenida Europa, em São Paulo; faz parte do Shark Tank Brasil desde 2020; e adquiriu 51% do Centro Brasileiro de Cursos (CEBRAC). Em entrevista exclusiva Carol conta que a vocação manifestou-se ainda durante a infância e destaca a importância da cultura na formação de um competente empreendedor. Em 2026, ela passa a integrar o seleto grupo de colunistas da FortunA.

Em Vinhos, enfocamos um negócio inovador que encanta os aprecia-



DENILSON MILAN

ROSANE AUBIN

HENRIQUE SÁ

dores dessa bebida. A Finca Propia, localizada no Valle de Uco, na renomada cidade argentina de Mendoza, oferece aos investidores a possibilidade de comprar uma parte dos vinhedos de seu excelente terroir. São três tipos de pacotes que incluem desde o plantio e manejo das vinhas até a rotulação e envio ao Brasil, tudo com as melhores práticas e sob supervisão de um lendário enólogo e agrônomo, Antonio Más. Os investidores recebem todo ano um determinado número de garrafas com seu rótulo pessoal ou de sua empresa.

A importância da COP30 para o futuro do planeta inspirou Andressa Biata, nossa antenada colunista de Agronegócio, a desmistificar a pecha de "malvados" em relação às emergências climáticas que costuma ser usada contra os empresários do campo. Ela alinha argumentos interessantes para afirmar que o agro brasileiro é altamente avançado e cuidadoso com o meio ambiente, salvo as raras exceções que não devem jamais ser consideradas a regra.

Em Carreiras e Sucessão, Karin Parodi nos mantém atualizados sobre gestão de negócios evidenciando a importância do líder coach para a organizações. Su Misura, assinada pelo talentoso Marco Jordão, mergulha na história da conceituada marca Loro Piana. A partir da exposição "If You Know, You Know. Loro Piana's Quest for Excellence", realizada na China, o colunista conta sobre o legado da grife centenária.

Jurídico aborda o assunto do momento: Reforma Tributária. Fernando Brandariz explica os principais pontos e alerta para a necessidade de contratar profissionais especializados nesses primeiros tempos de mudanças.

Em Boas Novas, o destaque é a Agaxtur Viagens, que, aos 72 anos, mantém-se em constante evolução, oferecendo aos clientes o melhor da arte de transformar sonhos em viagens inesquecíveis. Boas festas a todos!

DENILSON MILAN
FUNDADOR E CEO DA FORTUNA



11 BOAS NOVAS
AGAXTUR: TRADIÇÃO E INOVAÇÃO

18 VIAGEM
PLAZA ATHÉNÉE: ELEGÂNCIA SUPREMA

32 AGRONEGÓCIO
COP30: OPORTUNIDADE PARA MOSTRAR A RELEVÂNCIA DO BRASIL

36 FINANÇAS
CAROL PAIFFER: CARREIRA BRILHANTE EM VÁRIAS FRENTE

46 VINHOS
FINCA PROPIA: UM VINHEDO PARA CHAMAR DE SEU

54 CARREIRAS E SUCESSÃO
LÍDER COACH: GRANDE DIFERENCIAL

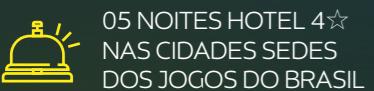
58 JURÍDICO
REFORMA TRIBUTÁRIA POR FERNANDO BRANDARIZ

64 SU MISURA
LORO PIANA: A EXCELÊNCIA COMO REGRA

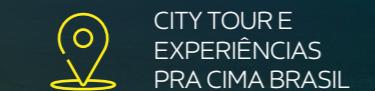
PRA CIMA BRASIL

Quer garantir pacotes exclusivos para a maior competição do futebol em 2026?

A Agaxtur leva você para viver cada gol em uma **viagem inesquecível!**



05 NOITES HOTEL 4☆
NAS CIDADES SEDES
DOS JOGOS DO BRASIL



CITY TOUR E
EXPERIÊNCIAS
PRA CIMA BRASIL



SEGURO VIAGEM
COMPLETO E APOIO
TOTAL DO STAFF
PRA CIMA BRASIL



WELCOME KIT
PRA CIMA BRASIL



TRANSFERS
AEROPORTO/HOTEL
HOTEL/ESTÁDIO/HOTEL



PACOTE
HOSPITALIDADE



**CONSULTE NOSSO TIME
E SAIBA MAIS!**

AGAXTUR JARDIM EUROPA

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 2744
Jardim Paulistano, São Paulo - SP | CEP: 01451-000

11 3067 0955 11 97705 2463
loja.jardimeuropa@agaxtur.com.br

Agaxtur
EXPERIÊNCIAS
INESQUECÍVEIS



11
boasnovas

A ARTE DE TRANSFORMAR SONHOS EM VIAGENS INESQUECÍVEIS

Há mais de sete décadas, a Agaxtur Viagens vem consolidando uma trajetória que alia tradição, inovação e atendimento humano. A credibilidade, excelência e paixão em transformar sonhos em experiências de viagem memoráveis pauta os 72 anos de existência da empresa, fundada no início da década de 1950. “Nessas décadas, nos tornamos sinônimo de confiança e qualidade, acompanhando de perto as transformações do turismo e mantendo um compromisso inabalável com o atendimento humano e personalizado. Nossa maior propósito sempre foi entender o sonho de cada cliente e transformá-lo em realidade, com cuidado e responsabilidade”, afirma Aldo Leone, CEO da Agaxtur Operadora.

TRADIÇÃO QUE CAMINHA COM INOVAÇÃO

Em um setor em constante evolução, movido por mudanças culturais, tecnológicas e de comportamento, a Agaxtur soube se reinventar sem abrir mão da essência. A empresa combina ferramentas digitais avançadas — que agilizam processos e melhoram a experiência do

cliente — com o atendimento caloroso e próximo que se tornou marca registrada da casa. “Somos uma empresa de tradição, mas com os olhos no futuro. Investimos em tecnologia, mas acreditamos que o verdadeiro diferencial está no relacionamento humano”, destaca Aldo Leone.

Essa combinação de tradição e modernidade explica a longevidade da marca e sua relevância em um mercado cada vez mais competitivo.

PORTFÓLIO COMPLETO: DO MAR À MONTANHA

O portfólio da Agaxtur é um verdadeiro convite ao mundo. A empresa oferece soluções completas para todos os perfis de viajantes — famílias, casais, grupos de amigos, aventureiros e executivos — com produtos que vão de cruzeiros marítimos a roteiros personalizados.

Entre os destaques estão:

- Cruzeiros marítimos, com opções que variam de roteiros curtos no Brasil a experiências de luxo internacionais;
- Hotéis e resorts em parceria com grandes redes nacionais e internacionais;

boasnovas

Agaxtur



– Passagens aéreas, passeios, ingressos e aluguel de carros.

E, claro, roteiros sob medida para o mundo inteiro, elaborados por consultores especializados que transformam desejos em itinerários exclusivos.

A FORÇA DO ATENDIMENTO HUMANO

Por trás de cada viagem bem-sucedida há um time apaixonado pelo que faz. A equipe da Agaxtur é formada por profissionais experientes, constantemente capacitados, que atuam como verdadeiros curadores de experiências.

Na unidade Agaxtur Jardim Europa, esse cuidado ganha ainda mais destaque. Sob o comando de Marcelo Leone, a loja oferece um atendimento diferenciado, com consultores prontos para entender o perfil de cada cliente e criar viagens sob medida.

“A loja Jardim Europa foi pensada para ser um espaço de inspiração.

Aqui, cada atendimento é uma conversa sobre sonhos, não apenas sobre destinos”, conta Marcelo Leone.

PERSONALIZAÇÃO COMO ESSÊNCIA

A Agaxtur entende que nenhuma viagem é igual à outra. Cada roteiro é desenhado conforme o estilo de vida e o desejo do viajante — seja uma escapada romântica, férias em família, uma aventura internacional ou um cruzeiro de luxo. Essa personalização é um dos pilares que sustentam a marca há 72 anos e reforçam seu compromisso com a excelência e o encantamento.

MAIS QUE VIAGENS, MEMÓRIAS

PARA A VIDA TODA

Hoje parte do Grupo Águia Branca, um dos maiores conglomerados empresariais do país, a Agaxtur segue firme em seu propósito de entregar não apenas viagens, mas experiências transformadoras. Milhares de brasileiros já viveram momentos inesquecíveis graças à dedicação e à expertise de uma empresa que une história, inovação e o mais genuíno amor por viajar. Com Aldo Leone à frente da operadora e Marcelo Leone no comando da unidade Jardim Europa, a Agaxtur reafirma seu legado e projeta o futuro com a mesma essência que a tornou uma referência nacional: transformar destinos em memórias que duram para sempre.

Agaxtur Jardim Europa
Av. Brigadeiro Faria Lima, 2744
São Paulo, SP

AGED 10 YEARS
INSPIRED BY GREATNESS
brazilian *by nature*

A Cachaça Extra Premium Ronaldinho by Dom Tápparo nasce do encontro entre dois ícones genuinamente brasileiros: Ronaldinho Gaúcho, símbolo mundial de talento, criatividade e excelência, e o Engenho Dom Tápparo, referência em tradição, cuidado artesanal e qualidade superior na produção de cachaças de alto padrão.

Produzida no Brasil, a única origem possível para uma cachaça verdadeira, esta expressão extra premium respeita o tempo, a matéria-prima e o saber de gerações. Cada etapa do processo — da seleção da cana-de-açúcar ao envelhecimento prolongado em barris nobres — é conduzida com precisão, paciência e propósito, resultando em um destilado elegante, complexo e sofisticado, criado para ser apreciado com calma.

Mais do que uma bebida, esta cachaça representa uma visão de luxo contemporâneo: autenticidade, origem e excelência. Assim como Ronaldinho construiu sua trajetória com talento natural e identidade própria, a cachaça Dom Tápparo carrega em seu DNA a força do Brasil, traduzida em qualidade reconhecida e premiada.

Pensada para ocupar seu espaço entre os grandes destilados do mundo, a Cachaça Extra Premium Ronaldinho by Dom Tápparo apresenta ao mercado internacional uma nova leitura do luxo brasileiro — refinada, exclusiva e profundamente conectada às suas raízes. Um produto que não apenas representa o Brasil, mas o eleva ao patamar que merece no cenário global.

Ronaldinho 10. DOM TÁPPARO



boasnovas



A Dom Tápparo nasceu em 1978, quando José Tápparo iniciou a produção artesanal de cachaça para consumo próprio e para presentear amigos. A qualidade do produto logo despertou interesse, transformando uma tradição familiar em um negócio

reconhecido pela excelência.

O engenho próprio é o coração da Dom Tápparo, onde métodos tradicionais se unem à técnica e à inovação para garantir autenticidade e alto padrão de qualidade.

As cachaças envelhecem em barris de madeiras nobres, como Carvalho Europeu e Americano, Amburana, Jequitibá Rosa e Amendoim, resultando em rótulos complexos, equilibrados e com identidade marcante.

Ao longo de sua trajetória, a Dom Tápparo ampliou seu portfólio, investiu em inovação e conquistou importantes premiações nacionais e internacionais, consolidando-se como referência no segmento.

Mais do que uma marca, a Dom Tápparo representa história, cuidado e paixão em cada garrafa.

Saiba mais em:



CACHAÇA CABARÉ, EXCELÊNCIA PREMIADA

A Cachaça Cabaré se consolidou no mercado com uma identidade forte, comunicação irreverente e grande conexão com o público. A marca tem como sócios o cantor Leonardo e o Grupo Petrópolis, união que fortalece seu posicionamento e amplia sua relevância no cenário nacional.

Produzida no engenho Dom Tápparo, a Cabaré segue rigorosos padrões de qualidade, o que já rendeu à marca mais de 19 medalhas em importantes concursos e premiações do setor. Seu sucesso impulsionou a expansão do portfólio, com o lançamento das cachaças de entrada, ideais para consumo puro ou para coquetelaria, além dos drinks prontos, ices (atualmente em quatro sabores) e cervejas.

Distribuída em todo o Brasil pelo Grupo Petrópolis, a Cachaça Cabaré está

presente em mais de 600 mil pontos de venda, consolidando-se como uma das marcas mais relevantes e completas do mercado de bebidas.





Autoridade
em trufas
no Brasil.

Tartuferia
San Paolo

Rua Oscar Freire 155, São Paulo
Av. Roque Petroni Júnior, 1089 • Shopping Morumbi
@tartuferiaoficial
FORTUNADIGITAL www.fortunacom.com.br



UMA JOIA NO TRIÂNGULO DOURADO

PLAZA ATHÉNÉE HONRA A SUA EXTRAORDINÁRIA LOCALIZAÇÃO, NA REGIÃO
MAIS FASHION E LUXUOSA DE PARIS, COM HOSPEDAGEM DE ALTÍSSIMO PADRÃO

© DIVULGAÇÃO

INTERIORES PRIMOROSOS REFLETEM A ATMOSFERA PARISIENSE

IEL AO QUE PARIS OFERECE DE MELHOR A VISITANTES E MORADORES, O PLAZA ATHÉNÉE NÃO É UM HOTEL COMUM. Na prestigiosa Montaigne, a arborizada avenida da moda francesa, o hotel proporciona aos hóspedes o melhor de Paris desde 1913. Localizado bem no coração do chamado Triângulo Dourado, que concentra as marcas mais sofisticadas da alta-costura, esse verdadeiro ícone da Cidade Luz também está a apenas 30 minutos do Eurostar e a poucos passos da Torre Eiffel, do Rio Sena e da Avenida Champs-Élysées.

Projetado pelo renomado arquiteto Charles Lefebvre, o Plaza Athénée abriu oficialmente suas portas em 20 de abril de 1913. Criado no estilo arquitônico criado por George-Eugene Haussmann, o gestor do século XIX responsável por transformar Paris na cidade que hoje é referência de bom gosto, a fachada clássica de pedra talhada é decorada com varandas de ferro forjado ornamentadas. Tendo se estabelecido como um importante

hotel parisiense, simbolizando o espírito da cidade, o edifício original foi ampliado durante a agitada década de 1920, e o Le Relais Plaza foi adicionado em 1936. Então, em 1947, Christian Dior abriu sua primeira boutique na avenue Montaigne, rapidamente consolidando o hotel como o local ideal para a moda parisiense. Avançando para 2001, o Hotel Plaza Athénée se juntou à família Dorchester Collection, e Patrick Jouin redesenhou o bar para torná-lo um dos destinos mais populares de Paris.

Na Avenue Montaigne, o boulevard da alta-costura francesa, o Hotel Plaza Athénée captura perfeitamente o espírito da moda de alto padrão europeia. Muitos quartos e suítes oferecem vista para a Torre Eiffel e para La Cour Jardin, um oásis interno de verde, enquanto os 1.900 gerânios vermelhos são um elemento marcante que adorna a fachada. No interior do hotel, o elegante estilo Art Déco e os interiores clássicos parisienses são tão únicos quanto a cidade que o circunda. É aqui que designers e artistas de um século encontraram inspiração, incluindo Christian Dior, que escolheu o hotel para abrir seu primeiro spa.



DECORAÇÃO TEMÁTICA

Do tecido fluido e dramático no teto do bar ao espaço para eventos do Salon Haute Couture e às aquarelas personalizadas com temática fashion de Bruno Moinard, o hotel exala sua paixão pela moda. Todos os 154 quartos e 54 suítes foram desenhados para oferecer a sensação de uma criação de alta-costura – sob medida para cada hóspede. Essa sensação permeia todas as unidades, divididas em dois estilos: opulento, parisiense clássico e

elegante Art Déco, alguns com interiores recém-restaurados por Bruno Moinard e Claire Bétaille.

Os interiores dos quartos incluem decoração clássica francesa com uma paleta de cores elegante e serena e o chique Art Déco projetado por Bruno Moinard e Claire Bétaille, em que linhas limpas e estilo elegante reinam. Alguns quartos e suítes apresentam as icônicas varandas de ferro forjado com vista para a Torre Eiffel, cenários de muitos momentos românticos.



As suítes exclusivas oferecem aos hóspedes a chance de experimentar o máximo do estilo e do luxo elegante e, finalmente, encontrar um lugar para se sentir em casa em Paris. As suítes incluem o Art Déco L'Appartement, com terraço privativo, e as Suítes Eiffel com vistas espetaculares da Torre Eiffel. Uma segue um tema Art Déco, a outra combina a grandeza do século XVIII com a alta-costura parisiense. Ambas são projetadas com texturas e tecidos sofisticados para criar uma experiência suelta de puro luxo. A joia da coroa é a Suíte Royal, um apartamento imponente com quatro quartos e quatro banheiros distribuídos em 450 metros quadrados. A designer de interiores Marie-José Pommereau criou uma suíte serena e uma obra-prima. Decorados no estilo clássico parisiense e repletos de antiguidades e obras de arte originais, os ambientes são verdadeiramente parisienses.



AMBIENTES REPLETOS DE ANTIGUIDADES E OBRAS DE ARTE ORIGINAIS



LE RELAIS PLAZA

Uma instituição parisiense desde 1936, o Le Relais Plaza é repleto de história, glamour e das muitas histórias de rostos famosos que frequentaram seus deliciosos jantares. Hoje, continua sendo um lugar "it" em Paris, com seu modelo perfeito de uma brasserie parisiense clássica.



TURISMO

LA COUR JARDIN

O La Cour Jardin é o centro da vida no hotel. O espaço abriga exposições temporárias, serve refeições sazonais ao ar livre e oferece aos hóspedes a encantadora pista de gelo no inverno, quando o pátio se transforma em um paraíso invernal cintilante.

LE BAR

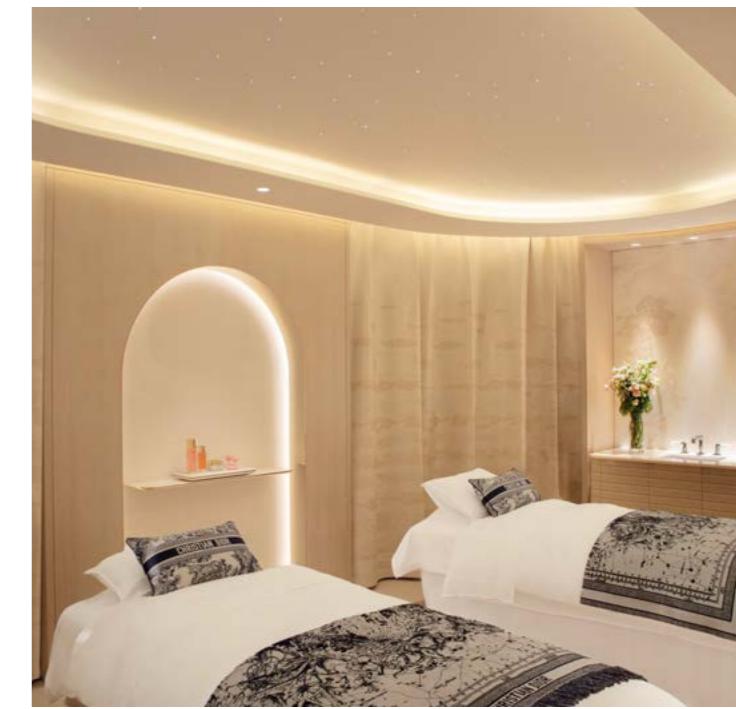
Local perfeito para aproveitar o cair da noite, o Le Bar serve coquetéis autorais e champanhes. Bar de puro estilo, nascido nos padrões de um hotel palaciano, ele se destaca dos demais por conta de sua sofisticação moderna.

**SPA DIOR: REFÚGIO DE TRANQUILIDADE E TRATAMENTOS INOVADORES****SPA DIOR**

Como hóspede querido de outrora, era natural que o primeiro spa de Christian Dior na Europa fosse no hotel. No Spa Dior Plaza Athénée o hóspede é convidado a um mundo de bem-estar, em que uma filosofia de beleza focada em reativar a juventude proporciona resultados imediatos e duradouros. Salas de tratamento tranquilas, saunas a vapor e uma elegante sala de relaxamento criam um refúgio de tranquilidade, longe da agitação da cidade.

O Spa preparou uma programação especial para apresentar a tecnologia Waves 21. Segundo a Dior, o novo tratamento produz resultados visíveis instantâneos ao promover

uma desintoxicação profunda dos tecidos, reduzindo a gordura subcutânea e visceral. Ao combinar a eletroestimulação metamérica com a crioterapia, atua na celulite para proporcionar resultados espetaculares de firmeza da pele. Especialistas em Bem-estar da Dior compartilham sua expertise em masterclasses exclusivas dedicadas à harmonia entre corpo e pele. As sessões incluem os tratamentos em destaque. A esteticista Hadda Akrim revela seus conselhos profissionais: massagens, demonstrações personalizadas e o protocolo ideal de cuidados Dior para realçar o brilho natural da pele e atender às necessidades específicas de cada cliente.





Ao lado de Hadda, a nutricionista Rose Ferguson, uma figura de destaque no bem-estar integrativo, compartilhará sua visão de harmonia interior dura-doura por meio de seus rituais nutricionais e de estilo de vida. Sua palestra destacará os vínculos poderosos entre dieta, equilíbrio interior e beleza da pele. Um momento privilegiado, em que cada participante poderá dialogar com as especialistas e beneficiar-se de conselhos personalizados. A masterclass será seguida por um lanche saudável e um convite para desfrutar de uma experiência exclusiva de cuidados com a pele. Esses três eventos inéditos consolidam o Dior Spa Plaza Athénée como um lugar essencial a visitar, onde o bem-estar se transforma em uma experiência preciosa e unificadora, guiada pela harmonia entre mente e corpo.

O CHÁ DA TARDE OFERECE UM NOVO CARDÁPIO CRIADO PELO PREMIADO CHEF CONFEITEIRO

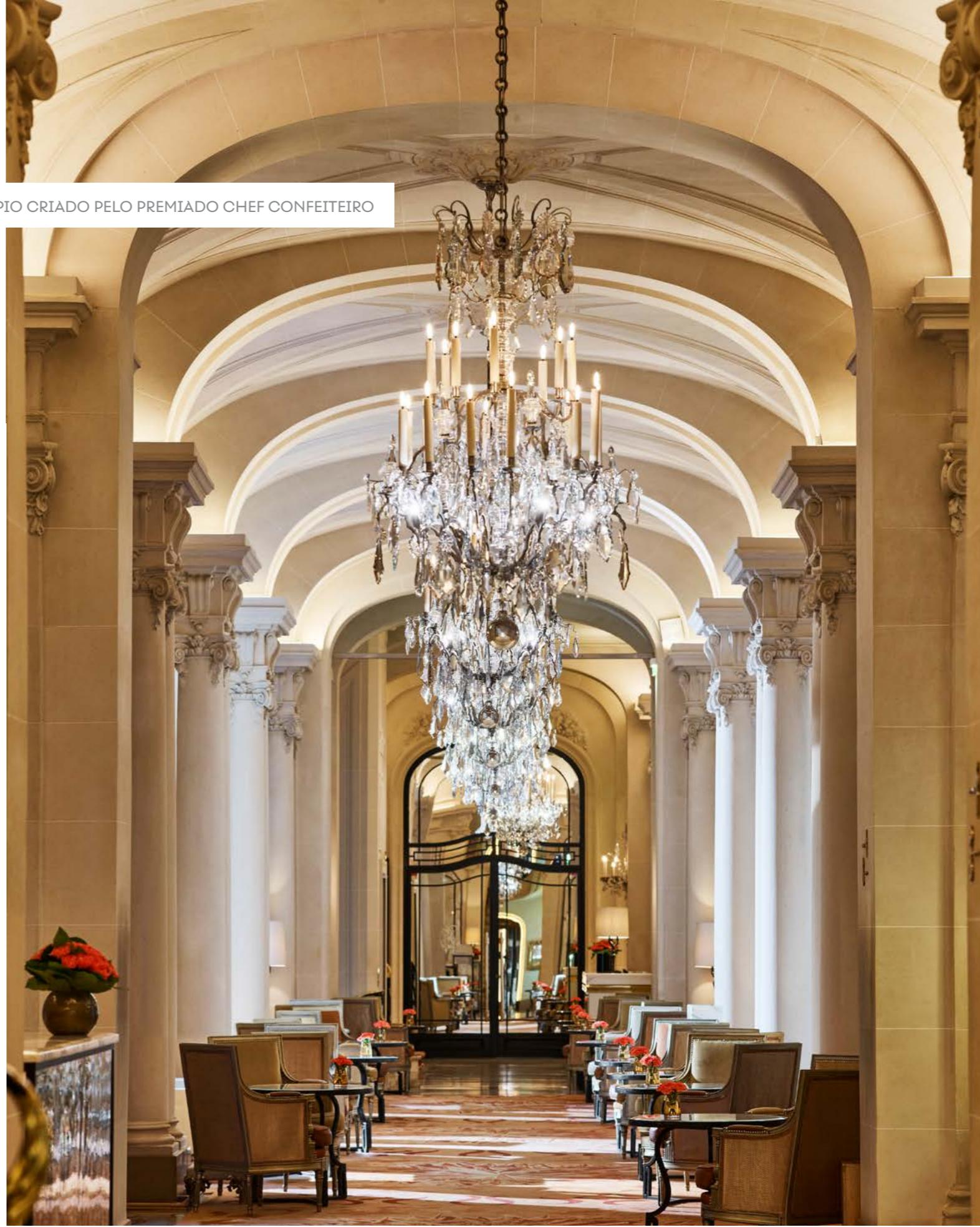


SERVIÇO AOS HÓSPEDES

Os 550 funcionários, incluindo 80 especialistas em floricultura, confeitoria, carpintaria e até mesmo no preparo cuidadoso de frutas frescas, estão prontos e à espera para tornar cada estada maravilhosa. As equipes de concierge e serviço de quarto estão à disposição 24 horas por dia, enquanto os hóspedes também podem usufruir de jornais diários, serviços empresariais, lavanderia, lavagem a seco e engraxate.

CHÁ DA TARDE

O Plaza Athénée oferece uma experiência de chá da tarde, que é servido na La Galerie. O novo cardápio foi criado pela dupla de chefs confeiteiros Angelo Musa e Elisabeth Hot. O chef confeiteiro executivo do hotel, Angelo Musa, é mundialmente reconhecido por seu talento criativo, que lhe rendeu os prêmios de Melhor Artesão Confeiteiro da França e Campeão Mundial de Confeitoria. Ele trabalhou ao lado de sua protegida parisiense, Elisabeth Hot, para criar o novo cardápio, que combina clássicos favoritos com novas tentações criativas que serão atualizadas ao longo do ano para refletir as estações parisienses.



DELÍCIAS GASTRONÔMICAS SÃO SERVIDAS EM AMBIENTES EXTRAORDINÁRIOS



A variedade de opções para os hóspedes inclui o icônico bolo Plaza, que apresenta o logotipo do hotel, uma torta ou massa choux do dia e uma criação especial do padeiro-chefé Pierre-Emmanuel Vargas. Outras alternativas no menu que os hóspedes podem escolher são um brioche macio com flor de laranjeira, rolinhos de avelã, uma bomba de coco com frutas exóticas e uma mousse de chocolate e limão. Para os mais exigentes, há também uma seleção de sanduíches delicados, como o “mimosa”, com maionese de ovo de cor laranja vibrante que imita uma flor de mimosa.

Essas criações coloridas serão apresentadas em uma nova exposição que celebra a herança arquitetônica do hotel. Totalmente feita a mão por artesãos franceses, a exposição incorpora elementos distintos da fachada do Plaza Athénée, incluindo sua famosa marquise e varandas arredondadas. A exposição é composta por 90 peças distintas, feitas com materiais nobres, incluindo pedra acrílica imaculada e latão prateado.

DORCHESTER COLLECTION

Fundada em 2007, a Dorchester Collection é a marca dos hotéis e residências mais extraordinários do mundo. Cada propriedade única é escolhida por seu caráter incomparável e significado cultural, oferecendo aos hóspedes um estilo de vida lendário, sofisticado e significativo. A constelação de propriedades selecionadas pela Dorchester Collection inclui o 45 Park Lane e o The Dorchester, em Londres; o Coworth Park, em Ascot; o Le Meurice e o Hotel Plaza Athénée, em Paris; o Hotel Principe di Savoia, em Milão; o Hotel Eden, em Roma; o The Lana, em Dubai; o The Beverly Hills Hotel e o Hotel Bel-Air, em Los Angeles; além de Tóquio e The Alba em Dubai com inauguração prevista para 2028. [@F @dorchestercollection.](https://www.dorchestercollection.com)





MARANGATÚ
LUXURY HOTEL

CONECTE-SE COM
O EXTRAORDINÁRIO

NA COSTA DO CACAU, NASCE
UM REFÚGIO QUE REDEFINE O
LUXO COMO RESPEITO.
UM SANTUÁRIO EM HARMONIA
COM A NATUREZA, A CULTURA
E O TEMPO.

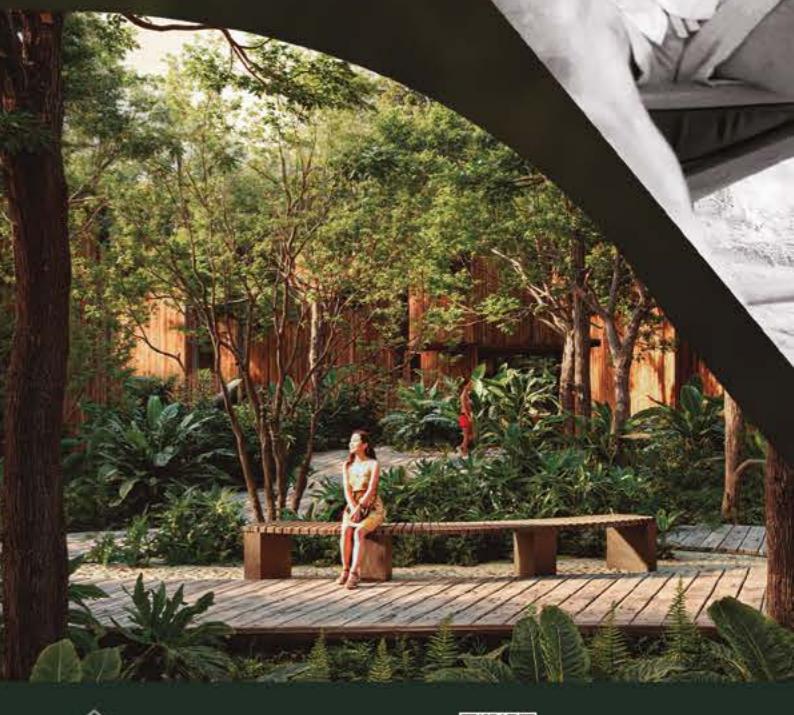
“O LUXO DE ESTAR EM PAZ”

Luiz Fernando Guimarães

Em **Serra Grande**, o Marangatú apresenta um modelo de copropriedade com escritura, chancelado pela **Royal Tulip**.

Uma coleção limitada de 76 unidades com projeto de **bioarquitetura** e certificações **WELL** e **LEED Zero**.

Escolha o seu refúgio: Bangalôs, Casas e Villas de **33 m²** a **300 m²**.



REALIZAÇÃO:
CONDURU
INTERHOTELS

HOSPITALIDADE:
ABAETÉ

HOSPITALIDADE:
ROYAL
TULIP



SAIBA MAIS:

@MARANGATULUXURY

Andressa Biata é formada em Publicidade e Propaganda, com MBA em Gestão Empreendedora de Negócios; atua como pecuarista, empresária do agronegócio e agro impulsionadora



POR ANDRESSA BIATA

COP30: BRASIL JÁ É EXEMPLO NO CAMPO

Em novembro de 2025, o Brasil foi o centro das atenções globais ao sediar a COP30, em Belém do Pará — no coração da Amazônia. Mais do que um evento, foi a oportunidade de mostrar ao mundo que o Brasil é parte essencial da solução climática, e que o agronegócio brasileiro já é exemplo de produção com responsabilidade, tecnologia e compromisso ambiental.

O agro que o Brasil levou à COP30 não é o das manchetes distorcidas. É o agro que recupera pastagens degradadas, mantém mais de 60% do território nacional preservado, usa integração lavoura-pecuária-floresta, rastreia e

reduz emissões e produz alimento para mais de 1 bilhão de pessoas, ocupando apenas uma fração do território. É o agro que investe em pesquisa, genética, biotecnologia, manejo e sustentabilidade real, gerando renda, alimento e energia limpa.

O Brasil tem muito a mostrar:

- É líder mundial em agricultura tropical sustentável.
- Possui o maior programa de etanol e biodiesel do planeta.
- Produz a carne com uma das menores pegadas de carbono por quilo.
- Exporta tecnologia e eficiência, sem abrir mão da preservação.

Mas também é hora de deixar claro: há diferenças entre o produtor legal e o criminoso ambiental.

O produtor rural que cumpre o Código Florestal, investe em recuperação de solo e em práticas regenerativas não pode ser colocado na mesma balança daqueles que desmatam ilegalmente e mancham a imagem de quem trabalha certo. Se o Brasil quer avançar, é preciso reconhecer, apoiar e valorizar o produtor legal, e desarticular quem insiste em agir à margem da lei.

A COP30 é o palco para ações que coloquem esse importante segmento da nossa economia no lugar que lhe é

devido. É preciso mostrar que o verdadeiro agro brasileiro é aliado do clima, parte da solução ambiental e motor econômico de um país que planta com ciência e colhe com orgulho.

O mundo vai olhar para o Brasil. E o Brasil vai responder com dados, tecnologia e verdade: que aqui o campo preserva, produz, gera e protege. Que o agro brasileiro é, sim, um dos mais sustentáveis do planeta — e ainda assim, segue disposto a melhorar, inovar e fazer mais. Porque quando o Brasil cresce com consciência, o mundo inteiro respira melhor. E é isso que a COP30 precisa ver: um agro forte, legítimo, produtivo e cada vez mais verde. **aF**



*Novos gestos
Novos afetos
Nova intenção.*

TUY
COCINA

Rua Padre João Manuel, 1156, São Paulo
@tuycocina



POR ROSANE AUBIN - DIVULGAÇÃO

"TEM NOVIDADE TODO DIA"

ASSIM COMEÇA UMA ENTREVISTA COM CAROL PAIFFER, DONA DA MAIOR MESA DE TRADERS DA AMÉRICA LATINA, INVESTIDORA DO SHARK TANK E EDUCADORA

Quando criança, ainda aos 8 anos de idade, Carol Paiffer plantou uma pequena horta com o irmão, no jardim da casa em que morava com os pais em Porto Feliz, interior de São Paulo. Vendia as alfaces para os vizinhos e era sempre divertido e lucrativo: os adultos incentivavam e eram generosos ao pagar. "Eu achava fácil empreender", lembra a empresária. É quase automático imaginar que essa brincadeira bem-sucedida tenha sido o pontapé inicial de sua brilhante carreira. A expertise em conectar pessoas, aliada a uma inteligência fora do comum para entender estrategicamente o mercado, já a levou a patamares que a menina moradora da cidade de 50 mil habitantes nem poderia imaginar, por mais sonhadora que fosse. Com apenas 37 anos, Carol Paiffer faz parte da lista dos grandes investidores do país; comanda a Atom, maior mesa de traders da América Latina; criou o hub de aceleração Dinastia, com sede na Avenida Europa, em São Paulo; faz parte do Shark Tank Brasil desde 2020; e adquiriu 51% do Centro Brasileiro de Cursos (CEBRAC). Sua presença é garantida nos principais eventos de empreendedorismo, inovação, trade e tecnologia. Nas redes sociais, onde faz questão de compartilhar seu conhecimento, já são mais de 1 milhão de seguidores e, só no último ano, ela falou para mais de 80 mil pessoas em mais de 40 eventos. E não pára por aí.

Carol percebeu que a educação é a maior alavanca para o sucesso de negócios e para sua consequência, o bem-estar pessoal, e decidiu investir em várias frentes. Criou o Instituto Êxito de Empreendedorismo, com aulas on-line e gratuitas; o Shark Tank e-School; o Movimento Independência Feminina; e o desenho animado Teo Tourinho, com dicas financeiras para crianças e jovens da rede de escolas públicas de todo o país. A moda, uma antiga paixão, inspirou a empresária a investir no Salão CasaModa e no Senac; a tecnologia, sempre presente em seus projetos, este ano tem como prioridades a Inteligência Artificial e a análise de dados na área de saúde preventiva; na gastronomia, o Irmãos de Talheres, grupo com mais de 100 proprietários de restaurantes, foi acolhido na sede da Dinastia; e no agro o foco será mais uma vez a educação e a gestão inteligente para incremento da produção.

A partir do próximo ano Carol Paiffer entra para o seletí time de colunistas da revista FortunA. Seus planos, sempre voltados a inspirar as pessoas a empreender e ter uma vida financeira estável para poder melhor aproveitar a vida, são os de relatar cases de negócios bem-sucedidos. "Assim minha contribuição deixa de ser um 'achismo' e passa a ser um estudo de caso bem fundamentado, possibilitando que as pessoas aprendam mais sobre o lado financeiro de forma prática, com exemplos que consigam aplicar. E também cria uma expectativa sobre quem será citado na coluna, um círculo virtuoso", diz, na entrevista à FortunA que começou com a dinâmica frase "tem novidade todo dia". Com sua fala tranquila e assertiva, Carol contou sobre sua infância, primeiros passos no mundo financeiro e, principalmente, destacou a importância de uma vida saudável e equilibrada para quem quer ter sucesso em termos financeiros. Para alcançar esse bem-estar, diz a empresária, ter acesso à cultura é essencial. "Difícilmente você vai encontrar uma criança ou adolescente que conhece música clássica e sabe a importância da cultura que seja mal-educado, rebelde e fale palavrão", diz.

finanças

Seu engajamento nesse tema é tão grande que ela assumiu a presidência do Museu de Arte Contemporânea de Sorocaba em 2023, com a meta de reabrir e reestruturar esse importante centro cultural da cidade. E sobra tempo para mais alguma coisa? Se organizar bem, sobra. Ela aprendeu de forma rápida que delegar responsabilidades e confiar no time - uma atitude de duas mãos, claro, uma vez que as pessoas que trabalham com ela também têm confiança no que ela faz - é a única forma de vencer no mundo dos negócios. O que ela economiza em tempo colocando em prática essa regra de gestão é gasto em atividades que promovam sua saúde e bem-estar. Uma das paixões é a corrida. Já participou de três maratonas, em Miami (EUA), Mendoza (Argentina) e Florença (Itália).

FortunA - Uma vez que a sua ideia para a coluna é abordar casos bem-sucedidos, como você falaria da sua própria trajetória nesses termos?

Carol Paiffer - O meu lado empreendedor começou muito cedo, porque eu tenho os exemplos em casa, dos meus pais. Eles casaram muito cedo. Minha mãe sempre teve bom gosto e decidiu fazer ela mesma as roupas para a

minha irmã, uma vez que não sobrava dinheiro para comprar. As amigas gostavam muito, ela seguiu em frente e criou uma confecção infantil. Meu pai também era um empreendedor. No início da vida de casados eles moravam em sítio, depois mudaram para a cidade. Eu sou a caçula e desde criança vi o trabalho de forma positiva, como um caminho para realizar o que eu gostaria, conseguir ter liberdade. A estabilidade financeira permite que a gente esteja com a família. Nasci em Porto Feliz, onde eu sempre tive acesso a fazer vários cursos, podia me locomover a pé e ir sozinha. Fazia teatro, escolinha de inglês e espanhol. Antes ainda, aos 8 anos de idade, tive uma horta de alface, vendia para a rua inteira, achava fácil empreender. Acabei brincando de empreender antes de saber como era montar um negócio. No final da adolescência decidi estudar moda. Minha mãe fazia roupas para crianças, minha avó para adultos e eu faria para adolescentes.

Por que acabou entrando no curso de Administração de Empresas?

Decidi porque não queria que minha futura confecção decretasse falência. Percebi que precisaria entender de gestão. No primeiro ano de faculda-



"DESDE CRIANÇA VI O TRABALHO DE FORMA POSITIVA"

de conheci a Bolsa de Valores, achei que não era para mim, mas depois vi que era basicamente comprar barato e vender caro, sendo que todo mundo complicava isso. Tive uma professora na faculdade maravilhosa, que me provocou a estudar e fazer mestrado em educação, porque ela me via como educadora. Então entendi que a minha habilidade natural era a tradução, que eu poderia traduzir coisas para as pessoas. Percebi que a galera estudava na minha casa, eu dava mentoria, tinha facilidade para explicar de forma simples conceitos complicados. Foquei no mercado financeiro: fui sócia do meu irmão (Joaquim Paiffer), tive escritório, comprei empresa de capital aberto, fiz

muita coisa nesses 20 anos. Há seis anos entrei no Shark e percebi que precisava estudar mais sobre pessoas. Comprar e vender na Bolsa era fácil, mas entender o sonho era o grande desafio. Queria saber como poderia colaborar para que pessoas pudessem realizar seus sonhos, porque durante 20 anos o meu desafio sempre foi a educação financeira. Há muitas ideias geniais, o problema não é vender ou criar produtos ou serviços. Às vezes bate em uma questão psicológica, o empreendedor tem dificuldades para especificar, acha que seu produto não tem muito valor, porque não tem boa relação com dinheiro. Entendi que, para melhor cumprir minha missão, precisava educar melhor sobre dinheiro. Para que deixasse de ser um tabu e passasse a ser algo mais leve. Sou fundadora de dois institutos, um de empreendedorismo, o Êxito, outro de educação financeira, tem até o desenho animado Teo Tourinho, em que ensino sobre dinheiro e empreendedorismo de graça nas escolas públicas.

Isso permite que as crianças aprendam brincando...

Decidi usar o desenho animado a partir do mestrado em Educação, porque percebi que as pessoas aprendem de formas diferentes. Se a mensagem for leve e didática é melhor absorvida. A educação financeira não é só falar de dinheiro, envolve também a cultura, boas relações e tempo de qualidade. Tudo impacta diretamente na saúde física, mental e financeira. Quando a gente fala de saúde, é sobre cuidar do

todo. De lá para cá fui cuidando disso e acabei montando o prédio da Dinastia, onde acelero os negócios pós-Shark e incluo outros empreendedores. Hoje são mais de 100 empresas no nosso ecossistema, e focamos em ampliar o sistema colaborativo para reduzir custos e melhorar a performance do time como um todo. Todo negócio faz sentido e tem potencial se for bem organizado a partir de dados e números analisados de forma efetiva e transparente. No final do dia tem mercado para todo mundo. Estamos trabalhando muito o rebranding brasileiro. O Brasil é cheio de oportunidades, de empresas incríveis, mas o brasileiro ainda fala mal dele mesmo. Precisa fazer literalmente uma reapresentação do Brasil para o mundo para que a gente consiga que os negócios escalem e cresçam de forma mais consistente. Luiza Trajano sempre usa a Bandeira do Brasil e toca o Hino em seus eventos, ela diz que precisamos fazer um pacto de não falar mais mal do Brasil. Começa por aí. Porque qualquer pessoa que conhece o Brasil fica encantado pelo clima, pelas pessoas, o país é literalmente abençoado por Deus e bonito por natureza, só precisa lembrar disso todo santo dia.

Essa atuação nas escolas públicas, como funciona?

Distribuímos o desenho animado, qualquer escola pode usar. Já treinamos um time de voluntários aqui no Estado de São Paulo em parceria com a Secretaria de Educação. Em todas as cidades em que vou palestrar faço



"OS CICLOS FINANCEIROS SE REPETEM, ACONTECEM EM FUNÇÃO DAS EXPECTATIVAS"

questão de falar com os secretários e prefeitos. Agora licenciamos a marca Shark School e queremos incluir a matéria de empreendedorismo nas escolas. Começamos o movimento de incentivar que mais pessoas saibam disso, para entrarmos em mais cidades. Quando vou palestrar e as pessoas sabem dessa iniciativa, acabam provocando o prefeito e os secretários de Educação a adotar, e essa pressão social nos ajuda. Queremos treinar os professores do ensino público a usar os episódios do Shark para incentivar a empreender. O Shark é bom porque são histórias de pessoas que não eram ricas e montaram um negócio, gente que está na ralação, tendo que literalmente vender o almoço para pagar a janta. Temos feito esse movimento. Os conteúdos são EAD, on-line, e agora os presenciais, apostilas e jogos etc.

Falando em empreender, o que você considera que tenha sido o seu diferencial?

Me considero estagiando há 20 anos, estou nesse processo. São vários fatores. O primeiro é que tive um mentor que dizia: "Fique rouca de tanto ouvir". Isso nos leva a aprender com os outros. No mercado eu lidava com profissionais de 60, 70, 80 anos, eu tinha 17. Eles tinham uma experiência diferente da minha, me ensinaram muito. As pessoas acham que o mercado financeiro

ficou muito tecnológico, mas a verdade é que os ciclos financeiros se repetem, acontecem em função das expectativas humanas. Se acreditamos que a economia vai bem, a economia vai bem. Se ficamos desesperados, provocamos uma crise porque não compramos mais nada. A economia não mudou, o que mudou foi o jeito como compramos e vendemos. Outra coisa é que, ao longo da minha trajetória, me permiti experimentar muito. Fui fazer moda, mercado financeiro... Existe uma tendência geral de não incentivar os outros a fazer coisas novas, se você vai correr uma maratona - eu corri três - as pessoas dizem "você está louca, não vai poder tomar vinho, vai ter que dormir cedo no sábado". Tendem a desanimar os outros. Fui, ao longo da jornada, me permitindo. Prefiro correr o risco de quebrar a cara do que deixar de testar alguma coisa. Se eu fui impactada, foi por algum motivo, e isso me guiou em toda a minha trajetória. Mudei da moda para o mercado financeiro, hoje a moda voltou ao meu radar, com a CasaModa, de forma mais inteligente. Nada é por acaso. Não tenho uma marca de moda, mas ajudo as grifes e os lojistas, pois tenho um olhar mais voltado à gestão. Acabei entrando em segmentos como o agronegócio, sempre tive interesse mas não sabia como, isso porque fui aprendendo com pessoas com mais conhecimento do que eu. Outro exemplo



é a minha entrada no Shark: tem muita exposição, tem o ônus e o bônus, poderia dar errado. Na primeira temporada eu não era a mais querida, porque o brasileiro não gosta do mercado financeiro, acha que a gente vai comer a cabeça do empreendedor, muita gente escrevia isso nos comentários. Acho que isso possibilitou que a figura do investidor ganhasse outra dimensão, mostrou que ele pode estar ao lado do empreendedor. Em vários momentos eu me permiti mudar, às vezes deu certo e outras errado, mas a gente sempre aprende e vai ajustando a rota.

É surpreendente ver alguém especializado no mercado financeiro falando tão diretamente sobre a importância da cultura. Como essa ideia surgiu?

O nome Atom foi inspirado nos Gigantes de Aço, robô controlador de seres humanos. É a briga do mercado para definir quem manda em quem. Eu tinha um livro chamado Mentes Brilhantes, Rombos Bilionários (Scott Patterson), ele fala sobre a crise de 2008. Tem uma frase de um investidor, chamado Paul Tudor Jones, que é ótima: “Nenhum homem é melhor do que uma máquina, e nenhuma máquina é melhor do que um homem com uma máquina”. A gente usa as ferramentas para sermos eficazes e ter tempo para viver. Bato numa tecla de que não falo sobre dinheiro, falo sobre vida. Quando você ganha dinheiro, resgata o controle da sua vida e do seu tempo, para gastar energia com as pessoas que ama e ad-

mira. Eu toco piano desde os 7 anos de idade, tive a oportunidade de fazer uma apresentação com o maestro João Carlos Martins chamada O Maestro e a CEO. O papel do maestro e do CEO é o mesmo, o de criar harmonia entre o seu time. Fizemos uma apresentação no Teatro B32, o Teatro da Baleia. Era com a orquestra, tinha cinco atos, a gente ia contando a história do maestro e a minha. Também estudei teatro como atividade extracurricular, meu sonho de consumo era montar uma escola de música, artes e teatro. Quando você resgata a cultura, a música de qualidade, e o teatro, permite que a criança cresça com um olhar crítico sobre o que é importante. Dificilmente você vai encontrar uma criança ou adolescente que conhece música clássica e sabe a importância da cultura que seja mal-educado, rebelde, e fale palavrão. O Brasil é muito rico em cultura, tem vários países em um só, e usamos mal isso, de maneira muito incipiente. Precisamos dar valor a essa mensagem nas escolas e em todos os ambientes. No caso do museu o meu maior desafio é esse, porque a galera logo associa um Museu de Arte Contemporânea com quem tem muito dinheiro. Quando colocamos uma pessoa em formação em contato com a arte, dificilmente ela será revoltada. Temos várias formas de educar. Meu DNA, no final do dia, é 100% educação. Tudo é educação. Em todos os ambientes, na empresa, na família, no grupo de amigos, onde você passar uma mensagem, vai estar educando.

No início da entrevista você disse que desde o início da carreira percebeu que entender os sonhos das pessoas era o grande desafio...

Primeiro, para eu investir em alguém, precisa ter um brilho no olhar. Organizando direito, tudo pode dar certo. Se a pessoa não tiver o brilho no olhar, não for apaixonada pelo que está fazendo, tem zero chances de dar certo. Qualquer motivo fará com que perca o foco - esse é o mal do século, inclusive, as pessoas desistem muito fácil hoje em dia - e segundo que vai ter muita coisa que vai dar errado. Empreender no Brasil ou mesmo no mundo todo não é fácil, então se não tiver muita paixão não vai dar certo. Minha realização é ver as pessoas dando certo. Colocar dinheiro na Bolsa é muito mais fácil do que investir no Shark. Eu não preciso falar com ninguém, posso deixar de ser sócia sem trocar de roupa, sair de casa ou dar bom dia. Quando faço sociedade no Shark, estou de fato querendo realizar o sonho da pessoa, querendo entrar com ela nesse projeto.

Como você disse, o seu dia a dia é sempre cheio de novidades. Quais são seus planos para o futuro?

Esse movimento de conseguir levar para mais pessoas essa mensagem. É grave dizer que quase 80% das famílias estão endividadas no Brasil e que de cada quatro jogadores de BET um é brasileiro. Se não resgatarmos esse assunto não teremos a quem vender. Estaremos todos lascados. Meu grande sonho neste momento é o de resgatar a autoestima das pessoas com a educação.

Você pretende ter filhos?

Acabei de congelar óvulos, minha meta é ter pelo menos quatro filhos, dois adotados e dois biológicos. Falo pouco da minha vida pessoal. Gravamos um conteúdo sobre o congelamento de óvulos, sobre a importância de planejar e fazer as coisas com calma e propósito. Isso também está em linha com o projeto 100+. Minha melhor amiga é geriatra, investi na Plena Pausa e juntamos as duas. Pensamos em alertar as pessoas sobre o que elas deveriam saber aos 20, 30, 40 anos, porque a gente só se cuida quando já está bem lascado, só procura médico e melhora a alimentação quando está doente. A proposta é fazer um trabalho educativo. Criamos uma assistente virtual, a Lia, e aproveitamos um encontro relacionado ao Outubro Rosa para perguntar se as participantes preparavam sua própria comida e se tinham ligado aos pais e familiares recentemente. As pessoas questionaram. O assunto não era a alimentação propriamente dita, mas sobre ter tempo de fazer o que é normal, porque isso faz uma grande diferença na saúde mental. Se você não tem tempo de ter uma conexão com a família e fazer seu próprio alimento, você está vivendo no automático. São pequenas coisas que podem provocar uma reflexão.

Você correu três maratonas. Correr hoje é uma verdadeira febre no Brasil...

Quando comecei a correr não era essa moda toda. Comecei a correr porque jogava futebol com uma turma 20 anos



mais velha que eu e estavam muito bem, e eu apanhando para jogar. Aí comecei a treinar para corrida e um senhor ex-fumante, que estava nos seus 70 anos, me falou: "Eu já corri três maratonas e você corre cinco quilômetros e olhe lá?". Me aguarde. Me inscrevi na maratona de Miami, avisei a treinadora e ela: "Você está louca?". Isso era agosto, a maratona seria em janeiro. Quando fiz a maratona achei uma baita aula de disciplina, porque é um treino pesado, organizado e que

exige abrir mão de muita coisa. Treinei e corri três maratonas: Miami, Florença e Mendoza. Isso me fez lembrar de que sou capaz de fazer qualquer coisa. Eu pensava: "Quem é o louco que consegue correr 42 quilômetros?". E aí uma hora você vira a louca, porque colocou aquilo como uma meta, um objetivo. A maratona foi mais um desafio, fiz conexões, quando estamos suados e cansados não importa quem somos, se bilionários ou não, correndo todos são iguais. O legal do esporte é isso, você pode estar cansado mas está feliz, a gente acaba tendo um ambiente muito mais agradável. A maratona foi um desafio novo, tive fratura porque estava treinando mais do que deveria. Nunca parei de fazer esporte, pedalo, tenho cavalo num haras em Sorocaba. Acho que isso vem da questão de me conectar com outras pessoas e de começar o dia bem, faço esporte de manhã. Venho a pé para o escritório com a Dina, minha cachorrinha, que adotei quando ela pulou no meu colo na apresentação de um instituto de adoção. Ela virou a diretora da felicidade aqui do escritório. **@F**

POR ROSANE AUBIN - FOTOS MATIAS SACK

O SONHO DA VINÍCOLA PRÓPRIA

FINCA PROPIA, LOCALIZADA EM TERROIR DE MENDOZA, OFERECE INVESTIMENTO INOVADOR AOS FÃS DO VINHO



P

ERGUNTE A UM AFICIONADO POR VINHOS QUAL SERIA SEU MAIOR SONHO. UMA DAS RESPOSTAS MAIS PROVÁVEIS NÃO É DIFÍCIL DE ADIVINHAR: quase todos alimentam o desejo de ter seu próprio vinhedo e produzir a bebida com seu nome no rótulo. Se tiver os picos nevados da Cordilheira dos Andes ao fundo e a garantia dos melhores processos, desde o plantio até a vinificação e envelhecimento, melhor ainda. Isso é o que promete - e cumpre, segundo os clientes que já investiram - a Finca

Propria. Primeira vinícola boutique da América Latina, a propriedade coleciona prêmios sob a gestão cuidadosa do enólogo e agrônomo Antonio Más. Localizada em um disputado terroir no Valle de Uco, em Mendoza, aos pés da Cordilheira dos Andes, a propriedade soma 56 hectares de vinhedos e já completou 29 anos de história.

Antonio Más, que acumula mais de 50 anos de experiência como produtor, faz uma seleção criteriosa de cepas nobres que garantem malbecs, cabernet sauvignons e chardonnays premiados e produzidos em cuidadosos processos manuais. E não pára por aí: a proteção contra granizo garante a colheita perfeita mesmo sob condições climáticas difíceis. Más decidiu propor um negócio novo que realiza sonhos de amantes do vinho de 13 países - são mais de 1.600 proprietários. São três tipos de pacotes: o Mini Terroir, com 700 metros quadrados e produção de até 504 vinhos personalizados; o Meu Terroir, com 900 metros quadrados e 705 garrafas; e o Gran Terroir, com 1.200 metros quadrados e até 900 vinhos.



ANTONIO MÁS: GESTÃO CUIDADOSA E TRAJETÓRIA PREMIADA

Todos incluem o Clube de Proprietários, acesso à vinícola e importação e entrega premium no Brasil, além de outras vantagens. “O investidor tem a possibilidade de receber um vinho de qualidade garantida, com seu nome no rótulo, pagando até 248 vezes menos do que despesaria em uma vinícola comum”, calcula a publicitária Vanessa Donnianni Aguirrra, CEO da Finca Propia no Brasil. Além dos custos reduzidos e da valorização contínua que vinícolas do Valle de Uco costumam obter, a CEO destaca a estrutura patrimonial sólida, com titularidade registrada e proteção legal – inclusive

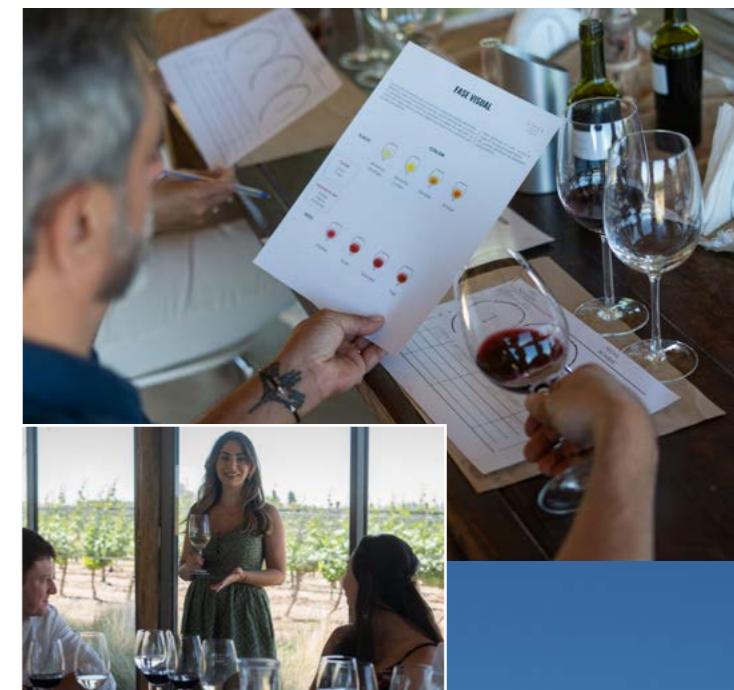
com transmissão de geração a geração, garantindo o legado da família. Isso sem falar nos ganhos em termos de prestígio e status. “São vinhos ultra premium com o rótulo do proprietário ou da empresa, criados exclusivamente. Uma ótima opção para oferecer de presente a clientes e amigos em ocasiões especiais”, acrescenta.

Isso com zero de preocupação com a gestão do vinhedo e produção dos vinhos. Os pacotes abrangem o plantio, colheita e manutenção dos vinhedos; vinificação, armazenamento e engegarrafamento feito por especialistas; criação do rótulo pessoal e exclusivo

com assinatura ou brasão familiar; e gerenciamento da logística, com a distribuição organizada de acordo com a orientação do proprietário.

Carlos Alexandre Nascimento é um dos proprietários mais que satisfeitos com o novo investimento. Participou de um almoço com degustação ao lado da família e saiu encantado. “Foi um momento único especial, repleto de emoção e detalhes em uma experiência premium. Ao mesmo tempo em que eternizamos algo valioso para a família, aprendemos com o enólogo Antonio Más, visitamos a propriedade e degustamos um almoço de sete passos espetacular, com a melhor empanada que já comi. Os vinhos têm qualidade extraordinária e esse modelo de negócios é realmente ímpar”, diz.

Os vinhos La Arboleda da Finca Propia colecionam prêmios e qualificações, como Medalha de Ouro para



o chardonnay e Prata para malbec e cabernet sauvignon na Wine Awards; Medalha de Ouro para o malbec e cabernet sauvignon com 95 pontos na Decanter Awards; e um dos malbecs assinados pelo enólogo obteve segundo lugar na categoria Melhor Malbec da Argentina, de acordo com a Decanter. A qualidade não é obra do acaso. Antonio Más é um dos enólogos mais renomados da Argentina, e tem formação também como engenheiro agrônomo. Pioneiro da viticultura em seu país, destaca-se por valorizar o terroir a partir de uma base científica, combinando tradição e inovação para criar bebidas que expressam com autenticidade a essência do Valle de Uco.



O VALE DE UCO PRODUZ UVAS DE QUALIDADE SUPERIOR



A ideia de criar o novo tipo de negócio veio a partir da escuta atenta dos clientes que costumavam visitar sua propriedade. Encantados com a experiência, eles sempre terminavam o passeio dizendo que seria maravilhoso ter uma vinícola. Más chegou à conclusão de que seus mais de 50 anos de experiência e a responsabilidade em 55 safras de sucesso poderiam ser colocadas à disposição de pessoas sem formação na área, para que pudessem aproveitar o melhor desse universo sem se preocupar com o trabalho do dia a dia.

Antonio Más formou-se em Agronomia em 1968 e atua até hoje como pesquisador do Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária (INTA). Ele mesmo recebe os investidores em visitas guiadas, agendadas previamente, que incluem degustação de vinhos premium. O Vale de Uco tem as maiores altitudes da região, o que, combinado com outras características, resulta em uvas de qualidade superior, com bom tanino, cor e ótimo equilíbrio entre acidez e açúcar, o que permite a produção de vinhos que podem envelhecer por longo tempo.

Mendoza é a principal região produtora de vinhos da Argentina e está entre as dez melhores do mundo. Considerada a capital do malbec, atrai turistas do mundo inteiro – em 2024 foram mais de 2 milhões ao longo do ano – pela refinada e autoral gastronomia, com vários restaurantes listados no Guia Michelin e uma sofisticada rede hoteleira, com várias opções de hospedagem de alto padrão. Informações no fone (11) 93022-7013. [@F](#)





Construtora e Incorporadora de Alto Padrão

Especialistas em construção e incorporação de empreendimentos Triple A.

Somos uma **boutique** de engenharia, que transforma projetos em realidade unindo técnica e sensibilidade, preservando a arquitetura e a funcionalidade das **casas e apartamentos** que executamos.

Nossas obras refletem o **compromisso** da Grife com a excelência e a sofisticação em cada detalhe, da mobilização à entrega, realizada de forma única combinando **exclusividade, qualidade e cuidado absoluto**.

*A próxima experiência com assinatura Grife
pode ser a sua.*

11 94341-0208 grife@grifedi.com.br grifedi.com.br @grife.di



Karin Parodi é fundadora da Career Center e da Wave People & Business e tem sólida experiência no apoio a carreiras de CEOs e de altos executivos e na elaboração de projetos de recursos humanos



POR QUE O LÍDER COACH É GRANDE DIFERENCIAL COMPETITIVO

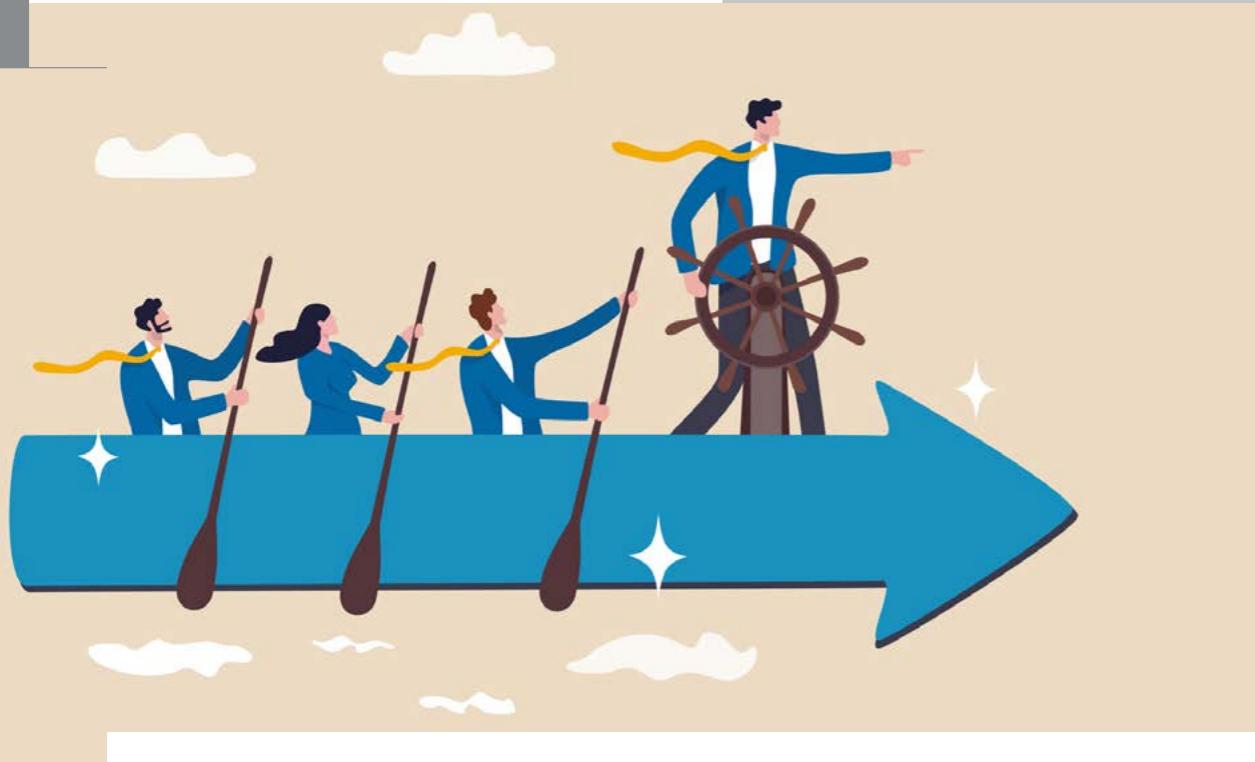
Empresas competem hoje não apenas por produtos e capital, mas por capacidade de adaptação, velocidade de decisão e talento. Executivos que ainda preservam modelos de comando e controle perdem agilidade e atração por profissionais qualificados. O líder coach surge como um papel fundamental, exercendo uma competência que alia desenvolvimento humano à eficiência operacional: não é só “bom para as pessoas”, é bom para o resultado do negócio. Estudos e pesquisas contemporâneos indicam que líderes que adotam postura de coaching ampliam inovação, engajamento e retenção, e ampliam o pipeline da liderança, todos fatores críticos para vantagem competitiva.

Para um CEO ou empresário, o investimento em líderes coaches traduz-se em maior autonomia nas equipes, o que gera a redução de gargalos decisórios; aceleração da execução, resultando

em uma melhor tomada de decisão; e fortalecimento do pipeline de liderança, ou seja, processos sucessórios e retenção de talentos-chave. Já o coaching profissional traz ganhos concretos de desempenho, autoconfiança e ROI percebido pelas organizações que investem de forma institucionalizada.

Para empresas que desejam transformar competência humana em vantagem competitiva, o investimento em líderes que atuam como coaches é um passo obrigatório — não apenas como programa de RH, mas como alavanca de estratégia. Quando executivos incorporam coaching ao modo de gerir, o resultado vai além do bem-estar: emerge uma organização mais rápida, resiliente e capaz de sustentar vantagem num mercado volátil. Implantar esse modelo exige disciplina, foco, mensuração e persistência, mas o retorno é palpável e estratégico.





Para empresas ou executivos que buscam se preparar para a jornada de desenvolvimento e resultados, alguns elementos devem ser praticados para que um líder coach forme:

- 1. Desenvolver autonomia responsável:** deslocar decisões operacionais para o nível mais júnior, enquanto o executivo preserva o foco estratégico.
- 2. Perguntar mais, dizer menos:** usar perguntas poderosas para provocar responsabilidade, insights e comprometimento.
- 3. Feedback orientado para crescimento:** prover feedback regular, específico e voltado ao futuro, não apenas avaliação punitiva.
- 4. Criar segurança psicológica:** criar um ambiente que permite risco inteligente, aprendizagem e inovação, impulsionando os resultados de equipe.
- 5. Ancoragem neurocientífica:**

buscar conhecimento técnico para aplicar princípios baseados em como o cérebro reage às ameaças e recompensas para estruturar comunicações e mudanças com menos resistência.

Vantagens do líder coach ao exercer essa competência passa por:

- Líderes que atuam como coaches aumentam a energia e compromisso de suas equipes:** análise prática e pesquisas organizacionais mostram que líderes que exercitam habilidades de coaching conseguem extrair maior inovação e responsabilidade das equipes.
- Resultados mensuráveis do coaching:** estudos de entidades reconhecidas como ICF (Institute of Coaching Federation) reportam melhoria de performance, comunicação e autoconfiança em grande percentual dos participantes; em-

presas relatam recuperação do investimento em coaching.

• **Psicologia organizacional e segurança psicológica:** ambientes que promovem segurança psicológica apresentam maior criatividade e resultados em equipes que precisam inovar. Executivos devem priorizar esse pilar se pretendem escalar inovação, deixando espaço aberto à experimentação.

• **Criar condições favoráveis às mudanças:** mudança é um processo e leva tempo. O maior desafio é o de engajar pessoas. Ao criar mensagens que minimizem resistência e ajudem a desenhar intervenções de mudança (comunicação, feedback, metas) é possível minimizar reações defensivas e acelerar a adoção de novos comportamentos. Ser um exemplo nesse processo de mudança, ou seja, praticar o que comunica.

Riscos, limites e cautelas que os executivos devem observar:

- Não confundir coaching com terceirização de responsabilidade:** coaching incentiva autonomia — não omissão.
- Evitar “coaching” de superfície:** forma sem substância gera ceticismo; precisa de treino real e tempo. Ter o real compromisso e propósito no desenvolvimento de pessoas.

Para que o empresário ou board tenha sucesso na implementação de um programa de coaching, algumas ações devem ser adotadas:

- Vincular o programa a objetivos estratégicos:** alinhar o crescimento

do negócio com o mapeamento dos talentos críticos, programas de desenvolvimento e na criação de processo sucessório bem estruturado.

- Alocar budget para coaching interno e para coaches externos nos casos de alta complexidade.
- Monitorar KPIs e ajustar o modelo a cada ciclo.
- Exigir líderes-patrocinadores visíveis que pratiquem coaching no nível executivo — o exemplo é levemente mais persuasivo que políticas formais.

E para o executivo que queira se desenvolver no tema, recomendo a leitura do livro *O Líder Coach*, do autor Rhandy Di Stéfano, que apresenta, em linguagem acessível, conceitos práticos para dúvidas de líderes que desejam desenvolver equipes de alto desempenho, independentemente do tamanho do time. Essa obra é um mapa que ajuda a direcionar a vida da empresa, para que novos horizontes sejam conquistados, com equipes mais preparadas e maduras. O paradigma de que o bom líder é nato não é mais atual, ou seja, o bom líder pode ser desenvolvido, depende apenas de saber o que se deve desenvolver. **AF**

DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA REFORMA TRIBUTÁRIA



FERNANDO BRANDARIZ ALERTA PARA A NECESSIDADE DE CONTAR COM AJUDA DE PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS NA TRANSIÇÃO

Atão falada Reforma Tributária entra em vigor em janeiro de 2026 e promete ser um grande desafio nos primeiros meses. “A melhor maneira de evitar riscos fiscais e operacionais é ser assessorado por profissionais especializados. Implementar um compliance aliado a um planejamento tributário conservador, investir em sistemas e em profissional”, diz Fernando Brandariz. Advogado, mestre em Direito, especialista em estruturas internacionais para a proteção patrimonial e recuperação judicial de empresas, ele explica, em entrevista à

revista *FortunA*, os principais desafios, oportunidades e adequações do novo regramento. Sócio da Mingrone & Brandariz Sociedade de Advogados e professor, ele diz que, como toda mudança, essa vai exigir um tempo de adaptação, calma e atenção

FortunA - Qual o histórico e os desafios da Reforma Tributária?

Fernando Brandariz - A última grande reforma ocorreu em 1988, com a promulgação da atual Constituição Federal. A sociedade demandava por um regramento mais simples e objetivo. A atual tributação sobre o consumo no Brasil é caracterizada pela elevada complexidade normativa e divisão de competências entre os entes federativos. No atual

sistema existem diversos tributos com normativas, base de cálculo, alíquotas, regime de apuração e obrigações acessórias distintas. O novo regramento que veio com a Emenda Constitucional 132/2023 alterou significativamente o sistema tributário, modificando a forma de recolhimento dos impostos. Entre os seus principais objetivos temos a simplificação da arrecadação, maior eficiência no controle da sonegação e evasão fiscal e justiça fiscal.

Poderia elencar os pontos mais urgentes, as adequações que precisam ser feitas desde o início de 2026? Embora a apuração do Importo de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro

Líquido (CSLL) permaneça inalterada, penso que um dos principais pontos é fazer uma revisão do atual regime tributário da empresa. As mudanças podem tornar vantajosa a migração entre os regimes do Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real.

Quais as principais mudanças em ajustes de sistemas contábeis e fiscais?

A partir de 2026 as notas fiscais deverão conter novos campos para informar o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS). É essencial atualizar os sistemas para evitar pagamento a maior ou menor do imposto incidente sobre a operação.

Como as empresas podem prever-se para evitar riscos fiscais e operacionais?

A melhor maneira de evitar riscos fiscais e operacionais é ser assessorado por profissionais especializados. Implementar um compliance tributário aliado a um planejamento tributário conservador, investir em sistemas e em profissional.

Poderia explicar as regras gerais do Imposto Seletivo?

Terá início de 2027. O Imposto Seletivo é um imposto de competência federal instituído para tributar de maneira especial produtos e serviços específicos como veículos poluentes e os produtos nocivos à saúde: cigarro, bebidas alcoólicas e bebidas açucaradas, entre outros, visando a desestimular o seu consumo. O governo federal adiou para 2026 o envio do projeto de lei das alíquotas do Imposto Seletivo.

Quais são, na sua opinião, os principais desafios e oportunidades da Reforma?

O principal desafio é a sociedade de uma maneira geral se acostumar e entender o novo regramento. Ter calma para se adaptar, tudo o que é novo traz, por um certo tempo, insegurança e receio. Uma informação importante, que podemos dizer que está dentro da reforma tributária, é a recente sanção pelo Poder Executivo da Lei n.º 15.270/25 que instituiu, entre outras obrigações, a tributação de 10% (dez por cento) quando a pessoa física residente no Brasil receber em

montante superior a R\$ 50.000,00 em um mesmo mês. Alguns planejamentos familiares estão sendo feitos de forma que, ao invés de ter sócios pessoas físicas na sociedade operacional (fábrica, indústria e etc), estão colocando como sócias as pessoas jurídicas brasileiras patrimoniais. Fazendo dessa forma não existe a



tributação dos 10%, uma vez que a legislação determina o pagamento do tributo quando a distribuição for para pessoa física ou remetida para o exterior. O problema que isso pode trazer é a transferência da eventual execução movida contra a empresa operacional para a sócia empresa patrimonial, com base no artigo 50 do Código Civil e artigo 28 do Código de Defesa do Consumidor. É a chamada desconsideração da personalidade jurídica, a responsabilidade pelo pagamento da dívida é transferida para a sócia, no caso, a sociedade patrimonial. A depender do planejamento, é interessante recolher o tributo e evitar a transferência da responsabilidade para a sócia patrimonial.

Sobre a oportunidade podemos dizer que é a elaboração do planejamento sucessório. Muitos não querem nem pensar nesse assunto, mas penso que vale a pena comentar. Até a aprovação do PL 108/2024, aprovado na Câmara dos Deputados, aprovado o substitutivo no Senado e agora novamente na Câmara dos Deputados para análise do substitutivo, que institui o Comitê Gestor do Imposto sobre Bens e Serviços e de outras providências, é possível fazer a doação de cotas sociais tendo como base de cálculo o valor do patrimônio líquido da sociedade. Alguns estados utilizam como base de cálculo para doação de cotas sociais o valor do patrimônio líquido da sociedade, valor declarado no balanço da sociedade, e não o valor de mercado dos imóveis. No dia 10 de dezembro o Superior Tribunal de

Justiça (STJ), no Tema Repetitivo 1371, decidiu que a fazenda tem a prerrogativa de promover o procedimento administrativo de arbitramento do valor venal dos imóveis. Significa dizer que a base de cálculo não seria o patrimônio líquido e sim o valor venal da sociedade. A decisão, até o momento dessa entrevista, ainda não transitou em julgado. Outro ponto interessante que deve ser abordado é a permanência da exigência de lei complementar para os estados tributarem sucessão e doação de bens inventariados no exterior. Os residentes fiscais no Brasil podem montar estruturas internacionais para evitar o pagamento do imposto aqui. Lembrando, está em trâmite o PL 108/2024 que permite a tributação pelos estados. No momento não temos legislação e é possível realizar o planejamento sucessório fora do estado brasileiro.

Após concluir as adequações mais urgentes, como o empresário pode preparar-se para os passos seguintes?

O empresário deve estar atento às eventuais modificações e contratar sistemas e profissionais qualificados. **AF**



R. Jerônimo da Veiga, 121 • Jardim Europa • São Paulo • [@yu.restaurant](https://www.instagram.com/@yu.restaurant)



POR MARCO ANTONIO JORDÃO | ARQUIVOS LORO PIANA

EXCLUSIVIDADE

Para nós da Adolfo Turrión, um dos motivos que levaram à escolha do ofício de fabricação de sapatos foi o fato de o Brasil ser um dos maiores e melhores produtores de couro de origem bovina do mundo, o que nos dá acesso direto aos melhores curtumes e matérias-primas disponíveis. Um dos exemplos é a Della Torre, que nos abastece.

Resgatar os processos de fabricação artesanais, utilizar couros nobres certificados, respeitar o meio ambiente

e o nosso consumidor, entregando produtos de qualidade, vêm sendo a nossa tônica ao longo de todos esses anos. E para quem nos acompanha, a escolha dos tecidos que compõem os costumes e peças de vestuário que ornam o meu look nas sessões fotográficas vão muito além do visual. Baseiam-se em histórias impactantes sobre quem faz a diferença, como por exemplo a Loro Piana, que celebrou o seu centenário em 2025.

Quem visitou o Museu de Arte de Pudong, em Shanghai, em julho deste ano, teve a oportunidade de celebrar e vivenciar uma verdadeira aula magistral sobre a arte de transformar fibras brutas em peças de vestuário quase sobrenaturalmente tátteis e esteticamente sublimes.

Com curadoria da professora de moda e museologia Judith Clark, "If You Know, You Know. Loro Piana's Quest for Excellence" foi uma experiência imersiva que marcou o centenário da Loro Piana e documentou o legado de seis gerações da família, realizada em um país que, sendo o berço da caxemira, é talvez seu lar espiritual. Para o apreciador de moda, a exposição tornou uma segunda ou até mesmo uma terceira visita imprescindíveis, oferecendo uma maravilha após a outra.

Entre os destaques, estavam "As Paisagens", vívidas representações das regiões dos Andes, da China e da Nova Zelândia de onde provêm fibras raras como a vicunha, a caxemira e a Pecora Nera, ladeadas por painéis explicativos que detalhavam informações sobre o habitat, como altitude e umidade.

No entanto, apesar da curadoria perspicaz de Judith Clark e do generoso espaço destinado à exposição - "If You Know, You Know" ocupava 1.000 metros quadrados distribuídos por três galerias e 15 salas -, teria sido impossível contar uma versão exaustiva de uma história que começa há um século, a cerca de 8.850 quilômetros a oeste de Shanghai, no Piemonte do Norte. A região italiana foi lar, durante

Marco Antonio Jordão é um profundo conhecedor de moda, co-fundador da Adolfo Turrión Calçados Masculinos e responsável pela Exportação, Private Label, Desenvolvimento de Mercado e Brand Marketing da marca



séculos, dos pastores que ganhavam a vida fiando e vendendo lã, lavada em riachos locais das montanhas, tingida e oleada com castanhas da região, e fiada e tecida com máquinas construídas com madeira local.

Pietro Loro Piana, filho de um empresário têxtil, foi um dos pioneiros na abertura de uma fábrica mecanizada no vale no início do século XX. Na década de 1930, a maison já confeccionava tecidos de lã excepcionais, em sua maioria com risca de giz, que eram indispensáveis na época. Foi seu sobrinho Franco, um visionário altamente instruído, tecnicamente experiente e com grande conhecimento de moda, quem, impulsionado pelo otimismo do pós-guerra, concluiu que os preciosos tecidos da empresa poderiam atender às ambições sartoriais dos então prósperos ateliês e casas de moda parisienses, transformando a Loro Piana na fabricante de tecidos ultraluxuosos que é hoje.

Foi algumas décadas depois, no final dos anos 70, com a Loro Piana já ostentando com orgulho seu brasão com a faia, a águia dourada e as estrelas duplas, que Franco, com seu apetite por tecidos mais leves e finos, aguçado pelas vestimentas clericais, começou a refletir sobre as maravilhas que poderiam ser produzidas aplicando as mais recentes técnicas de fiação à lã de 17 microns oferecida por ovelhas criadas na Tasmânia. Confortável, versátil e adequado para uso em qualquer clima, o tecido "tasmaniano" que ele desenvolveu tornou a marca mundialmente famosa.

Ele faleceu no ano seguinte, mas dizer que a Loro Piana ficou em boas mãos seria um eufemismo. Seus dois filhos herdaram o espírito empreendedor do pai, e o mais velho, Sergio, tinha mais do seu bom gosto para moda.

Mas foi o mais novo, Pier Luigi, quem herdou o talento do pai para identificar, obter, processar e levar os tecidos mais desejáveis do mundo, literal e figurativamente falando, a novos territórios e a patamares ainda mais elevados. No ano anterior, Sergio e Pier Luigi haviam percorrido os planaltos andinos, investigando as lendárias fibras leves como teias de aranha do menor membro da família dos camelídeos, cuja lã outrora fora privilégio dos antigos imperadores incas.

O que essa fibra extraordinariamente macia, com uma média de 12,5 mícrons (e dotada, pela seleção natural, de fascinantes propriedades termorreguladoras), poderia agregar às coleções da maison era evidente, e as peças de vicunha seriam finalmente introduzidas em 1994. Antes, foram adotadas iniciativas para garantir que essa preciosa espécie jamais entrasse em perigo de extinção, tornando o empreendimento verdadeiramente sustentável.

Foi no início da década de 1980 que a Loro Piana expandiu sua atuação para a confecção de acessórios e peças de vestuário prontas para usar. Um cachecol Grande Unita de cashmere com franjas foi a peça de estreia em um cânnone que, ao longo dos anos, incluiu a jaqueta Horsey, usada pela equipe italiana de hipismo nas Olimpíadas de 1992.

A jaqueta de esqui Icer, em cashmere, foi a primeira incursão da marca em tecidos técnicos e recebeu o tratamento

Storm System, que a torna resistente à água e ao vento. Foi lançada em 1996.

A jaqueta Bomber náutica, com punhos elásticos e fechamento em zíper bidirecional, foi lançada em 2003, e a Traveller, uma peça elegante, de linhas limpas e urbana, porém altamente funcional, com referências às roupas robustas de exploradores de épocas passadas, foi apresentada em 2007, mas ainda é popular hoje em dia.

Mas é na área da inovação têxtil, em que a Loro Piana elevou o padrão a um nível superior ao de qualquer outra marca, que a narrativa até o momento guarda o maior mistério. Pier Luigi descobriu, por meio de um amigo, uma fibra extraída dos caules de uma flor de lótus aquática que cresce nas águas do Lago Inle, em Myanmar. Associada ao despertar espiritual no budismo, a fibra precisa ser tecida em um tear de madeira em até 24 horas para evitar a deterioração. Até 32 mil caules de lótus fornecem a matéria-prima para produzir cerca de um metro de tecido que, mesmo assim, continua sendo um item essencial nas coleções da Loro Piana.

Há também a história de como Pier Luigi passou 10 anos cultivando relacionamentos com criadores na China e na Mongólia para reservar pequenas quantidades de um recurso escasso, a lã inferior de cabritos Hircus com menos de 12 meses de idade, a fim de abastecer o mundo da alfaiataria com a maciez incomparável do Baby Cashmere.

Outras preciosidades do folclore têxtil incluem o Pecora Nera, uma lã não tingida que se apresenta em tons naturais ricos e escuros, graças à perspicácia da criadora de gado neozelandesa Fiona Gardner, e o Gift of Kings, um tecido

que, com 12 mícrons, é mais fino que o cashmere e tão leve quanto a vicunha, e cujo nome homenageia a excepcional fibra Merino.

Já neste século, iniciativas de conservação e sustentabilidade, como a Propriedade Privada Franco Loro Piana, uma reserva natural privada no Peru, criada em 2008 para proteger e estudar vicunhas. E marcos como a aquisição da especialista italiana em linho Solbiati em 2013, a aquisição da Loro Piana, no mesmo ano, pelo Grupo LVMH, a criação do prêmio Loro Piana Cashmere do Ano, a estreia da Loro Piana Interiors na Semana de Design de Milão e a aquisição da Harrods Workshop of Wonders brindam a celebração do centenário da marca.

O livro *Master of Fibers*, de Nick Foulkes, publicado pela Assouline, é altamente recomendado para quem deseja se aprofundar nessa narrativa fascinante e rica. Assim como na exposição em Shanghai, uma das lições mais enriquecedoras do livro é a constatação de que a história que ele conta ainda está em desenvolvimento.

A produção de belos tecidos de lã exige o que, de muitas maneiras, é o equilíbrio perfeito entre arte e ciência, paixão e precisão, cuidado e compromisso com a qualidade. Existem muitas iniciativas na indústria da lã que buscam reconhecer isso e promover os esforços dos criadores de ovelhas e a arte da produção de tecidos de lã. Mesmo assim, poucas tiveram um impacto tão significativo nos últimos anos quanto a competição “Record Bale” da Loro Piana.

Realizada anualmente nos últimos 18 anos, a competição serve para reconhecer os esforços dos produtores de



lã mais renomados do mundo; aqueles indivíduos nobres que são pioneiros na produção das fibras de lã mais luxuosas conhecidas pelo homem.

O centro da competição, naturalmente, é na Austrália e na Nova Zelândia, de onde se extrai a melhor lã merino do mundo há tempos imemoriais, e seu objetivo é inspirar esses criadores a produzirem uma lã de qualidade cada vez melhor a cada ano. Graças aos esforços da Loro Piana, a competição tem continuamente desafiado a noção de que a lã é um material antiquado e antieconômico, além de expandir os limites do que um tecido de lã fina pode ser.

Para quem não está familiarizado com o termo, um mícron refere-se ao diâmetro de uma única fibra de lã, sendo que um mícron equivale a

um milésimo de milímetro. Quanto menor a contagem de mícrons, mais fina, rara e preciosa é a lã. Para se ter uma ideia, um bom e velho tecido de sarja azul-marinho de Huddersfield tem cerca de 25 mícrons de espessura, enquanto um fio de cabelo humano tem cerca de 40. A Loro Piana não poupa esforços na avaliação dessas fibras, utilizando a análise de diâmetro de fibra óptica (OFDA) para garantir a precisão de todos os seus dados. Muitas vezes, podemos pensar no tecido de lã como um material reconfortantemente antiquado, mas nas mãos de mestres produtores como a Loro Piana, ele se transforma no produto de um esforço científico de ponta. De fato, é essa abordagem intransigente que permitiu à Loro Piana tornar-se uma das produtoras mais reconhecidas de fibras naturais raras, como cashmere, baby cashmere e vicunha, além de produtora de tecidos de lã merino verdadeiramente superiores.

E em 2015 o fardo recordista vencedor marca mais um feito inédito mundial: a micronagem mais fina de pura lã merino já produzida. O primeiro prêmio foi para a fazenda australiana Pyrenees Park, de propriedade de Pamela e Robert Sandlant, que superaram sua própria vitória do ano passado, reunindo um fardo imaculado de lã com 10,3 mícrons de finura. O produto da neozelandesa Anna Emmerson, que inscreveu um fardo com 10,6 mícrons, ficou em um segundo lugar igualmente extraordinário.

O fardo de lã produzido pela fazenda Pyrenees Park agora está destinado a

um lugar nos livros de história; ele será guardado nos sagrados salões da Loro Piana e só será liberado para tecelagem quando um fardo de lã ainda mais fina for encontrado para substituí-lo, uma busca que pode levar algum tempo. O fardo produzido por Anna Emmerson, a segunda colocada naquele ano, juntamente com o fardo da vencedora de 2012, cujos 10,6 micronages são uma combinação fortuita e perfeita, entraram em produção juntos para criar o mais recente lançamento dos extraordinários tecidos de lã penteada superfina "Record Bale" da Loro Piana. Tecidos tão raros, preciosos e lustrosos ao toque que seria fácil pensar que se está vestindo roupas feitas do mais puro cetim de seda.

Depois de tecido, este conjunto especial de materiais foi transformado em uma linha de peças sob medida da Loro Piana, particularmente luxuosa. Apenas cerca de 40 ternos puderam ser confeccionados no mundo todo a partir dos 150 metros de tecido resultantes da competição para a produção de um lote recorde, e foram oferecidos apenas em uma seleção criteriosa de boutiques Loro Piana e alfaiates de renome mundial. **@F**



Nosso ar, nossa vida e nossa biodiversidade dependem das florestas.

O Restaura Brasil é uma campanha para mobilizar pessoas e empresas em um **movimento coletivo para restaurar 1 bilhão de árvores até 2030**, nos biomas brasileiros, contribuindo para a **meta climática** brasileira e **restaurando milhões de hectares**.

A FortunA juntou-se a The Nature Conservancy (TNC) com a meta de plantar **5.000 árvores com o Restaura Brasil**. Junte-se a nós e faça a sua parte!

Doe árvores!

