



Jornal

www.jornaldasavassi.com.br

Savassi

Life Style
Sociedade
Cultura
Gastronomia



IMPRESSO & ONLINE - Desde 1985 - Ano XXXVIII - Nº 663 - O Jornal de Belo Horizonte - Semanas de 02/12 a 15/12/2023 - R\$ 9,80

Maria Bueno é a nova chefe do escritório Consulado Britânico



9 anos do Projeto Experimente



Chegam ao Brasil tênis da Collab Rolling Stones e Skechers



UTO
review

BMW Group na liderança regional em vendas



Novo Citroën C3 Live Pack 1.6



Coverdo do Minas Gerais, Comida e Gasmig

EXPERIMENTE

CULINA ARTESANAL E GASTRONOMIA

9 ANOS

EDIÇÃO ESPECIAL

ALEMANHA

11/11

PRACA 4 ELEMENTOS

12 AS 22H

COMIG GASMIG

MINAS GERAIS

Metrô de BH vai apresentar projeto de expansão

Diretoria do Grupo Comporte, que fará a apresentação, também foi convidado o representante da Superintendência de Mobilidade que deverá esclarecer os impactos das intervenções no município.



Grupo JS de Comunicação

Editor Diretor Presidente - Publisher
João E. Prata Salgado

Editora - Diretora Executiva
 Daniella Pinó Salgado - DRT/MG 14.872

Fotografia
 João Salgado

Executivo de Publicidade
 Mauro Comparsella

Serviços de Diagramação
 Eduardo Leite

Coordenação Geral
 Sueli Araújo

Diretor Jurídico
 Aprígio Salgado Filho

Jornal da Bauvassi®

Fundador: João E. P. Salgado

Editor e Diretor
 João E. P. Salgado

Diretor Comercial
 Mauro Comparsella

Editora - Diretora Executiva
 Daniella Pinó Salgado - DRT/MG 14.872

Editoriais/Colaboradores
 Lena Brancato e Cezar Brancato

Comercial - Correio
 jo@jornaldobauvassi.com.br

Editoração
 Eduardo Leite

Coordenação Geral
 Sueli Araújo

www.jornaldobauvassi.com.br

Discriminções assinantes (São Mariana, São Paulo, Brasília, Rio, Curitiba, Salvador, Belo Horizonte): Leitores da região do Sudeste, maiores de 18 anos, com renda média, casados, solteiros, católicos ou budistas. *Shopping - Público Segmento:* (São Paulo, Vitória) "A, B" Anúncios, (Luzern) "A" e "B" (São Paulo, Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte, Santa Maria, São Paulo, Lages, Florianópolis, Curitiba, Santa Catarina, Santa Catarina, Pernambuco e Camarões da região do Vale do São Francisco e Lages Santa Catarina)

Jornal de Serviço: Serviço Novo, Páscua, Serviço Páscua e TV 5 e os demais devidamente registrados no IPI desde 1986 e INCC desde 1990

JR Comunicação Simulada: GUT LTDA
 Copyright © 2001

CNPJ nº 93.999.352/0001-60 - Ins. Municipal nº 200.348/001-4
 jo@jornaldobauvassi.com.br

Seu melhor amigo é o seu leitor

Redação: Avenida 31 de Março, 1562 - Laje 12
 Cangaço, Foz de Iguaçu - São Francisco - MG
 Telefone: 31 97201-0018

Mostra de Cutelaria Artesanal Mineira

O Espaço Cultural da Escola de Design (ECED) da UEMG foi palco da Mostra de Cutelaria Artesanal Mineira, que aconteceu no último fim de semana. O evento, cuja proposta foi expor, discutir e promover a arte utilitária das lâminas no estado de Minas Gerais em diálogo com o design, recebeu quinze representantes da cutelaria artesanal de regiões como Betim, Contagem, Patos de Minas, Sete Lagoas, Itabira e Esmeraldas, além de Belo Horizonte, que expuseram suas produções em estandes na grande galeria do ECED.

Além da exposição e venda de facas e outros objetos de corte, bem como de insumos para a cutelaria, como talas de madeira para cabos, chairas e pedras de afiação, a Mostra também contou com palestras, oficina de afiação, oficina de forjamento e sala de audiovisual com exibição de filmes mostrando cuteleiros artesãos em seu ofício.

A Mostra teve como homenageado o cuteleiro e designer Daniel Bahia Gontijo, idealizador da marca Organik knives (ORK), que apresenta produtos de cutelaria dotados de características muito particulares. Sua faca Chef 8, voltada para o seguimento de culinária foi vencedora do prêmio Salão Design 2016.

Daniel, que é forma-



do em design de produto na Escola de Design da UEMG, ainda proferiu depoimento sobre sua trajetória no design e na cutelaria no sábado. Outra palestra, no domingo, intitulada "Aspectos técnicos da cutelaria de facas e espadas", foi apresentada por Felipe Bertú Valverde, aluno do curso de design de produto da ED.

Nomes já consagrados da cutelaria mineira participaram da Mostra, expondo e debatendo suas obras nos estandes. Charles Márcio (da Cobra Custom Cutelaria), Humberto Brito (da Argos Cutelaria) e Arthur Lage, por exemplo, já tiveram seus perfis publicados na obra Legacy of Steel (2023), de autoria de Michel Gruenberg e Leandro Pazini, uma das principais publicações sobre grandes cuteleiros do Brasil. Rony Rudy, Iel Martins, Júlio Bittner, André Ferreira, Francisco Brum, Hugo Grochoeller, Patrícia Resende, Sérgio Honorato, Moraes Knife e Heleno Cunha são outros nomes que compuseram o time de expositores da

Mostra.

Iel Martins e Edu Guimarães foram os responsáveis pela exibição de forjamento que ocorreu na entrada do ECED. Enquanto Yann Pavão instruiu os alunos na oficina de afiação.

A Mostra de Cutelaria Artesanal Mineira foi uma realização do projeto "Cutelaria mineira: o design de lâminas artesanais no estado de Minas Gerais", coordenado pelo Prof. Charles Bicalho, aprovado no edital 11/2022 do Programa Institucional de Apoio à Pesquisa (PAPQ) da UEMG e desenvolvido na Escola de Design. Teve a parceria do Laboratório de Ensaio, Modelagem e Prototipagem (LEMP) da Escola de Design. E contou com o apoio do Centro de Estudos Multissensoriais Aplicados (CEMA) da Escola de Design, da Associação de Cutelaria Artesanal Mineira (CAR-MIN) e do Fio das Gerais – Museu da Cutelaria.

Consulado Britânico em Belo Horizonte anuncia nova chefe do escritório

Com mais de uma década de experiência em cooperação internacional, a professora e Doutora Maria Bueno assumiu a vaga de chefe do Consulado Britânico em Minas Gerais. A primeira mulher a ocupar a posição, Maria substituiu Lucas Brown, que deixou o cargo em setembro.

Bueno é Doutora em Direito Público, com ênfase em Direito Internacional, pela Pontifícia Universidade Católica

de Minas (PUC-MINAS) – onde também foi professora, sendo uma das responsáveis pela institucionalização do Núcleo de Inovação Tecnológica da Universidade.

Atualmente, ela também atua como docente de graduação no Ibmec BH e teve a experiência direta com a mecânica da cooperação internacional na UNESCO, em Paris.



klus.com.br

@kluis_alfaiataria

Chegam ao Brasil tênis da collab Rolling Stones e Skechers

Dos palcos para as ruas, uma das imagens mais icônicas do rock estampa os novos tênis da Skechers: a grife acaba de lançar os Skechers Street x The Rolling Stones, uma collab exclusiva com a lendária banda britânica.

Dois modelos da edição limitada – verdadeiros itens de colecionador – chegaram ao Brasil trazendo estampado o logo Lick, a imortal boca com a língua para fora, símbolo do grupo.

“Adoramos fazer parcerias com marcas que oferecem ótimos produtos e dar aos nossos fãs algo novo que eles possam desfrutar”, disseram os Rolling Stones.

Cool e moderna, a versão UNO vem na cor branca, criando um contraste cheio de personalidade com o vermelho vivo presente no Lick. Versátil,



til, os tênis em estilo jogger trazem detalhes perfurados e bolhas de ar visíveis em sua plataforma.

O urbano Classic Cup une couro e material sintético com a “boca Rolling Stones” estampada em sua textura furadinha, tornando os sneakers em estilo court ainda mais autêntico.

Como atitude e estilo não são nada sem conforto, a Skechers desenvolveu os modelos com palmilha super macia, interior acolchoado e solados preparados para amortecer os

passos até em pedras que rolam.

A parceria com os Stones se soma a outras grandes colaborações da Skechers com astros e estrelas da música como Ringo Starr, Christina Aguilera, Snoop Dogg, Doja Cat e Ava Max.

A venda em multimarcas físicas e online e nas 13 lojas da Skechers em 6 estados.

***Preço médio:**

- UNO: R\$ 749,99- Classic Cup: R\$ 629,99

Atlético entra em campo com uniforme especial par a alertar sobre câncer de pele

Para alertar os torcedores, sobre a importância da conscientização e prevenção do câncer de pele, os jogadores do Galo aderiram a Campanha Dezembro Laranja, promovida pela Sociedade Brasileira de Dermatologia, em parceria com a MRV, maior construtora da América Latina e patrocinadora do Galo. No intervalo do jogo será exibido um jingle feito pelo Quarteto da Arriação, especialmente para a campanha. O grupo, formado por pedreiros que fazem sucesso nas redes sociais, com mais de 1,2 milhão de seguidores, utilizando os próprios instrumentos de trabalho para reproduzir músicas famosas, gravou um jingle especial alertando ao público sobre a importância do uso do protetor solar durante o trabalho e outras medidas preventivas contra o câncer de pele.

Os painéis em torno do campo terão mensagens sobre a importância da prevenção ao câncer de pele, da campanha

pontocerto brindes

pontocertobrandes6@gmail.com



Faça seu orçamento 31 3351-7765

31 99307-1538



Pizzarella



**As delícias do Pizzarella
você recebe rapidinho
no conforto de sua casa
DELIVERY**

LOURDES - 3292.3000 SÃO BENTO - 3344.2200

BMW Group confirma sua liderança regional em vendas do segmento premium pelo 6º ano consecutivo



O Grupo BMW manteve a liderança de vendas no segmento premium para a região latino-americana pelo 6º ano consecutivo em 2023. A marca BMW continua sendo a marca premium preferida na região, com 32.661 veículos vendidos de janeiro a outubro (2% a mais que o ano anterior), enquanto o MINI atinge 5.712 vendas no mesmo período (7% a mais que em 2022). A liderança em vendas do ano já foi alcançada, ainda dois meses antes do final do ano.

"Quero agradecer aos nossos clientes na América Latina por escolherem a BMW como sua marca favorita pelo 6º ano consecutivo. Um em cada três carros premium vendidos na região é um

BMW, provando que nossos esforços sempre estiveram focados em nossos clientes. Também somos gratos aos nossos clientes MINI que escolheram nossos espetaculares modelos", disse Reiner Braun, CEO e Presidente do BMW Group Latin America. "Quero agradecer também à nossa equipe, à nossa rede de concessionários e importadores pelo comprometimento com a liderança de vendas, com mais dois meses de excelente desempenho. Apesar dos desafios logísticos, somos atualmente líderes do segmento premium no Brasil, nos mercados importadores e no México, e estamos confiantes que manteremos essa tendência até o final do ano,

superando nossos resultados de 2022", reforçou o executivo.

A abertura tecnológica e a flexibilidade foram fundamentais para que o Grupo BMW alcançasse recorde de vendas de modelos M e, ao mesmo tempo, alcançasse recorde de vendas de modelos eletrificados (elétricos e híbridos plug-in) na América Latina, atingindo 23% das vendas totais do Grupo BMW na região com 9.913 unidades, ou 24% a mais que no mesmo período do ano anterior (com 20% das vendas totais em 2022). O Grupo BMW também é líder em vendas de veículos eletrificados no segmento premium na região.

Em 2023, o Grupo BMW lançou 10 modelos

eletrificados na América Latina, incluindo modelos totalmente novos como o BMW iX1 e BMW i7, além das variantes PHEV dos principais modelos, que se tornaram referência para seus respectivos segmentos de mercado. O novo BMW i5, primeira versão totalmente elétrica do BMW Série 5, está chegando aos mercados latino-americanos – cada mercado terá datas de lançamento específicas.

Além disso, 2023 também foi um ano notável para os modelos BMW M e para o segmento ultraluxuoso. De janeiro a outubro, os mercados latino-americanos já venderam 1.157 unidades dos modelos M, ou 36% a mais que no mesmo período de 2022. As vendas

do segmento ultraluxo atingiram 711 unidades, ou 46% a mais que no ano passado, graças a produtos de sucesso como o BMW XM, o BMW Série 7 e o BMW X7.

Além das vendas da linha de modelos BMW, o Grupo BMW também conseguiu entregar 46.000 carregadores a clientes para serem instalados em residências e centros de trabalho na Argentina, Brasil, México e mercados importadores. Todos os veículos eletrificados vendidos na região foram entregues aos clientes juntamente com uma solução de carregamento.

Em 2024, mais de 10 novos modelos BMW e MINI serão lançados na

Argentina, Brasil, México e mercados importadores, incluindo os recentemente lançados BMW X2 e BMW iX2. Os novos MINI Cooper elétricos e MINI Countryman elétricos também estrearão na América Latina no próximo ano.

"A nossa estratégia continuará centrada no cliente e baseada na transição para a eletrificação com abertura tecnológica, experiências premium, digitalização e conectividade, com uma crescente ênfase local e regional à medida que a produção segue a procura", encerrou Reiner Braun, CEO e Presidente da Grupo BMW América Latina.

Localiza&Co retoma crescimento da frota e chega a 600 mil carros no 3T23

A Localiza&Co anunciou hoje (13/11), após o fechamento do mercado, o resultado do terceiro trimestre de 2023 (3T23), com destaque para a retomada da compra de carros, com a adição de 19 mil veículos em sua frota, atingindo a marca de mais de 600 mil veículos. Com forte crescimento em Gestão de Frotas, a Companhia apresentou receita líquida de R\$1.731,4 milhões nesta divisão: 49,2% superior a do mesmo período do ano anterior. A receita líquida consolidada avançou 19,3% em relação ao mesmo trimestre do ano passado, totalizando R\$7,3 bilhões.

O EBITDA foi de R\$2,7 bilhões, crescimento de 12,5% em comparação ao 3T22; e o lucro líquido retomou o crescimento atingindo R\$703 milhões. "Mesmo com os desafios, seguimos incansáveis na busca de ganhos de produtividade e redução de custos por meio da alocação disciplinada de capital, uso da tecnologia e eficiência operacional, com foco na geração de valor. Seguimos orientados pela nossa visão de longo prazo de crescimento com geração de valor, colocando o cliente e colaboradores sempre no centro das

nossas decisões", afirma Rodrigo Tavares, CFO da Companhia.

A receita líquida na divisão de Aluguel de Carros atingiu R\$2.059,7 milhões. Já Seminovos, com cerca de 57 mil carros vendidos no trimestre, apresentou receita líquida de R\$3,5 bilhões, um avanço de 30,6% em volume de vendas na comparação anual. Somente neste ano, foram abertos 21 pontos de venda de veículos, visando suportar o aumento da renovação da frota, movimento que deve continuar ao longo de 2024. O 3T23 se encerra com 207 lojas de Seminovos, distribuídas em 100 cidades brasileiras.

Em julho, a Companhia iniciou sua operação de aluguel de carros no México, com aproximadamente 900 veículos distribuídos em duas agências localizadas nos aeroportos da Cidade do México e de Cancun e em outubro a Companhia deu início às operações no aeroporto de Monterrey. Com esse movimento, a Localiza&Co acredita que poderá alavancar suas competências para melhorar a experiência do cliente, desenvolver mercado e ampliar a acessibilidade do aluguel no



pais.

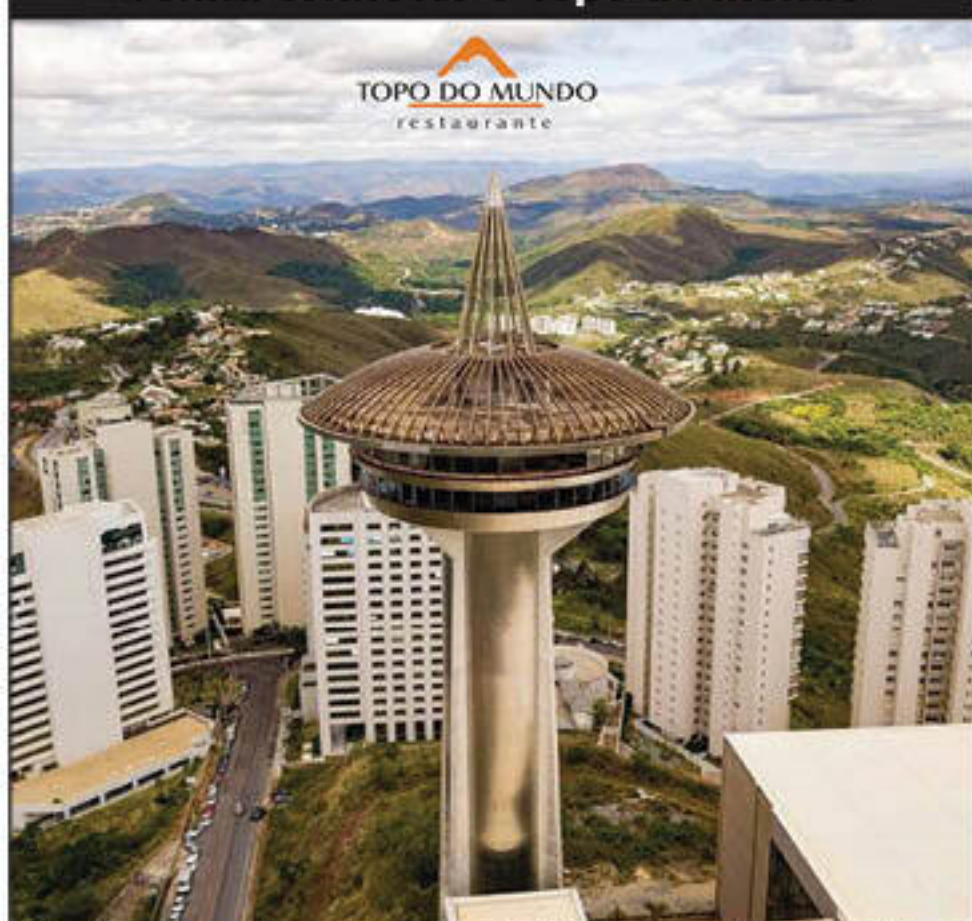
A Companhia encerrou o 3T23 com 701 agências de aluguel de carros, das quais 612 no Brasil, 2 no México e 87 em outros 5 países da América do Sul.

A Localiza&Co continua acelerando sua agenda de sustentabilidade. Destaca-se, neste trimestre, o anúncio do empréstimo de R\$ 1 bilhão junto à IFC (International Finance Corporation), o primeiro financiamento da organização para uma empresa de mobilidade do Brasil. Esse empréstimo, além de aliar a redução das taxas contra-

tadas a iniciativas sustentáveis, irá contribuir para qualificar ainda mais o Programa de ESG da Localiza&Co.

No aspecto social, a Companhia lançou, dentro do seu Programa de Diversidade, o grupo de afinidade 50+, que visa valorizar as diversas gerações dentro do ambiente de trabalho, focando na melhoria da jornada de profissionais acima de 50 anos de idade. Dessa forma, a L&CO passa a contar com 6 grupos de afinidade: Gênero, Pessoas com Deficiência, Imigrantes, Raça, Etarismo e LGBTQI+.

Venha conhecer o Topo do Mundo



Av. SENADOR MILTON CAMPOS, 145/2º ANDAR - TORRE ALTA VILA
31 3575-5545 - 31 98771-2884 - WWW.TOPODOMUNDO.COM

Um impulso à paixão



Ter foco no cliente não é apenas um dos valores da cultura corporativa da Nissan, mas também um valor pessoal que algumas pessoas colocam em prática no dia a dia. "Um cliente que recebe um bom serviço se torna um cliente fiel, passando a confiar em meu trabalho e naquilo que a empresa oferece. Se uma empresa quer que o cliente retorne, precisa investir em sua satisfação desde o primeiro contato. É exatamente esse o meu papel como consultora", comenta Andreia Drumonte, que trabalha na rede

da Nissan há aproximadamente uma década.

A cada dois anos são realizados os desafios mundiais chamados de "NISTEC" (Nissan Service Technicians Excellence Competency) e "NISAC" (Nissan Service Advisor Competency). Nestas competições, os técnicos e consultores das concessionárias da Nissan demonstram os conhecimentos teóricos e habilidades práticas que aprenderam em sua experiência atuando com a fabricante japonesa. Cada um dos movimentos dos participantes é avalia-

do em condições de trabalho reais, com limites de tempo. Depois do enfrentamento das equipes técnicas de mais de 100 países, a competição culmina com a viagem dos melhores talentos para o Japão, para celebrar e viver experiências em torno do DNA de inovação, paixão e ousadia da Nissan. Entre as melhores equipes da última competição estão Gabriel Huenchuleo (Chile), Rosmíl Soto (Peru), Jollio Adam e Andreia Drumonte (Brasil), que se destacaram como os melhores da América do Sul.

Renault do Brasil é bicampeã no selo clima Paraná 2023 por suas práticas ESG

A Renault do Brasil conquistou o Selo Clima Paraná 2023 na modalidade mercado externo, categoria que reconhece empresas atuantes nos mercados nacional e internacional. A 9ª edição do prêmio, promovido pelo Governo do Estado do Paraná, por meio da Secretaria do Desenvolvimento Sustentável (Sedest), certificou 132 organizações que, voluntariamente, medem, divulgam e adotam medidas para reduzir a pegada de carbono e combater as mudanças climáticas.

“Nossa estratégia de sustentabilidade socioambiental atua como uma força propulsora de performance e inovação. Nós da Renault do Brasil estamos desenvolvendo localmente as bases dessa trans-

formação”, afirma Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil.

No eixo meio ambiente o Renault Group tem metas claras para alcançar a neutralidade de carbono até 2040 na Europa e até 2050 em todo o mundo. No Brasil diversas iniciativas já estão em andamento. O Complexo Industrial Ayrton Senna, localizado no Paraná, tem 40% de sua área de mata Atlântica preservada e desde 2016 é Aterro Zero, ou seja, todos os resíduos do processo produtivo são corretamente destinados. Em 2022, mais de 47 mil toneladas de resíduos foram reprocessadas.

No mês de julho, a Renault do Brasil deu um importante passo para evoluir ainda mais com a es-



tratégia de gestão energética, se tornando autoprodutora de energia elétrica de origem solar. Até o final do ano, 100% da energia elétrica que abastece as fábricas de veículos da Renault, será de fonte fotovoltaica. Além disso, continuamente são iden-

tificadas oportunidades de redução no consumo de energia elétrica. Em 2022, por exemplo, a marca reduziu em -11% o consumo de eletricidade para a produção dos veículos comerciais leves, em relação à 2021.

Mitsubishi Pajero é considerado histórico pelo “Japan Automotive Hall of Fame”

O Mitsubishi Pajero, SUV ícone da indústria automobilística mundial nas últimas quatro décadas, foi considerado um carro histórico de acordo com o Japan Automotive Hall of Fame.

Apresentado pela primeira vez ao público em 1982 como um veículo versátil, com capacidade para trafegar em todos os tipos de terreno e, ao mesmo tempo, oferecer luxo e conforto a seus ocupantes, o Mitsubishi Pajero não demorou a conquistar clientes em todos os continentes.

Desde seu lançamento



em 1982, já foram fabricados um total de 3,25 milhões de Pajeros ao longo das suas quatro gerações.

O modelo foi exportado para mais de 170 países e possui fãs ao redor de todo mundo. No Japão, o Pajero se tornou uma das produções mais emblemáticas da Mitsubishi Motors, inovando com modelos como o Pajero Mini (kei-car) no portfólio em 1994, o SUV compacto Pajero Junior em 1995 e o Pajero iO em 1998.

SONHAR É MUITO BOM, REALIZAR É MELHOR AINDA!

Sua próxima conquista está há poucos cliques de distância.



Conquiste agora!

BAMAQ
digital



Acesse nosso site e saiba mais
bamaqdigital.com.br

Novo Citroën C3 Live Pack 1.6 estreia na gama como o carro automático mais acessível do Brasil

O Novo Citroën C3 passará a ser oferecido no Brasil na inédita versão Live Pack com motor 1.6 16V e câmbio automático de seis marchas. Com essa novidade, o único hatch com atitude SUV do mercado passa a ser o carro automático mais acessível do Brasil. O modelo, que já começou a ser vendido nos concessionários Citroën de todo o país, parte de R\$ 93.990 na modalidade e-commerce.

O conjunto mecânico do Novo C3 Live Pack é composto pelo consagrado e robusto motor 1.6 16V de até 120 cv associado a um câmbio automático de seis marchas autoadaptativo com opções de trocas sequenciais pela alavanca e modo Eco. Esse conjunto consagrado no mercado associa robustez, eficiência e performance com baixo custo de propriedade, reforçando a acessibilidade 360° presente em todos os modelos da Citroën.

O Novo C3 Live Pack 1.6 Automático agrega todos os itens da versão Live Pack 1.0, incluindo o rápido e intuitivo Citroën Connect

Touchscreen de 10" com Android Auto e Apple Carplay sem fio, direção elétrica, ar-condicionado, vidros dianteiros e travas elétricas (com telecomando na chave) e controle de estabilidade e tração com assistente de partida em rampa. Ele também agrega rodas de liga-leve de 15", alarme e bancos dianteiros com encosto de cabeça ajustáveis.

Além disso, ele carrega todas as virtudes do Novo C3, com amplos ângulos de entrada e saída, 18 cm de vão livre do solo, excelente espaço interno e o maior porta-malas da categoria, com 315 litros (padrão VDA).

A novidade complementa a gama e ficará posicionada entre o Novo C3 Feel 1.0 e o Novo C3 Feel Pack 1.6 Automático, tornando-se uma alternativa única e diferenciada para quem busca um modelo confortável, acessível e com ampla versatilidade.



PROMOÇÃO

MINAS PNEUS
Oficina Multimarcas

BRIDGESTONE Firestone

175/65 R14 A PARTIR DE	334,90 A VISTA
175/70 R14 A PARTIR DE	354,90 A VISTA
185/65 R15 A PARTIR DE	395,90 A VISTA
195/55 R15 A PARTIR DE	399,90 A VISTA
195/60 R15 A PARTIR DE	385,90 A VISTA
205/55 R16 A PARTIR DE	379,90 A VISTA



[31] 2103-4488
[31] 3118-4488



PROMOÇÃO POR TEMPO LIMITADO E COM PAGAMENTO SOMENTE EM DINHEIRO. CONSULTE DEMAIS CONDIÇÕES NA LOJA PNEUS A BASE DE TROCA E MONTADOS EM NOSSA LOJA