

PUBLIC
LIFE
STYLE

www.publiclifestyle.com.br

Especial
Festas



No Buffet ou em férias

ELAS FAZEM A FESTA



Nós pensamos em tudo, você só tem que aproveitar.



Public Mídia



Personalização

Exclusividade

Sofisticação

Excelência

www.vivaumsonhobuffet.com.br

Av. Rei Alberto Primeiro, 327 - Ponta da Praia - Tel.:13 3271.9754

Av. dos Bancários, 32 - Ponta da Praia - Tel.:13 3227.2641

viva um sonho
BUFFET



CAPA

Do sonho ao sucesso: Rosana e Bruna contam como fazem para gerir o buffet com a mesma satisfação que curtem as férias.

PERFIL

Richard Gere & Julia Roberts: saiba mais sobre esses parceiros de hollywood que já dividiram tantos sucessos, inclusive uma das maiores bilheterias do cinema em "Uma Linda Mulher".

SABORES

Pizza: alguns têm uma preferida, outros comem um pedaço de cada sabor. Conheça um pouco do caminho dela até aqui.

ESPECIAL

Marketing: uma ferramenta cada vez mais indispensável nas empresas. Conversamos com profissionais da área para saber um pouco mais.

TOUR

Disney: em um complexo de parques, você pode se divertir com a família por vários dias e voltar várias vezes. Descubra o porquê de tanta magia.



www.publiclifestyle.com.br



imprensa@publicmidia.com.br



facebook.com/publiclifestyle

Pela primeira vez na Baixada Santista.

CASACOR

LITORAL

M A R



Um olhar muda tudo

CASA COR é a mais completa mostra de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas. Os olhares mais inspirados e inspiradores estão aqui. O seu não pode faltar.

Fruteira Mediterrâneo,
criada por Emma Silvestris em 2005.

ILHA PORCHAT
30 de outubro a 14 de dezembro
Alameda Rotary Club, 100

www.casacor.com.br/litoralsp



CASACOR



Fazer acontecer

Este tem sido um ano de muitas mudanças e adaptações para todos. Logo no início do ano, anunciavam que 2014 seria muito difícil por conta da Copa e das eleições. Alguns apostaram que, se o Brasil ganhasse, a felicidade do povo seria levada às urnas e teríamos um presidente logo no primeiro turno, mas como nada é tão previsível assim, terminamos o mundial com um resultado muito abaixo do esperado e, como um passe de mágica, recomeçamos sem falar muito sobre de quem é a culpa. Na verdade, isso é uma prática de nós brasileiros, que estamos acostumados com resultados indesejados e nos conformamos. Mesmo diante de situações catastróficas para nossa economia, nós só aguardamos que surja um bem feitor de algum lugar para dar rumo ao nosso país, ainda que saibamos que nem com muita boa vontade em 2015, ele fará a diferença. Passeatas e greves não foram o bastante para conter o caos que se estabeleceu na política, dando a nós empresários a percepção de que, mais uma vez, nossas projeções para o próximo ano não serão boas, previsões estas que só fazem o mercado se retrair cada vez mais.

Contudo, apesar das turbulências, a LifeStyle completou três anos com suas parcerias cada vez mais sólidas. Caminhamos com um certa tranquilidade, exatamente por isso.

Desejo que na próxima edição, onde falaremos do papai noel, estejamos com um olhar mais promissor em relação ao futuro. Neste momento, quero agradecer de coração a todos os meus parceiros e colaboradores por andarem de mãos dadas conosco, inclusive nos momentos mais difíceis.

Valéria Guazzaloca



DIRETORIA GERAL

Valéria Guazzaloca
diretoria@publicmidia.com.br

**DIRETOR
ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO**
Marcelo Guazzaloca

DEPARTAMENTO COMERCIAL
Tel.: 13 3327-3110
comercial@publicmidia.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. Christiano C.D. Bello

MARKETING E DESENVOLVIMENTO
Fernanda Dias
mkt@publicmidia.com.br

PROJETO EDITORIAL/PUBLISHER
Valéria Guazzaloca

REPÓRTER
Guilherme Zanette (MTB 63114)
imprensa@publicmidia.com.br

COLABORADORES
Clara Monforte, Eleonora Ribeiro,
Elizabeth Gut, Gabriel Pereira, Marcelo Asse,
Rogério Nahas e Ronaldo Cosmo

EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO
Vitor de Souza Guazzaloca

FOTOS MATÉRIA CAPA
Angélica Bersan

As matérias são de responsabilidade de seus autores. A reprodução total das matérias, imagens e anúncios são proibidas.

O conteúdo dos anúncios é de responsabilidade exclusiva de seus respectivos anunciantes.

UMA PUBLICAÇÃO

**PUBLIC
MÍDIA**

Rua Xavier Pinheiro, 244 cj. 31
Vila Mathias Santos - SP
Tel.: 13 3222-1323 / 3327-3115
imprensa@publicmidia.com.br



a Sghneir a Sghneir a Sghneir
preparat din tutun

reghe reghe reghe
provocata

edoscoparA *Arvegrilochargowuräve* edoscoparA *Arvegrilochargowuräve* edoscoparA *Arvegrilochargowuräve*
ntnoóvo ochneitecquä *Üfdeon dässunt* ntnoóvo ochneitecquä *Üfdeon dässunt* ntnoóvo ochneitecquä *Üfdeon dässunt*
pdalé *persunaaáqueimaotolentizä* pdalé *persunaaáqueimaotolentizä* pdalé *persunaaáqueimaotolentizä*
efurk00% *spuagpistopralitelmace* efurk00% *spuagpistopralitelmace* efurk00% *spuagpistopralitelmace*
de fumaça.

esponde-sl *ocantioeesajgon* esponde-sl *ocantioeesajgon* esponde-sl *ocantioeesajgon*
rigbém *actojaraacquilars* rigbém *actojaraacquilars* rigbém *actojaraacquilars*
günsmetar *Dentereáápuclat* günsmetar *Dentereáápuclat* günsmetar *Dentereáápuclat*
ngica *casdeiesuziduserosa* ngica *casdeiesuziduserosa* ngica *casdeiesuziduserosa*
plera, *aa fannocistatibefajadan* plera, *aa fannocistatibefajadan* plera, *aa fannocistatibefajadan*
teisle *profosieraachoptigiaspen* teisle *profosieraachoptigiaspen* teisle *profosieraachoptigiaspen*
de barril, etc.

Mundo do Marketing

por: Valéria Guazzaloca

O mercado da propaganda e das agências de publicidade é um dos mais expressivos do país, com profissionais consagrados no cenário nacional e internacional, gestores competentes e novos talentos. Fazer publicidade e marketing em uma economia que oscila constantemente, pode resultar em um budget cortado pela metade depois de um planejamento totalmente alinhado com a marca do cliente, o que pode parecer catastrófico, mas se torna cada vez mais comum no dia a dia dos publicitários.

Em meados de 2008, as grifes de luxo aterrissaram no país realizando altos investimentos, o que estimulou marcas que estavam em patamares mais baixos a seguir o exemplo, na intenção de se fazerem notar dentro do mercado. Em seguida, o mundo vivenciou uma crise internacional que, segundo os especialistas políticos, não abalaria em profundidade o cenário brasileiro, mas esta não foi uma realidade. Em 2011, no entanto, o mercado descobriu outra fatia que consagrava novos consumidores: a classe C. Eles iam às compras com vontade. Ali nasciam mudanças culturais e estratégicas nas empresas, que tinham que acompanhar com rapidez essa transformação. O mote principal era o binômio qualidade-preço. Ávidos por itens de consumo antes inacessíveis, foram grandes propulsores da economia e garantiram o crescimento na participação de mercado para aqueles que estavam em contato direto com a classe média, enquanto as agências, naquele momento, trabalhavam para atender outro tipo de consumidor e precisaram se adequar à nova linguagem que esse público exigia.

Chegamos a 2014 com uma economia que segue de mal a pior e afeta os empresários de todo o país. É nesse momento que a criatividade e a ousadia dos profissionais de comunicação fazem toda a diferença e percebemos o quão incríveis são ao elaborarem campanhas que nos acompanham por toda a vida com um simples bordão.



**SOMOS UMA
AGÊNCIA DE
PROPAGANDA
QUE VESTE A
CAMISA DO CLIENTE
SÓ PRA FAZER**

G LAÇO

A Cliente F. C. é diferente. Não porque temos um nome fora do convencional. Nosso nome não tem um monte de siglas, não remete à comunicação ou puxa sardinha de modismos de propaganda. Aqui somos mais que fãs dos nossos clientes. Compramos o seu problema para poder entregar solução. E só faz isso quem realmente veste a camisa. Quem joga junto na derrota para levantar a taça na vitória.

Nossa equipe, ou melhor, nosso time é completo. Contamos com craques em todos os departamentos. Nossa estrutura conta com um departamento de produção, que briga pelos melhores orçamentos e para que tudo chegue no prazo. No meio campo, o departamento de mídia faz qualquer ideia virar realidade nos mais diversos meios e veículos de comunicação. A equipe de criação, com muita experiência em desafios e

jobs pra ontem, parte sempre pro ataque para entregar ideias vencedoras.

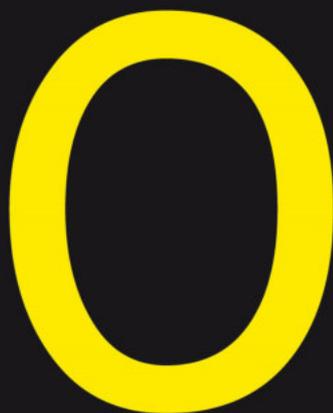
Entende como não dá para fugir do tema? Futebol e Propaganda tem tudo a ver. Principalmente quando se escolhe um lado para jogar. Aqui não escondemos a preferência. Somos Cliente Futebol Clube desde criancinha!

★ clientefc.com.br
👍 facebook.com/clientefc

TRAGA A SUA CONTA PRA JOGAR COM A GENTE.

Flexibilidade em comunicação

Maurício Washington, da Cliente FC, acredita que mais agilidade e menos burocracia fazem a diferença na sua agência.



O **Publicitário Maurício Washington**, diretor da agência Cliente FC, notifica que por lá não tem problema insolúvel e campanha impossível. Criatividade e inteligência andam de mãos dadas em seu grupo, que é seletivo e unido em uma só sintonia. Ele enfatiza: “A Cliente FC tem esse nome porque aqui vestimos a camisa do cliente”.

Mesmo sendo uma agência ainda tão jovem, o diretor está no mercado há mais de 20 anos e sua história é longa. Ele conta que sua carreira e seus trabalhos sempre estiveram voltados para criação e coordenação da equipe internamente, mas com o tempo, o mercado foi se modificando e abrindo um espaço para ele de proximidade com o cliente, que anteriormente não existia. “Era comum o cliente conversar com o atendimento, passar suas expectativas e desejos. Quando chegava à parte interna, passávamos para uma reunião onde começava meu trabalho: o contato recebia minha criação e retornava no cliente. Mas depois de um tempo, isso mudou. O cliente queria conversar comigo”, completa Maurício. Foi nesse momento que ele percebeu que uma parceria feliz até então, com sua sócia, começava a abrir um espaço para que os dois profissionais crescessem ainda mais, porém sozinhos. Naquela época, ela fazia os contatos e cuidava dos clientes, enquanto a criação e o administrativo ficavam com ele. Como Maurício já vinha cuidando de algumas contas sozinho, chegaram a um acordo e partiram para novos caminhos. Grande parte da equipe ficou na Cliente FC, o que lhe garante bastante tranquilidade, porque além de uma equipe já afinada, ainda conta com duas pessoas muito importantes: o Diego, que é seu braço direito, e sua esposa, que, segundo ele, é sua metade.

“Na propaganda, você tem que ser criativo da forma mais simples possível.”

Maurício Washington.

ELEMIDIA NÃO PARA DE CRESCER

Acompanhando o desenvolvimento econômico de nossa região e sempre apostando na inovação, a Elemidia continua expandindo suas operações no litoral de SP. Cada vez mais, está presente nos diversos momentos dos consumidores em seu dia a dia.

Com a inauguração do canal Supermercados em 2012 - ao celebrar um contrato nacional com o grupo Pão de Açúcar -, a Elemidia consolidou-se como um veículo de grande penetração no mercado. Neste ambiente, a mídia estabelece uma comunicação moderna e direta com todas as gerações da família. Pais, avós, filhos e netos são impactados diretamente pelo canal, revelando uma grande oportunidade para marcas de diversos segmentos, que agora podem falar ao mesmo tempo com todos os públicos envolvidos na compra: decisores, influenciadores e compradores finais.

A proposta deu tanto resultado aos anunciantes, que a empresa decidiu ampliar a atuação para as principais bandeiras locais, como a Casa Santa Marta e os Empórios Vila Borghese.

Outro ambiente extremamente consolidado - e que dá nome à Elemidia - são os elevadores de edifícios comerciais, que continuam sendo foco de grande expansão. Com alto índice de atenção às mensagens (94% segundo pesquisa Datafolha), o canal é perfeito para construir marcas sólidas e presentes em primeiro lugar na mente dos consumidores.

A Elemidia já está presente nos novos e imponentes edifícios comerciais da região, como o Helbor Offices Vila Rica e o Unique Offices, ambos na cidade de Santos.

Por sua vez, o canal Shopping Center foi um marco na mídia digital *Out of Home* do litoral. Ao celebrar uma parceria com a Elemidia, o Miramar Shopping foi o primeiro da cidade a contar com a mídia digital, trazendo 800 mil novos espectadores à rede.

Notícias em tempo real e publicidade de grandes marcas atraem a atenção dos compradores no momento em que estão mais dispostos a consumir.

Afinal, segundo o POPAI (Point of Purchase Advertising International), 76% dos consumidores brasileiros decidem qual marca comprar somente quando estão dentro do ponto de venda. Além disso, chegam a comprar 125% a mais do que o planejado. Um tiro certo para campanhas com foco em resultados.

Os monitores do shopping estão posicionados em locais de audiência espontânea, como o interior e espera dos elevadores, praça de alimentação e também no hall central do piso térreo através do grande formato *Video Wall*: o único na região composto por monitores profissionais sem borda.



Quando pensamos em Santos, imediatamente lembramos do lazer e qualidade de vida. Nos momentos de descontração - quando estão longe de sua rotina atribulada - os consumidores são mais receptivos às ofertas de produtos e serviços. Por isso a Elemidia marca presença em importantes Academias e Clubes da cidade, como é o caso da Estilo do Corpo, XV Academia e do Clube do Ingleses.

As universidades também compõem um canal de grande sucesso. Ávidos por informações e pelo consumo, os universitários atualmente constituem uma importante parcela da população economicamente ativa no país. Isso sem falar nos estudantes de pós-graduação, que muitas vezes exercem altos cargos em suas empresas. Por isso a Elemidia está presente nas principais instituições de ensino da Baixada Santista, como a Esags, Strong FGV, Esamc e Unisanta.

Por fim, como não lembrar o potencial turístico de nossa região, que recebe anualmente milhões de visitantes a lazer e

negócios? É natural que as pessoas consumam muito mais quando estão viajando do que no dia a dia comum. Pensando nisso a Elemidia amplia também sua atuação para dentro dos principais hotéis da cidade, como os Mendes Hotéis, Mercure (*Accor Hospitality*) e Balneário Hotel.

Durante a temporada de navios - de novembro a abril - o foco no turismo é ampliado com a operação de mídia digital no Concais (*Terminal Marítimo de Passageiros Giusfredo Santini*), que recebe mais de 1 milhão de passageiros com grande potencial de consumo.

E foi assim, saindo da casa dos consumidores e estando presente ao longo de todo o seu dia, que a Elemidia tornou-se um dos mais importantes veículos de comunicação de massa da região.

São mais de 20 milhões de pessoas diferentes impactadas em todo Brasil e mais de 2,5 milhões nas principais cidades do litoral de São Paulo: Santos, São Vicente, Guarujá, Bertioga, Riviera e São Sebastião

LIFE_sabores





Dos egípcios aos *italianos*

De sabor e aroma inconfundível, a pizza se popularizou na Itália e foi conquistando seu espaço em todo o mundo. Seja ela redonda ou quadrada, doce ou salgada, ela sempre será uma iguaria irresistível a todos

Margherita, calabresa, portuguesa, pepperoni, muçarela ou toscana. Com certeza você já ouviu falar desses sabores e garanto que um alimento passa na sua cabeça enquanto sua boca enche d'água... A pizza, essa iguaria culinária de grande prestígio no Brasil e no mundo! Poucos são os alimentos que agradam a quase todo paladar, justamente por oferecer uma extensa variação de sabor e formas de preparo; por isso, fica difícil alguém resistir a um bom e quente pedaço de pizza.

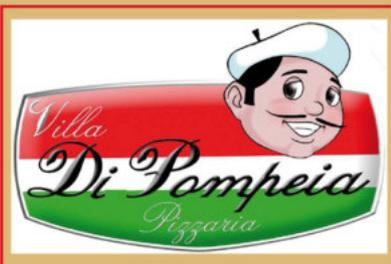
Compõe a forma básica de feitura o disco de massa fermentada de farinha de trigo, coberto com molho de tomate e com ingredientes variados (normalmente algum tipo de queijo, carnes preparadas ou defumadas e ervas), e tudo assado em forno. Porém, com a evolução e o avanço da gastronomia, a iguaria ganhou novas ideologias de preparo. Já existem pizzas quadradas, de menor formato, a famosa "mini pizza". E quanto aos Sabores? Da tradicional muçarela ao chocolate, doce de leite e inclusive sabores exóticos, como frango assado com fritas.

Esquisitices à parte, ela é conhecida por ser um alimento "tipicamente" italiano. Mas talvez a palavra "tradicionalmente" qualifique melhor sua ligação com a Itália, já que a história mostra que sua origem não vem desse país. Segundo alguns pesquisadores, existem indícios de que os egípcios foram os primeiros a misturar farinha com água, criando com esse preparo algo muito semelhante a uma pizza. Algumas teorias, de grau de aceitação menor, no entanto, apontam também para os gregos. Mas o fato é que a pizza ganhou força maior quando chegou à Itália.

*Uma paixão
a cada mordida*



A pizzaria Di Pompeia oferece a melhor opção em pizza. Massas crocantes e saborosas podem ser conferidas no local ou por meio do disk. Tudo com o melhor



Rua Euclides da Cunha, 187 e 212
Tel.: 3225-6000 | 3323-3373



A princípio, era um alimento de pessoas humildes no sul do país. Após alguns anos, surgiu o termo *picea*, que significava um disco de massa assada com ingredientes baratos por cima, onde era vendida por ambulantes para saciar a fome.

Mas ninguém esperava que sua receita fosse ganhar fama e começasse a percorrer o mundo. Antes de sair da Itália, surgiu a primeira pizzaria, a Port'Alba, em Nápole, o que a fez ficar conhecida como "cidade berço da pizza". A partir desse fato, ela se espalhou por todo território italiano e ganhou o mundo, inclusive o Brasil. Ela desembarcou aqui por meio dos imigrantes italianos, afamando o bairro paulista do Brás, onde se concentrou grande parte deles na cidade de São Paulo. Até 1950 este prato se restringia mais aos círculos italianos, mas a partir deste momento ela se disseminou por todo o país. Adotamos a pizza e a tornamos um elemento cultural brasileiro.



Para se ter uma ideia da força da pizza na nossa cultura, todo dia 10 de julho, desde 1985, é comemorado o dia da pizza. É evidente que não é um feriado, mas é lembrado como um e celebrado por todos os amantes da boa culinária "Italiana". Independente de sua origem, o mundo inteiro é eternamente grato pelos seus inventores, sejam eles egípcios, gregos ou italianos. Nessas horas, deixamos as etnias de lado, pegamos o cardápio e escolhemos a mais saborosa pizza. Seja na mesa da pizzaria ou no conforto da nossa casa, ela estará com o sabor de sempre, de dar água na boca. *Mangia che ti fa bene!*



A massa é fresca e artesanal e o sabor é sem igual.



Foto: Henrique Ogata

oceanianet.com.br



Tel.: 3284.5999 / 3284.5100 | www.cantinaliliana.com.br

Shopping Praiamar | Shopping Pátio Iporanga

LIFE_tour tips



um roteiro de cafés pelo mundo até chegar por aqui, em Santos

Falar sobre café é fácil porque os adeptos são muitos e ao mesmo tempo difícil porque relatos sobre ele não faltam. Uma bebida que combina com bolos e biscoitos, além de ser o *gran finale* de uma boa refeição. Na

França, por exemplo, você pode escolher entre a sobremesa e o café gourmet, que vêm acompanhado de diversos docinhos. Escolhemos alguns lugares pelo mundo imperdíveis para se tomar um bom café.



Hotel Central & Café - Dinamarca

Um café com apenas cinco cadeiras pode lhe parecer pequeno, contudo o mais inusitado é que se trata de um café em um hotel que possui apenas um quarto! Sem dúvida, é o mais curioso da Dinamarca.



La Distributrice – Canadá

Com título de menor cafeteria da América do Norte, o La Distributrice serve apenas cafés para viagem. Diferente das cafeterias dinamarquesas, lá você não encontra sequer uma cadeira, mas o café é ótimo.

The Grounds of Alexandria - Austrália

Este não é apenas um ambiente bonito e aconchegante, seus cafés são de fato especiais. Os cuidados são tantos, que há uma sala para pesquisa e testes de grãos, que vêm de varios países como a Colômbia, Etiópia e Brasil. Vegetais e ervas são cultivadas no terraço e são utilizadas na composição de pratos da própria cafeteria que já foi uma fábrica de tortas.





PELO BEM DA ETIQUETA,
É EXPRESSAMENTE PROIBIDO FICAR BABANDO.



CLIENTEC.



AV. ANA COSTA, 512
GONZAGA - SANTOS/SP
TEL.: (13) 3284.8940

WWW.AOCHOPPDOGONZAGA.COM.BR



Falando em política, ele garante que o mercado retraiu muito mais por medo que por problemas de fato, e acredita que os rumores o movem para cima ou para baixo, mas após as eleições voltaremos à realidade de consumo para as festas. Seu otimismo não para por aí: ele planeja expandir e pretende subir a serra. Claro que isso será de forma planejada e com todos os cuidados necessários para que o sucesso aconteça.

Ao falar sobre ícones da publicidade, ele é enfático e cita dois nomes que são absolutamente complementares. De um lado, Roberto Justus, administrativo, polido, político, impecável em etiqueta e postura. Do outro lado, Washington Olivetto, criativo responsável por diversas campanhas que ainda ganham o mundo, despreocupado com a opinião alheia sobre a sua personalidade, firme em suas colocações e sempre presente em debates, assim como Justus, não se abate e nem recua. Esses homens decididos e de opinião forte são referência para Maurício, que citou outros mais, contudo, para ele, são estas características de Roberto e Washington que fazem a diferença em um grande líder.

Quando o assunto é sobre as mídias disponíveis no mercado, como já era esperado, o publicitário acredita que as mídias sociais hoje levam uma grande vantagem em relação às demais, visto que o cliente pode quantificar o retorno, mas salienta que existem todos os tipos de cliente e que é importante ouvi-lo, estar próximo a ele e atender todas as suas expectativas. Ele ainda vai mais longe: “Se o cliente quiser participar do projeto, não há problemas. Esta é a flexibilidade que ele pode encontrar em nossa agência”. E adverte: “Criatividade, planejamento e qualidade no atendimento, não é diferencial, é obrigação”.



Para o sucesso
de seus negócios

Public



CONSULTORIA EMPRESARIAL

CONSULTORIA CONTÁBIL

CONSULTORIA IMOBILIÁRIA

CORRESPONDENTE CAIXA AQUI

NOSSOS VALORES:

- > SEGUIR OS PRINCÍPIOS DA ÉTICA, DA TRANSPARÊNCIA E DA EFICIÊNCIA GERENCIAL;
- > INTERAGIR PERMANENTEMENTE COM O CLIENTE, ENTENDENDO SUAS NECESSIDADES, CONQUISTANDO SEU RESPEITO, SATISFAÇÃO E CONFIANÇA;
- > PAUTAR-SE SEMPRE DE MANEIRA ÍNTEGRA E COERENTE COM OS VALORES E PRINCÍPIOS CORPORATIVOS.

NG
CONSULTORES

Av. Ana Costa, 59 • sala 21
Santos • São Paulo

☎ (13) 3025.8240 • 3301.0220
www.ngconsultores.com.br

O “legado” da Copa

Na última edição da revista, especial de Copa do Mundo, falamos sobre os potenciais efeitos benéficos da Copa para a Região Metropolitana da Baixada Santista. Nesse comentário, analisamos o que realmente ocorreu e o que ficou como “legado”. No aspecto “futebolístico”, a imprensa mundial referiu-se inúmeras vezes como “a Copa das Copas”, os jogos foram impressionantes, alta média de gols, incluindo um 7 X 1 da seleção Alemã em cima dos anfitriões.



por: Rogério Nahas Grijó

Advogado Pós-Graduado pela FGV, Mestre em Administração de Empresas e contabilista.

No campo do turismo, de fato o País foi “invadido” por turistas, sejamos francos, de um nível econômico e potencial para gastos bem inferior aos esperados pelo Governo.

Dito tudo isso, no fim, o que ficou de “legado”? Com certeza, a palavra mais pronunciada no primeiro semestre pelos membros do Governo. Estádios? Sim... Obras de mobilidade urbana? Sim... algumas pela metade, outras no papel... poucas concluídas. Na verdade, bem na verdade mesmo, o que ficou de legado da Copa para os brasileiros, foi ... a “conta” ... sim, sim! A “conta”. Todo mundo sabe que depois da festa, vem a conta. Mas não se preocupe, o Governo não vai aumentar

impostos para pagar a conta da copa! Nossos espetaculares Governantes, tiveram uma brilhante ideia: reforçar o caixa do Governo, reabrindo o prazo de adesão do “Refis da Crise” e lançar o “Refis da Copa”.

O “Refis da Crise”, foi lançado originalmente em 2009, abriu a possibilidade para as empresas parcelarem todos os débitos de impostos com competência até novembro de 2008. Reaberto agora, findou o prazo para adesão em 31 de julho de 2014.

Já o “Refis da Copa”, abriu a possibilidade de parcelamento de débitos tributários da competência dezembro de 2008 até dezembro de 2013, finda o prazo para adesão em 25 de agosto de 2014.

Para quem se interessar, pelo “Refis da Copa”, poderão ser pagas ou parceladas as dívidas vencidas, de pessoas físicas ou jurídicas, inscritas ou não em dívida ativa. Para dívidas até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), deve ser realizada a antecipação de 5% (cinco por cento) do valor total do débito, em 5 (cinco) parcelas sucessivas. O saldo poderá ser parcelado em 30 (trinta), 60 (sessenta), 120 (cento e vinte) ou 180 (cento e oitenta) prestações.

Para finalizar o assunto, na minha opinião o “maior legado” da Copa foi a “conta” e aproveitando o tema dessa edição da revista, que é a edição de aniversário, o presente do Governo para nós foi o “Refis da Copa”.

IRRESISTÍVEL.

Direta. Dinâmica.

Relevante. Inteligente.

Mas pode chamar de Elemedia.

A Elemedia está a cada dia mais irresistível. Além de soluções comerciais *taylor made* temos uma rede de canais com abrangência nacional - chegamos até o seu cliente nos edifícios, supermercados, shopping centers, academias, universidades, hotéis, onde ele estiver. Temos também o melhor conteúdo, com mais de 60 marcas entre os principais produtores de informação do país - o que faz do nosso nome o sinônimo do segmento de mídia exterior digital. Estamos conectados a 20 milhões de pessoas por semana e nossos índices de atenção são imbatíveis. Conquiste seu *target* com o jeito Elemedia. Você vai entender o que é ser irresistível.

65%

das pessoas se sentem estimuladas a buscar mais informações sobre os produtos anunciados ¹

74%

tiveram contato com a marca anunciada apenas pela Elemedia ²

79%

dos entrevistados afirmam que a Elemedia traz informações úteis ¹

87%

são decisores ou influenciadores de compra ³

94%

de índice de atenção nos elevadores com Elemedia ⁴

¹ - Fonte: PiniOn e Pesquisa & Inteligência de Mercado Abril - 2014.

² - Pesquisa Recall anunciantes Elemedia / Pesquisa & Inteligência de Mercado Abril e K&V - 2013, Programas de Fidelidade.

³ - Fonte: Pesquisa Recall anunciantes Elemedia / Pesquisa & Inteligência de Mercado Abril e K&V - 2013, Automóveis.

⁴ - Fonte: Datafolha - 2011.

LIFE_tour tips

Hard Rock Café – Inglaterra

Tão autêntico agora como quando foi fundado em 1971, este Hard Rock (em Londres) foi o primeiro e tornou-se um clássico instantâneo. Ainda hoje, é famoso como sempre foi. Você pode saborear refeições e conhecer a extensa coleção de peças de rock. Ou escolha uma banqueta no bar e curta o ambiente.



Café de la Paix– França

Inaugurado 1862, o café de Paris nasceu para atender o Grand-Hôtel de la Paix, que mais tarde passou a ser chamado Gran-Hotel. Durante a Belle Époque passaram por lá ninguém menos que **Sergei Diaghilev**, **o Príncipe de Gales** e **Edward VII**, o futuro rei da Inglaterra. Mas você não precisa fazer parte da realeza para tomar um *brunch* por lá ou um café no terraço em frente a Opera Garnier's.

Le deux Magots – França

Este é outro café literário super famoso que merece uma visita. **Sartre**, **Picasso**, **Simone de Beauvoir** eram assíduos frequentadores. Peça café e espere o tempo passar, afinal você está em Paris.



Balzac's – Canadá

O café com estilo parisiense, outrora foi uma fábrica. Os proprietários foram cuidadosos, das mesas ao lustre tudo lá vai remeter você a Paris, mesmo estando em Toronto.



...desembarcando em Santos

Beber café em cafeterias é um hábito que entrou definitivamente na vida dos mais jovens. É cada vez mais comum adolescentes, universitários, enfim, povoando as cafeterias da cidade. E esse costume promete ser ainda mais forte agora que a rede de café gourmet Starbucks decidiu desembarcar na cidade, no Praiamar Shopping.

Não só no Brasil, mas no mundo todo, a rede tem entre os jovens adultos, aqueles que estão na faixa de 18 a 24 anos, uma parcela significativa de clientes (são quase 40% do total de vendas). Isso é assim, pois o espaço sempre procurou cultivar sua imagem "cool", oferecendo ambientes atraentes para universitários e jovens executivos se reunirem com amigos para bate-papos, estudos, ou para conhecerem pessoas.

Mas além disso, cafés, capuccinos, lattes, frapuccinos (frapês à base de

café), cafés gelados, chocolates quentes e gelados, são algumas das delícias que são oferecidas pela rede em Santos. Acostumados com os serviços da Starbucks em São Paulo, os santistas também vibram com os muffins, os cookies, o pão de queijo e os sanduíches leves disponíveis agora na cidade.

Para os moradores do Gonzaga, também há opção para tomar café em espaços mais "cool". Outra rede que também faz sucesso na cidade é o Franz Café. Aberta ano passado na Rua Alexandre Herculano, na parte de baixo de um prédio comercial, o local oferece um cardápio variado, que vai das sopas e bebidas quentes para os dias frios, até os cafés gelados, refeições leves para os dias de calor intenso, como smoothies, milkshakes e sobremesas com sorvete e saladas.

Seja para se reunir, tomar um café ou aproveitar as várias delícias comestíveis, as duas cafeterias cativam porque são excelentes opções para unir o que por muitas vezes é útil (café) com o agradável (conversar).

Faça a escalação do seu prato,
aproveite o sabor campeão da nossa cidade
e desfrute uma arquibancada com vista para o mar.



Venha visitar o restaurante que há 25 anos
é tradição na gastronomia da cidade,
um local tão charmoso que até a vista é uma
especialidade da casa.

Espaço amplo, moderno e de frente para o mar
para atender sua família e empresa.

Mar Del Plata
Restaurante

Especializado em Frutos do Mar

Av. Almirante Saldanha da Gama 137 | Ponta da Praia - Santos | SP | Tel.: (13) 3261-4253

www.restaurantemardelplata.com.br

Richard Gere

Diferente da maior parte dos galãs de Hollywood, Richard Gere faz o gênero bonitão enigmático. Sempre com um sorriso comedido e elegância natural, o mesmo segue de um sucesso para o outro desde 1975. Mas foi em 1980, que apareceu em um de seus primeiros filmes de sucesso “A Força do Destino”.

Desde então, não parou mais. Ele sempre atuou com diversas divas do cinema. Contudo, foi em 1990, com Júlia Roberts, que Richard fez um dos maiores sucessos das telonas: “Uma Linda Mulher”. Aliás, o filme elevou a carreira dos dois a outro patamar. Não faltaram sucessos após isso, como: “Infidelidade”, “Dança Comigo?” e “Sempre ao seu Lado”. De gêneros totalmente diferentes, mas com grande apelo emocional.

Filho de fazendeiro, cresceu ao lado de quatro irmãos, em uma fazenda próxima a Nova York. Ganhou uma bolsa como ginasta para estudar Filosofia na Universidade de Massachusetts, onde teve sua primeira apresentação teatral com uma banda de rock. Parecia que o mesmo já estava fadado para alcançar o sucesso.

Falando das divas: Kim Basinger, Uma Thurman, Sharon Stone e Jennifer Lopez foram algumas de suas parceiras de trabalho. Sem falar, é claro, das que fizeram parte de sua vida pessoal. Convertido ao budismo, Richard tem vários projetos ligados a direitos humanos e a causas voltadas para a paz. Entre eles, o ator apóia o Oásis para a Paz, uma cidade criada conjuntamente por judeus e palestinos em território Israelense para provar que é possível uma convivência pacífica entre povos. Mesmo com um cachê anual estimado de US\$ 8 milhões, Richard mostra que é possível ser bem sucedido e aproveitar o prestígio em benefício do próximo.



Dona do status de “A Rainha das Comédias” - por protagonizar inúmeros papéis desse gênero - Julia se tornou uma das atrizes mais bem pagas e já entrou onze vezes na lista das “50 pessoas mais bonitas do mundo”, segundo a revista *People*. Porém, toda essa supremacia não chegou da noite para o dia e nem caiu do céu. Como a maioria das grandes estrelas do cinema, ela sempre viveu rodeada de pessoas que vivam do teatro, já que seus pais sempre se envolviam em peças teatrais.

Apesar do seu sonho na área médica, decidiu investir no mundo da sétima arte, mudando-se para Nova York, onde trabalhou em uma loja de sapatos e em uma sorveteria, até virar modelo em uma agência. Todos esses trabalhos eram para pagar os custos de seus cursos de atuação, porém, não finalizou nenhum deles. Seu primeiro papel no cinema, veio por conta de seu irmão mais velho, Eric Roberts, que convenceu o diretor do filme a incluir Julia no filme “Sangue da Terra”, em 1980.

Nesse período, terminou seu noivado com o ator Kiefer Sutherland, o que baixou sua auto estima e a afastou das telas de cinema por um tempo. Mas, quando o destino está traçado, não existe tempo ruim. Julia retomou os trabalhos no cinema com o premiado “Uma Linda Mulher”.

Mãe de três filhos, Julia Roberts se mostra uma atriz capaz de interpretar diversos personagens, apesar do título de “Rainha das Comédias”, a atriz já mostrou que possui talento para filmes dramáticos. Seja de maquiagem e vestindo as roupas e joias mais caras do mundo ou simplesmente de cabelo solto e sem maquiagem, Julia mantém uma beleza ímpar para seus 46 anos bem vividos. E cá entre nós, que venham muito mais!

Julia Roberts



Alegria na Tristeza...



por: Clara Monforte
-Advogada
-Renomada colunista social
de Santos
www.claramonforte.com.br

Como assim? O tema desta edição é festa? Maravilha... pelo menos para quem “a vida é sempre uma festa”. Costumo dizer que é absolutamente normal existirem dias em que estamos tristes... ninguém foge dessa realidade. Mas, completo: mesmo triste, sou feliz, sou capaz de ter momentos alegres como se participando estivesse de uma grande festa!

Esse é o segredo - ser alegre, mesmo quando se está triste. Como não gostar de festa? Já ouvi de tudo nesse item... Vamos, então, dar uma circulada por aí. Há quem prefira as mais intimistas, com poucas pessoas, sem muita badalação! Um jantar entre amigos, elegante, porém, no máximo, com 30 convidados. Válido, até, para as pessoas mais introvertidas, ou tímidas, que elegem esses ambientes.

Outras, optam pelas banhadas de descontração... ao ar livre, jeans, samba rolando, cheirinho de churrasco no ar, muita caipirinha, chope e jogando conversa fora... Gosto, religião e política não se discutem, mas, quem não gosta? Inviável.



E as comemorações de aniversário? Como têm significado! São a celebração da vida. Fico uma fera quando alguém diz não gostar desse dia. Lamentável! Como não amar o dia do nascimento? Onde está a sensibilidade e, sobretudo, a gratidão por viver? Temos que festejar, sim! Parabéns a você... apagar velinhas... Isso é o máximo!

Pouco a pouco chegam os “agitos”, as baladas com DJs arrebetando, com sons, por vezes, estridentes, pistas lotadas, iluminação fulgurante, cada qual dançando à sua maneira, ninguém é de ninguém na marca do passo e todos na mais absoluta sintonia. Quanta adrenalina... Vai dizer que não vale a pena?

Chegamos, então, aos grandes eventos... casamentos que dão lugar à emoção! Há quem se debulhe em lágrimas ao ouvir da primeira nota musical da marcha nupcial... e, ao toque das cornetas, então... nem se fale! Passada a tensão da cerimônia... tudo é contentamento!

Continuando nos eventos, não há como esquecer os que levam homens aos salões em “black tie”, mulheres com longos, ou mesmo eles em paletó e gravata e elas bem produzidas... Charme, luxo e elegância marcando a noite. Oh, lógico que tudo isso agrada os olhos... o esmero na decoração, na colocação das mesas, a sonoridade da música que salta da orquestra ou a magia de um show... é tudo belo demais!

Maravilha... oferecer participar de tanto regozijo, afinal, “a vida é ou não uma festa?”.

eventos . casamentos . festas

Give a
Party





DO SONHO AO SUCESSO

Alguns sonhos são mais fortes que as censuras e mais rápidos que o senso de planejamento. Eles vêm como uma ideia fixa e impõem novos caminhos. Assim foi com Rosana Gonçalves, do Buffet Um sonho de Criança, quando se apaixonou por uma casa na Ponta da Praia. “Era meu sonho aquela casa. Queria entrar. Fazia questão de passar em frente a ela, seja a pé ou de ônibus”, relembra ela, que ficou na mesma angústia de um apaixonado quando esse está a rondar o objeto de seu desejo. “A casa ficou para vender e eu passava na frente dela todos os dias depois que mudei para a Ponta da Praia. Eu falava para mim: ‘essa casa não será vendida’”, conta. Naquela época, esse desejo era tão arrebatador que ela não tinha nem condição de abrir um negócio lá e nem sabia o que faria com a casa! Evidentemente, também, mal imaginava que surgiria dali um espaço que, hoje, é uma das maiores referências em festas na Baixada Santista.

Mas como todo sucesso surge de um grande sonho — esse que até deu nome ao Buffet —, parecia que as coisas conspiravam a favor de Rosana. Um dia, ela passou no local e não viu mais a placa de “vende-se”. “Pergunta se eu dormi? Ficava pensando o que tinha acontecido com a casa”, relembra. Um dia, ela simplesmente decidiu falar com o corretor. “Comecei a falar que eu queria entrar na casa. Ele ficou desconfiado, porque era uma conversa de doido mesmo. Mas não tinha um porque, era só o sonho de entrar mesmo. Eu quando quero uma coisa, eu quero. Infernizo, corro atrás.” Rosana conta que ligava pra ele até seis vezes por dia e chegou a decorar o telefone dele na época. “Até que um dia ele deixou: tinha a chave do portão e me perguntou se estava tudo bem se eu entrasse ali e olhasse pelo vidro. E a casa não tinha sido vendida. O que aconteceu é que a placa enferrujou e acabou caindo”. Reconfortada com a resposta, Rosana perguntou se o corretor não alugaria a casa e, mesmo diante da primeira negativa, e depois de muita insistência, conseguiu que o corretor ligasse para os proprietários—mas eles não quiseram alugar. No entanto, isso não foi motivo para desistir: “Continuei a infernizar até que marcaram uma reunião. Aí ele me perguntou o que eu queria fazer e eu respondi que queria fazer um comércio de criança. Mas até então eu nem sabia exatamente o que eu queria fazer.”

Ao entrar na casa pela primeira vez, Rosana se deparou com “um monte de coisa velha, com muita coisa jogada, mas a casa era um encanto”. Insistente, nessa época, ela deu um “salto maior que os seus 1,78m”, como costuma dizer, e mesmo sem dinheiro e com seu comércio de venda de roupas em declínio, alugou a casa. “Liguei pro meu compadre e ouvi um “você é doida”. Liguei pra um amigo meu, que é gerente de banco, e ele me emprestou R\$ 3 mil reais. Meus amigos ajudaram a pintar a casa, arrumaram o telhado... lembro que eu fui a uma loja, comprei um papel de parede que eu mesma coloquei e fui arrumando a casa aos poucos.” Então, Rosana pegou uma faixa e colocou: ‘em breve, Buffet infantil’. Faltava o nome, até que, ouvindo uma música do Lulu Santos que dizia “...como um sonho de criança”, não hesitou ao perceber a similaridade disso com a sua vida. “É isso, um sonho de criança: desde jovem eu via essa casa e queria algo nela. Aí aconteceu tudo isso, sofri, fiquei feliz e minha vida ficou maravilhosa a partir disso.”



Hoje atendendo a todo tipo de público, desde as famílias mais tradicionais a todos que desejam fazer uma boa festa, o buffet, sempre bem localizado, começou a despertar interesse desde o início. Rosana se lembra da primeira festa. Sem mobiliário, o acordo foi que a dona da festa alugasse tudo e Rosana entraria com o serviço de buffet. “Estava tão nervosa que quando a pessoa pegava o garfo pra dar a primeira garfada me dava vontade de sair correndo”, relembra. Depois dessa, saíram mais quatro festas em sequência e agora faz 19 anos que ela está no ramo.”E nunca ia imaginar que ia ter muitas conquistas.”

E uma dessas conquistas é ter a filha, Bruna, por perto. As duas tem o mesmo estilo, se complementam. “Sinto orgulho. Ela está mais do que pronta”, elogia a mãe. E a filha retribui: “Acho que a melhor lição que a vida podia me dar foi ter trabalhado desde o começo com a minha mãe. Porque eu vi tudo o que ela passou, todas as alegrias, todas as tristezas, todas as adrenalinas, tudo eu participei com ela. Então eu era uma criança, mas eu me sentia uma empresária”.

Parceria de Sucesso

As duas unem, cada uma com seu talento (a mãe na gastronomia e a filha na decoração), o útil ao agradável, sempre liderando a equipe de colaboradores com o máximo de respeito e exigindo comprometimento no trabalho.

Mas a receita do sucesso, além da união do talento das duas, é a preocupação com os detalhes. “Por exemplo, as compras para a alimentação é toda feita por mim. Eu me preocupo em buscar tudo pessoalmente”, explica Rosana. “Eu não aceito erros, por mais que eles aconteçam. Por exemplo, começa o seu evento, eu chego e pergunto se você gostou. Se gostou, peça mais. Se não gostou, fale, porque eu vou resolver na hora. Então o nome disso é comprometimento”, completa.

E a preocupação é ampliada para os outros serviços no evento. Rosana explica: “Você fecha contrato comigo e eu quero saber se você tem fotógrafo, filmagem e tudo que você precisa. Se falar que não tem, eu passo uma relação pra você conhecer. São opções de todos os segmentos. O cliente escolhe, porém, tem aquele cliente que não tem tempo para nada. Você pode chegar para mim e falar: ‘olha, eu não tenho tempo, não moro em Santos...’, não é problema, a gente vê tudo para o cliente: contrata o DJ, o fotógrafo e ela só vai pagar direto pra eles”.

Hoje administrando as duas casas (Viva um Sonho Lounge e Viva um Sonho Buffet), Rosana se diz realizada com as conquistas comerciais e se sente ainda mais satisfeita ao ver o reconhecimento das pessoas da cidade ao apertarem sua mão. É a concretização de um sonho profissional que para ela foi fortíssimo desde o início. E que, agora, abre espaço para novos anseios: “Quero colocar muita noiva, colocar muita festa de confraternização, quero o Viva um Sonho bombando, quero ver minha filha casada e feliz e quero dançar!”, finaliza.

Ela Decora

Quando você pensa em uma festa em um Buffet, geralmente imagina que um local bonito, brincedos e uma boa comida sejam mais do que suficientes. Mas conversando com a Bruna, do Buffet Viva um Sonho, você percebe que não é bem assim. E é exatamente aí que ela entra.

Você diz o tema ou quais personagens gosta e a partir daí começa uma viagem que só termina no dia da festa. Ela dá o suporte que vai desde o convite até a lembrancinha.

Conversar com ela sobre decoração faz você se sentir um pouco criança: as ideias fluem sem nenhuma dificuldade. Bruna parece ter sido fadada à criação e à decoração. Seus olhos mudam e percebe-se que ela começa sonhar junto com você, o que certamente fará toda diferença para que sua festa fique perfeita.

Em nossa conversa, quis saber se não é comum sonhar mais alto do que cabe no bolso de quem sonha, até porque estamos falando da festa de alguém que amamos e por isso nada é demais. Mas ela garante que, é possível adequar qualquer decoração a qualquer bolso. Se faz necessário analisar o grau de importância de algumas coisas: “Às vezes, a cliente quer um detalhe em uma lembrancinha que vai encarecer muito e nem vai ser observada. Aí sugerimos que seja trocada por outro item na decoração de maior importância.”, comenta Bruna.

Então, entre um tomar forma e realizar

Aliás, disto ela não prazer é olhar para as satisfação no rosto superado todas as preço.”, finaliza Bruna.



detalhe e outro, a festa começa sonhos.

abre mão. E afirma: “Meu maior clientes e observar o sorriso de delas e o agradecimento por ter expectativas. Para mim, isso não tem





viva um sonho
BUFFET

Public Média



*Venha viver um sonho!
A cada festa, uma decoração personalizada.*

Tel.13 3227.2641 | Av. dos Bancários, 32 - Ponta da Praia | www.vivaumsonhobuffet.com.br



à inglesa ou à francesa ?

Se você pretende fazer uma festa de grande porte, saiba que ela pode acontecer com ou sem coquetel e o serviço pode ter vários formatos. À francesa, à inglesa, em prato ou americano, não importa, o que realmente interessa é a estrutura oferecida. Por isso, fomos falar com o empresário Daniel Mendes para saber como funciona o serviço de seu hotel, que vem atuando na região com festas impecáveis.

Quantos funcionários se fazem necessários para um jantar em prato para 100 pessoas?

Os eventos realizados no Mendes Plaza Hotel envolvem profissionais dos mais diversos setores, desde o executivo da área comercial que trabalha antes do evento ser propriamente fechado, até o serviço de café e equipe de limpeza no final do evento. Podemos dizer que para um jantar em prato, para 100 pessoas, é preciso em torno de 20 colaboradores, entre pessoal dos setores de eventos, operação e cozinha. Isso falando da estrutura interna do hotel. Se formos pensar em decoração, equipamentos de audiovisuais e outros serviços, esse número cresce de acordo com a demanda que cada evento exige.

Quais os funcionários fundamentais para o processo ser funcional e impecável?

Trabalhar com eventos é trabalhar com a realização do sonho das pessoas. Temos o cuidado e o prazer de pensar em cada detalhe, a fim de deixá-lo o mais próximo possível da expectativa do cliente. Então, todos os profissionais envolvidos são primordiais para o sucesso do evento. Sem a dedicação de um colaborador que seja o trabalho fica incompleto. O mais importante é que todos entendam a responsabilidade na realização de suas funções, e se superem sempre.

Existem vários tipos de jantares a francesa, inglesa, em prato e americano. Imagino que o em prato necessite de mais funcionários, isso é verdade? Quantos mais são necessários?

Com certeza, todo estilo de serviço possui suas particularidades. O que demanda mais trabalho é o em prato sim, pois nesse tipo de serviço cada pessoa é servida individualmente, o que exige mais dos colaboradores da cozinha e do salão. Para prever quantos mais são necessários, tudo vai depender do menu escolhido pelo cliente. Mas a média do salão, é de 1 garçom para cada 10 convidados.

O ENCANTO ESTÁ NOS DETALHES.

SALÃO DE FESTAS
GASTRONOMIA E BUFFET
NÚPCIAS | PACOTE ROMANCE
HOSPEDAGEM PARA CONVIDADOS


MENDES PLAZA
Hotel

Um sorriso esperando por você

TELEFONE: (13) 3208-6400

AV. MARECHAL FLORIANO PEIXOTO, 42 - SANTOS/SP

www.mendesplaza.com.br



propaganda ilimitada

Um menu bem elaborado pode facilitar o trabalho dos profissionais do salão?

Um menu bem definido e elaborado com certeza facilita o trabalho da organização do evento. Quanto mais detalhes o cliente der - sobre o que ele gosta e o que não lhe agrada - as chances de acontecerem erros durante a operação diminuem, e a satisfação e o sucesso da festa aumentam consideravelmente.

O Mendes Plaza Hotel faz festas desde um coquetel de pessoas até uma festa de pessoas?

Atualmente recebemos festas sociais de pequeno, médio e grande porte. Realizamos coquetéis e jantares privativos com no mínimo 30 convidados e até 450 convidados que é a capacidade do nosso Salão Diamante.

Quanto tempo antes se faz necessário uma reserva como esta?

O tempo ideal, para que tudo seja orquestrado da melhor forma possível, seria um mês, entre o contato com o nosso setor de Eventos, até a realização do evento. Mas a estrutura que dispomos hoje, tanto de espaço quanto de colaboradores, o hotel consegue preparar uma festa em 3 dias.

Qual a melhor festa para se fazer dentro de uma estrutura como a de vocês?

Falando em eventos sociais, o Mendes Plaza possui o espaço perfeito para qualquer tipo de festa. Salões como o Complexo Diamante e Le Coq D'Or são ótimas opções para casamentos, formaturas e confraternizações em geral, tanto em versões intimistas quanto grandiosas. A Gastronomia prima pela escolha de ingredientes de qualidade e na bela apresentação dos pratos, com opções de cardápio nos serviços de Buffet ou Empratado.>>>





TEODORA

Locação de Artigos para Festas



Rua Prudente de Moraes, 115 - Vila Mathias - Santos/SP
Telefone: (13) 3221 4216

www.teodora.com.br

>>> Na realização de casamentos, além das opções de salões para a cerimônia e a festa, o hotel oferece ainda opções para a noite de núpcias e hospedagem de convidados.

Como se faz a organização de um jantar que começa em um coquetel e é seguido com entrada (muitas vezes com duas opções), prato principal e sobremesa. Depois mes ade café e doces ?

Esse formato é uma mescla do empratado com o coquetel. Iniciamos com 1 hora de coquetel, para que os convidados se reúnam e aguardem a chegada dos demais. Normalmente essa etapa acontece em outro ambiente, para que somente com a chegada de todos, ou da maioria dos convidados, eles possam ser convidados a adentrar o salão e se sentarem às mesas. Passada essa etapa, as bebidas e a entrada são servidas. Depois vem dois pratos quentes, de acordo com o menu escolhido, e a sobremesa. A mesa de doces e café é montada no hall de saída do salão, para que os convidados se despeçam com tranquilidade até o término do evento.

Essa demanda é organizada pelo Maitre que rege o grupo como um maestro ou o grupo é liderado por mais que um profissional ?

No salão, a organização fica por conta do maitre. Na cozinha, o chef é que lidera a operação. E a organização do evento como um todo fica por conta do Gerente de Alimentos e Bebidas e o Coordenador de Eventos do hotel.



FAÇA BRILHAR SEUS MOMENTOS



CRATON

Av. Afonso Pena, 314 sl. 11
Embaré | Santos
☎ 13. 3877-4467
contato@brennosomeluz.com.br
www.brennosomeluz.com.br
f facebook.com/brennosomeluz

brenno
som e luz



por: José Marcio Barbosa L.do Amaral
CRO-SP 35078

- * Mestre em Implantodontia USC Bauru/SP
 - * Coordenador dos Cursos de Pós-Graduação em Implantodontia UNIMES Santos
 - * Coordenador do Diplomado Superior em Implantologia Universidad - Ecuador
 - * Coordenador do Diplomado Superior em Implantologia Universidad - Colômbia
 - * Consultor Científico da Empresa Conexão
- telefone: (13) 3322-4211 / 99166-9022

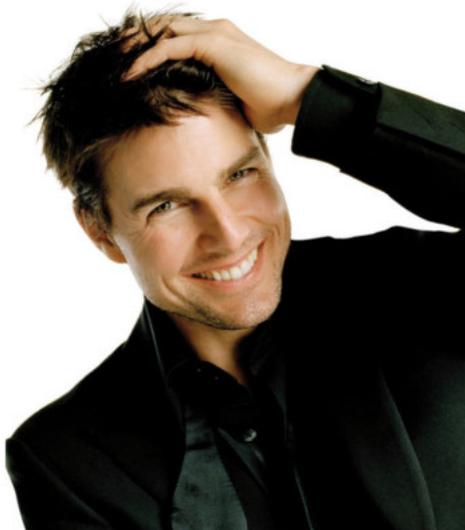
Desvendando o segredo do sorriso das estrelas

O apelo estético está cada vez mais em evidência. Atualmente, as pesquisas apontam que a característica mais marcante é justamente o sorriso e este não poderia ficar de fora deste contexto.

É notória e referencial a perfeição dos sorrisos das estrelas. Exemplos disso não faltam, como o hollywoodiano Tom Cruise e os brasileiros Reynaldo Gianechini e Regina Duarte, que, no caso específico, rejuvenesceu muito com o novo design do seu sorriso. O segredo dessas “obras de arte” são as facetas, espécie de lentes de contato para os dentes.

Para chegar a estes resultados, hoje em dia, muito mais acessíveis, utilizamos várias ferramentas tecnológicas, desde a computação gráfica, passando pelo scanner, até a impressão em 3D, associando conceitos estéticos e arquitetônicos aliados ao conhecimento científico. Com base na reação dos clientes, podemos afirmar que a recompensa é bem positiva, graças à influência na auto-estima e na confiança adquirida, por saberem o que o cartão de visitas representado por um sorriso perfeito pode transmitir. Isto, no máximo, em quatro sessões. As facetas ainda apresentam muitas vantagens na aplicação, pois configuram procedimento muito pouco invasivo (desgaste bem menor), são resistentes, além de melhorar a cor e a forma dos dentes sem ocasionar qualquer tipo de incômodo.

É importante ressaltar que todos estes benefícios, disponíveis nas principais clínicas dos Estados Unidos e Europa, já são praticados em Santos pelos profissionais de nosso instituto e difundidos para dentistas do mundo inteiro em intercâmbios realizados no campo universitário. Até o próprio “Dentista das Estrelas”, o americano Marcel Salama, já esteve por aqui para turbinar o sorriso! Uma frase que ilustra muito bem esse novo conceito fecha a questão sobre o tema: “Você não sorri porque é feliz, mas é feliz porque pode sorrir!”.



Sorria por completo.



A clínica mais completa e moderna da Baixada Santista.

Pioneiro em odontologia de alta performance.



Lentes de contato odontológicas. O sorriso das estrelas.

Responsável Técnico: Dr. José Marcio B. L. do Amaral - CRO SP 35078



ISO 9001



Centro de Documentação Radiológica



Scanner de Cor Vita Easyshade



Scanner de Boca Cerec AC



iLab Digital



Cirurgia Zero%



Rua Goiás, 201 . Gonzaga . Santos . SP
www.implantevida.com.br . Tel.: [13] 3322.4211

VERÃO: momento de ousar

por: Marcelo Asse



Com as estações mais alegres do ano, primavera e verão, as mulheres tendem a ter mais coragem para mudanças no visual e as personagens das novelas acabam virando referência. Atrizes como Sophie Charlotte com seu curtíssimo em “O Rebu”, ou a loiraça Isabelle Drummond, a “Maggie” de “Geração Brasil” são as modelos mais preferidas.

São visuais que realmente chamam a atenção, mas não podemos esquecer que quando se muda um visual, temos que se levar em conta o estilo, o formato do rosto, o tipo de cabelo, a idade e até a profissão. Temos que pensar em como essas opções vão favorecer ou atrapalhar o seu dia a dia. Cabelos muito elaborados ou radicais exigem escovas diárias para se manterem arrumados; muito loiros exigem hidratações quase semanais (com a descoloração, os fios tendem a ressecar e perder o brilho e a maciez). Converse sempre com o seu cabeleireiro e não se deixe levar só pelo impulso!

Marcelo Asse atende nos tels:
13 3261-142513/ 99705-1112
Rua Republica do Peru, n° 52



CONGRESSO CIENTÍFICO INTERNACIONAL DE ESTÉTICA É O MAIOR EVENTO DO SETOR

por: Elizabeth Gut

No último mês de julho, aconteceu o Congresso Científico Internacional de Estética em SP. O evento reuniu o maior número de profissionais do setor em um mesmo auditório no mundo. E claro, que eu não poderia ficar de fora.

Muitas foram as novidades: aparelhos, cremes e procedimentos, tudo isso unido a muita informação.

Entre os palestrantes, estiveram por lá doutores e professores da Espanha, Itália, Rússia, Chile e Brasil, esclarecendo aos profissionais as inovações tecnológicas e atualizando nossos conhecimentos em eletroterápicos, cosmetológicos e na expertise e sensibilidade das mãos.

O próximo congresso já tem data para acontecer, fica a dica para quem busca se aprofundar na área.

Elizabeth Gut é esteticista e massoterapeuta:
elizabethgut@hotmail.com
cel. (13) 9.9784-6585



DICAS:

Não fique sem protetor nem nos dias nublados. Confira algumas opções práticas para o dia a dia.



FOTOPROTEÇÃO DIÁRIA

Filtro com tripla proteção ativa: ao DNA celular, aos raios UV e às rugas precoces. É hidratante, não oleoso, não comedogênico, hipoalergênico. Com alto FPS e para todos os tipos de pele.

FILTRO SOLAR LABIAL FPS 30

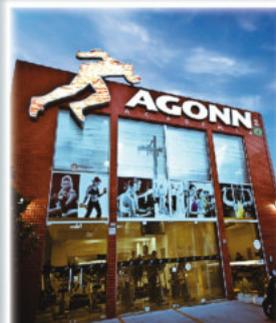
Ação hidratante, que evita o ressecamento dos lábios, é resistente à água, hipoalergênico e sem perfume.



FILTRO SOLAR FPS 50 DUO CAKE 10g
Fotoproteção diária com acabamento de maquiagem para todas as peles.



Unidade 1:
Rua Jorge Tibiriçá, 9
Gonzaga • Santos
Tel.: (13) 3284.1270



Unidade 2:
Av. Bernardino de Campos, 355
Canal 2 • Santos
Tel.: (13) 3385.0355



Unidade 3:
Rua Alexandre Martins, 173
Aparecida • Santos
Tel.: (13) 3307.0853



Unidade 4:
Av. Presidente Wilson, 456
São Vicente
Tel.: (13) 3356.4456



Unidade 5:
Av. Adhemar de Barros, 1585
Tel.: (13) 3329.2856



5 UNIDADES 
Muito mais perto de você!

www.agonnacademia.com.br



Ortoligável é a 1ª clínica a trabalhar exclusivamente com o Sistema Autoligável, este inovador sistema de braquetes proporciona aos pacientes um tratamento ortodôntico mais confortável (menos dor), praticamente sem a necessidade de extração dentária, e os resultados são alcançados com redução no tempo de tratamento e no número de consultas



Dr. Claudio Figueiredo
(CROSP 49549)
Autor de 2 livros do Sistema Autoligável

Tel.: 3222-6543

R. Dr. Tolentino Figueiras, 41
Gonzaga - Santos

História de um tal fio



por: Ronaldo Cosmo
Cabeleireiro
cel. (13)97411-7543

Desde a Grécia antiga, os salões têm revolucionado os cabelos das pessoas. A beleza se impõe através de lisos, cacheados e crespos, complementados pelas cores artificiais que surgiram com o passar dos anos, como na Índia, na China, na Europa e logo na grande América.

Atravessando o tempo entre reis e rainhas, pobres e ricos, homens e mulheres, os fios traduzem emoções e sentimentos, refletindo desde a personalidade individual até as características enraizadas na união dos povos, nas etnias e até mesmo nos credos.



No passado, enquanto os cabelos estiveram associados às concepções de beleza de força, a calvície era relacionada ao conceito de sabedoria. Atualmente, no entanto, as relações com o status social ou a força, conferidas pelos fios, já não se aplicam mais, mas ele continua sendo um importante símbolo de beleza e sedução. Somente nos anos 40, as irmãs Carita inauguraram o primeiro

salão de beleza administrado por mulheres, adentraram um mercado até então dominado pelos homens e mostraram para o que vieram! Na mesma década, em 42, os turbantes começaram a circular. Querem saber por quê? Com a guerra, os bons produtos se tornaram escassos no mercado e o acessório se tornou uma boa alternativa para enfeitar a cabeça das mais vaidosas. Os cachos não muito curtos, em 47, tomaram conta do cenário com ondulações e grampos.

Já na década de 50, com o desenvolvimento das indústrias de cosméticos, surgiram os reflexos e, com isso, os produtos cosméticos começaram a fazer parte do dia a dia das mulheres. Em 52, o Helmet (capacete) usado por Dóris Day era copiado por diversas mulheres, devido a influência que a estrela exercia na moda e no cinema, e as tornou dependentes de seus cabeleiros para reproduzir o visual. No final da mesma década, o chapéu tornou-se um ícone de glamour na alta sociedade.



Nos anos 60, o Chignon trouxe volume e sua fixação dependia de materiais que variavam entre esponja de aço, cerveja e água com açúcar. O uso do laço reverenciou o rock, com Elvis, Beatles, entre outros. Os homens, por sua vez, aderiram aos cabelos longos. Ainda no mesmo período, Vidal Sasson lançou o *Wash'n'dry* (lavar e secar), criando o secador manual e defendendo a importância do corte. A década também apresentou o clássico penteado Banana e o Black Power, introduzido por Ângela Davis.

Os hippies, para expressar a liberdade, o colorido das batas e o jeans, iniciaram a década de 70 com cabelos longos, faixas e flores. Em 76, surgiram os *punks*, sustentando cores fortes e uma variação dos moicanos. Em 79, o estilo rastafári, criado por Bo Derek, se tornou um ícone de estilo e é utilizado até hoje por jogadores de basquete americano. No Brasil, a década de 80 trouxe os permanentes com força total, influenciada pelas grandes novelas da época. Em 84, Lady Di também era uma referência de estilo para cortes do período. Em 90, a moda se tornou mais democrática, permitindo cabelos curtos, médios e longos. As mechas marcadas criaram força e são aplicadas até hoje.



Nos anos 2000, penteados e cortes sofreram uma explosão de mudança. Com os grandes concursos de cabeleiros, expandiram-se as criações no ramo. Hoje, somos reconhecidos e muito valorizados. Produtos, quem não tem? Para todos os tipos de fio, idade, temperatura, regiões, cheiro e pessoas com atitude. Essas são apenas algumas curiosidades da história dessa profissão espetacular, onde expressamos felicidade, arte e um bom toque de vaidade.

matrículas
abertas

Nova perspectiva nos negócios, novos lugares para conhecer
ou complementar uma etapa na vida. Onde você quer chegar?

Não importa onde...

Real English

Adults

• Professores Nativos • Certificação Internacional • Interatividade & Tecnologia

personallanguagecenter.com.br



TEST CENTER
TOEFL® TOEIC®

Infoline: 13 3232.1319

- 1 Rua Azevedo Sodré, 43, Boqueirão.
- 2 Rua Tolentino Filgueiras, 56, Gonzaga.

PERSONAL
LANGUAGE CENTER

b&v

DESTINATION FRANCE

FRANCÊS PARA VIAGEM

EMBARQUE NESSA CURSO RÁPIDO E PRÁTICO

Na Aliança Francesa de Santos, você se prepara para aproveitar melhor sua viagem. Em pouco tempo você aprenderá a se comunicar nas situações cotidianas, como fazer compras, ir a restaurantes, pedir informações, etc.

Mesmo quem nunca teve contato com a língua francesa pode participar!

25/09 a 13/11/2014
5ª feira das 19h às 20h30

Duração:
12 horas/8 aulas
de 1h30

AULAS INDIVIDUAIS
OU EM GRUPO

af Aliança Francesa Santos
Rua Rio Grande do Norte, 98 - Pompeia
Tel.: (13) 3237-2403

www.afsantos.com.br 
recepcao@afsantos.com.br



Festejando à francesa!

por: Eleonora Ribeiro

Festejar é algo bem subjetivo. Já dizia Nelson Cavaquinho: “organizaste uma festa em mim”. Cada país tem seus costumes, cada região tem suas tradições. A França, com seus 65 milhões de habitantes, tem celebrações para todos os gostos e estilos, tanto nas grandes cidades quanto nos pequenos *villages*.

Fevereiro e março, apesar de inverno, é época de festa. Em Nice, na belíssima Côte d’Azur, acontece o Carnaval de Nice. Durante vários dias, a cidade se anima com essa grande festa popular que é um pouco diferente do nosso carnaval. Na praça principal, pertinho da praia, há desfile de carros alegóricos, bonecos gigantes, com muita fantasia, dança, música e cores. E um belo toque de poesia: os festeiros travam uma elegante batalha de flores, mostrando o valor destas e valorizando as espécies da região.



O dia mais longo do ano, 21 de junho, já ficou conhecido como o dia da *Fête de la Musique*/ Festa da Música. Criada em 1982 pelo então Ministro da Cultura, Jack Lang, celebra a música e os músicos amadores. Atualmente, é uma festa internacional. Na Europa, vários países passam o dia e a noite do dia 21 apreciando e produzindo todo o tipo de música nas ruas e gratuitamente.

A festa nacional acontece no dia 14 de julho. Nesta data, celebra-se a queda da Bastilha, fato histórico que marcou o fim da Revolução Francesa em 1789. Durante o dia, em Paris, há um desfile militar organizado entre o Arco do Triunfo e *Place de la Concorde*. Há comemorações no país todo, sempre com muitos fogos de artifício.

Uma das mais belas festas francesas é, sem dúvida, a Festa das Luzes/*Fête des Lumières*. Acontece todo ano em dezembro, em Lyon, trazendo para a cidade 4 milhões de turistas. Um presente aos olhos, os monumentos da cidade recebem um show de luzes e projeções incríveis e inusitadas. A criatividade emociona e a história do evento também. Tudo começou em 1852, com a ideia de colocar uma velinha na janela das casas para agradecer à Virgem Maria pelo fim da peste negra na Europa.



Segundo o escritor americano Ernest Hemingway, Paris é uma festa. Podemos, no entanto, certamente dizer que a França é sempre uma festa!

Viajar para melhorar



por: Marco Antonio Cunha
Empresário e proprietário
da escola de idiomas
Personal Language Center

Viajar pode ser sim uma das melhores terapias que existem. E digamos que, hoje em dia, viajar é “para muitos” e não mais “para poucos” como antes. Isso se deve às inúmeras opções que existem, desde sites com ofertas diárias, tanto da parte terrestre quanto da aérea, até agências de turismo e companhias aéreas que oferecem muitas facilidades na forma de pagamento.

Como viajar pode mudar sua vida? Olhando para trás e analisando meu ponto de vista da vida e do ser humano, diria que viajar me fez e me faz a cada viagem uma pessoa melhor do que aos 20 e poucos anos. Vem do princípio humano aprender com cada experiência vivida.

E quando se vive essas experiências em lugares incomuns (não tão conhecidos ou explorados e ao lado de uma excelente companhia) tudo se transforma, pois você se transforma. Tudo se torna único. Afinal de contas, felicidade é muito mais felicidade quando a compartilhamos.

Portando pegue sua “melhor metade” e embarque nessa.

Segue minha dica de três lugares super interessantes.

Heidelberg: Refúgio romântico na Alemanha

Considerada uma das cidades mais românticas do país, Heidelberg está situada às margens do rio Neckar, ao longo de um vale com generosa vegetação. Quando começar a fazer seu roteiro, logo vai perceber que todo mundo quer ir para lá. Para ter uma ideia, são mais de três milhões de turistas que visitam seu castelo todos os anos. Seus encantos não param por aí: prédios, ruas, pontes e todo o conjunto, parecem perfeitamente integrados ao meio ambiente, transformando a exploração de cada recanto ou a descoberta de novas vistas em um verdadeiro prazer. Você também pode passear por lojinhas, bares ou encontrar um local de comidas típicas para comer uma deliciosa *apfelstrudel*.

Stresa, Lago Maggiore, Itália

Uma pequena cidade tranquila e fascinante está situada à margem ocidental do Lago Maggiore, a cerca de 80 quilômetros de Milão. O lago é bonito e envolvido por montanhas, mas você encontra muito mais barcos que banhistas. Na cidade, muitas mansões coloridas representam bem sua imponência clássica.

Los Roques, Caribe: Um paraíso apaixonante

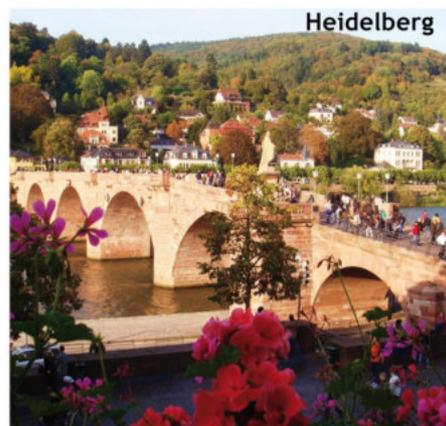
Se você gosta de praia, o lugar ideal é Los Roques. Com média anual de 29°, o sol é uma presença constante quase o ano todo.

Entre novembro e abril, além de um cenário paradisíaco e altas temperaturas, é possível conferir a famosa temporada da lagosta.

Diferente do que se pode pensar, Los Roques está longe da monotonia de sol, mar e boa gastronomia, se é que deseja mais do que isso. Você ainda pode curtir diversas atividades aquáticas e esportes radicais. Além das ilhotas com ótimas condições para o mergulho com *snorkel*, que permite nadar lado a lado com peixes e tartarugas, você tem a tranquilidade de estar seguro, pois o arquipélago fica fora da rota dos furacões caribenhos.



Los Roques



Heidelberg



Stresa





Um sonho que cresce com você

Não é difícil ouvir as pessoas dizerem que foram a Disney por várias vezes e pretendem voltar, sem contar, com aqueles que sonham desde pequenos em ir até lá e por vários motivos acabaram visitando outros países, outras culturas, e a tão sonhada Disney acabou ficando para um outro momento. Mas uma coisa é fato: com as facilidades de mercado, as viagens estão cada vez mais frequentes e dificilmente o Mickey deixará de ser visitado.

Contudo, as dúvidas sobre os parques podem ser tantas que resolvemos procurar um especialista e, como já era esperado, nossa conversa ultrapassou longas três horas. Uma das informações mais interessantes que Pedro Braun, da Braun Turismo, nos disse foi que os parques que estão em Orlando são concorrentes entre si, mas quando tenta vender em alguma publicidade com o roteiro para “Orlando”, os clientes manifestam a preferência pela Disney. Ou seja, a informação chega para o consumidor como um único complexo, o que não é verdade. Segundo Pedro, o complexo Walt Disney World tem três vezes o tamanho de Santos, desconsiderando a área continental. São 105km² que englobam quatro parques temáticos: o Magic Kingdom, com o famoso castelo da Cinderela; o Epcot, com seu icônico globo; o Hollywood Studios, que é o parque de cinema e tem o chapéu do Mickey Feiticeiro como símbolo; e o Animal Kingdom, com a simbólica árvore da vida. Além disso, tem dois parques aquáticos, o Blizzard Beach e o Typhoon Lagoon, e mais de 30 hotéis. Se você é atento a serviço, vai observar que o padrão de atendimento Disney é incomparável.

Ainda de acordo com o especialista, o complexo é resultado de um planejamento minucioso de Walt Disney, que após perceber alguns inconvenientes na Disneylândia, localizada na Califórnia, repensou o projeto e partiu para um empreendimento novo. Seu desejo era transformar o parque em algo único, onde o entretenimento suplantasse a realidade e entregasse às crianças e aos adultos momentos mágicos e ineqüívocos. A partir daí, começaram as buscas por um lugar com as mesmas características climáticas da Califórnia, quente basicamente o ano inteiro, e com possibilidade de boas vias de acesso, chegando a Orlando, que não tinha nenhuma exploração turística ou comercial e era próxima a Miami. Arrematou o espaço por apenas R\$ 5 milhões de dólares e passou a ter o controle do entorno do parque.

Pedro afirma que o objetivo era separar o universo mágico do mundo real, onde as pessoas se divertem despreocupadas, sem observar o que acontece do lado de fora. Walt Disney não queria que subissem em uma montanha russa e vissem o trânsito da rodovia, perdendo a magia da diversão por conta da apreensão com o retorno.

A infinidade de detalhes e a visão empreendedora fizeram de Walt Disney alguém que foi inserido na história do mundo e na história particular de cada um que visita seus parques e desejam voltar por várias vezes. De homens como ele, o mundo está carente, mas depois dele, a magia ficou ainda mais viva.

Encontre a Public LifeStyle nestes pontos

Agonn Academia

Rua Jorge Tibiriçá, 9 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-1270
www.agnonacademia.com.br

Agonn Academia 2

Av. Bernadino de Campos, 355 - Canal 2
Tel: (13) 3385-0355

Ao Chopp do Gonzaga

Av. Ana Costa, 512 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-8940
www.aochoppdogonzaga.com.br

Bella Villa

Rua Goiás, 44 -Boqueirão
Tel: (13) 3222-4466
www.bellavilla.com.br

Brunella Confeitaria

Praça Independência,16 - Gonzaga
Tel: (13) 3286-1819
www.brunella.com.br

Café e Restaurante Mauá

Praça Visconde Mauá, 23 - Centro
Tel: (13) 3216-1551

Caicara Restaurante e Pizzaria

Av. Ana Costa, 352 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-3535
www.caicarestaurante.com.br

Cantina Liliana

Av. Ana Costa, 404 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-5999
www.lilianapastaepizza.com.br

Casa Santa Marta

Av. Washington Luís, 500 - Gonzaga
Tel: (13) 3286-1500
www.casantamarta.com.br

China In Box

Rua Tolentino Filgueiras, 54 - Gonzaga
Tel: (13) 3289-5060
www.chinainbox.com.br

Churrascaria Tertúlia

Av. Bartolomeu de Gusmão, 187 - P. Praia
Tel. (13) 3261-1641
www.churrascariatertulia.com.br

Dom José Empório

Rua Cons. Lafaiete, 3 - Embaré
Tel: (13) 3227-0906
www.emporiodomjose.com.br

Empório Maria Luiza

Av. General San Martin, 188 - P. Praia
Tel: (13) 3321-6193
www.emporiomarialuiza.com.br

Empório Casa Porto

R. Dr. Pedroa Albues,1
Tel: (13) 3345-0662
www.emporiocasaporto.com.br

Enoteca Decanter

Rua Matogrosso, 290 - Vila Rica
Tel: (13) 2104-7555
www.enotecadecantersantos.com.br

Laticínio Marcelo

Rua Lobo Viana, 54 -Boqueirão
Tel: (13) 3234-1861
www.laticiniomarcelo.com.br

Liliana Pasta e Pizza

Rua Alexandre Martins,80 lj 227A - P. Praia
Tel: (13) 3227-5719

Liliana Pasta e Pizza

Av. Ana Costa, 465 lj.412 - Gonzaga
Tel: (13) 3301-2007
www.lilianapastaepizza.com.br

Mendes Plaza Hotel

Av. Mal Floriano Peixoto, 42 - Gonzaga
Tel: (13) 3208-6400
www.mendeshoteis.com.br

Museu do Café

Rua 15 de novembro, 95- Centro
Tel: (13) 3219-5585
www.museudocafe.com.br

Odila Hoehne

Av. Afonso Pena, 98 - Boqueirão
Tel: (13) 3234-4796

Parque Balneário Hotel

Av. Ana Costa, 555- Gonzaga
www.parquebalneario.com.br

Piccola Forneria

Av. Amirante Cochrane,62 - Aparecida
Tel: (13) 3271-1200

Piccola Forneria

Rua. Minas Gerais,57 - Boqueirão
Tel: (13) 3233-3357
www.piccolafortneria.com.br

Piccolo Giovanni

Rua. Azevedo Sodré, 111 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-8944
www.piccologiovanni.com.br

Posto Portal de Santos

Av. Dr. Cláudio Luiz da Costa, 291
(BR - Santa Casa) - Jabaquara
Tel.: 3202-6666

Posto Portal de Santos

Av. Ana Costa, 427
(Ipiranga - Gaivota)- Gonzaga
Tel.: 3284-8555

Porto Brasil

Rua XV de Novembro, 18 - Centro
Tel: (13) 3326-2555

Requinte da Azevedo

Rua Azevedo Sodré, 75 - Gonzaga
Tel: (13) 3307-2100
www.requintedaazevedo.com.br

Restaurante Mar Del Plata

Av. Alm.Saldanha da Gama, 137 - P.Praia
Tel: (13) 3261-4253
www.restaurantemardelplata.com.br

Santo Trigo Padaria

Av. Alm.Cochrane, 105 - Embaré
Tel.: 3227-0244

Shape II

Rua Firmino Barbosa, 35 - Boqueirão
Tel: (13) 3233-3308
www.shape.med.br

Spazino D'Itália

Av Washington Luiz, 411 - Boqueirão
Tel: (13) 3394-4003
www.spazino.com

Yê - Simplesmente Saudável

Av. Gal San Martin, 150 - P Praia
Tel: (13) 3041-9007
facebook.com/yêsimplesmentesaudavel

Seja um parceiro de
distribuição:
Tel.: 13 3222-1323

Foram 1095 dias.
26.280 horas.
1.576.800 minutos.

Dedicados a você,
cliente e leitor,
nosso melhor presente!

Há 3 anos, a melhor revista de
lifestyle com conteúdo premium.



Gastronomia - Moda - Negócios
Motor - Saúde & Estética
Eventos - E muito mais!



Central de Negócios (13)3327-3115
<http://www.publiclifestyle.com.br>



ANIVERSÁRIOS - CASAMENTOS - FESTAS DE DEBUTANTE - BODAS - FESTAS EM GERAL

RUA LUIS DE CAMÕES, 15 - SANTOS - TEL.: 13 3233-7171
WWW.ANSEVEN.COM.BR