

PUBLIC
LIFE
STYLE

www.publiclifestyle.com.br Nº17 Ano 05

Edição
Natal

Reúna a família e comemore

A CHEGADA DE 2016!



Classe C



Na cidade somos todos pedestres.

Classe C. O melhor não conhece alternativas.

C 180

À vista

R\$ 124.900

- Motor turbo com 156 cv • Ar condicionado digital de duas zonas
- 5 modos de condução: Eco, Comfort, Sport, Sport+ e Individual
- Sistema multimídia com tela de 7" e Bluetooth®

  MercedesBenzBrasil

Condições válidas para os modelos da marca Mercedes-Benz a seguir: ⁽¹⁾Classe C 180, ano/modelo 15/16. Preço à vista de R\$ 124.900,00. Frete incluso para retirada do veículo na concessionária. ⁽²⁾Promoções válidas para todo o território nacional até 31/12/2015 ou enquanto durar o estoque de 1 unidade por modelo ofertado. Preço sujeito a variações de ICMS conforme legislação do Estado. Garantia de 2 anos, conforme o manual de garantia e manutenção do veículo. Mercedes-Benz é marca registrada da Daimler AG. CRC 0800 970 9090.

Revisões Declaradas Mercedes-Benz: saiba quanto vai custar manter o seu Classe C.

1ª rev. - 10.000 km 2ª rev. - 20.000 km 3ª rev. - 30.000 km

R\$ 850,00 R\$ 1.600,00 R\$ 850,00

Mercedes-Benz

The best or nothing.



Divena

Unidade Ricardo Jafet
Av. Dr. Ricardo Jafet, 2.419
Ipiranga - São Paulo/SP
11 5061.9933

Unidade 23 de Maio
Rua Joinville, 399
Vila Mariana - São Paulo/SP
11 3886.9933

Unidade Santos
Av. Washington Luiz, 80
Canal 3 - Santos/SP
13 3202.9933

Banco Mercedes-Benz

SUAS FÉRIAS NUNCA MAIS SERÃO AS MESMAS.

Leve sua família para um cruzeiro em que todos os dias são perfeitos. Nos navios da Royal Caribbean, a diversão acontece desde quando você acorda até a hora de dormir.

- Parede de escalada.
- Piscinas, jacuzzis e spa.
- Diversas opções gastronômicas.
- Shows incríveis.

Assim é um cruzeiro com a Royal Caribbean. Um dia perfeito, todos os dias.



Rhapsody of the Seas®

CRUZEIROS DE 7 NOITES

Saindo de Santos e visitando Buenos Aires, Montevideu e Punta del Este.

a partir de entrada de R\$ 377,84

+12x
R\$ 125,93*

Total R\$ 1.889,00 por pessoa em cabine interna dupla.

TRAVESSIAS

Novembro - Cruzeiro de 16 noites, Europa-Brasil, saindo de Barcelona.

Abril - Cruzeiro temático **Royal Dance** de 14 noites, Brasil-Europa, saindo de Santos.

MINICRUZEIROS DE 3 E 5 NOITES

Dezembro - Saindo de Santos e visitando destinos como Búzios, Ilha Grande e Ilhabela.

Cruzeiro temático **Royal Life** em 14/12/2015.

CRUZEIROS DE 7 NOITES - PRATA

Janeiro - Saindo de Santos e visitando Buenos Aires, Montevideu e Punta del Este.

Cruzeiro temático **Royal Gourmet** em 24/1/2016.

CRUZEIROS DE 14 NOITES - PATAGÔNIA

Fevereiro e Março - Saindo de Santos, Valparaíso ou Buenos Aires.

COMEMORAÇÕES ESPECIAIS

Natal e Carnaval - Saindo de Santos e visitando Buenos Aires, Montevideu e Punta del Este.

Réveillon - Saindo de Santos e visitando Búzios, Ilha Grande, Ilhabela, Rio de Janeiro (Fogos de Copacabana) e Porto Belo.



Consulte seu agente de viagens ou informações 0800 892 02 06.

royalcaribbean.com.br | facebook.com/royal.brasil | @RoyalCaribbeanB | youtube: RoyalCaribbeanBrasil



(promoção limitada a 7 cabines), exclusivamente cruzeiro, sem taxas de quaisquer natureza, que deverão ser pagas à parte. Entrada de 20% e parcelamento em Navios registrados nas Bahamas. Consulte nossas condições gerais no site www.royalcaribbean.com.br



TRADIÇÃO

Festas: Com a proximidade das comemorações de fim de ano, reunimos várias informações para deixar as celebrações ainda mais charmosas e animadas.

MARCAS

Chanel, Montblanc, Cartier e Prada: a história das marcas e o conceito de tradição e administração de sucesso voltado para o mercado do luxo.

MOTOR

Audi, BMW, Volvo, Discovery: Os SUVs e suas particularidades. Segurança e tecnologia, sendo trabalhadas ao máximo. Escolha o seu.

TOUR

Alemanha: Uma excelente opção para passar as festas é a Alemanha. Por que não Berlim ou Munique? Saiba mais sobre os encantos desses lugares em tempo de festas.

SABORES

Peru, pernil e outros: Por menos tradicional que seja a família, dificilmente essas delícias ficarão fora do cardápio. Aqui você encontra algumas sugestões.



www.publiclifestyle.com.br



imprensa@publicmidia.com.br



facebook.com/publiclifestyle

IRRESISTÍVEL.

Direta. Dinâmica.

Relevante. Inteligente.

Mas pode chamar de Elemidia.

Como você a Elemidia dá valor ao que importa. Na hora certa, no ambiente certo, no tempo certo. Em cada tela com a nossa marca você encontrará a informação mais relevante, o serviço mais abrangente, o entretenimento sob medida. Todos os meses do ano, todos os dias da semana, todas as horas do dia: a cada 10 segundos. Nosso compromisso é entregar o melhor conteúdo para a mais qualificada das audiências: você. E é por esse compromisso que somos a referência em mídia exterior digital. Elemidia, a cada dia mais irresistível.

65%

das pessoas se sentem estimuladas a buscar mais informações sobre os produtos anunciados¹

74%

tiveram contato com a marca anunciada apenas pela Elemidia²

79%

dos entrevistados afirmam que a Elemidia traz informações úteis¹

87%

são decisores ou influenciadores de compra³

94%

de índice de atenção nos elevadores com Elemidia⁴

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

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

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

4 - Datafolha - 2011.



Chegou o fim de 2015. Tantas notícias catastróficas permearam esse ano: fraudes na política, crise, processos e processados, empresários sendo presos, pedidos de impeachment, desabamento da barragem de Mariana, atentado em Paris...

O fato é que cada um desses acontecimentos possui um ou mais responsáveis, mas buscar e punir os causadores dos atos não diminuirá as consequências. O exercício é para todos nós. Quando vamos começar realmente a nos observar em pequenas ações do dia a dia? Em atitudes como parar em fila dupla ou em estacionamento proibido, pedir um atestado médico para abonar um dia de trabalho ou soicitar ao filho que diga a alguém ao telefone que você não está, dando a ele o exemplo da mentira.

No entanto, tive um bom exemplo esse ano. Cheguei em um cliente que me disse: “Não vejo as notícias. Trabalho.”. Percebi ali que a frase “Enquanto alguns choram, outros vendem lenço.” tem todo sentido para alguns empresários.

Então, nesta edição, meu desejo é de reflexão. Não para você, mas para todos nós. Não estou falando do mundo que vamos deixar para nossos filhos e netos, mas sim esse em que vivemos. Dá para pensar só um pouquinho no próximo e fazer algo de maneira despreziosa. Quem sabe assim podemos fazer um 2016 mais próspero!

Esta edição tem uma pitada de “FIRST CLASS”, nossa publicação que completou uma década neste ano tão difícil. Todavia, o “savoir vivre” desse mercado ainda nos permite crer em um mundo melhor.

Boas Festas! E que 2016 venha repleto de coragem!

Valéria de Souza Guazzaloca

PUBLIC LIFE STYLE

DIRETORIA GERAL

Valéria de Souza Guazzaloca
diretoria@publicmidia.com.br

ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO

Marcelo Guazzaloca

GERENTE DE NEGÓCIOS

Alex Bispo
comercial@publicmidia.com.br
13 3222-1323

DEPARTAMENTO JURÍDICO

Dr. Christiano C. D. Bello

MARKETING E DESENVOLVIMENTO

Fernanda Dias
mkt@publicmidia.com.br
13 3327-3115

PROJETO EDITORIAL/PUBLISHER

Valéria de Souza Guazzaloca

REPÓRTER

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

COLABORADORES

Clara Monforte, Eleonora Ribeiro,
Elizabeth Gut, Marcelo Asse, Marco Antônio
Cunha, Rogério Nahas e Ronaldo Cosmo

EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Vitor de Souza Guazzaloca

FOTOS MATÉRIA CAPA

Banco de Imagem

FOTOS MATÉRIAS

João Mendes

As matérias são de responsabilidade de seus autores. A reprodução em 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



Com um nome que significa “saúde”, a Saha Campos do Jordão não poderia ser de outro jeito. Instalada bem no centrinho da Vila Capivari, a pousada tem estilo provençal contemporâneo e foi pensada de modo a lhe oferecer todo o conforto: cada cantinho convida a bater um papo, tomar um vinho ou ler um bom livro.

Rua Senador João Sampaio, 291
Campos do Jordão • São Paulo • Brasil
facebook: /sahacampos • instagram: @sahacampos
Entre em contato para mais informações: (12) 3663-2433

SAHA
CAMPOS DO JORDÃO



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



por: Rogério Nahas Grijó

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

Distribuição de Lucros

Chegado o final do exercício contábil, é hora de fechar as contas (Balanço Patrimonial e outras Demonstrações Contábeis). Existindo “lucro”, se faz necessária a sua correta distribuição, a fim de que não se cometa ilícito tributário.

Determina a LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006, em seu artigo Art. 14, que: “Consideram-se isentos do imposto de renda, na fonte e na declaração de ajuste do beneficiário, os valores efetivamente pagos ou distribuídos ao titular ou sócio da microempresa ou empresa de pequeno porte optante pelo Simples Nacional, salvo os que corresponderem a pró-labore, aluguéis ou serviços prestados.”

Ainda, delimita em seu parágrafo 1º que: “A isenção de que trata o caput deste artigo fica limitada ao valor resultante da aplicação dos percentuais de que trata o art. 15 da Lei no 9.249, de 26 de dezembro de 1995, sobre a receita bruta mensal, no caso de antecipação de fonte; ou da receita bruta total anual, tratando-se de declaração de ajuste subtraído do valor devido na forma do Simples Nacional no período.”

Ressalta no parágrafo 2º que: “O disposto no § 1o deste artigo (art. 14) não se aplica na hipótese de a pessoa jurídica manter escrituração contábil e evidenciar lucro superior àquele limite.”

Diante do exposto, evidenciamos a importância da correta escrita contábil, mesmo das empresas optantes pelo Simples Nacional, de forma que, encerrado o exercício fiscal, sejam distribuídos os lucros isentos do imposto de renda.

Para o empresário, que em geral declara um pró-labore de 1 salário mínimo (R\$ 788,00/mês), a fim de acobertar gastos pessoais e crescimento patrimonial, é fundamental a distribuição de lucros, na forma da lei.

A distribuição de lucros deve ser formalizada nos documentos contábeis da empresa, lançada na DIRF (Declaração de Imposto Retido na Fonte) e na declaração de Imposto de Renda da Pessoa Jurídica.

Toda essa informação deve ser objeto de emissão de Comprovante de Rendimentos, por parte do contador responsável pela empresa, com a finalidade de no ano de 2016, tais valores serem lançados na Declaração de Imposto de Renda da Pessoa Física (sócio da empresa).

Ainda dá tempo de verificar tal situação e fechar o ano com a contabilidade correta, visando distribuir lucros.

Ressaltamos que o valor deverá ser distribuído na proporção das quotas sociais. Não perca essa oportunidade. O “boato” de que o Governo vai tributar lucros em 2016 é grande!



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

Quem é você?



?

Conheço você, mas nem sei exatamente quem você é. Seu rosto é, para mim, a expressão de alguém feliz... Sei que não é! Jovial... Sem ser jovem. Percebo sua liderança... Insegurança, também. Extrovertido... Nem sempre. Sorridente, demais... Porém, com extremas características de que o abatimento o rodeia. Alma pura e coração bom nasceram em você... É certo. Atitudes espontâneas, sim... Impensadas, nunca! Generoso... Com traços egoísticos. Líder, frente a tudo e a todos... Mas escondido de todos os sentimentos!

O olhar estacionado demonstra sinceridade... Porém, sempre desconfiado. Infantilidade, ou melhor, ingenuidade em determinadas análises... E com uma constante dose de malícia. Inteligente, sim... Sem aprimoramento, também! Vivência não lhe falta... Positiva ou negativa... Não sei! Carente, muito... Mas demonstrar esse sentimento, nem pensar!

Quem é você? Vejo a imagem de alguém com um talento máximo para seduzir, encantar e persuadir. Impressão? Claro que não. Se não sei quem você é e, consequentemente, não consigo entendê-lo, como posso captar tantos traços de sua personalidade? Observação, percepção ou intuição? Nenhuma das três hipóteses! É que tais aspectos são tão nítidos, tão evidentes e, ao mesmo tempo, tão contraditórios, que saltam, pulando como bolinhas de gude por todos os espaços que você circula!

Não chegamos aqui agora, mas nossos destinos não se cruzaram. E agora? O que e como fazer? Silêncio. Preciso pensar... Sinto a sua presença, a sua falta e os momentos inexistentes. Que coisa paradoxal! Será, então, que posso dizer quem você é?

Obrigatoriamente, não! Os relâmpagos da dúvida são fortes demais, até porque pormenores já foram ditos, reditos e revelados. Isso tem explicação: a não admissibilidade do óbvio. Este é desconfortável, é maçante, não instiga a criatividade, nem aguça o raciocínio... É óbvio!

Nessa miscelânea de pensamentos, como fica a sintonia? Autêntica, liberal... Esplêndida! Inegável! Uma explosão de entrosamento... De alma! Um sinaleiro nas cores reais e habituais verde, amarelo e vermelho... Esta não muda... Rubra, vibrante e encarnada... Decisiva!

Ah, lembrei novamente... Quem é você? Não sei exatamente quem você é. Sua imagem fugiu antes de chegar. Foi só um ensaio. Ficou no ar apenas a pergunta: quem é você?



LIFE_empresarial



Hora de investir

Realizar o sonho de comprar o primeiro imóvel ou aproveitar a ocasião para fazer esse tipo de investimento pode parecer uma loucura neste momento de crise. Contudo, se você tem capital disponível, possivelmente fará bons negócios. Já se o caso é buscar um financiamento, é importante estudar a aquisição com parcimônia.

Segundo a Associação Brasileira de Entidades de Crédito de São Paulo, a tendência de alta da taxa básica de juros (SELIC) deve dificultar o acesso ao crédito imobiliário em 2015. O aumento torna os empréstimos bancários ainda mais caros, o que pode resultar no adiamento dos planos dos interessados.

No entanto, existem opções cada vez mais atrativas no mercado imobiliário que, somadas a uma boa parcela de bom senso, podem se desdobrar em negociações vantajosas para quem está à procura e não deseja esperar mudanças no cenário econômico.

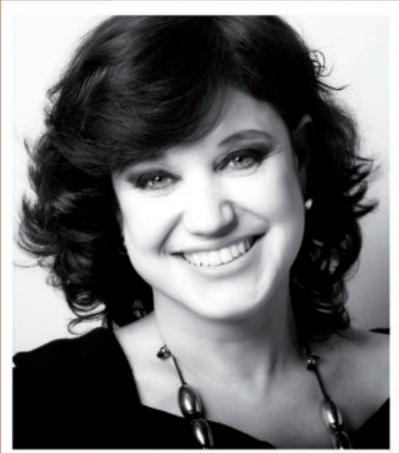
Em Santos e região, especificamente, não precisa ser nenhum especialista para perceber que vários empreendimentos foram erguidos nos últimos cinco anos. As dúvidas, porém, são várias: desde a capacidade do mercado de absorver toda essa demanda até os tipos de imóveis mais vendidos. De acordo com o último levantamento divulgado pela SECOVI-SP, que analisou o período de junho de 2012 a maio de 2015, foram lançadas 14.548 unidades na Baixada Santista e, conforme dados do Estudo do Mercado Imobiliário, que avalia o desempenho das vendas de novos imóveis residenciais das cidades de Santos, São Vicente, Guarujá e Praia Grande, foram comercializadas 8.712 unidades nesse mesmo intervalo. O maior volume de lançamento e vendas ficou com as unidades de 2 dormitórios (57%), seguidos por apartamentos de 1 dormitório (23%), 3 dormitórios (19%) e 4 dormitórios (1%).

Resumindo, a boa notícia para quem está com a intenção de adquirir um imóvel ainda em 2015 é que o mercado está ativo e com ótimas oportunidades.

Pensando nisso, fomos passear pela cidade para conhecer algumas novidades do segmento. Entre elas, selecionamos uma unidade do empreendimento Terrazas Residence, localizado no bairro Ponta da Praia, com 3 suítes e 165 m² privados, sala para dois ambientes, varanda gourmet, lavabo, copa/cozinha, terraço técnico e opção de 2 ou 3 vagas na garagem.

O apartamento visitado foi decorado pela profissional Claudia Viana, que nos revelou alguns detalhes do projeto. Começando pelos quartos, a arquiteta conta que concebeu a suíte das gêmeas para demonstrar que o ambiente abriga perfeitamente duas camas de maneira confortável. No quarto do menino, o destaque fica para o tema, adequado à idade. Já na suíte do casal, as características principais são funcionalidade e conforto. Partindo para o living, o charme fica por conta da interação total com a varanda gourmet, deliciosa para aproveitar momentos de celebração com a família ou desfrutar apenas de um suco observando a paisagem. Todos os planejados e móveis são DNA Móveis, parceiros de Claudia há muitos anos. Ela afirma que, para ter a garantia de que o cliente ficará satisfeito, é preciso ter bons fornecedores, que possam assegurar que o resultado final esteja de acordo com o projeto.







fotos: Leandro Amaral



Claudia Viana

Arquiteta, formada pela FAUS e especializada em interiores, atua no mercado há mais de 25 anos. Seus trabalhos se destacam nos projetos residenciais, comerciais e apartamentos decorados. Os projetos de área de lazer dos empreendimentos da região têm sido um diferencial em seu currículo.

2º Encontro de Arquitetos Madeiramar

A Madeiramar promoveu mais um evento em parceria com a Formica para apresentar as novidades da marca e todas as possibilidades que ela oferece. O empresário Daniel Levensztajn nos adiantou que haverá outros encontros como este, com a finalidade de aproximar os profissionais e as marcas.

Estiveram presentes o diretor Paulo Miranda e a gerente de marketing Eunice Monteiro, da empresa Formica. A profissional Elizabeth Leão Wey palestrou sobre as cores e como elas influenciam no bem estar da casa, sob o tema “Qual é a sua cor?”.

A noite foi realizada no Restaurante Paquito, que disponibilizou o espaço em uma quarta-feira à noite especialmente para a recepção dos convidados.



Pensou em MDF, Fórmica e muito mais?
Pensou em Madeiramar!

Tampo RealColor 10 mm
Disponível em 10 cores

A MELHOR
MATÉRIA-PRIMA
DO MERCADO.

Av. Senador Feijó, 160 - Vila Mathias - Santos/SP

Telefones: (13)3202-6700 ou 3234-6783

<http://www.madeiramar.com.br>



Subiu a serra e ganhou o mundo

Aplicado e perseverante, com apenas 17 anos, Glauber Serafim, dotado de uma natureza independente e sem medo de viver a vida, não titubeou quando foi transferido para São Paulo.

Ali começava uma trajetória que ele jamais poderia imaginar. Glauber iniciou a carreira como modelo, formou-se em Moda e realizou diversos cursos pelo mundo, mas a genética - sua mãe foi proprietária de três salões de beleza localizados em Santos e dois em São Paulo - acabou falando mais alto. Como tudo o que executa precisa ficar impecável, ao descobrir sua vocação, buscou especializações. Morou em Paris durante seis meses, mas confessa que não se adaptou, o que credita ao fato de ser muito jovem na época e não estar ambientado com os hábitos do país. Determinado, não esmoreceu: decidiu seguir para Milão, se formou com o icônico Toni&Guy e permaneceu no salão do próprio por quatro anos. Após retornar para o Brasil, não parou mais. Cuidou das madeixas de famosas como Ana Hickmann e até dos cobiçados cabelos de Gisele Bündchen, em um dos desfiles da Fashion Week, além de uma lista interminável de homens e mulheres que não abrem mão de seus cuidados.

Há três anos, concretizou um de seus grandes sonhos. Ele nos confidencia que, por muito tempo, tentou desenvolver uma linha de produtos com seu nome, mas não conseguiu. No entanto, para quem acredita em destino, ele foi cumprido e a espera valeu a pena. Em um dos trabalhos desempenhados no exterior, o primeiro contato com a marca e a característica inovadora da linha Sweet Hair causou inquietação no profissional, que aspirava por uma parceria bem alinhada. Hoje, ele é o embaixador da marca, assina a linha Kiss Me, representa os produtos em aproximadamente 19 feiras internacionais por ano e ainda é responsável pelo treinamento e profissionalização de grupos que ultrapassam a marca de 1.400 participantes.

Para quem conhece Glauber Serafim, é inegável que o seu maior diferencial está em amar o que faz. Ele ouve o que você deseja e orienta de acordo com as técnicas de visagismo, caso a cliente queira algo que não combine com o seu perfil, sempre em busca da satisfação. Quando questionamos o que mais gosta na rotina de *hair stylist*, ele é enfático: “Gosto de ver o sorriso de satisfação. Ele me dá a certeza de dever cumprido!”.



Fadado a entregar resultados incríveis através de tesouras, escovas ou pincéis, confessa que, dentre os procedimentos, tem mais prazer em fazer balayage: “É simples. A técnica que desenvolvi é aplicada com produtos que dispensam a utilização de papel. Fica muito natural, sem aquele aspecto marcado. O resultado é muito bom!”, afirma Glauber.

Eu amo: A vida

Eu odeio: Mentira

Um cheiro: Da minha namorada

Um medo: Perder alguém da minha família

Um sonho realizado: O espaço que conquistei

Um sonho a realizar: Ter um filho

Glauber Serafim por Glauber Serafim: Um sonhador, determinado, que busca tudo o que quer sem desistir nunca, por isso consegue.

Sweeto
HAIR & BEAUTY



Estética em detalhes

Com mais de 30 anos de profissão, Dr. José Márcio é um especialista como poucos. Preciosista e dedicado, transborda atenção a cada paciente que recebe, com uma equipe alinhada em atender de maneira cordial e simpática. Aqui ele nos conta alguns detalhes dessa trajetória.

Quando você decidiu ser dentista?

Eu vim de uma família, por parte de pai, formada por advogados. A tendência era que eu seguisse a carreira, mas não tinha a menor vocação para escrever. Em contrapartida, realizava muitos trabalhos manuais com a minha mãe, que fazia artesanato. Como não havia televisão a cabo ou jogos eletrônicos, nem podíamos passar muito tempo na rua à noite, eu a ajudava a pintar. Ela me ensinou, inclusive, a bordar. Foi então que percebi que possuía habilidade manual, o que começou a dar um norte para a minha vida. Passei no vestibular de Odontologia, apesar de ter tentado também para medicina, e fiquei porque achei que naquilo eu poderia trabalhar. Em tese, o que me trouxe aqui foi a minha inabilidade para advogar, ainda que eu idolatrasse meu pai em relação à parte jurídica. Valorizei o que tinha de bom, que era a habilidade manual.

Dos diferenciais que você possui, é possível perceber logo no início o cuidado e a preocupação que existe com cada paciente que entra na sala. É um tratamento que vai além do profissional, é um ser humano olhando para outro ser humano, o que é muito importante, principalmente na área da saúde. Você acredita que essa habilidade se desenvolve ou é nata?

Acho que o profissional precisa nascer com isso. Por mais que você eduque e incentive a pessoa a cultivar essa habilidade dentro dela, ela pode não saber o quanto esse processo é importante para o outro lado. Eu gosto de gente. Se não gostasse, seria uma relação muito fria e comercial. Na hora que o paciente chega, eu preciso criar um vínculo e ele só acontece dessa forma, com doação. Nós precisamos do entendimento, do abraço do paciente, porque somos igualmente humanos e imprevisíveis, por exemplo, podem acontecer. Ao criar esse laço, compreendo melhor a humanidade do paciente e permito que ele compreenda a minha humanidade também.

Dentro da graduação, nós temos as especializações. Quando você percebeu que queria trabalhar com estética?

Praticamente quando saí da faculdade.

Essa não era uma área ainda muito nova?

Quando terminei o curso, o carro-chefe da odontologia, financeiramente falando, era a ortodontia. Eram os profissionais mais bem sucedidos, mas nunca me vi colocando aparelho. Poderia ser algo no caminho, mas não exatamente isso. Como as aulas de pintura haviam me dado senso estético, minhas habilidades estavam relacionadas a desenhos, a arquiteturas. Resolvi seguir na dentística restauradora, uma disciplina da faculdade, onde fui monitor e, em seguida, estagiário, mas a recompensa financeira não era grande e eu tinha o objetivo de sustentar a mim e à minha família. Foi quando optei por uma disciplina nova no mercado: a implantodontia, que era uma maneira de reabilitar pessoas com problemas, por exemplo, de próteses totais, que realmente afetam o emocional. Vi a oportunidade de realizar alguma coisa diferente da maioria e com um cenário financeiro promissor, pois era uma especialidade que estava no início, enquanto as outras se encontravam saturadas.

E como foi a trajetória dentro a implantodontia?

Fui para a implantodontia e fiz minha estrada, com especialização e mestrado. Quando estabilizei a atividade com o>>>



Instituto Implante Vida, minha perspectiva estética voltou a aflorar, graças às tecnologias que surgiram ao longo do tempo e viabilizaram uma odontologia baseada em fotos, scanner e diversos outros fatores. O momento é propício para isso, principalmente com as mudanças de paradigma em relação ao sorriso.

Você vislumbrava ter tudo o que tem hoje?

Não, mas quando você conhece o mundo, vê que ele é muito maior que Santos. Estive na Europa e nos Estados Unidos e voltei para casa com aquele sonho. Não me permito mais não ter o que há de melhor. Na minha vida é assim: eu queria ter uma estrutura, mas queria ter conteúdo. Antes de abrir o Instituto Implante Vida, construí minha formação. Já era professor internacional e conferencista, com títulos, quando resolvi montar o negócio.

A clínica existe há quantos anos?

Oito anos. Quando idealizei a clínica, queria que fosse diferente das que existiam na cidade. Ela tem padrão ISO 9001, que nenhuma outra clínica na região tem. É um selo internacional. Ele me ensinou a estruturar, organizar, introduzir equipamentos auferidos anualmente, processos que não aprendi na universidade e que se tornaram uma obrigatoriedade no Instituto.

Quais são os maiores problemas que um profissional de estética enfrenta?

Corresponder à expectativa do paciente e encontrar um bom parceiro. Eu preciso de um técnico de prótese, por exemplo, que tenha competência e leve tão a sério o trabalho dele quanto levo o meu, que seja tão perfeccionista quanto eu sou. Um bom resultado final depende dessa parceria. Felizmente, eu tenho esse time. E como atingir a expectativa do cliente, falando em estética? Com estudo, noções de fotografia, conhecimento da proporção áurea...

Você pode explicar melhor?

A partir do momento que fotografo um sorriso, começo a fazer uma análise de proporções, ou seja, avalio o comprimento e a largura específicos que o dente deve ter, de acordo com a proporção áurea. Essas medidas definem um padrão de beleza que provoca um encantamento sem que as pessoas percebam. Eu não analiso o sorriso de maneira imediata. É necessário um estudo prévio com fotografia, moldagem, enceramento, de uma forma mais profissional. Isso permite que o paciente visualize o que estamos oferecendo, enquadrando a expectativa dentro de uma realidade.

A partir do momento que o paciente chega à clínica, qual é a sequência de procedimentos?

Primeiramente, fotografamos o paciente intra-oral e extra-oral, porque o tratamento se baseia na harmonização também com as linhas faciais. Depois disso, moldo e analiso a proporção, desenhando os dentes digitalmente dentro de um software. Ao concluir esse processo, encaminho meu planejamento digital para o técnico de prótese, que encera um molde de gesso baseado nas medidas que passei. Em seguida, apresento o enceramento para que o cliente avalie. Nessa etapa, podemos realizar um "test-drive": copiamos o enceramento em uma borracha, aplicamos uma resina, colocamos na boca do paciente e retiramos os excessos. Cabe a mim, nesse momento, ler a reação da pessoa para que possamos chegar a um consenso e dar continuidade, sempre levando em consideração o aspecto humano e as emoções envolvidas. Após a aprovação, o laboratório prepara as cerâmicas para instalação.

Do primeiro ao último passo, o tratamento completo leva quanto tempo?

São quatro sessões: a primeira, planificação; a segunda, apresentação do projeto; a terceira, preparo; e a quarta, com a instalação. Entre a primeira e a segunda consulta, há um intervalo de duas semanas. Entre a segunda e a terceira, uma semana. Já entre a terceira e a quarta, duas semanas novamente. Aproximadamente, um mês e meio.





Economicamente falando, a reabilitação é acessível?

Eu costumo dizer que entrego para o paciente o que existe de melhor no mundo da odontologia. Em contrapartida, tentamos flexibilizar, pois o custo de uma estrutura como essa é realmente alto. Criamos meios para que ele possa realizar esse sonho, abraçamos a causa. Existe uma variação de valores que depende do grau de expectativa e da responsabilidade do sorriso, ou seja, de cada caso.

Quantos profissionais você possui na clínica atualmente?

Aproximadamente, 14 colaboradores, além de mim. Seis dentistas e oito administrativos.

Dentre todas as atividades que você pratica, qual exige mais tempo?

Atualmente, me dedico bastante à clínica. Ela ocupa mais o meu tempo, porque o restante já se tornou parte da rotina.

E como você administra o conteúdo de tantos compromissos distintos? Eles não se misturam?

Acredito que esse seja um problema da implantodontia. É uma das coisas que mais falo em curso. O implantodontista é o “super” especialista, porque precisa do conhecimento cirúrgico, do estético, da prótese e da periodôntico. A especialidade abrange todas essas esferas. No passado, cada profissional era responsável por uma única etapa. O implantodontista precisa compreender todos os processos.

Quais são os procedimentos realizados na clínica e o que ela oferece para o paciente?

Temos ortodontia, periodontia, endodontia... Tudo. Só não trabalhamos com odontopediatria. Em Santos, é a única clínica com sistema radiológico próprio, ou seja, o paciente não precisa providenciar essa documentação em outro local, o que otimiza e melhora a qualidade do trabalho. Temos um centro cirúrgico com energia independente, um laboratório de próteses agregado... Esse pacote me dá autossuficiência para integrar e entregar o melhor resultado final.

Quais são os planos profissionais que você ainda pretende realizar?

Terminar o doutorado e ter um espaço maior destinado a cursos dentro da clínica.

E quais foram os planos profissionais já realizados?

Ah, eu tenho muito orgulho de ter construído o Instituto Implante Vida com esse conceito. Ele me dá muita satisfação. É quase uma teimosia ter uma estrutura desse tamanho, com essa qualidade, dentro do cenário brasileiro, onde o governo não dá nenhum incentivo para que você possa crescer. Ter essa estrutura era uma coisa inalcançável, mas que, com um time, conseguimos realizar. A clínica é boa porque o time que está dentro dela é formado por pessoas do bem, que se esforçam para atender da melhor forma possível.

Como é o líder José Márcio?

Nunca me imaginei como líder. Não sou aquele que prega, sou aquele que faz. Sou o líder do exemplo, aquele cara que pega a vassoura e limpa o chão para que as pessoas vejam como é importante ter um chão limpo. Sou humilde e paciente para que elas vejam que também podem ser. Mas tenho consciência de que o meu modo de lidar com os outros, com o grupo, me destacou dentro desse cenário.

Na minha profissão, eu odeio...

Talvez a necessidade ou a importância do dinheiro, porque é isso que nos impulsiona para frente. Acho que a parte financeira do negócio é o que eu menos gosto.

Na minha profissão, eu amo...

O paciente. Poder atender o ser humano, atender gente.

Da hora que o dia começa à hora que ele termina, o que dá mais prazer?

Atingir o objetivo final e ver a emoção do paciente, porque sabemos que não melhoramos só um sorriso, mas o paciente melhorou como ser humano, passou a se gostar mais. Ele entrar aqui de um jeito e sair melhor, mais feliz, é o que me motiva, não só no final do tratamento, mas todos os dias.

Quem é o José Márcio?

É um trabalhador, na essência da palavra. Um cara que trabalha muito, que tem os seus ideais, objetivos bem definidos, porque apesar de trabalhar e saber o quanto é importante a profissão, ele também sabe a importância da família. Se não fosse por eles, talvez não trabalhasse tanto quanto eu trabalho hoje, mas de forma que isso não atrapalhe a parte mais importante da minha casa, que são meus filhos e minha esposa. Eles são a minha motivação.





SORRISO DAS
ESTRELAS
LENTES DE CONTATO ODONTOLÓGICAS

O sorriso das estrelas
pode ser o seu.

INSTITUTO
Implante Vida



Lentes de contato odontológicas

O sorriso das grandes estrelas da televisão e do cinema são diferenciados. Pesquisas apontam que a característica mais marcante no rosto de uma pessoa é o sorriso. O segredo dessas obras de arte são as facetas - lentes de contato para os dentes. Além de melhorar a cor e a forma dos dentes sem nenhum incômodo, o procedimento é muito pouco invasivo, e as facetas, extremamente resistentes. Esse benefício, disponível nas principais clínicas dos EUA e Europa, já está em prática em Santos através dos profissionais do Instituto Implante Vida.

Venha conhecer e você vai querer sorrir muito mais.



ISO 9001



Centro de Documentação
Radiológica



Scanner de Cor
Vita Easyshade



Scanner de Boca
Cerec AC



iLab Digital



Cirurgia Zero%



Siga-nos nas redes:



INSTITUTO-IMPLANTE-VIDA



IMPLANTEVIDA



IMPLANTEVIDA

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



por: Elizabeth Gut

Mantenha seu rosto impecável



O rosto é uma das maiores preocupações no universo da beleza e da estética. Não é por menos: ele é de fato nosso cartão de visita e merece cuidados especiais. Com o passar dos anos, diversos procedimentos surgem no mercado com o objetivo de manter a pele facial macia, livre de marcas, rugas, espinhas ou oleosidade.

Um tratamento como o *peeling* cuida exatamente desses pontos, promovendo o rejuvenescimento das células através da esfoliação ou da aplicação de substâncias químicas. Associado às propriedades da vitamina C, os benefícios se tornam ainda mais poderosos, pois é excelente no combate aos radicais livres, na proteção do tecido contra os raios ultravioletas e na uniformização do tom da pele. Atualmente, utilizo o **Peeling Revitalizante com Vitamina C da Cosmobeauty**, que além de todas as vantagens que listei até aqui, também hidrata e estimula a produção de fibras de colágeno e elastina. Vale a pena experimentar!

Elizabeth Gut esteticista e masoterapeuta
atende na Shape
elizabethgut@hotmail.com
Cel.: (13) 9.9784-6585



por: Marcelo Asse

Coragem! Que, em 2016, não lhe falte coragem para ousar e avançar na realização dos seus desejos e projetos!

Falando em coragem, que tal começar cortando os cabelos mais curtos? Os curtos sempre passam uma leitura de modernidade, elegância e ousadia, acentuando a feminilidade. Nuca mais batida e desfiada, orelha descoberta e franjão desconectado formam uma harmonia que quem usa dificilmente erra.

Para os cabelos médios, madeixas mais soltas e levemente enroladas, sempre com um aspecto natural, sem muita frescura.



Acessórios que há alguns anos vêm trazendo jovialidade integram esse *look*: tiaras, lenços e faixas coloridas. Como apoio, invista em mousses, pomadas, ceras e sprays.

Na cor, o que estará em alta durante quase todo o verão é o dourado. Para quem tem cabelos escuros, subir dois tons já é o suficiente para dar uma boa repaginada.

Já para os homens, o *Topknot* - coque masculino - vem com mais força para quem tem bastante cabelo, raspando na lateral e conservando os fios compridos no topo da cabeça. Continuam também na crista do sucesso cortes como o *Razor Part* e o *Undercut*, que devem continuar sendo os mais pedidos nos barbeiros e nos salões. Eles nada mais são que variações de cortes da época dos nossos avós e bisavós, só que com outros nomes, como «Escovinha», «Militar» e «Americano».

É importante não esquecer que hidratação capilar é necessária o ano todo, mas no verão é obrigatória!

Marcelo Asse atende nos telefones: (13) 3261-1425 / (13) 9.9705-1112 - Rua República do Peru, n° 52

AGONN

HONEST

12 ANOS DE HISTÓRIA

WORK HARD PLAY HARD



5 UNIDADES

Santos • São Vicente • Guarujá

A AGONN É A PRIMEIRA REDE DE ACADEMIAS CRIADA 100% NA BAIXADA SANTISTA. NASCEU DA VONTADE DE OFERECER ALTO PADRÃO EM INSTALAÇÕES, PROFISSIONAIS E INOVAÇÕES ANTES VISTAS SOMENTE EM GRANDES REDES DA CAPITAL E DO EXTERIOR.

O SONHO SE CONCRETIZOU, O RESULTADO CHEGOU E SE TORNOU REFERÊNCIA EM ESTRUTURA E SERVIÇO PARA O BEM-ESTAR, SAÚDE E FITNESS. VENHA PARA A AGONN E DESCUBRA PORQUE É A ACADEMIA NÚMERO 1 NA MENTE DAS PESSOAS.

ASSISTA AO FILME



AGONNACADEMIA.COM.BR



AGONN
A C A D E M I A

Dom

por: Ronaldo Cosmo

Dádiva, presente... Significado da palavra «dom». Do latim «donu», indica uma capacidade única que o diferencia de outras pessoas. Já na infância é possível perceber para onde vamos nos direcionar: arte, ciência, engenharia, culinária, direito, saúde, entre outros.

Li, uma vez, que talento e dom andam juntos, mas para ser talentoso é preciso prática, treino e disciplina. Tudo isso tem origem no dom. Alguns não desenvolvem essa energia e se perdem pela vida. A ciência não consegue explicar porque algumas pessoas conseguem desenvolvê-la e outras não, mas é certo que todos nós a temos.

Meu parecer hoje é que vivo pela arte. Conheço-me desde pequeno, cresci em meio ao artesanato. Até tentei a área executiva, mas segui a bússola da vida entre cabeleireiro e aderecista (carnavalesco). Conforto-me no meu mundo de madeixas e fantasias, onde simplesmente abraço o meu dom.

E você, abraçou o seu?

Cabeleireiro: Ronaldo Cosmo

Make: Lilian Sampaio

Modelo: Suellem Gouvea

Lilian Sampaio Salão

Rua Tocantins, 142 - Santos

Tel: 13 3345-9888



Há 10 anos, chegava ao mercado a **Public First Class**.
Uma revista completamente voltada para o segmento de luxo,
feita especialmente para o público *triple A*.

Em homenagem a essa trajetória, separamos algumas sugestões
de presentes *first class* para você agradar a alguém especial.

Inspire-se!



Uma década de sucesso no mercado de luxo

PUBLIC FIRST CLASS

CHANEL



O design atemporal é a principal característica das peças da grife, considerada uma das grandes responsáveis pelas mudanças no mundo da moda em meados do século XX. Coco Chanel decidiu aventurar-se pelo universo da costura em 1910 e conquistou rapidamente o público feminino com cortes retos e elegantes. O famoso “pretinho básico” foi uma das inovações da estilista, que também foi a primeira a lançar um perfume com a sua assinatura.



O renomado Chanel n°5, que tem em média um frasco vendido a cada 30 segundos, impulsionou o nome da designer e tornou-se o produto mais consumido da grife.

Sua personalidade transgressora e seu talento para os negócios deram a ela a visibilidade de vanguardista do feminismo, mesmo que ela não tenha se considerado como tal.



Chanel morreu aos 87 anos no Hotel Ritz parisiense, que foi seu lar a maior parte de sua vida.

Coco considerava que o carisma era mais importante que a beleza e moda não era só uma questão de roupas.



AUDI Q3 - COMPACTO

Lançado originalmente em 2011, o SUV compacto da Audi passou por algumas mudanças e vem com um design ainda mais atraente na linha 2016. A dianteira ganhou uma extensão cromada ao redor das linhas horizontais e faróis redesenhados com tecnologia xênon plus, enquanto a traseira recebeu lanternas de LED. Com a repaginada, o carro adquiriu um ar mais expressivo e moderno. Outra novidade da atualização é o inédito motor 1.4 de 150 cv, que acelera de 0 a 100 km/h em 8,9 segundos. Segundo a marca, a máxima é de 204 km/h. Outra opção é o motor 2.0 de 180 cv, que permite que o utilitário acelere de 0 a 100 km/h em 7,6 segundos, com máxima de 217 km/h. Há ainda a motorização mais potente, de 220 cv, que vai de 0 a 100 km/h em 6,4 segundos, com máxima de 233 km/h.



MONT[®] BLANC

A marca nasceu em 1906, pelas mãos de August Eberstein e Alfred Nehemias. Fascinados pela caneta-tinteiro americana, resolveram criar uma versão alemã junto ao comerciante Claus-Johnnes Voss. Com algumas mudanças na sociedade, Eberstein seguiu com o objetivo de criar a melhor caneta do mundo, sem vazamentos, ao lado de novos parceiros. Em 1909, o nome Montblanc apareceu pela primeira vez, na caneta intitulada *Rouge et Noir*.



Presidente da marca até abril de 2010, Norbert Plat teve a difícil missão de expandir os negócios de uma firma que passava por uma crise de identidade na era da tecnologia. Ele traçou novos caminhos para a Montblanc em apenas 10 anos e, com o enorme sucesso das canetas, resolveu apostar em outros tipos de artigos de luxo, joias e objetos feitos de couro de carneiro.

A empresa tem presença global em mais de 90 países e pertence atualmente ao conglomerado suíço *Richemont*, empregando mais de 2.500 funcionários ao redor do mundo e faturando aproximadamente 1 bilhão de euros.



BMW X5 - Segurança

O equilíbrio perfeito entre estética, dinâmica e segurança explica o sucesso do SUV da BMW. Com suspensão individual das rodas e sistema eletrônico DSC (Controle de Estabilidade Mecânica), o X5 elevou as experiências sobre quatro rodas e conquistou cinco estrelas no Euro NCAP Crashtest (Teste de Impacto Euro NCAP), sem abrir mão de design, conforto e recursos *off-road*. Não foi à toa que o esportivo garantiu uma posição de destaque na categoria e segue ampliando a liderança em relação às concorrentes, com sutis modificações nos traços, revisão de motores e adição de equipamentos inovadores. Um BMW X5 xDrive30d, por exemplo, vem com um motor a diesel de seis cilindros em linha e potência de 180kW/ 245 bhp, com um consumo médio de combustível de 7,4 L/100 km, no ciclo de teste EU. Lançado oficialmente em 1999, o modelo é exportado para mais de 120 países.



Cartier



Louis-François Cartier não sabia, mas quando iniciou suas atividades, em 1847, estava prestes a construir o império de uma das mais luxuosas marcas da alta joalheria no mundo. O atendimento personalizado, implantado em 1853, propiciou o prestígio e o endosso de membros da realeza acerca da marca, tornando-a cada vez mais respeitada ao longo dos anos. Um exemplo é a tiara utilizada por Kate Middleton em seu casamento com o príncipe William: uma Cartier de 1936, herdada pela rainha Elizabeth II aos 18 anos.



Sempre em busca de inovações, sem perder a classe e a elegância inconfundíveis, criou o primeiro relógio de pulso com pulseira de ouro do mundo, feito especialmente para o aviador Santos Dumont, que reclamava da falta de comodidade dos relógios de bolso enquanto voava. Cartier resolveu o problema, desenhando um relógio de pulso plano. Somente em 1911, no entanto, é que o modelo passou a ser comercializado. A grife também assina o primeiro relógio à prova d'água do mundo.



No Brasil, a joalheria está presente desde 1997, ano em que decidiu vender suas peças exclusivas no país, após ter se tornado uma multinacional. O grupo Richemont conseguiu preservar o traços que transformaram a Cartier na grife preferida dos nobres. A marca está avaliada em US\$3.968 bilhões e ocupa a posição 77 no ranking das marcas mais valiosas do globo.



VOLVO XC90 - TECNOLOGIA

Lançado em 2015, o utilitário esportivo já coleciona 27 prêmios ao redor do mundo, com títulos atribuídos ao design, ao luxo, à segurança e principalmente às tecnologias inéditas, visto que é o modelo mais inovador e seguro produzido pela marca até os dias atuais. O SUV apresenta sete assentos individuais, um dos melhores sistemas de som automotivo, motor Drive-E T6 de 320 cv, tração integral e transmissão automática de oito velocidades. Um dos destaques fica por conta do assistente de condução, um dispositivo semiautônomo de auxílio ao motorista em velocidades de até 50 km/h. A fórmula do sucesso está na combinação perfeita entre espaço, versatilidade e eficiência. O carro traz ainda sistema de proteção em saída de estrada, controle anticapotamento, assistente de estacionamento paralelo e perpendicular, câmera com visão aérea, entre outras novidades.



PRADA

Fundada em 1913 por Mario Prada e seu irmão, Martino, teve início como uma loja de produtos de couro, a Fratelli Prada (irmãos Prada). Mario acreditava que as mulheres não deveriam administrar seu negócio, mas, ironicamente, a única pessoa que demonstrou interesse em dar continuidade ao que havia começado foi sua filha, Luisa, que seguiu à frente da marca por mais de 20 anos. Miuccia Prada, filha de Luisa, entrou na companhia em 1970, assumindo o lugar da mãe oito anos mais tarde e renovando o perfil da grife. Com Patrizio Bertelli como seu gerente de negócios, Miuccia teve tempo para implementar a sua criatividade em design.



A marca começou a entrar para o mercado de luxo quando Miuccia lançou a bolsa clássica da Prada, que se tornou uma sensação imediata entre atrizes e socialites, perfeito para uma ampla divulgação. Em 1989, foi lançada a primeira linha prêt-à-porter para o público feminino. A coleção ganhou popularidade pelos tecidos opulentos, cores básicas e design simples.

Foi nos anos 90, porém, que a Prada se tornou uma das mais influentes *maisons*, virando sinônimo de status premium, mesma época em que a linha prêt-à-porter masculina foi lançada. Em 1992, foi criada a marca Miu Miu, baseada no apelido de Miuccia, destinada a um público mais jovem. Além das peças de vestuário, a Prada também possui celulares e outros tipos de aparelhos eletrônicos. Está avaliada em aproximadamente US\$ 4 bilhões e produz milhões de peças por ano.



DISCOVERY SPORT

A maior fabricante de automóveis do Reino Unido, a Jaguar Land Rover, apresenta ao mercado brasileiro mais uma novidade: o novo Discovery Sport. Lançado como o mais versátil SUV compacto *premium* do mundo, o modelo será importado de Halewood, no Reino Unido, até 2016, quando passará a ser fabricado no país.

Com assentos configuráveis 5+2, a linha vem equipada com motor 2.0 Si4 a gasolina, 240 cv de potência e sistema de transmissão ZF de nove velocidades, com opção para trocas sequenciais no volante. O conjunto de características o torna ideal para trajetos *off road*, DNA da Land Rover.

O veículo também é equipado com o exclusivo sistema *Terrain Response*®, que adequa as configurações de tração, aceleração e torque conforme o tipo de terreno em que trafega: normal, grama/neve/cascalho, lama e sulcos, areia, além da configuração Eco, que potencializa a economia de combustível.

Retrovisores elétricos, sistema de ignição *stop/start*, sistema de entretenimento com tela *touchscreen* de oito polegadas, conexão Bluetooth® com *streaming* de áudio, entrada USB e sete *airbags*, incluindo um para proteção dos joelhos do motorista, complementam todas as versões do modelo.



SABORES de FESTA

Chegou o momento tão esperado: as festas de final de ano. Mesmo que em alguns momentos passe por nossas mentes fazer algo descomplicado e transformar o Natal em uma noite mais informal, produzindo um jantar sem muito trabalho, à medida em que a data se aproxima, parece que o clima nos contagia e começam as listas intermináveis. Petiscos para serem degustados antes do prato principal, que pode ser uma ave, uma carne ou um peixe... Quem sabe os três? Saladas, acompanhamentos que variam entre farofa, frutas e arroz com passas ou à grega, e por aí vai. Sem falar nas sobremesas, que podem incluir pudins, manjares, bolos gelados, bolos de frutas, tortas e salada de frutas. Além disso, não podemos esquecer dos tradicionais: panetone, rabanada, frutas cristalizadas, castanhas e tudo mais que remeta você à infância. Pode ter certeza: um sabor que nos faz lembrar das noites de Natal de quando ainda éramos crianças, certamente não ficará de fora desse jantar que desejávamos, a princípio, que fosse simples. Quase uma ironia. Por mais que cada família tenha as suas particularidades, alguns pratos estão presentes em praticamente todas as mesas de Natal. Afinal, quando eles passaram a fazer parte da tradicional ceia natalina? Conheça um pouco mais sobre a história de cada preparo.





PANETONE

De origem italiana, o panetone é um dos alimentos que não pode faltar na noite de Natal. Dentre as diversas lendas que cercam a sua invenção, a mais aceita é a de que surgiu em meados de 1.400 d.C., em uma das padarias de Milão, pelas mãos de um jovem padeiro apaixonado pela filha do patrão. A receita, comercializada inicialmente como “Pani de Toni”, fez sucesso entre os clientes. O formato conhecido atualmente, circular e com frutas cristalizadas, foi concebido somente no século 18. Desde então, o pão passou por diversos experimentos e, nos dias de hoje, é possível encontrar uma infinidade de variações dispostas na prateleira do mercado.

RABANADA

Preparada com pães, ovos e leite, é difícil encontrar alguém que não se delicie com as famosas rabanadas. Originalmente, a receita foi criada na Península Ibérica e amplamente utilizada na recuperação de mulheres no pós-parto, mas no início do século XX, o preparo se popularizou, tornando-se comum em tabernas de Madri, na Espanha. As primeiras anotações sobre a sobremesa foram feitas em Portugal, pelas mãos do poeta espanhol Juan del Encina, no século XIV, enquanto a primeira receita foi documentada por um servidor da Coroa Real da Espanha, Francisco Martinez Montinho, na mesma época.





Cantina
Liliana

RISTORANTE & PIZZERIA

A Cantina italiana mais amada e apreciada!

Campeã do Prémio Top of Mind A Tribuna.





Solloviaggio

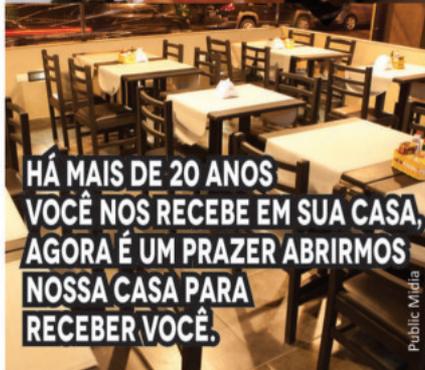
Pizzaria e Delivery



PIZZAS



TEMAKIS



HÁ MAIS DE 20 ANOS
VOCÊ NOS RECEBE EM SUA CASA,
AGORA É UM PRAZER ABRIRMOS
NOSSA CASA PARA
RECEBER VOCÊ.

Public Media

DISK PIZZA

0800-121917

PIZZARIA / DELIVERY / TEMAKI

AV. BERNARDINO DE CAMPOS, 659
GONZAGA - SANTOS

13 3284.5602 | 13 3284.5945

DELIVERY

R. ANDRÉ VIDAL DE NEGREIROS, 163
PONTA DA PRAIA - SANTOS

13 3261.2666



CURTA NOSSA FANPAGE

FACEBOOK.COM/SOLLOVIAGGIO.PIZZARIA

TENDER

Outro clássico natalino. É o pernil do porco defumado, uma espécie de presunto, normalmente decorado com cravos e preparado com rodelas de abacaxi. Molhos especiais, como os de vinho, mostarda ou laranja e mel, realçam o sabor da carne, que cai muito bem com arroz e farofa como acompanhamentos. Surgiu em meados dos anos 50, através dos frigoríficos que se instalaram no país no pós-guerra, e substituiu o leitão, que era muito comum nas ceias.



PERU ASSADO

Definitivamente, é o prato mais famoso da ceia de Natal. A origem está relacionada aos povos que habitavam o território da América do Norte antes da chegada dos europeus. Natural das florestas locais, a ave era criada pelos índios norte-americanos e, quando uma tribo conquistava um outro território, era tratada como um prêmio. Nos banquetes, era servida com cebolas, alho-poró e molho à base de pimenta. Ao aportar em terras europeias, o peru substituiu oficialmente outras carnes utilizadas na ceia natalina, como o cisne, o pavão e o ganso.



A NOSSA TRADIÇÃO
TEM GOSTO DE CARNE
E É REGADA A UM
INCOMPARÁVEL MOLHO.



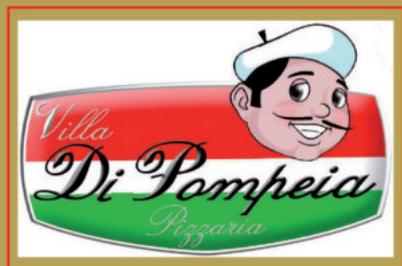
**AO CHOPP DO
GONZAGA**

Av. Ana Costa, 512 - Gonzaga - Santos/SP | (13) 3284-8940 / (13) 3284-0173
www.aochoppdogonzaga.com.br | facebook.com/ChoppdoGonzaga

*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

SALPICÃO

A maioria dos pratos presentes na ceia brasileira teve origem fora do país, mas o salpicão, do modo que conhecemos, é criação brasileira. Os primeiros registros da salada surgiram na década de 50. A receita pode sofrer algumas alterações de acordo com o paladar que quem o prepara, mas entre os ingredientes mais utilizados estão a maionese, a batata, a cenoura, o pimentão, o salsão e o frango desfiado, além de frutas como o abacaxi, a maçã verde e a uva passa.



BACALHAU

Herança dos portugueses, o peixe quase sempre marca presença no cardápio especial de Natal, seja na bacalhoadada ou nos tradicionais bolinhos. Pescado em Portugal desde o século XIV, o bacalhau foi trazido para o Brasil durante a colonização e passou a ser servido de formas diversas, compondo pratos quentes e saladas. A combinação com arroz e batatas é tipicamente portuguesa e cai muito bem na noite natalina.



Aqui você encontra amigos, clientes,
diversos tipos de pratos especiais
e uma bela vista para o mar.



msaco

Espaço amplo, moderno e de frente para o mar
para atender sua família e empresa.
Marque seu encontro de final de ano com a gente.

Há 25 anos somos tradição na gastronomia da cidade,
um local tão charmoso que até a vista é uma
especialidade da casa.

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



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

Reveillon em Nova York

As temperaturas em Nova York podem ser pouco amigáveis durante o inverno, estacionando muitas vezes abaixo de 0°C, mas a cidade continua sendo um dos destinos mais cobiçados para aproveitar as férias e as festas do mês de dezembro, principalmente a noite de Reveillon.

A Times Square, especificamente, é o sonho de muita gente que faz questão de um ritual especial para começar o novo ano com boa sorte. A grande atração fica por conta da bola neon - símbolo da passagem de ano - que desce da cobertura do prédio mais famoso do local, o One Times Square, às 23h59, completando o seu percurso exatamente à meia-noite. Milhares de turistas se aglomeram para acompanhar de perto a “contagem regressiva”, mas vale saber que, para conquistar uma vista privilegiada, é preciso chegar cedo (algumas pessoas vão com antecedência de até 18 horas!) e aguardar. Lembrando: o frio é intenso e não é permitido consumir bebidas alcoólicas na rua. Quem não consegue, não tem motivo para se desesperar: inúmeros telões são espalhados pelos arredores para a transmissão da cerimônia, que acontece desde 1908. Música, fogos de artifício e chuva de papéis picados também fazem parte do evento.

No entanto, se a intenção é fugir da multidão, uma boa opção pode ser o passeio de barco. Com vista para Manhattan, é possível assistir ao espetáculo dos fogos de artifício acima do Hudson River, brindando com uma taça de champanhe. A experiência promete ser inesquecível e é possível escolher o pacote que mais lhe agrada, já que existem inúmeras alternativas para esse tipo de comemoração. Como os ingressos se esgotam muito rápido, é indispensável pesquisar e se programar o quanto antes. Não adianta decidir em cima da hora!

Agora, se a viagem é com a família, o conhecido Central Park pode ser a escolha ideal. A queima de fogos acontece no palco de shows localizado no centro do parque, o Naumburg Bandshell, e pode ser admirado de qualquer ponto do local. Lá, crianças de qualquer idade podem participar da comemoração. Para os esportistas, também pode ser uma boa pedida: a New York Road Runners promove a Midnight Run, uma corrida de 6,5 km pelo Central Park antes da virada e, em seguida, uma festa com DJ.

Por fim, se a ideia é a passar a noite dançando, pode ter certeza: a vida noturna de Nova York nunca decepciona, ainda mais no Reveillon. Mais uma vez, planejamento é tudo. Apesar da quantidade enorme de festas acontecendo pela cidade, é quase impossível entrar em alguma no último minuto. Se tiver sorte, os ingressos sairão por, pelo menos, o dobro do valor original. Melhor não correr o risco de ter que voltar para casa antes do previsto e garantir assim que possível.

Em Nova York, não faltam possibilidades. Seja qual for o seu estilo ou astral para o Reveillon, a cidade oferece programações para todos os gostos e, com certeza, supera todas as expectativas. O grande segredo é avaliar as alternativas, escolher a que mais se encaixa no seu perfil e já deixar tudo preparado para começar o ano com o pé direito.

Um ótimo Natal e um feliz 2016!





Pense inglês.
Fale inglês.

A Personal aprimorou a forma de ensinar um novo idioma com o método individualizado de ensino.

Além disso, investe na interatividade das aulas e de todo o ambiente da escola para que você viva o idioma. Só se aprende inglês quando você é condicionado a pensar em inglês.

Conheça a Personal, a escola que respeita o tempo que cada aluno aprende para ensinar de verdade.

personallanguagecenter.com.br | 


TOEFL. **TOEIC**

13 **3232.1319**

1 Rua Azevedo Sodré, 43, Boqueirão.

2 Rua Tolentino Filgueiras, 56, Gonzaga.

PERSONAL
LANGUAGE CENTER

J'af
le français

b&v

CURSOS

- REGULARES (A1 a B2)
- CURSOS INDIVIDUAIS

NOVO MÉTODO DIGITAL

DESCONTOS
P/ UNIVERSITÁRIOS
E CONVÊNIOS

A Aliança Francesa é a única instituição autorizada a aplicar os exames DELF/DALF, CAPES/CNPQ - TESTE DE PROFICIÊNCIA.

70 ANOS
em Santos
1945 - 2015

af Aliança Francesa

Uma Aliança entre a França e você

Rua Rio Grande do Norte . 98
Pompeia . Santos . SP
Tel.: (13) 3237.2403 
www.afsantos.com.br

Dezembro na França

por:Eleonora Ribeiro

Que tal passar o mês de dezembro em terras francesas, aproveitando para conhecer novos lugares no friozinho do inverno e descobrindo como é o Natal por lá?

Logo na primeira semana do mês, acontece a incrível Festa das luzes (*Fête des lumières*), em Lyon. A história deste evento nos leva à Idade Média, quando a população lionesa colocou velinhas nas janelas como agradecimento ao fim da peste no país. A homenagem religiosa se transformou em uma celebração de quatro dias, agora com espetáculos luminosos incríveis por toda a cidade, atraindo milhões de turistas.

Saindo de Lyon, rumo ao norte da França, a dica é explorar a região da Alsácia. Para conhecer um verdadeiro *marché de Noël*, vá a Estrasburgo ou Colmar. A decoração, a iluminação, os stands de artesanato e culinária locais e típicos... É como estar num filme! As cidades, que já fizeram parte do território alemão, oferecem muitos atrativos o ano inteiro, mas em dezembro tudo se torna ainda mais encantador!

Para um Natal na França, os costumes pedem um *sapin* (pinheiro) decorado com *boules* (bolas de Natal, tradição, aliás, criada na França), uma *couronne de Noël* (uma guirlanda) na porta e uma *creche* (presépio). À mesa, *une dinde* (peru) acompanhado de uma *coupe de champagne* (uma taça de champagne). E para adoçar ainda mais o momento, o doce típico do Natal francês: *une bûche de Noël*.

Ah, e não vale esquecer de dar um *cadeau* (presente) aos familiares e amigos queridos. Quando receber algum, agradeça dizendo: *Merci beaucoup, c'est gentil!*

Joyeux Noël / Feliz Natal a todos!





Natal na Alemanha



Já que estamos em clima de Natal, resolvemos falar sobre um destino considerado um dos mais bonitos do mundo nessa época do ano: a Alemanha. Das sacadas iluminadas aos aromas exalados pelas feiras especialmente montadas para a comemoração da data, o país reserva muitos de seus encantos para o período.

Não é de hoje, no entanto, e nem somente por isso, que a Alemanha tem atraído cada dia mais os olhares dos turistas brasileiros. Segundo o Centro de Turismo Alemão - DZT, a hospedagem apresentou um aumento de 3,3%, no entre janeiro e setembro de 2014, com aproximadamente 584.000 pernoites na consagrada terra da cerveja.

Com os holofotes apontados para o país e a aproximação do dia 25 de dezembro, decidimos explorar algumas curiosidades natalinas sobre os hábitos, costumes e tradições alemãs que merecem destaque. Afinal, apesar de ser uma festa amplamente celebrada ao redor do mundo, cada região o faz de acordo com as suas particularidades. Também elegemos duas cidades frequentemente escolhidas pelos viajantes como ponto de partida para o passeio, com dicas de hospedagem e lazer: Berlim, que não poderia ficar de fora, e Munique, berço da famosa Oktoberfest.



A cultura de *Berlim*

É impossível falar sobre a Alemanha sem mencionar Berlim. A capital é um verdadeiro caldeirão cultural e inspira qualquer um que passe por lá. Também pudera: um território que vivenciou duas guerras mundiais, atravessou o período sombrio do governo de Hitler e passou quase 30 anos dividido pelo icônico Muro de Berlim, não poderia ter pouca história para contar. É nesse cenário que prédios antigos dividem espaço com mais de 400 galerias de arte, além de museus e intervenções artísticas de rua. Poucos lugares no mundo são como a cidade, acostumada a se reinventar em busca da identidade que melhor lhe cabe, constantemente se transformando. Como disse uma vez o político francês Jack Lang, em meados de 2000: “Paris é sempre Paris, enquanto Berlim nunca é Berlim.”

Para comer:

FISCHERS FRITZ

Para os apreciadores da alta gastronomia, Berlim oferece diversas opções premiadas pelo Guia Michelin. O Fischers Fritz é um dos destaques, contemplado por anos consecutivos com duas estrelas. Sob o comando do renomado chef Christian Lohse, o espaço oferece uma experiência gourmet única combinada a um ambiente extremamente requintado. Localizado em um hotel, o Regent, também na região de Mitte, o local conta com os peixes como especialidade. **Charlottenstrasse 49, Mitte 10117 - www.fischersfritzberlin.com/**



Para se hospedar:

ROCCO FORTE HOTEL DE ROME

Localizado no coração de Berlim, o Hotel de Rome foi instalado em uma antiga construção histórica do século XIX, onde antes funcionava uma instituição financeira, na região de Mitte. Os toques do design moderno complementam os detalhes da arquitetura clássica em uma estrutura deslumbrante. Não bastasse ser um marco histórico, a estrutura oferece espaço *fitness*, spa, piscinas, restaurante, bar e muito mais, além de programas especiais para as crianças, como o convite que recebem para assar biscoitos na cozinha do hotel, horário exclusivo na piscina e, para os menores de 6 anos, comidas e bebidas complementares. O café da manhã e o transfer do hotel para o aeroporto estão inclusos na hospedagem. *Behrenstrasse 37, Mitte 10117 - www.roccofortehotels.com/*



Para visitar:

UNTER DEN LINDEN

A avenida, uma das mais famosas de Berlim, se estende da Pariser Platz, onde fica o imperdível Portão de Brandenburgo, à ponte Schlossbrücke. Inúmeras atrações e pontos turísticos interessantes fazem parte do trajeto, como a Ópera de Berlim, o Palácio do Príncipe Herdeiro e o Palácio da Princesa, o Museu Histórico Alemão, entre outros. Após a ponte, é possível avistar a imponente Catedral de Berlim.



MURO DE BERLIM

A queda do Muro de Berlim, em 1989, deu início à reunificação alemã. Alguns trechos, no entanto, permaneceram. O “East Side Gallery”, entre a Ostbahnhof e a ponte Oberbaumbrücke, é o mais famoso, com pinturas de diversos artistas que quiseram representar acontecimentos políticos relacionados.



KURFÜRSTENDAMM

Outra avenida famosa na cidade, principalmente por conter inúmeras opções de compra. Lojas populares partilham democraticamente o espaço com lojas de luxo. Próxima ao local, fica a Gedächtniskirche, a ruína de uma igreja atingida durante a Segunda Guerra Mundial. O pouco que restou foi mantido para que as tragédias causadas por uma guerra nunca sejam esquecidas.



Considerando que a cerveja é um dos grandes atrativos da Alemanha, como não incluir Munique no roteiro? A cidade é, nada mais, nada menos, que o berço do Oktoberfest, o festival anual de cervejas mundialmente conhecido e realizado desde 1810. No entanto, nem tudo se resume à bebida: a metrópole é considerada uma das mais bonitas e charmosas do país, onde a modernidade convive em harmonia com a história e a tradição de uma região que teve que se reerguer após ser completamente destruída na metade da Segunda Guerra Mundial. Para quem ainda não se convenceu do potencial da cidade, lá nasceu uma das maiores fabricantes de motocicletas e automóveis do mundo, a BMW, onde ainda se situa a sede da marca. Não importa o que seja dito, a verdade é que somente uma visita é capaz de fazer jus aos encantos dos costumes e à maneira de celebrar a vida em Munique. O que você está esperando?

Para se hospedar:

VIER JAHRESZEITEN KEMPINSKI MÜNCHEN

Um luxuoso palácio abriga o Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München, inaugurado em 1858. Com celebridades e membros da realeza na lista de personalidades que já passaram no local, os espaços ainda emanam o charme do século XIX. Um exemplo é a cúpula de vidro no salão principal, cuidadosamente restaurada. A proximidade do centro, com muitas possibilidades de compras e gastronomia, é outro forte atrativo para os turistas. A estrutura, com um total de 233 quartos, oferece acesso gratuito à internet, academia, piscina, salão de beleza, spa e estacionamento subterrâneo, além de outros serviços e comodidades. **Maximilianstrasse 17, 80539-www.kempinski.com/de/muenchen/hotel-vier-jahreszeiten/**



Para comer:

TANTRIS

Inaugurado em 1971, o Tantris é considerado um dos melhores de todo o país. Contemplado com duas estrelas pelo Guia Michelin, o restaurante oferece uma variedade de pratos elaborados pelo chef Hans Haas, no posto desde 1991, sempre com produtos frescos e ingredientes *premium* que variam de acordo com as estações. Se por um lado, o cardápio é um espetáculo, por outro, a arquitetura do local também não deixa nada a desejar, com ambientes decorados por profissionais renomados, como Justus Dahinden. *Johann-Fichte-Str. 7, 80805 - www.tantris.de*



Para visitar:

MARIENPLATZ

Fundada em 1158, a Marienplatz é a principal praça da cidade de Munique. Nela, está situada a nova câmara municipal, conhecida como Neues Rathaus, que possui um dos maiores atrativos turísticos do local: o Rathaus-Glockenspiel, um relógio animado que movimentava um carrilhão de bonecos em determinada hora do dia.

ENGLISCHER GARTEN

Ou “English Garden” (Jardim Inglês, em português), é o passeio perfeito para quem prefere programas ao ar livre. Considerado um dos maiores de toda a Europa, o parque público foi criado em 1789 e é ideal para caminhadas, corridas, passeios de bicicleta, piqueniques e outras atividades em contato com a natureza.



MUSEU DA BMW

Os apaixonados por carro certamente não vão querer deixar o programa de fora do roteiro. A exposição permanente engloba desde modelos antigos a protótipos para os anos que virão. Além disso, os visitantes também podem conhecer um pouco mais sobre a história da marca. Tours guiados, com duração de aproximadamente uma hora e meia, acontecem em inglês e alemão.

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

Alpi Distribuidora Kibon

R. Pedro Américo, 137 - Campo Grande
Telefone:(13) 3224-7878
www.alpidistribuidora.com.br

Ao Chopp do Gonzaga

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

Babo Américo

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

Caiçara Restaurante e Pizzaria

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

Casa Santa Marta

Av. Washington Luís, 500 - Gonzaga
Tel: (13) 3286-1500
www.cassantamarta.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. Pedro Arbus,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

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.piccolaforneria.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

PUBLIC FIRST CLASS, SUA REVISTA PREMIUM LIDA PELO CLIENTE QUE VOCÊ PROCURA.

Há dez anos, a PUBLIC FIRST CLASS é referência quando se fala em sofisticação. Agora, a publicação apresenta mais uma novidade para o segmento triple A, a First Class Wedding & Decor, com o que há de melhor em casamento e decoração no mercado de luxo.



© CLIENTE F.C.



PUBLIC **FIRST** CLASS

CENTRAL DE NEGÓCIOS
+55 (13) 3227-3115 | 3222-1323 | MKT@PUBLICMIDIA.COM.BR
WWW.PUBLICFIRSTCLASS.COM.BR | FACEBOOK.COM/PUBLICFIRSTCLASS

WEDDING & DECOR
FIRST CLASS

TODO CONFORTO QUE SUA FAMÍLIA MERECE

PRONTO
PARA MORAR



São Patrício

RESIDENCIAL



ILUSTRAÇÃO SUÍTE APTO 2 SUÍTES



ILUSTRAÇÃO SALA APTO 2 SUÍTES

ÁREA DE LAZER NA COBERTURA: PISCINA, SALÃO DE FESTA, SALA KIDS E FITNESS

2 SUÍTES

ÁREA PRIVATIVA
COM VARANDA
81m²

VAGA PARA 2 CARROS
PONTO ELÉTRICO PARA GRILL
PREPARAÇÃO PARA SPLIT

1 DORM.

ÁREA PRIVATIVA
COM VARANDA
45m²

VAGA PARA 1 CARRO
PREPARAÇÃO PARA SPLIT

propaganda ilimitada

ÓTIMA LOCALIZAÇÃO

R. Ministro Xavier de Toledo, 89 Campo Grande - Santos/SP

www.silamar.com.br

Incorporação e Construção:



Comercialização:



Com plantão de vendas no local. Informações: **2202.3248**

Este empreendimento tem projeto aprovado pela Prefeitura Municipal de Santos conforme processo nº 96751/2010-03, com Alvarás de Aprovação nº 0158/2013 e de Licença nº 0074/2013, estando com seu Processo / Memorial de Incorporação no 3º Cartório de Registro de Imóveis de Santos, na Matrícula nº 49.637, R-04, em 23/09/2013. As imagens em 3d, o mobiliário, o paisagismo e os itens de decoração são para efeito meramente ilustrativo, não fazendo parte do imóvel. As metragens das unidades aqui anunciadas compreendem os espaços ocupados pelas espessuras das paredes, vigas, etc. Os materiais de acabamento e os equipamentos que serão entregues com o empreendimento estão indicados no memorial descritivo. Creci 21.803-J.