



MARCELO COLON O DESIGN DE UM DESIGNER - INTERIORES CONSTRUÍDOS A PARTIR DO QUE NOS HABITA

MOTORBMW CONFIRMA A CHEGADA DA NOVA SÉRIE 2 GRAN COUPÉ NAS VERSÕES 220 E M235 DECOR UM PROJETO COM CONFORTO E FUNCIONALIDADE

GASTRONOMIACHEF DÁRIO COSTA - A RECEITA DA AUTENTICIDADE TRAVEL DEMANDA DE CRUZEIROS DE LUXO CRESCE NO MUNDO TODO



All in Home

TUDO PARA SUA CASA
em um só lugar!

Móveis | Planejados | Decorações | Tapetes | Colchões | Higienização | Impermeabilização e +

📍 **Santos** | Avenida Whashington Luís 471, Gonzaga, Santos-SP

📍 **Riviera** | Rodovia Rio Santos KM 216, Bertioga-SP

✉ @dcasapraia ✉ @dcasa_moveis ☎ (13) 99662-1124



Fale com os
nossos estilistas:

D'casa
SINCE 1984



All in Home

TUDO PARA SUA CASA
em um só lugar!

Móveis | Planejados | Decorações | Tapetes | Colchões | Higienização | Impermeabilização e +

📍 **Santos** | Avenida Whashington Luís 471, Gonzaga, Santos-SP

📍 **Riviera** | Rodovia Rio Santos KM 216, Bertioga-SP

✉ @dcasapraia ✉ @dcasa_moveis ☎ (13) 99662-1124



Fale com os
nossos estilistas:

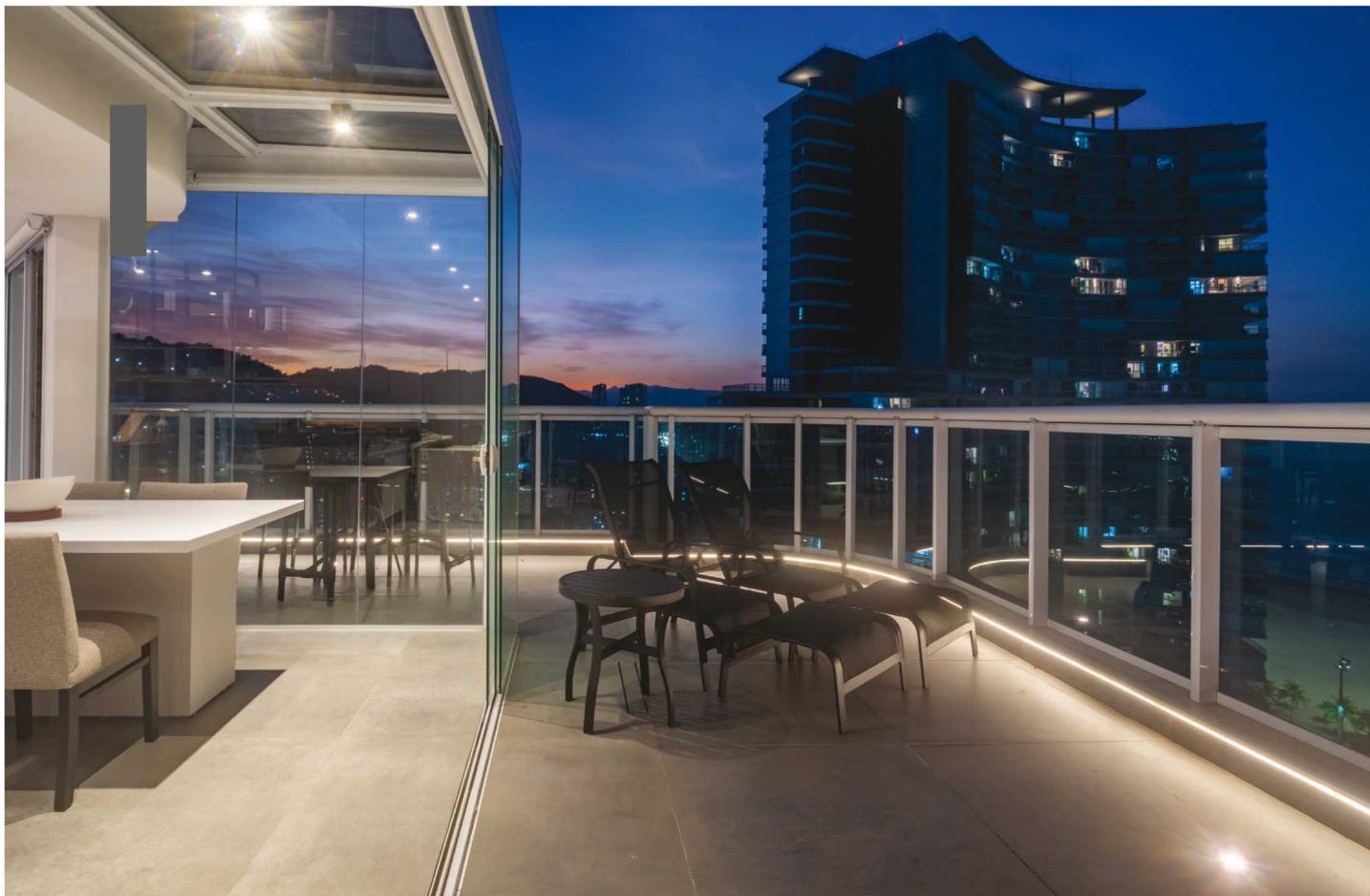
D'casa
SINCE 1984



Uma casa completa realizada
pela nossa equipe



@sozomarcenaria
Rua: Manoel Tourino, 292 -Santos
13 9918-5695



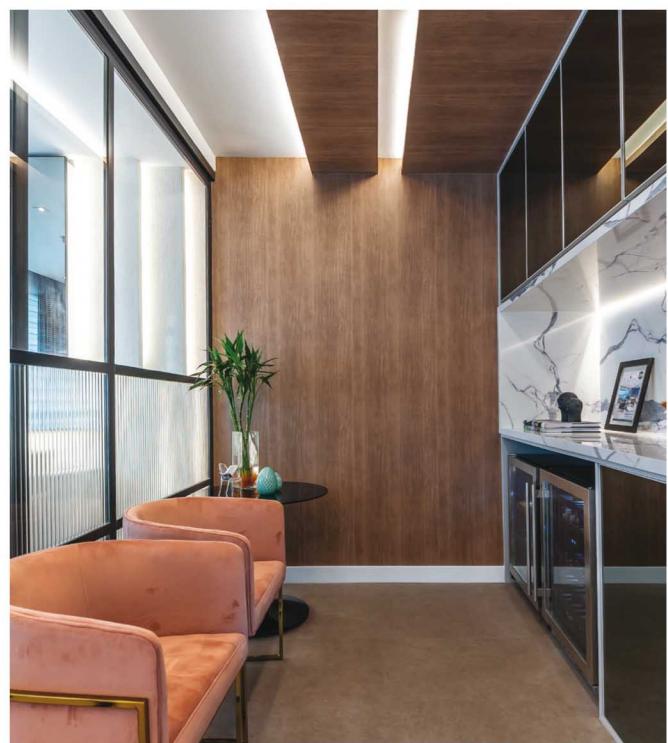
agencia art7.com.br



Av. Siqueira Campos, 500 Boqueirão - Santos - SP
 contato@llvidros.com.br

13 - 3500-0635 13 - 99660-1948 11 - 94342-0163
LLvidros.com.br **LLvidros** **LLvidroespelhos**

REDE CONCEITO



TUDO PARA SUA CASA

ALTO PADRÃO, SOFISTICAÇÃO E O
MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO DA REGIÃO.



PROJETO DI. ADRIANA MANTOVANI



Equipe especializada,
instalação própria e
soluções completas para
transformar seu lar.

HOUSE DECOR, A
ESCOLHA CERTA PARA
QUEM BUSCA VIVER BEM.

 (13) 2202-4620

 @HOUSE.DECOR

 AV. FLORIANO PEIXOTO, 156
SANTOS





PEDRAS NATURAIS

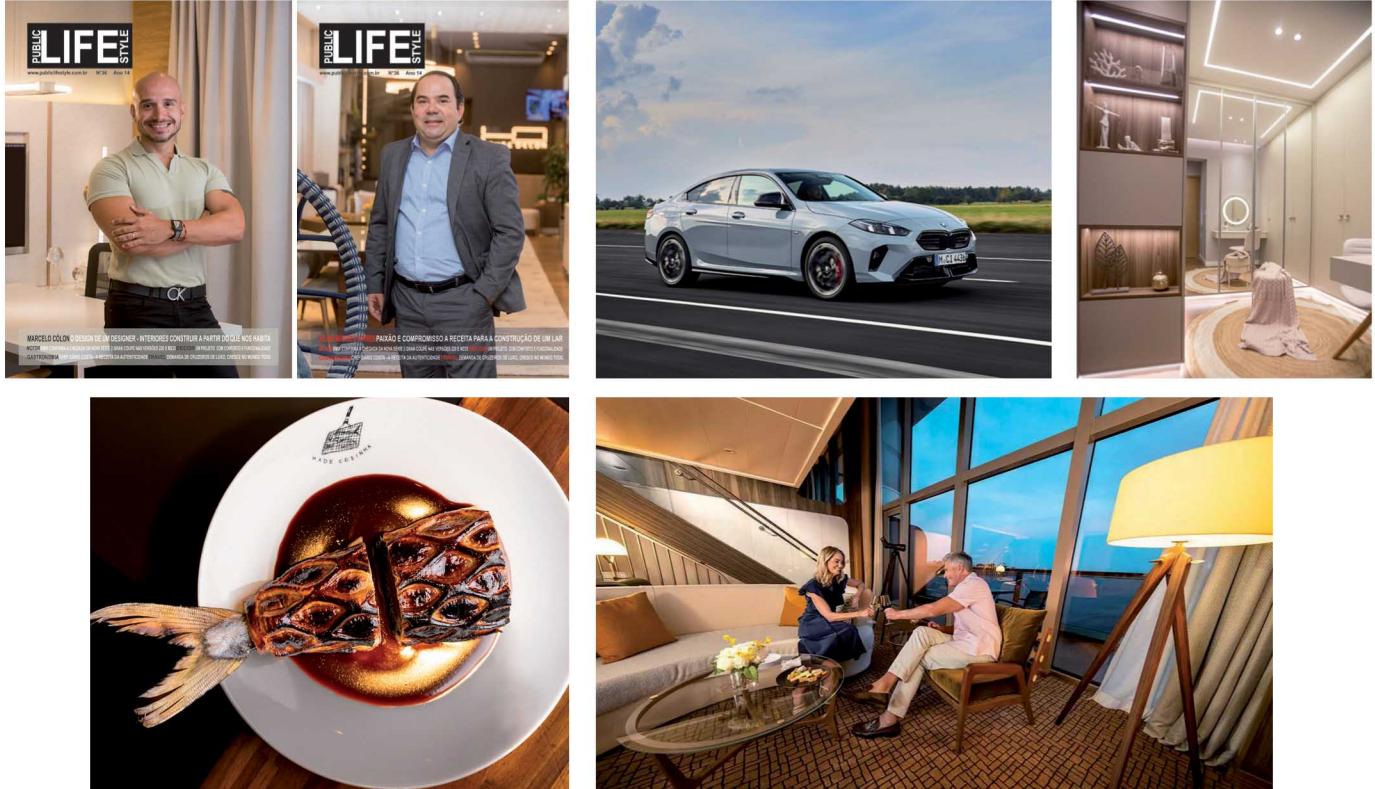
e suas infinitas possibilidades

PUBLIC MÍDIA



SÃO VICENTE - Av. Capitão Mor Aguiar, 67 - Centro tel: 13 3468-5100
SANTOS - Av. Siqueira Campos, 586 - Boqueirão tel: 13 3322-5102

LIFE_sumário



CAPAS

MARCELO CÓLON: O design de um designer - aqui você vai saber um pouco mais desse profissional que dividiu conosco sua experiência.

ALAN M. AYRES: Paixão e compromisso: a receita para a construção de um lar.

MOTOR

BMW: Confirma chegada da nova série 2 Gran Coupé nas versões 220 E M235.

DECOR

STUDIO MARCELO CÓLON: Projetou um apartamento repleto de conforto e funcionalidade e você vai poder conferir cada detalhe.

Gastronomia

CHEF DÁRIO COSTA: Uma carreira dedicada a dar protagonismo a vivências reais e populares e conectar as próprias origens ao mais sofisticado fazer culinário.

TRAVEL

NAVIOS DE LUXO: Se você imagina um roteiro elegante e repleto de mimos, saiba que esse nível de exclusividade tem seu preço. As tarifas variam entre US\$ 400 e US\$ 500 por dia, por pessoa, podendo chegar a US\$ 1.000.

SUAS **MEMÓRIAS** —
— MERECEM **ESTILO**



moldura
minuto



(13) 98128-7784



@molduraminutosantos

LIFE_carta ao leitor



Essa edição é muito especial para mim como editora, profissional e empresária. Primeiro porque trata-se de uma edição que está dedicada a apresentar parceiros que sonharam comigo o mesmo sonho, deixar meu apartamento exatamente como meu querido Marcelo Colón projetou. Ele junto com sua equipe, desde a primeira reunião, ouviu cada detalhe do que eu desejava para meu novo lar e preparou um projeto com todos os detalhes e carinho para que eu me sentisse feliz com o resultado. Entregue o projeto, segui para os fornecedores, propus a eles parcerias e todos aqui citados foram impecáveis em suas entregas e me atenderam com muita atenção.

Para mim, essas parcerias foram mais do que meu projeto residencial, foram também a confirmação de que minha empresa, que acaba de completar 23 anos de mercado, tem em seu grupo de clientes, independentemente do tempo que estão na casa, parceiros que enxergam alta credibilidade no trabalho que desenvolvemos. Alguns dos parceiros nessa edição já estavam conosco no ano de fundação da empresa, outros são relativamente mais recentes e também são muito bem vindos para figurarem em próximos projetos e edições.

Para as capas, vocês vão conhecer desta vez o designer de interiores Marcelo Colon, um profissional criterioso, responsável, cuidadoso e impecável. E o outro entrevistado, Alan Miguez Ayres, é o proprietário da House Decor que nos conta sobre planos e realizações.

Para completar a edição fomos conversar com o Chef Dáario Costa e pudemos observar de forma mais próxima certas nuances de seu trabalho.

Também temos um roteiro de turismo, e os cadernos de moda, motor, saúde e estética.

Em nosso site, que está em constante atualização, é possível conferir mais matérias, que trazem informações diversificadas de lançamentos de produtos e novidade sempre ligadas ao padrão LifeStyle que trazemos em nossas publicações impressas. Caso queira ficar atualizado com o que há de melhor no mercado e aproveitar um pouco mais do que fazemos é só acessar.

Boa leitura e até a próxima!

Valéria de Souza Guazzaloca

PUBLIC **LIFE** STYLE

DIRETORIA GERAL

Valéria de Souza Guazzaloca

ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO

Marcelo Ferreira

DEPARTAMENTO CONTÁBIL

Conecta Plus

MARKETING E DESENVOLVIMENTO

Vitor de Souza
mkt@publicmidia.com.br

OPERAÇÕES COMERCIAIS

Alex Bispo
comercial@publicmidia.com.br

PROJETO EDITORIAL/PUBLISHER

Valéria de Souza Guazzaloca
diretoria@publicmidia.com.br

REPÓRTER

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

REDATOR

Vitor de Souza

COLABORADOR

Dr. Rodrigo Achilles

EDIÇÃO E DIAGRAMAÇÃO

Valéria Guazzaloca

FOTO CAPA

Paulo Shibukawa

As matérias são de responsabilidade de seus autores. A reprodução total ou parcial das matérias, imagens e anúncios são proibidas, exceto com autorização da Editora.

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

UMA PUBLICAÇÃO

Public
midia

Central de Negócios:

Tel.: 13 99201-2575

imprensa@publicmidia.com.br

www.publiclifestyle.com.br

Seu escritório

COMPLETO ESTÁ AQUI!



**Soluções de alto padrão
em móveis, cadeiras,
divisórias, planejados,
iluminação e muito mais.**

- MÓVEIS CORPORATIVOS
- REVENDA EXCLUSIVA FLEXFORM
- PROJETO COMPLETO EM UM SÓ LUGAR



PRAIAMAR CORPORATE – PISO L4



(13) 3231.4629 | @HOUSEDECOR.OFFICE

Montblanc e Wes Anderson reunem-se para o segundo episódio

Wes Anderson retorna ao universo da Montblanc em uma ode à escrita, à criatividade e à maravilha da viagem.

A Montblanc retorna à sua colaboração criativa com Wes Anderson, dando continuidade ao universo singular que o premiado cineasta criou com o aclamado curta-metragem do ano passado, marcando o centenário do lendário instrumento de escrita Meisterstück. Mais uma vez, o visionário cineasta traz à tela sua narrativa visual marcante e seu humor irônico e autorreferencial. Nas mãos de Wes Anderson, a Montblanc se torna um palco para a imaginação desenfreada e lúdica, enquanto ele subverte as expectativas com reviravoltas inesperadas e convida os espectadores a vivenciar o mundo da Montblanc através das lentes da criatividade e de uma dose de humor.

O curta-metragem conta com um elenco de colaboradores frequentes de Wes Anderson, incluindo Rupert Friend, Michael Cera e Waris Ahluwalia, e com a participação da atriz em ascensão Esther McGregor. Intitulado “Let’s Write” (Vamos Escrever), o curta-metragem retorna à Biblioteca do Observatório da Alta Montanha Montblanc - um mundo surreal e coberto de neve, situado acima das nuvens, habitado por um trio de montanhistas interpretados por Anderson, Friend e Cera. Em um roteiro que dá continuidade à exploração de Anderson sobre a profunda conexão da Montblanc com a cultura da escrita, o elenco navega por reflexões metafísicas, narrativas da marca e presentes literais com igual talento.

A nova história introduz cenários fantásticos adicionais, notavelmente a Montblanc Voyage of Panorama, um vagão de trem encenado que atravessa paisagens imaginárias. A experiência do vagão, nas palavras da personagem de Anderson, “demonstra a ideia da ‘jornada’ literal, metafórica e poética”. As personagens refletem sobre a viagem como uma metáfora para a introspecção e a imaginação, cada uma parando um momento para refletir, reconectar-se consigo mesmas e, claro, escrever.

“A Montblanc possui uma herança e um DNA tão extraordinários e ricos; uma fonte inesgotável de material criativo e histórias a serem descobertas e contadas. Em Wes Anderson, encontramos o narrador perfeito, oferecendo uma perspectiva original através da qual as pessoas podem descobrir nossa Maison”, afirma Marco Tomasetta, Diretor Artístico da Montblanc. “A campanha visa a gerar um tipo diferente de emoção que os clientes possam vivenciar em todos os momentos de contato possíveis, despertando sua curiosidade pela escrita e inspirando-os a colocar a caneta no papel.”

Ao longo do curta-metragem, os produtos Montblanc fazem aparições sutis e não tão sutis. Entre os produtos apresentados estão a nova Montblanc Writing Traveler Bag, a icônica Montblanc Meisterstück, a “SCHREIBERLING” (uma caneta-tinteiro projetada pelo próprio Anderson), uma mesa de escrita portátil e um histórico relógio de bolso Minerva — todos perfeitamente integrados à narrativa.

“O estilo de Anderson desafia as noções tradicionais de narrativa de luxo. O curta-metragem vai prender a atenção do espectador e provavelmente deixará uma marca duradoura”, explica Stephanie Radl, Diretora Global de Relações com a Marca e Comunicação da Montblanc. “Ao desarmar o público, ele o incentiva a interagir com a marca de forma muito diferente. No final, eles verão que, além do artesanato e do design da Montblanc, a Maison busca inspirar a criatividade em todas as suas formas e encontrar novas maneiras originais de contar histórias.”

Para dar vida à sua visão, Anderson contou com a colaboração de Roman Coppola, que atuou como codiretor e também dirigiu conteúdo adicional de curta-metragem como parte da campanha, dos produtores Jeremy Dawson e John Peet, e do diretor de fotografia Darius Khondji. A direção de arte ficou a cargo de Adam Stockhausen e Stephan Gessler, o figurino de Milena Canonero e a produção do Babelsberg Production Group.



MONTBLANC



LIFE_motor



BMW confirma chegada da nova Série 2 Gran Coupé, nas versões 220 e M235, no início do segundo semestre

A família de carros esportivos da BMW aumentou com a chegada do novo BMW Série 2 Gran Coupé, nas versões BMW M235 xDrive e BMW 220 Gran Coupé M Sport. Totalmente novos, os modelos chegaram ao Brasil em julho com pré-vendas já anunciadas.

O novo BMW M235 xDrive reafirma a tradição da BMW de trazer sempre o que há de melhor em seu portfólio para os clientes do Brasil, unindo estilo e desempenho. Sua carroceria Gran Coupé é um dos destaques, dando ao modelo uma silhueta atraente e esportiva. Com 317 cavalos de potência e aceleração de 0 a 100 km/h abaixo dos 5 segundos, o modelo mostra que além do visual, o desempenho também é digno de um esportivo com motor 2.0 de quatro cilindros na linha TwinPower Turbo. O BMW 220 M Sport também é equipado com motor 2.0, mas na previsão de 204 cavalos de potência.

O BMW M235 é o 10º carro da BMW à venda no Brasil com a assinatura M, tão tradicional e desejado por quem busca esportividade no real sentido da palavra. Além dele, também estão disponíveis: BMW X2 M35i, BMW X3 M50, BMW i4 M50, BMW i5 M60, BMW X7 M60i, BMW iX M60, BMW M2, BMW M3 e BMW X6 M.

A enorme lista de opções mostradas como os carros M e M Performance são um sucesso de público com os clientes brasileiros e reafirmam o compromisso da BMW com a abertura tecnológica, já que três deles, incluindo o lançamento mais recente BMW i4 M50, são elétricos.



Entenda melhor sobre a Cirurgia Plástica do Abdome

Cirurgia plástica de abdome é uma das mais realizadas em todo o mundo. Trata-se de uma cirurgia estética em que podem ser tratados os três problemas de uma só vez que ocorrem principalmente após a gestação, momento em que há um aumento da quantidade de gordura no abdome e flancos, a pele fica mais flácida e os músculos do abdome se separam, dando origem à famosa diástase do reto abdominal. Por isso, o abdome perde forma e a mulher fica mais vulnerável a lidar com seus desafios diários.



Após a década de 80, a lipoaspiração passou a fazer parte desta cirurgia e foi responsável para que seus resultados melhorem muito. A cirurgia passou a resultar em um abdome mais natural, contando com as curvas de um abdome não operado, o que levou muitos pacientes à sala de cirurgia. A segurança da cirurgia também foi uma preocupação dos cirurgiões. Todo o processo antes, durante e depois da cirurgia passou por algumas adaptações para devolver o paciente o mais rápido possível a suas atividades de rotina, como retornar ao trabalho, dirigir e fazer atividades físicas.

Nos últimos anos, algumas tecnologias passaram a participar desta cirurgia. O vibrolipoaspirador, o laser de diodo, a radiofrequência bipolar, os jatos de plasma e argônio, e o ultrassom são exemplos destas tecnologias. Algumas delas têm a intenção de dissolver a gordura a ser aspirada e outras são usadas com a intenção de retrair a pele, melhorando ainda mais a flacidez que se forma com o tempo.

O que deve ser avaliado pelo seu cirurgião é a indicação de qual tecnologia pode ser usada ou se elas são realmente necessárias. Todas elas aumentam o trauma desta cirurgia e têm efeitos térmicos, o que pode aumentar a chance de intercorrências. Por isso, a indicação deve ser precisa e o cirurgião deve ter o controle destas tecnologias para não colocar o paciente em risco.

Outro fator relevante, no que diz respeito à abdominoplastia, é a associação com outras cirurgias. Aumentando o trauma e o tempo cirúrgico, a chance de alguma coisa fugir do controle é maior. O tempo para se realizar adequadamente uma lipoabdominoplastia é de 4 a 5 horas, incluindo enxerto de gordura nos glúteos. A associação com uma cirurgia de mama por exemplo, aumenta o tempo cirúrgico de 3 a 4 horas, extrapolando em muito o tempo limite orientado pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, que estabelece um limite de 6 horas para procedimentos estéticos. Se existir

mais de dois cirurgiões ajudando na cirurgia para que ela se torne mais rápida, mesmo assim as chances de intercorrências aumentam por causa do aumento da trauma e da área operada.

Além de sua evolução técnica, a abdominoplastia também reflete mudanças na percepção da beleza e da saúde. À medida que a sociedade continua a evoluir, a cirurgia de abdominoplastia permanece como um símbolo tanto de autoconfiança quanto de cuidados pessoais, ajudando milhares de pessoas a alcançar o corpo que desejam e a promover seu bem-estar emocional. Por isso, a abdominoplastia não é apenas uma cirurgia, mas uma afirmação sobre a capacidade humana de se adaptar, transformar e buscar a felicidade. Deve ser programada com segurança e respeito ao organismo da paciente que será submetida a esta cirurgia, consagrada pelo tempo e pelos resultados que proporcionam.

Dr. Rodrigo Achilles é cirurgião plástico desde 2002, titular pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, tem Mestrado em Ciências pela UNIFESP, pós-graduado em Consmed pela USP, Direito Médico pela UCA, Gestão Empresarial pela FGV. Trabalha em sua clínica privada que leva o seu nome e é professor de cirurgia plástica nos principais congressos da especialidade.



INSTITUTO
Implante Vida
ODONTOLOGIA



CLÍNICA GERAL - CRO/SP 88856 | RT DR. JOSÉ MARCIO AMARAL - CRO 35078

Sorrir é a melhor forma de **celebrar**

Crescemos, evoluímos e seguimos com o mesmo cuidado de sempre: tudo em um só lugar, com estrutura completa, equipe dedicada e muito carinho em cada atendimento.

O nosso compromisso continua sendo o seu melhor sorriso.



📞 13 97811.8570

📞 13 3322.4211

📍 R. Dr Tolentino Filgueiras, 49
Santos - São Paulo

🔗 [implantevida](https://www.implantevida.com.br)



LIFE_saúde & estética

Skin Idôle 3 Serum Supertint

Base líquida, leve e de acabamento natural, conta com 84% de sérum na composição, enriquecido com ácido hialurônico, niacinamida e esqualano. Esses ativos proporcionam efeito preenchedor, hidratação contínua e controle de oleosidade – garantindo uma pele com viço saudável e poros suavizados desde a primeira aplicação.



Lip Idôle Juicytreat

O Idôle Juicytreat é um lip oil com efeito gloss 3D que proporciona um brilho intenso e tridimensional instantâneo, sem aquela sensação pegajosa indesejada.

Enriquecido com 20% de esqualano, esse lip oil hidratante oferece uma hidratação leve e poderosa, com até mais de 70% de aumento na hidratação dos lábios logo na primeira aplicação.



Idôle Eau de Parfum

A elegante estrutura do chipre traz um toque sofisticado a este perfume suave e extremamente feminino. Além de entregar uma sensação única de conforto.

No centro desta fragrância está o ingrediente mais nobre e icônico do perfume: a rosa. Em uma mistura de quatro rosas, revela-se a rosa moderna, radiante e jovem de Idôle.

O absoluto de jasmim acompanha esta rosa única adicionada para um acorde limpo e brilhante.

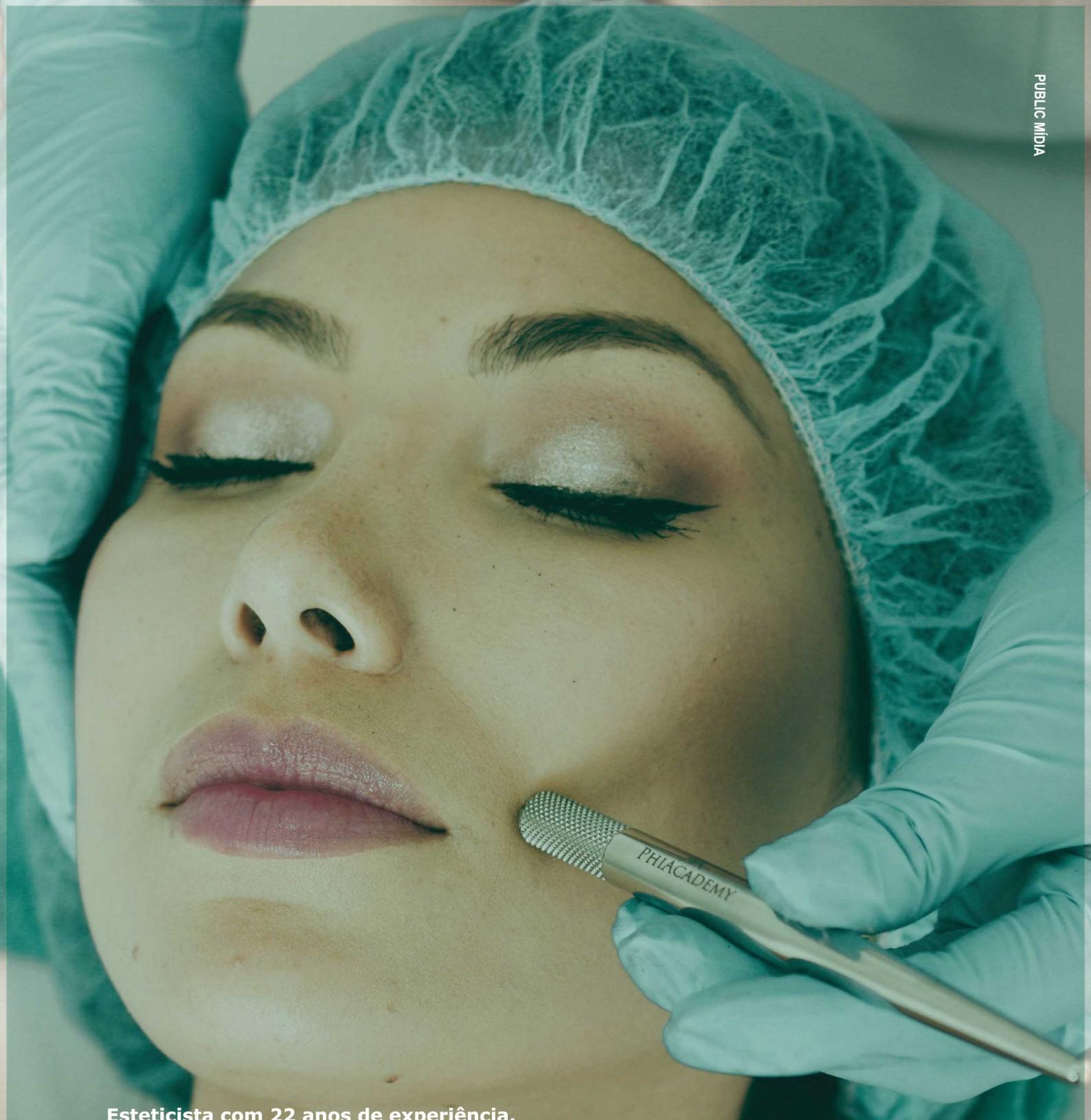
Envolvendo a fragrância como um casulo, notas de bergamota, explodem com pera suculenta e um toque de pimenta rosa.



Idôle Café Crush Maxi Palette X Sheika Daley

12 sombras com acabamento matte brilhantes.

Experimente a combinação perfeita de tons nude, uma paleta de sombras rica e inspirada no café para embelezar todas as personalidades, oferecendo infinitas possibilidades para quem deseja criar um visual tanto diurno e natural, quanto noturno e ousado.



**Esteticista com 22 anos de experiência,
gosto de ver uma pele bem tratada, saudável e iluminada.
Mais do que transformar a aparência, meu propósito é cuidar
da autoestima e do bem-estar de cada pessoa que confia em meu trabalho.
Sou graduada em Estética e pós-graduada em Procedimentos Injetáveis,
com mais de duas décadas dedicadas à beleza e à saúde da pele.
Meu trabalho é pautado pelo atendimento personalizado,
tecnologia de ponta e resultados naturais.
Essa é a essência do meu trabalho.**

Limpeza de pele - peeling - microagulhamento
Tratamento para acne - harmonização facial
Volumizador de lábios - hidratação
Radiofrequencia para flacidez

Rua Luiz Suplicy nº 35 - Gonzaga
cel. 13 99784-6585
@elizabethgutesteticista





Animale lança coleção OÁSIS para o verão 2026

Inspirada no espírito solar do Brasil, a marca mergulha no universo do artesanal e da alfaiataria

AAnimale, marca do grupo AZZAS 2154, apresenta sua nova coleção verão 2026, intitulada OÁSIS, um convite ao escapismo sensorial e à contemplação da leveza. Inspirada por referências náuticas, elementos naturais e uma estética que equilibra o luxo com a simplicidade, a coleção se constrói como um refúgio poético e solar, onde o real e o imaginário se encontram e o ato de vestir se transforma em expressão de liberdade.

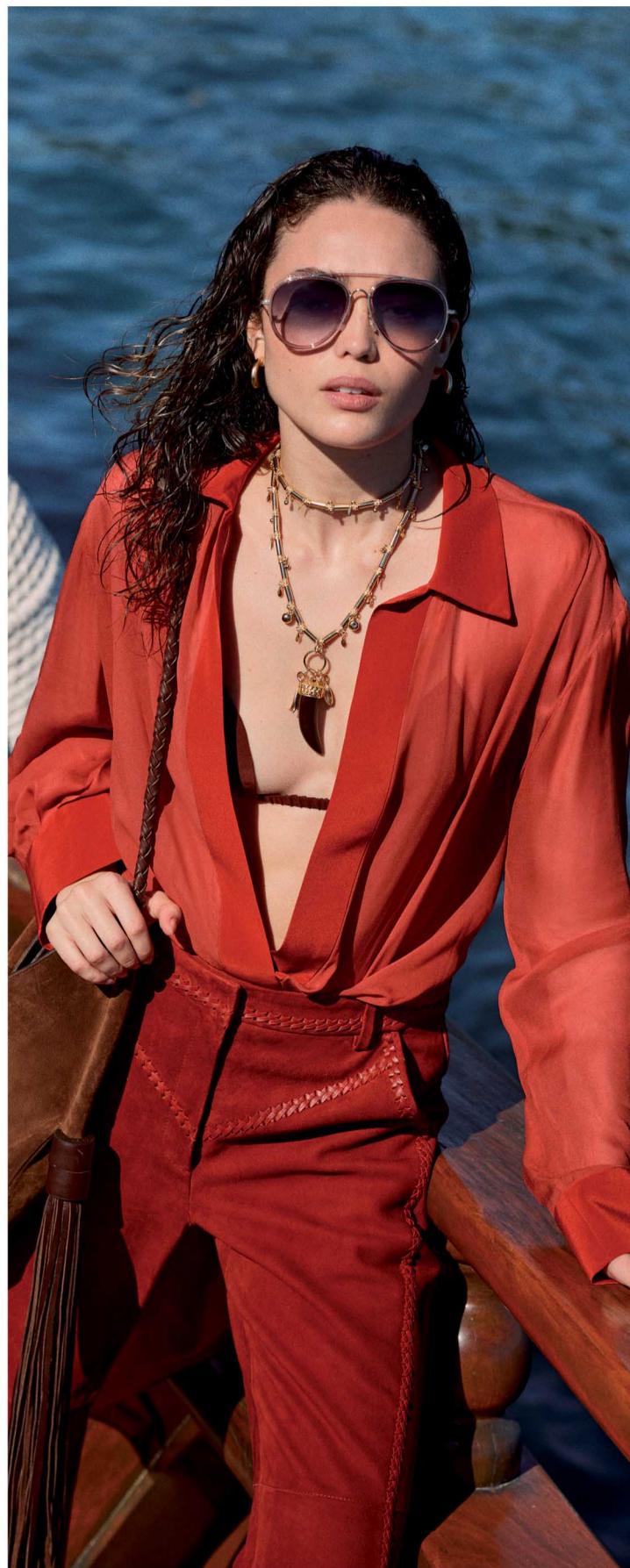
A coleção nasce da fusão entre a elegância da alfaiataria, o frescor do beachwear e o protagonismo do artesanal. As peças exploram materiais diversificados como o chamois colorido em tons vibrantes de vermelho e azul, acabamentos manuais feitos em ráfia, como saia de algodão com detalhes bordados em ráfia e vestido com o busto de ráfia.

A paleta de cores se divide entre tons marinhos, off white e uma cartela vibrante que vai do vermelho queimado ao laranja intenso, complementada por nuances terrosas. Já os fios tintos e as estampas aplicadas reforçam o caráter gráfico e contemporâneo da proposta.

Na coleção, a marca vem investindo no teste de novos materiais em suas criações como forma de ampliar seu portfólio de matérias-primas e se conectar com tecnologias emergentes e, com isso, o Couro Belief, uma tecnologia brasileira produzida a partir da folha da orelha-do-elefante, ganha forma dentro do universo Animale. A aplicação do material vegetal evidencia nuances naturais, criando superfícies orgânicas e visualmente tátteis. O resultado são peças que traduzem a busca da Animale por inovação com propósito, unindo estética sofisticada e funcionalidade.

Sem design, a alfaiataria aparece reinventada, mais leve, versátil e conectada ao espírito do verão. Combinações como bermudas de linho com tops estruturados e blazers em tecidos tecnológicos trazem funcionalidade e sofisticação às produções. Recortes, fendas e transparências sutis garantem sensualidade e fluidez, enquanto acessórios em resina e crochê completam o visual com delicadeza e personalidade.

Mais do que uma coleção, OÁSIS é uma experiência sensorial, inspirada na brasiliade e na força poética do nosso litoral. “Não é sobre fugir, é sobre se encontrar”, afirma o manifesto da temporada, que transforma cada peça em um fragmento de um verão vivido com presença, beleza e liberdade.



O Design de um designer - Interiores construídos a partir do que nos habita

REPORTAGEM:VALÉRIA GUZZALOCA
TEXTO:VITOR DE SOUZA FOTOS:PAULO SHIBUKAWA

Coragem, sensibilidade e dedicação pode ser tudo o que se precisa para construir um rastro de sucesso, uma chama de esperança e uma fonte de inspiração. É isso que se descobre ao se conviver com Marcelo Colon Dias. Apesar de suas outras qualidades e do contato ainda recente com o designer de interiores, a cada encontro, reunião e discussão a qualidade e esmero de seu trabalho se fazem mais presentes, o que a princípio pode impressionar, mas que se torna compreensível ao dissecar toda sua trajetória até os dias de hoje.

Logo ao falar de sua infância Marcelo se recordou de como possuía interesse pela arte e pelo exercício da sensibilidade. Como desde pequeno, mesmo que sem perceber, encontrava formas de moldar o mundo e expressar a própria individualidade. Já considerou ser ator ou trabalhar com moda, mas sabia que a resposta para seus anseios criativos não residia exatamente nessas áreas, algo não se encaixaria se ele se desse essa resposta. A princípio considerou ingressar no ramo da advocacia, mas logo percebeu que a área estava muito distante de suas reais aspirações. E foi na logística que encontrou, por certo tempo, uma forma de canalizar toda sua dedicação e aptidão para o trabalho.

Mas por algum motivo, que ainda não havia sido respondido, em um dilema ele se encontrou pela segunda vez, anos após sua decisão. A carreira em logística por mais que canalizasse suas aspirações de crescimento profissional não fazia o mesmo pelo seu ímpeto criativo, o que foi se tornando cada vez mais pesaroso, até que Marcelo decidiu recomeçar tudo do zero. Em meio ao conflito de suas ambições com as limitações de sua carreira Marcelo retornou ao seu eu mais genuíno e se perguntou qual seria então o caminho derradeiro, como ele poderia seguir adiante não só tendo sucesso, mas sendo feliz enquanto fizesse isso.

A resposta já é sabida, o futuro contado já foi escrito. E nas suas bases há indícios minuciosos de que esse caminho deveria eventualmente se concretizar, de uma forma ou de outra. Quando pequeno, o futuro designer de interiores, tinha entre seus lazeres preferidos ler as revistas de decoração dispostas pela casa de sua avó e jogar *The Sims™*. As revistas eram inúmeras, diferentes publicações de diversas editoras. Ali encontrava combustível suficiente para suas horas de jogo, em que sempre se apegou muito na construção das casas, em moldar os ambientes internos onde os personagens viviam. Os personagens em si e demais possibilidades oferecidas pelo jogo eram claramente secundárias em sua mente, seu interesse estava na criação de ambientes, na construção de casas que propusessem condições de convívio que ele julgasse instigantes e diferentes. Ali, sem perceber, no exercício de seu lazer, desenhava seu derradeiro futuro.



LIFE_capa



Décadas depois, adulto, a resposta surgiu daí. O caminho capaz de extrair seu pleno potencial era o design de interiores, a aliança entre suas habilidades e aspirações. Assim que lhe surgiu a resposta pediu desligamento da empresa em que trabalhava e mudou para a área que buscava. Teria que começar do zero, seria difícil, a jornada exigiria esforço, isso nunca refreou sua decisão, tinha certeza de que conseguiria atingir seus objetivos porque confiava plenamente em seu trabalho e na sua capacidade de se reinventar. Em seus anos iniciais passou por duas empresas em que atendia diretamente arquitetos e compradores de produtos de decoração. Pacientemente Marcelo solidificou as bases de sua carreira, aprendendo todo dia, de forma aberta e também crítica, estabelecendo para si o que hoje são seus padrões de serviço.

Alguns anos após seu recomeço era dada a hora de seu segundo salto de fé. Saiu da empresa em que trabalhava e sob a tutela de uma amiga que já trabalhava como designer de interiores começou a atuar na área. Passado pouco tempo Marcelo já reunia a experiência, histórico e carteira de clientes necessária para abrir seu próprio escritório e, novamente, teria que dar mais um passo adiante, mas Marcelo nunca temeu seguir em frente, por um segundo sequer.

Isso nos traz ao presente, cerca de quarenta projetos e cinco anos depois. Agora com sua equipe, Marcelo tem seguido tão meticoloso, criativo e dedicado

como antes, buscando instilar os padrões de serviço que definiu como necessários em seus anos de experiência prévia na forma de trabalhar tanto de sua equipe, quanto de seus fornecedores. No que diz respeito a fornecedores Marcelo costuma procurar pela mesma ética de trabalho, qualidade e disciplina que cobra de si mesmo. E, segundo ele, a cobrança que tem consigo mesmo é a entrega de um trabalho a cada dia melhor e a garantia da acomodação das necessidades de seus clientes.

Discutindo com ele sobre a acomodação dessas necessidades e o processo de concepção dos projetos fica muito claro o significado real do que é um projeto de design de interiores: um trabalho fruto da projeção, de um conjunto de considerações, cálculos e estimativas sobre as diferentes interações das pessoas entre si e com o ambiente em que vivem. É nessa busca por otimizar as informações trazidas pelos

clientes que o resultado final que se obtém acaba sendo uma expansão da visão que eles têm do próprio convívio ideal.

Segundo Marcelo, quando, às vezes, algum cliente fala que não sabia que dava para fazer tanta coisa é que ele percebe que seu trabalho atingiu seu propósito. O propósito de alinhar o que é belo e cabível ao projeto às preferências e, principalmente, aos hábitos dos clientes. Expandir a visão dos clientes depende de conectar todos esses elementos, um bom designer não pode pensar somente em criar uma sala de estar bonita, mas uma em que a família se reúna, converse e divida bons momentos juntos. Para isso estética não é suficiente, é necessário entender como acomodar cada pessoa com suas peculiaridades e até manias em espaços, acima de tudo, acolhedores, funcionais e pensados cuidadosamente para o seu dia a dia. O projeto de fato cria vida quando a pessoa está vivendo ali. A disposição física do espaço é apenas mais um elemento no projeto real do designer que é o convívio em sua última instância.

Para além do que os clientes precisam hoje também é preciso pensar no que eles podem precisar no futuro, pois obra é algo que às vezes as pessoas passam 20 anos na casa sem fazer para evitar possíveis transtornos. Marcelo destaca que é necessário levar em conta que as pessoas e necessidades mudam. O cliente que hoje não precisa de um ponto de água para a geladeira, por exemplo, daqui a cinco ou dez anos pode querer trocar sua geladeira por uma que precise de um. Ele considera que prever e agir sobre esse tipo de situação seja uma de suas principais atribuições, por isso tem o costume de incluir alguns aspectos de infraestrutura extras em seus projetos.

Ao falar de criatividade Marcelo reforça que a marca de cada projeto é o próprio cliente, seus gostos, personalidade, estilo de vida e desejos. Existe o profissional, que dá vida e faz o design desses espaços, mas a matéria prima é o cliente, é quem está do outro lado da sua mesa na primeira reunião e que vai habitá-los. O que é projetado acaba sendo um reflexo deles, do que mora dentro de seus corações e mentes. Por isso, para Marcelo, não existe uma fórmula para fazer direito, mas existe uma fórmula para fazer dar certo.



Ping Pong

Um cheiro: de Omalone.

Um gosto: doce.

Um desejo: Continuar crescendo em todos os sentidos. Pessoalmente e profissionalmente. A minha profissão é uma das coisas que eu mais amo fazer.

Eu vou estar daqui a 5 anos fazendo o que: Se deus quiser muitas famílias felizes.

Uma cor: verde.

Uma coisa que você ama fazer: ficar sentado na varanda do meu prédio olhando a vista.

Campo ou praia: Os dois. Praia, mas amo os dois.

Um lugar: Ilhabela.

Um lugar que eu ainda vou conhecer: Finlândia.

A melhor viagem que eu fiz na minha vida foi: Itália.

Religião: Eu acredito em Jesus, em deus. Eu sou espírita, mas eu acredito em um deus e em um Jesus só.

O Marcelo pelo Marcelo, quem é o Marcelo: Eu quero conquistar o mundo sem perder a minha essência. Eu não quero mudar por conta de nada. Eu acho que tudo que eu tenho até hoje é pelo que eu sou. Não pelo que eu tenho ou pelo que eu vou ter. Eu quero continuar sendo a pessoa que gosta de ficar em casa de chinelo, sabe. À vontade, sem se preocupar com o que os outros acham da forma como eu tenho que ser para agradar.

ESPAÇOS QUE CONVERSAM ENTRE SI

PROJETO: STUDIO MARCELO COLON

Harmonia, contemporaneidade e funcionalidade. Seguindo seu método de trabalho, o designer de interiores Marcelo Colon apresenta esse projeto levando em conta tanto as requisições de seus clientes, quanto seus padrões de qualidade e bom gosto. Unindo esses três princípios como ondulações em um lago, seus ecos e sua dissipação.





LIFE_projeto



A cozinha integrada
convida a muitos
encontros

Começando pelas áreas de convívio, a união dos ambientes da cozinha e sala de estar através da abertura da parede principal, com sua substituição pelo balcão em quartzo branco disputa o protagonismo do ambiente e contrasta diretamente com o painel de marcenaria no tom de couro de camelo, que se estende também como porta para os ambientes íntimos da casa.

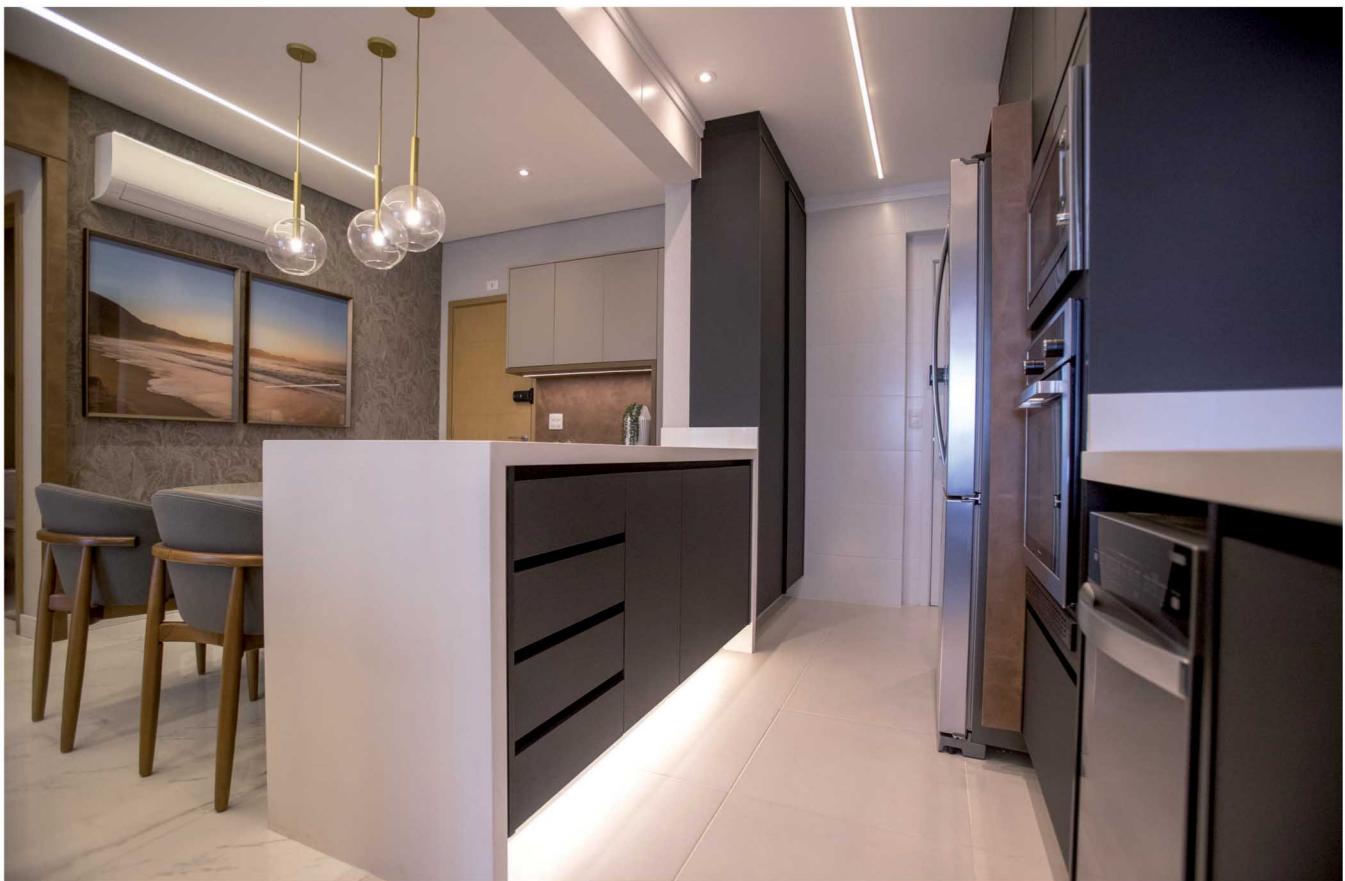
A escolha pela exploração de um conceito aberto entre a sala de estar e cozinha teve em vista permitir que os moradores consigam manter um melhor convívio e interação mesmo enquanto estiverem cozinhando, algo que surgiu como uma reivindicação ao designer. Enquanto que o painel em marcenaria traça a linha entre os ambientes em que o convívio é mais bem-vindo e os demais, reservados principalmente aos moradores da casa.

A cozinha se destaca pelo seu esquema de cores, ao optar pela quase sempre infalível combinação de preto e branco foi possível obter um resultado ao mesmo tempo moderno e sofisticado. A cor branca foi destinada tanto para a pia quanto para a área seca, em que foi utilizado de base o mesmo quartzo branco da bancada que liga os ambientes. Já a cor preta, principal tema da cozinha, foi empregada por toda a marcenaria, exceto pelos detalhes na cor de couro que envolve a geladeira e os demais nichos. Com seu cinza prateado, os eletrodomésticos da De Bacco, fornecidos pela Eurocuccina, se mesclam harmoniosamente ao todo, entregando o melhor do design, tanto em estética quanto em desempenho.



FORNECEDORES

OBRA: JORDANI ENGENHARIA - PEDRAS: MC MARMORARIA
PLANEJADOS: SOZO MARCENARIA - MOVÉIS: D'CASA CONCEITO
CAMAS, COLCHÕES E ENXOVAL : SATE CONCEITO
ILUMINAÇÃO : GTE - ELETRODOMÉSTICOS : EUROCUCINA
OBJETOS DE DECORAÇÃO: DILMA MACHADO
VIDROS E ESPERLHOS : LL VIDROS
PAISAGISMO : ZUFFO - QUADROS: MOLDURA MINUTO
PAPEIS DE PAREDE, TAPETES, CORTINAS: HOUSE DECOR



LIFE_projeto



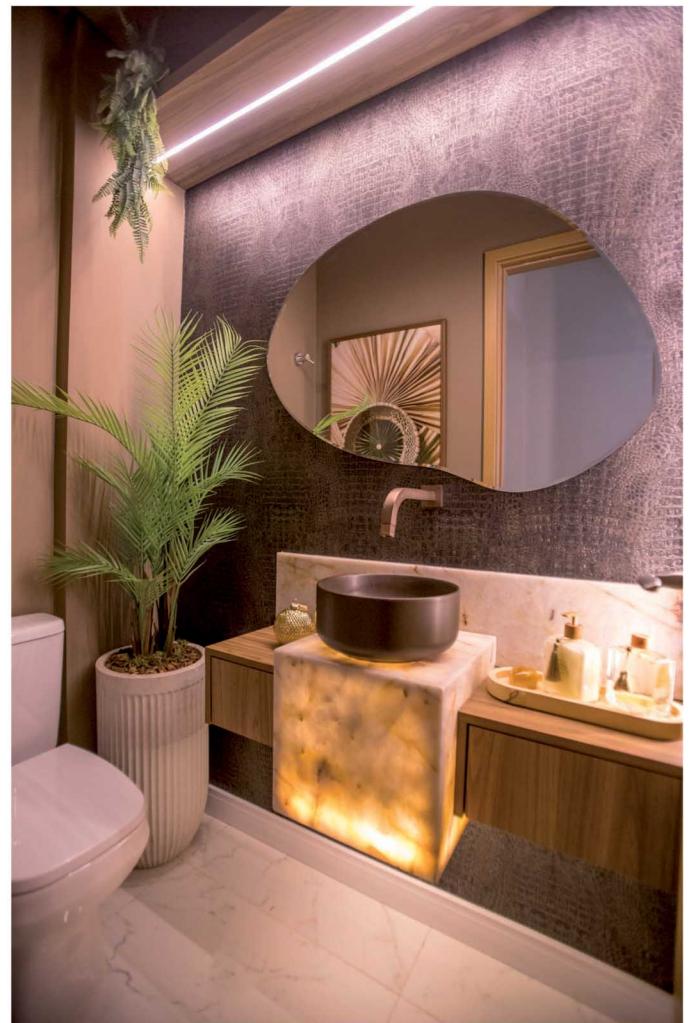
A sala, em continuidade ao ambiente da cozinha, foi trabalhada em tons mais intermediários e acinzentados, desde as paredes até o mobiliário, com pontos de contraste bem definidos e dosados. Essa abordagem teve como objetivo tornar o ambiente mais acolhedor e ameno em relação à cozinha, sem abrir mão da vida e estímulo esperada de uma área comum. O grande painel de marcenaria na cor de couro de camelo, juntamente ao revestimento do sofá, na mesma cor, servem como os principais pontos de contraste da sala de estar.

Ainda assim, a mesa de jantar, rodeada das cadeiras em tecido verde acinzentado, consegue se destacar enquanto ajuda a conectar os diferentes espaços.



Espaço para receber quem chegar

Mais que uma simples área para refeições, a varanda foi pensada especialmente para receber a família. Nela foi criada uma ilha revestida em granito itaúnas para apoio de alimentos e acessórios culinários. Sob a pedra há um ripado na mesma cor da mesa que foi produzida, pela Sozo Marcenaria, sob medida para esse ambiente. Para o painel sobre a pia foi utilizada marcenaria no tom de couro de camelo como uma forma de manter a consistência estética dos ambientes de convívio da casa. E o restante da composição do mobiliário foi completa com três cadeiras e um banco, da D'Casa Conceito. Uma poltrona em verde com apoio para pés foi posicionada com vista para o mar, dando o toque final nesse espaço.



Um lavabo lindo de mostrar

O lavabo na transição entre as áreas de convívio e descanso passa a trabalhar alguns outros temas que se repetirão nos demais cômodos, trazendo um senso de continuidade e coesão estética. Através de elementos específicos, como o pórtico de marcenaria do lavabo, esses temas ecoam formando a imagem completa do projeto.

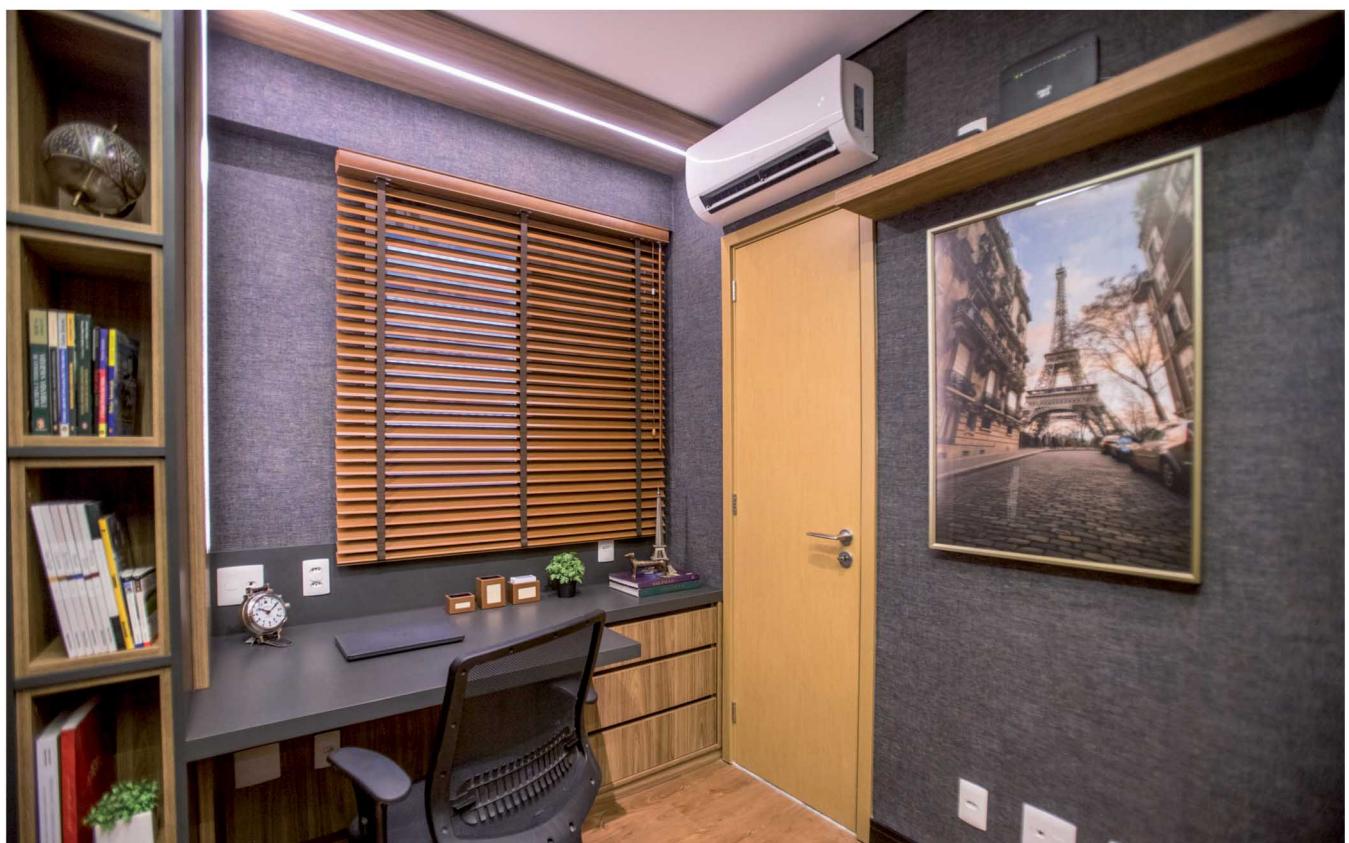
Para esse ambiente o designer apostou em um papel de parede de cor preta em animal print para a trabalhar a sofisticação do ambiente desde sua base. O espelho orgânico da Land's Puxadores, a cuba de apoio Deca sobre a pedra de ônix iluminada e os metais da linha quadratta corten Deca trazem ainda mais força ao espaço. Os acessórios decorativos sobre a bancada, foram fornecidos pela da Dilma Machado, e complementam a forte impressão deixada pelo espaço. O paisagismo ficou por conta da Zuffo Paisagismo e foi pensado para trazer um ar de tranquilidade e amenizar a intensidade do recinto.

Espaço de trabalho sofisticado e ergonômico

Na fronteira entre os espaços de convívio e os mais privados da casa o terceiro quarto foi planejado como um escritório e quarto de armazenamento.

Em termos de disposição do espaço, duas paredes foram destinadas à marcenaria, em uma das quais foram aplicados espelhos em duas das portas, visando aumentar a impressão de amplitude. A área de trabalho foi elaborada sob medida, respeitando diversos aspectos de ergonomia para melhor saúde a longo prazo de quem utilizá-lo.

A cor escolhida para a marcenaria espelha a da cozinha, porém dessa vez o contraste não se faz com o branco, mas com o marrom da madeira e o azul marinho do papel de parede em textura de linho. O resultado final é um espaço caloroso, porém austero, que trabalha sua sofisticação através de diversas camadas de elementos decorativos desde o papel de parede, com sua textura similar ao jeans, até à persiana e o pórtico.





O quarto de solteiro, onde esteve mais presente a visão do designer, trabalha com um conjunto um pouco mais complexo de fatores em sua composição. Desde as diferentes fontes e tipos de iluminação, até os nichos de armário, que só podem ser vistos da mesa de trabalho.

Apesar da relevância do esquema de cores para a estética do quarto, a diversidade de texturas e camadas presentes nesse cômodo foi essencial para combinar ambas impressões de modernidade e conforto. O papel de parede em cimento queimado e o piso em tom mais claro, ambos da House Decor, preenche boa parte do ambiente de forma leve, permitindo trazer mais intensidade nas cores dos elementos complementares sem comprometer a questão do conforto. A marcenaria no tom de chumbo que abraça a cama e a mesa, o trabalho em gesso do teto nas cores de chumbo e branco e a persiana cinza preenchem o espaço com mais força, porém sem gerar alto contraste, trazendo mais corpo para o ambiente sem saturá-lo.

O contraste, que foi limitado nesse quarto, encontrou espaço nos elementos de iluminação em metal preto e nas paredes próximas à entrada do ambiente, pintadas no tom acrópole. Para a finalização do ambiente, pensou-se na inclusão de dois quadros da Moldura Minuto e objetos decorativos da Dilma Machado, que acrescentaram nuance e variedade ao todo. A cama, colchão e o enxoval, foram escolhidas visando o melhor em termos de conforto e conformidade estética.



Atmosfera de conforto

Cores que transmitem tranquilidade. Texturas e tecidos macios e iluminação palmejada transformam o quarto do casal em um oásis de descanso. Um espaço pensado para acolher e encantar.



A delicadeza dos diferentes tons off-white contagia o ambiente de 16m². A cama e o enxoval de linho egípcio 650 fios da Sate Conceito trazem o conforto para uma noite de descanso perfeita. A cabeceira estofada, os papéis de parede na textura de linho e a cortina da House Decor se combinam para estabelecer a sensação de acolhimento do quarto do casal. A delicadeza e elegância dos objetos de decoração, fornecidos pela Dilma Machado, atua como aspecto complementar final à estética pretendida para o ambiente,

Para maior conforto acústico foi incluído no projeto, juntamente com o detalhe em gesso na cabeceira, uma manta acústica para isolar o ambiente de sons externos (realizado pela Jordani Engenharia).



No espaço do closet, produzido pela Sozo Marcenaria, tudo ficou funcional e refinado. Com os tons alinhados a todas as texturas e com quatro portas de espelho dando mais amplitude para o espaço, o que inicialmente poderia ter sido apenas um closet, transformou-se em um espaço de autocuidado e organização pessoal.

Para isso, na outra extremidade do espaço foi projetada a bancada de maquiagem com um espelho frontal e tomadas próximas, que permitem conectar aparelhos eletrônicos, tanto de beleza quanto de trabalho. Apesar da preocupação com a funcionalidade e uso do espaço, nesta suíte o conforto e a tranquilidade foram o ponto alto do projeto.



LIFE_fornecedores



Com mais de 30 anos de experiência atuando no mercado de móveis e decoração a D'Casa, além de reunir em seu portfólio de serviços um conjunto amplo de soluções para ambientes internos, se destaca pelo nível de serviço prestado. Adriana Zucchini, uma das atuais gestoras da empresa e filha dos fundadores, atribui à humanização do atendimento e respeito às necessidades dos clientes importância central para o sucesso do negócio ao longo de todo esse tempo.

Segundo sua visão, mais do que comercializar produtos, é necessário construir relações de confiança com seus clientes, para que perdurem ao longo de muito tempo. Adriana entende que os produtos que vende e os serviços que presta muitas vezes impactam a vida dos clientes por anos e chegam a fazer parte de sua história e convívio diário, portanto, é essencial que estejam de acordo com o esperado. Não raro, clientes da D'Casa tornam a comprar com a marca por diversas vezes.

D'casa

Atualmente, dentre o conjunto de serviços prestados pela empresa é possível encontrar soluções em móveis, móveis planejados, objetos de decoração, quadros, serviço de personal home e IProtector. O serviço de personal home é realizado pela consultora especializada da D'Casa e tem como foco ajudar a expressar a personalidade dos moradores em suas casas, mas baseada no conhecimento especializado em decoração. Já o IProtector é um serviço de higienização e impermeabilização de estofados. Quando se pensa nos diferenciais da D'Casa o primeiro ponto que surge é seu atendimento completo de ponta a ponta, uma vez que seu serviço se estende desde o atendimento até a entrega e finalização dos ambientes.



Há mais de 20 anos a M&C atua na área de decoração de interiores, comprometida em entregar obras com acabamento em pedras perfeito. O negócio nasceu em São Vicente, onde está localizada sua sede, na qual as pedras são elaboradas, e atualmente conta com outra loja na cidade de Santos.

A M&C trabalha com jazidas próprias, permitindo a entrega de materiais exclusivos e da mais alta qualidade a preços competitivos aos seus clientes. A utilização de jazida própria permite um mais rigoroso e seguro controle de qualidade sobre o produto final. Para habilitar toda essa operação a empresa tem à sua disposição mais de 20 profissionais equipados do mais moderno maquinário utilizado na comercialização de mármores e granitos.

Levando em conta a variabilidade das necessidades e gostos de seus clientes a empresa dispõe de um amplo catálogo de pedras naturais, de quartzo e dekton; que passa por renovações conforme inovações em materiais são lançadas.

Para a composição de uma proposta de valor robusta a M&C Marmoraria alia a qualidade e competitividade de seus produtos a um atendimento e pós-vendas prático, rápido e especializado, encarando seriamente seus acordos. Segundo Carlos Cavaca esse é seu diferencial enquanto gestor.

LIFE_fornecedores



Oferecer o que há de melhor, inovar, buscar o encantamento do cliente por meio da criatividade. Essas são características facilmente observadas na loja de decoração e presentes Coisas da Casa - Dilma Machado. Com um portfólio gigantesco de peças sofisticadas e excelentes opções para decorar, a loja é a materialização da grandeza mental de sua gestora. “Quando eu era criança e me perguntavam o que eu queria ser quando crescesse, sempre respondia que queria ser grande. Mas não de altura, queria ser grande intelectualmente, financeiramente, na lembrança das pessoas e naquilo que eu faço. É isso que eu cultivo todo dia”, diz a empresária. “Existe uma frase que diz: Nem que eu viva cem anos, nunca eu paro de aprender. E eu adapto para: Nem que eu viva cem anos, nunca paro de crescer”, enfatiza ela, que manteve o mesmo pensamento durante a crise brasileira e, mesmo com as dificuldades da economia, expandiu o número de lojas.



Como empresária, Dilma Machado sempre pensa em se superar. “Busco sempre fazer melhor do que eu fiz ontem. Desde menina que os meus pensamentos são muito grandes e ligados à arte. Sempre tive essa fixação pela arte, pelo belo”, explica a empresária. “Muitas pessoas acham que isso é desnecessário, mas para viver bem, você precisa estar cercado de peças e cenários que te agradem, te façam feliz e iluminem seus olhos”, ensina. Ela deixa claro que não está falando de poder aquisitivo: uma roupa e um vaso bonito não precisam ser necessariamente caros. “Estamos falando de beleza, de cultura, de embutir nas pessoas com uma peça o conhecimento, toda a obra do artista, a rota que ele passou, a evolução que teve”, diz ela.

Olhando para trás, ela sabe o que conquistou e, mesmo com as dificuldades, não hesita em falar: teria feito tudo da mesma forma. “Para percorrer uma estrada, você tem que começar no início dela, cumprir todo o percurso para chegar aonde você quer. Não dá para pular etapas, não dá para querer atravessar o lago sem barco.



Loja 1: Rua. Governador Pedro de Toledo, 118
Loja 2: Rua. Luiz de Faria, 46
Cel.: 13 97419-1820
@zuffopaisagismodecor

LIFE_fornecedores



AHouse Decor, fundada há mais de 10 anos na cidade de Santos, por Alan Miguez Ayres, conta atualmente com um conjunto muito amplo e profundo de soluções para ambientes internos e traz como diferencial seu atendimento integrado e especializado. A empresa quando começou já possuía portfólio amplo. Vendia cortinas, persianas, papéis de parede, pisos vinílicos, laminados e rodapés. Mas desde então, a busca pela constante renovação e expansão permitiu a incorporação de soluções em iluminação, revestimentos, metais, banheiras, spas, móveis convencionais e móveis planejados ao portfólio de produtos.

Além disso, novas frentes de negócio surgiram, como a House Decor Office, voltada para o atendimento de ambientes corporativos com cadeiras, mobiliário e estruturas complementares. Uma das frentes de negócio mais recentes foi a de turismo, atuando com tours exclusivos moldados aos padrões de qualidade e gosto dos clientes da House Decor.

Independentemente dos produto e serviços fornecidos é seguro admitir que a House Decor, com sua equipe atual de 30 colaboradores, tem como seu guia facilitar e possibilitar o acesso a soluções de alta qualidade e relevância para seus clientes. A empresa atua focada em prestar atendimento personalizado por profissionais especializados e foca na construção de ofertas de qualidade a preços competitivos.



Nascida em 2011 a partir de toda a experiência de seu diretor Leonardo Devezas, originário de uma família de vidreiros com mais de 70 anos de vocação, a LL Vidros surgiu com foco em entregar inovação e segurança de primeira linha. Essa orientação é seguida como uma forma de se diferenciar em um mercado muitas vezes marcado por irregularidades e não atendimento a normas técnicas.

Porém, o empresário entende como essencial, para além da qualidade técnica e material de seus produtos, o destaque estético das peças que comercializa. Portanto, ao entrar em contato com a LL Vidros é possível ter acesso a um serviço qualificado aliado a produtos que seguem tendências internacionais de design e segurança.

Segundo Leo, o segredo para o crescimento que a empresa teve desde o começo se deve ao seu cuidado de não dar passos maiores do que a perna. O gestor considera primordial que a empresa siga seu próprio ritmo, operando dentro de suas melhores capacidades. E em seu horizonte para os próximos anos cita o investimento em uma loja em São Paulo

LIFE_fornecedores



A Marcenaria Sozo é exemplo em termos de projetos personalizados e integração de processos produtivos. Com os 17 anos de experiência de seu líder, Maykon Evandro da Silva, distribuídos em todas as pontas da cadeia de produção marceneira, nos trabalhos da empresa são inscritos toda essa experiência de forma integrada e altamente coesa.

O compromisso da Marcenaria Sozo com a qualidade final dos projetos entregues, dos materiais utilizados e com nível técnico e produtivo de suas equipes foi o que pavimentou seu caminho de crescimento até o momento e é a base sobre a qual o seu futuro está sendo construído. Maykon comenta que, mesmo que a equipe funcione de forma harmoniosa é necessária muita organização e comprometimento de sua parte, uma vez que um dos diferenciais de seu negócio está na visão integrada dos processos marceneiros que ele desenvolveu ao longo de sua carreira.

Para garantir a sustentabilidade de seu crescimento a liderança aposta de forma gradativa em ações de aumento na escala de sua produção, prezando principalmente pelos padrões de atendimento e qualidade dos processos produtivos em detrimento de um ganho de escala demaisado repentino.

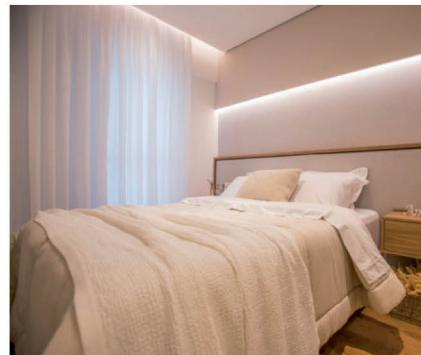




A Zuffo Paisagismo é uma empresa com mais de 35 anos de experiência em serviços de paisagismo e decoração de interiores. Com duas lojas em Santos, SP, a empresa oferece uma variedade de serviços, incluindo:

- Reformas de Jardim: manutenção e reforma de jardins residenciais e empresariais
- Manutenção de Jardim: implementação de pedras e plantas, além de serviços de jardinagem
- Projetos Paisagísticos em 3D: criação e execução de projetos personalizados para casas, empresas e condomínios
- Poda de Árvores: serviço profissional com experiência em todos os tipos de árvores
- Jardim Vertical Permanente e Natural: criação e manutenção de jardins verticais para ambientes internos e externos
- Aluguel de Vasos Ornamentais: para eventos e decoração.

A empresa é conhecida por sua equipe especializada e comprometida em fornecer serviços de alta qualidade, priorizando a satisfação dos clientes e a preservação ambiental. Com uma abordagem personalizada, a Zuffo Paisagismo busca criar ambientes harmônicos e sustentáveis que atendam às necessidades específicas de cada cliente.



*Os detalhes que fazem
a diferença no seu projeto*

Av. Azevedo Sodré, 48 tel.:13 98204-0068

www.coisasdacasa.com.br

@coisasdacasa



Paixão e Compromisso: a receita para a construção de um lar.

Como Alan Migues Ayres, gestor e idealizador da House Decor, ergueu, sustentou e mantém crescendo seus empreendimentos.

REPORTAGEM:VALÉRIA GUAZZALOCA
TEXTO:VITOR DE SOUZA **FOTOS:**PAULO SHIBUKAWA

Com mais de 20 anos de experiência no mercado de decoração, Alan Migues Ayres, empresário idealizador e gestor de House Decor, comenta que a empresa não é apenas seu trabalho, mas um sonho realizado e em plena evolução. Ao tratar com ele sobre o assunto é possível ver o quanto Alan valoriza sua equipe, por diversas vezes reconhecendo sua participação na construção de tudo que hoje está posto. Ainda assim, mesmo delegando responsabilidades, sua marca pessoal está presente por todo o negócio. Por trás de cada grande ou pequena decisão a empresa conta com a visão de negócios de seu gestor.

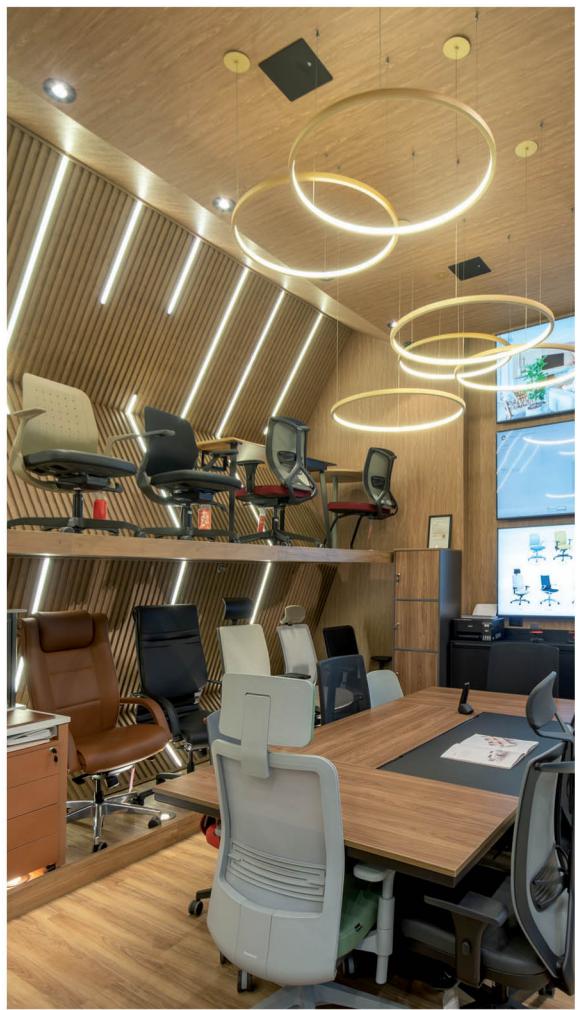
Quando se destaca o conjunto de atualizações e expansões no portfólio da House Decor Alan reforça que por mais bem sucedidas que sejam essas decisões sempre há algo a ser ajustado ou aperfeiçoado. A busca por novos produtos, por uma nova forma de atender aos clientes ou de fornecer serviços é um contínuo. Há algumas iterações do que dá resultado e do que não dá e, por mais que as mudanças que se solidificam sejam as mais efetivas, isso não significa que ideias e oportunidades que não trazem resultado imediato devam ser descartadas. Às vezes um serviço ou produto não encontra toda a demanda que poderia pela forma como é apresentado ao cliente, ou por questões de momento de mercado ou até mesmo questões de curva de adoção de novas tendências.

A curva de adoção de novos produtos ou tecnologias é um conceito consideravelmente disseminado no meio corporativo e faz uma proposição simples sobre a receptividade à novos produtos dentro de uma população analisada. Segundo o conceito, uma determinada população tende a aderir a novos produtos e tecnologias gradativamente em grupos de pessoas, das mais abertas à inovação às mais conservadoras. O interessante desse conceito é que ele dá uma pista sobre como uma massa populacional pode se comportar frente a novidades e pode ajudar a compreender porque, muitas vezes, para certas soluções de produtos e serviços o que a princípio parece um fracasso eventualmente se transforma em um caminho de investimento lucrativo.

Dessa forma, Alan valoriza muito o processo de estudo, teste e implementação das soluções que considera incluir no portfólio de seus empreendimentos. Ele entende que tudo deve caminhar em conjunto e não gosta de simplesmente deixar oportunidades para trás sem antes ter a certeza de que investiu o tempo e trabalho necessário para elas florescerem. Isso é algo que se estende para seu estilo de liderança e condução de equipes. Nesse contexto sua filosofia de gestão prega que as atividades da empresa devam andar em bloco, conjuntamente. Toda e qualquer operação e atividade é valorizada e é através desse cuidado e dedicação que o time consegue entregar projetos completos e encantadores.



LIFE_capa





Esse mesmo modo de trabalho, cuidado e atenção dedicado às operações é direcionado para o desenvolvimento profissional e pessoal de sua equipe. Alan entende que é preciso muita paciência e tempo para desenvolver uma equipe sinérgica e confiável. “A princípio as pessoas são mais fechadas e distantes e, como em qualquer tipo de relação, o contato, a colaboração e o tempo vão revelando novas faces e potenciais das pessoas que antes elas não mostravam por falta de oportunidade ou proximidade. Então investir nas pessoas e permitir que elas sejam elas mesmas, claro, o profissionalismo é sempre primordial, faz com que ao longo do tempo você tenha uma equipe muito mais capaz, efetiva e independente”, comenta Alan.

Ele ainda completa, “Atualmente a House Decor funciona sem precisar da minha presença, o que é essencial para a saúde de qualquer negócio, mesmo que eu ainda me dedique para estar o mais presente possível e imbuir a minha essência no que fazemos”.

A partir desse olhar acolhedor, cooperativo e dedicado o conjunto de pessoas e ativos da House Decor toma outra forma e se constitui em algo além de uma simples empresa. Construir lares, dar vida a espaços inicialmente vazios, agregar pessoas e conectar seus desejos e perspectivas de forma harmoniosa são todas ambições que Alan se empenhou ao longo de toda sua trajetória para transmutar na essência de seus empreendimentos.

Ao encontrar o empresário o mais comum évê-lo imerso em seus projetos e planos para o futuro, que se estendem para além dos próximos cinco anos. Na verdade, sua visão se estende para um momento ainda mais distante, porém sabe muito bem que o crescimento vem um passo de cada vez. E dispõe de cada passo com o mesmo cuidado e empenho necessários para transformar uma casa em um lar.

A Receita da Autenticidade

Uma carreira dedicada a dar protagonismo a vivências reais e populares e conectar as próprias origens ao mais sofisticado fazer culinário.

Aculinária é um aspecto central da cultura de qualquer povo através do mundo e do tempo. Nos hábitos culinários de um povo está inscrita sua história e seu próprio tecido social. A forma como as pessoas se relacionam entre si, do ambiente mais privado ao mais público, com a natureza e o meio ambiente está diretamente refletida em seus hábitos à mesa. Dário Costa, Chef responsável por cinco operações gastronômicas, o primeiro sendo o Madê, em Santos, que foi seguido pelo Paru, o Açougue do Mar, o Benedita Cozinha Afeitva e o Deus Ex-Machina, tem na ciência dessa questão a fundação de sua filosofia profissional.

Nativo de Santos, no litoral paulista, e filho de mergulhador profissional, desde pequeno o mar esteve muito presente na vida de Dário, que cresceu aprendendo a respeitá-lo enquanto surfava em todas as ondas que podia. Esse primeiro passado e essa primeira paixão pelo mar cresceram cada dia mais fortes nele, um amor que ele permitiu aflorar e através do qual cresceu e se transformou.

Sua trajetória na culinária começou do outro lado do mundo, para onde foi levado pelo mar, como era de se esperar dele em sua juventude. Recém-chegado na Nova Zelândia logo se empregou lavando louças em um restaurante. Nesse emprego, que a princípio era apenas uma forma de sustento, sua curiosidade começava a despertar para novas possibilidades de vida. Conforme conquistava seu espaço na cozinha e aprendia e trabalhava em diferentes etapas da preparação dos pratos a certeza da culinária como profissão se solidificava mais em sua mente.

Após certo tempo, Dário retornou ao Brasil em busca de se graduar como Chef e, passado um breve período exercendo a profissão no país, sentiu novamente a necessidade de alçar um patamar mais alto dentro da área. Foi quando, com quase 25 anos de idade, tomou uma decisão crucial para sua carreira, rumou para a Itália, onde se tornou um entusiasta da profissão. Sua trajetória pelo país começou em Asti, no Piemonte, onde fez escola de cozinha e depois continuou em Noli, na Ligúria, trabalhando no estrelado restaurante Vescovado.

Seu tempo no país mediterrâneo além de despertar o amor pela profissão enriqueceu muito seu conhecimento e habilidades. Por lá o chef experimentou em primeira mão a capacidade da *Neuvelle Cuisine* na criação de pratos que elevam o sabor dos produtos utilizados. A valorização dos ingredientes e o foco na preservação de seus sabores principais é uma das principais propostas da abordagem culinária moderna. A real maestria de qualquer profissional está em saber em como se utilizar dessa abordagem, não somente segui-la cegamente.

Um tempo após sua experiência no mediterrâneo, Dário, conhecendo a Indonésia a trabalho, reparou em como a culinária popular do país, assim como a do Brasil, conflitava com esses princípios da Neuvelle Cuisine e como, apesar disso, muitos dos pratos locais eram ricos em sabor e qualidade. Todas essas experiências moldaram as bases para sua abordagem culinária atual.

Todos os seus projetos desde o retorno a Santos com a abertura do Madê, primeiro restaurante próprio do chef, foram feitos com o objetivo de valorizar e reconhecer o que há de mais genuíno em toda sua trajetória. E isso vem desde a condução das operações de seus cinco estabelecimentos, até composição dos menus das casas e criação de seus pratos de destaque.

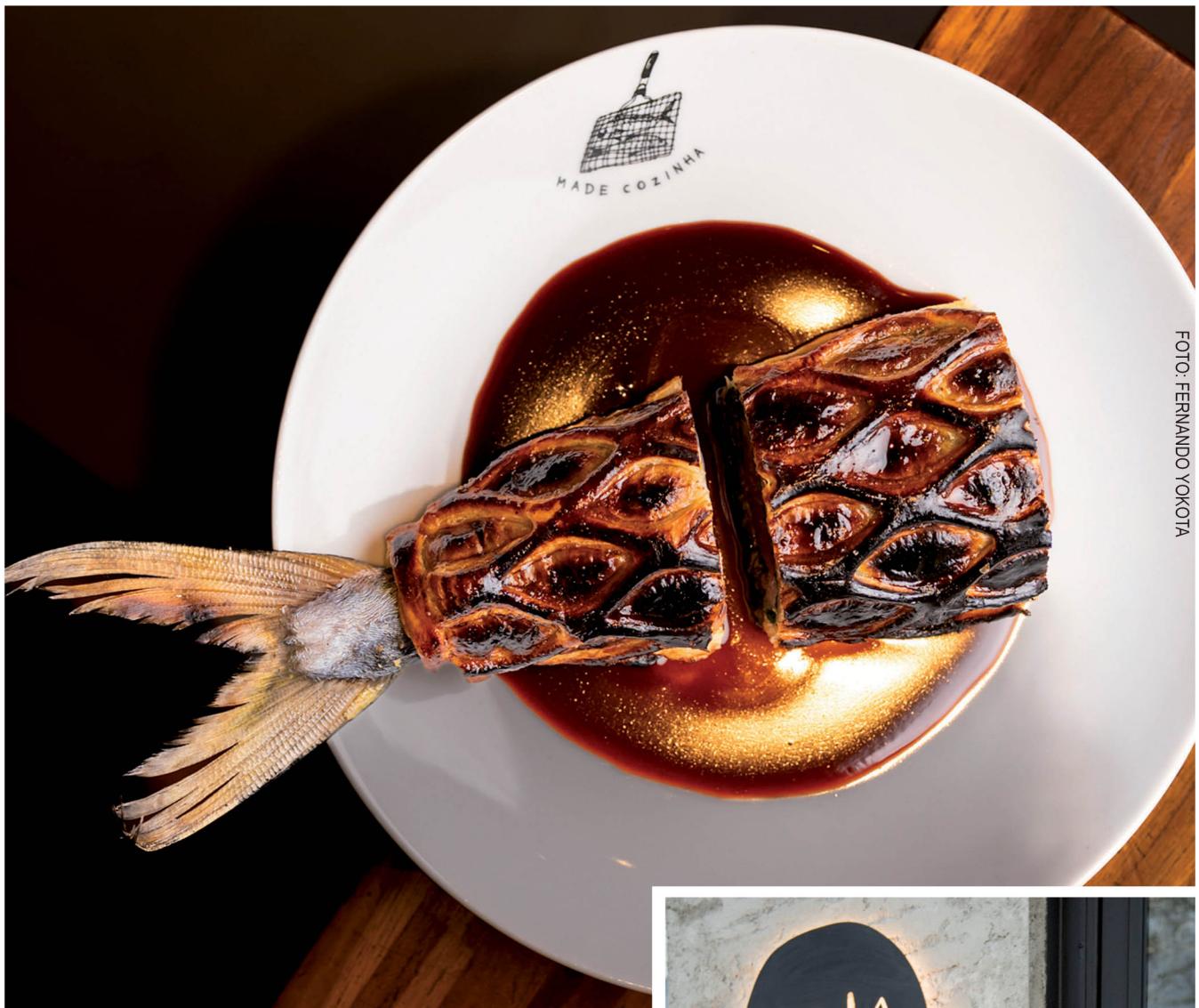


FOTO: PAULO SHIBUKAWA



Dário é um chef multifacetado, porém com alto domínio no uso de produtos de origem marinha em sua culinária. Seu trabalho tem como ponto central dar destaque a pescados pouco valorizados, mas ricos em sabor e valor nutritivo. Com as técnicas que aprendeu ao longo de todos esses anos de trabalho e estudo, principalmente no contato direto com os pescados de alta qualidade do mediterrâneo, ele atua focado em dar protagonismo à produção de peixes local e valorizar o *terroir* da região.

O consumo de peixes atualmente no Brasil, por estar muito concentrado em algumas espécies específicas, gera muito desperdício de pescado. Ao contrastar essa questão do desperdício com a desigualdade de acesso à alimentação pela população, Dário comenta que sentiu a necessidade de trabalharativamente para quebrar o preconceito com esses peixes mais impopulares.

Através de suas escolhas profissionais Dário demonstra o quanto valoriza tudo que o impulsionou a ser o profissional que é hoje, além de todo o conhecimento que reuniu acerca da pesca e do modo como consumimos pescados. Mais do que tudo, ao analisar sua trajetória, talvez o que mais se destaque seja sua autenticidade. O Madê e todas suas outras operações são frutos de escolhas, decisões e trabalho que só poderia ter vindo dele e de sua equipe.



FOTO: FERNANDO YOKOTA

MAIS DO QUE VIAGENS, CRIAMOS EXPERIÊNCIAS ÚNICAS



Aqui cada roteiro é personalizado com o cuidado de um concierge particular, transformando destinos em memórias inesquecíveis.



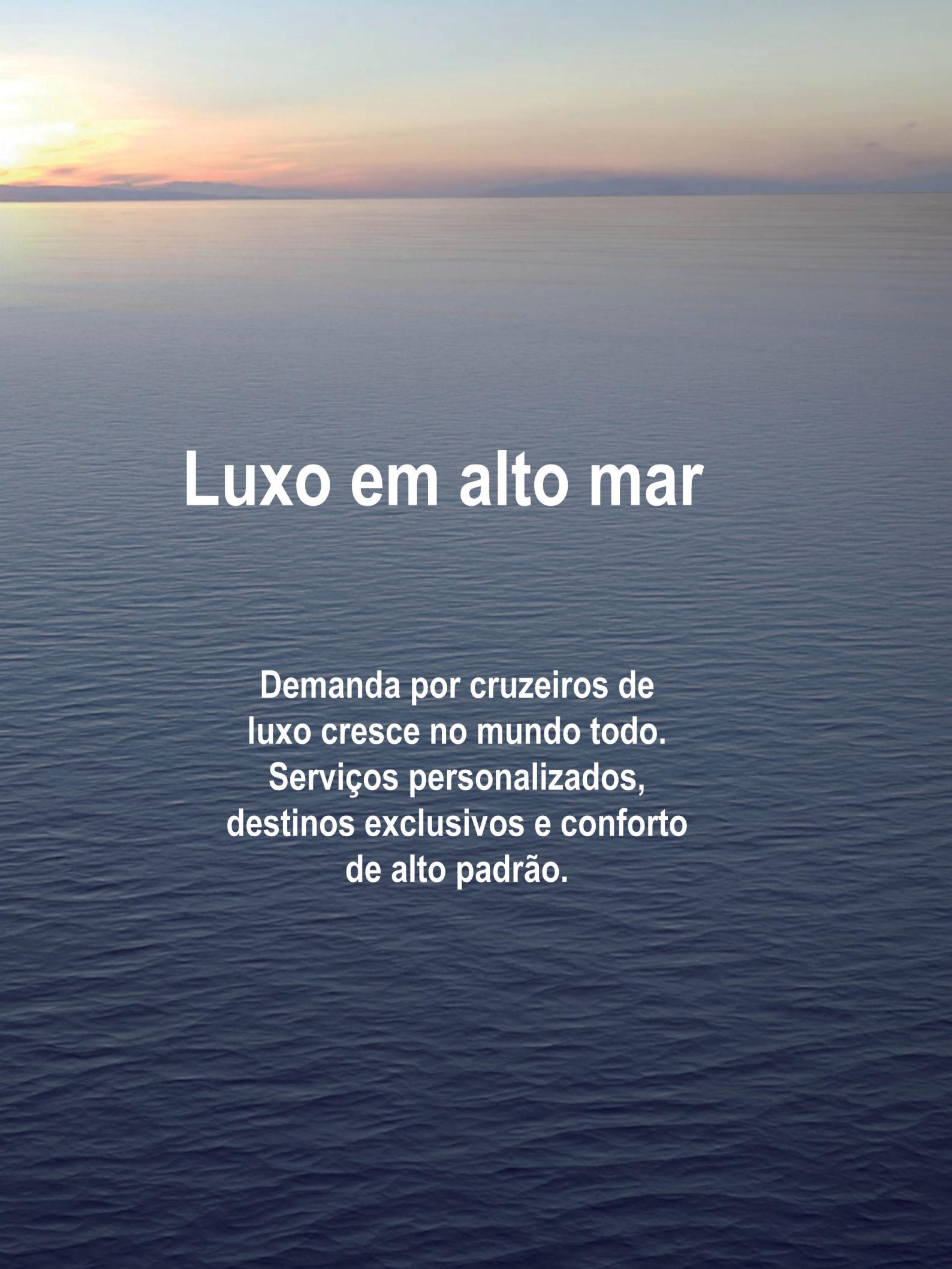
(13) 99712-4643 | (13) 99126-9477



@HOUSE.TRAVELDREAMS

LIFE_travel





Luxo em alto mar

**Demanda por cruzeiros de
luxo cresce no mundo todo.
Serviços personalizados,
destinos exclusivos e conforto
de alto padrão.**



LIFE_travel

O turismo de luxo vem se consolidando como um dos setores que mais cresce no mundo, e isso também acontece no segmento de cruzeiros. Para quem quer entender melhor esse universo, a Krooze, maior plataforma brasileira de vendas de cruzeiros, preparou um panorama sobre como são, quem viaja e quanto custa embarcar em uma experiência de luxo no mar.

Segundo o Relatório do Mercado de Luxo de 2025, divulgado pelo Cruise Industry News, a previsão é de novas embarcações com um valor total de 14,4 bilhões de dólares até 2032, representando um aumento de 5,1 bilhões de dólares em relação a 2024. Esse crescimento reflete a busca cada vez maior por experiências exclusivas e personalizadas a bordo.

Segundo Paulo Papoy, CEO da Krooze, o desejo por viagens de luxo está diretamente relacionado às novas expectativas dos viajantes. "O consumidor de hoje busca mais do que conforto: ele quer experiências únicas, atendimento personalizado e a possibilidade de explorar destinos de forma exclusiva. Essa mudança de comportamento explica por que o segmento de cruzeiros de luxo está em plena expansão, com novas embarcações cada vez mais sofisticadas", afirma Papoy.

Tamanho dos navios

A experiência de luxo começa já no tamanho dos navios: são embarcações menores, que acomodam entre 100 e 700 passageiros. A tripulação é treinada para atender clientes exigentes, que valorizam um serviço atencioso, porém discreto, e gostam de ser reconhecidos pelo nome. Nos cruzeiros da categoria contemporânea, voltados para famílias e roteiros mais populares, a capacidade pode chegar a 6 mil passageiros. Outro diferencial importante é a proporção entre tripulantes

e hóspedes. Em cruzeiros econômicos, a média é de um tripulante para cada 2,5 a três passageiros. Já nos cruzeiros de luxo, o atendimento é ainda mais personalizado, com um tripulante para cada dois passageiros. Isso significa mordomos exclusivos para cada cabine e garçons que se lembram das preferências de cada cliente.

Perfil do cliente de luxo

O viajante de cruzeiro de luxo costuma ser experiente, alguém que já fez diversas viagens marítimas antes de optar pelo segmento mais exclusivo. Busca ter a bordo o mesmo conforto, ou até mais, que possui em sua residência. Por isso, as suítes oferecem áreas amplas, varandas privativas e serviço de mordomo.

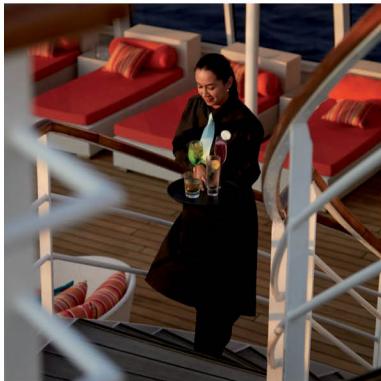
Em terra, a expectativa é a mesma: conforto, atendimento premium e experiências culturais autênticas. Por isso, as excursões incluem contato com a população local, gastronomia refinada e grupos reduzidos. Algumas companhias, inclusive, enviam acompanhantes durante as visitas para garantir que todos os detalhes, como qualidade dos guias e limpeza dos veículos, estejam à altura dos padrões de seus clientes.

Destinos exóticos

Navios menores também permitem o acesso a destinos exclusivos e exóticos. Em cruzeiros de luxo, é possível explorar os Abrolhos, ilhas gregas fora das rotas tradicionais, e ilhas remotas do Pacífico, entre outros lugares pouco acessíveis para grandes embarcações.



Esse nível de exclusividade tem seu preço. As tarifas variam entre US\$ 400 e US\$ 500 por dia, por pessoa, podendo chegar a US\$ 1.000 nas expedições de luxo.



EUROPA NO NATAL E SEUS MERCADOS CHEIOS DE MAGIA

Viajar no Natal costuma ser diferente de outras épocas, porque trata-se de um momento de família, em que geralmente estamos em volta da mesa com um grupo de pessoas grande e quando vamos viajar esse grupo fica relativamente restrito por vários motivos.

Mas é fato que passear pela Europa no período do Natal é encantador. As luzes de Natal, o brilho espalhado pelas ruas e os encantadores mercados de Natal se combinam para despertar o clima único dessa época do ano. Pesquisando mais sobre o tema, descobre-se que, não só cada país faz questão de investir nos mercados comemorativos para o fim de ano, como dentro dos próprios países é comum existir diversos polos de destaque.

Em Paris, por exemplo, um mercado costuma ser montado no jardim do Louvre com um parque de diversões no meio das barraquinhas que exalam cheiros das diversas comidas à venda, do chocolate quente aos crepes deliciosos. Em Lisboa, o mercado mais famoso fica no parque Eduardo VII e além da diversidade gastronômica, está presente a tradição das castanhas comidas nessa época do ano por lá, onde é possível encontrar diversos carrinhos especializados nelas. Além da comida disponível no mercado de Lisboa, atrações como a pista de patinação no gelo e muitas outras costumam ser disponibilizadas ao público.

Assim como nos supracitados mercados de Paris e Lisboa, há uma grande presença de turistas e moradores locais pelos demais mercados natalinos em toda a Europa, o que os torna uma excelente oportunidade de turismo para quem está por lá durante o fim de ano. A cultura local somada às pessoas vindo de todos os lugares do mundo contribui muito para a efervescência do clima festivo desses mercados, que se mostram um ambiente recheado de cultura, afeto, entretenimento e diversão. Dessa forma mesmo acompanhado de menos pessoas essa o clima de convivência e compartilhamento do Natal pode chegar até quem tiver a sorte de visitar um desses locais.



Village
du Partage

Dentre outros mercados que se destacam pela Europa, o primeiro que deve-se citar é o Mercado de Natal de Viena, na Áustria. Ele já foi considerado um dos maiores mercados de Natal da Europa. A tradição do mercado natalino em Viena é tamanha que, sem dúvidas, pode-se dizer que a cidade Viena é palco de um dos melhores mercados de Natal - o famoso Christkindlmarkt. Estima-se que o Christkindlmarkt recebe anualmente mais de 4 milhões de visitantes. Algumas pessoas chegam à Viena exatamente nesta época do ano para poder visitar os mercados de Natal, que começam a ser montados em novembro e estão sempre repletos de doçarias imperdíveis.

Outra localidade fortemente reconhecida pelas festas de fim de ano é Estrasburgo, cidade considerada a Capital do Natal, quando não só é montado seu mercado natalino, como também todos na cidade compartilham a tradição das festividades. A atmosfera do centro histórico se torna agitada e vibrante, enquanto os bairros da cidade participam do evento montando árvores, decorações natalinas, barracas solidárias, apresentações e concertos.

A disputa pelo melhor mercado de Natal não se dá somente aos olhos da população local, a tradição natalina europeia atrai olhares ao redor do mundo todo. Tanto que, em 2015, o USA Today classificou o mercado de Natal de Praga, na Praça da Cidade

Velha, como o número um na lista dos dez mercados de Natal mais bonitos do mundo.

Por lá as festividades de Natal concentram-se, em primeiro lugar, nas barracas ornamentadas e coloridas na Praça da Cidade Velha, todas amontoadas em um local especificado e bem definido, que leva o nome de seu santo padroeiro, São Venceslau. No mercado natalino de Praga, além de pratos típicos para degustar, é possível encontrar itens característicos da cultura local e que a reforçam, como os brinquedos de madeira, marionetes tradicionais tchecas, artesanato, joias feitas à mão, artigos de vidro e enfeites de Natal. Ainda é possível ter acesso às elegantes boutiques e lojas de departamento de Praga, que oferecem seus produtos tradicionais, como joias de cristal ou granada da Boêmia.

Os mercados natalinos europeus são tão abundantes e numerosos que essa seleção continuará no nosso site oficial, com mais detalhes e dicas.

Na verdade, gostaria de visitar um a um e assim como o de Paris e o de Lisboa poder dar a minha opinião pessoal, mas por enquanto, meu Natal segue por aqui







UM PROGRAMA QUE FALA
SOBRE PESSOAS, PROJETOS
E IDEIAS TRANSFORMADORAS.

sua manhã de domingo mais especial!

TODO DOMINGO, ÀS 11H

Na Santa Cecília TV



EM CADA EPISÓDIO, UM CONVIDADO
ESPECIAL COM HISTÓRIAS QUE
INSPIRAM E CONECTAM.

ACOMPANHE TAMBÉM PELO
NOSSO CANAL NO YOUTUBE





CREDIBILIDADE

HÁ MAIS DE DUAS DÉCADAS PRODUZINDO CONTEÚDO INDEPENDENTE A UM PÚBLICO SELETTO

13 99201-2575

www.publiclifestyle.com.br

diretoria@publicmidia.com.br