

[SV]

Segue Viagem

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
OUTUBRO/NOVEMBRO/DEZEMBRO 2016 - ANO 6
FREE DISTRIBUTION - OCTOBER, NOVEMBER, DECEMBER 2016 - YEAR 6

ENEZA: AMOR À PRIMEIRA VISTA

TODA A DOÇURA E OS ENCANTOS SECULARES DESTA CHARMOSA CIDADE ITALIANA

MAIS CARNAVAL DO QUE NUNCA

A TRANSFORMAÇÃO DAS PRINCIPAIS CIDADES DO PAÍS QUANDO CHEGA A HORA DE CAIR NA FOLIA

A LEGÍTIMA VIDA NOTURNA AMERICANA

O QUE FAZER EM ORLANDO, MIAMI E TAMPA DEPOIS QUE O SOL SE PÔE

ESSÊNCIA BAIANA

24 HORAS DE SALVADOR, UMA DAS PÉROLAS DO NORDESTE BRASILEIRO

*VENICE: LOVE AT FIRST SIGHT
ALL THE SWEETNESS AND SECULAR CHARMS OF THIS
INVITING ITALIAN CITY*

*MORE CARNIVAL THAN EVER
THE MAKEOVER OF THE MAIN CITIES OF THE COUNTRY
WHEN IT IS TIME TO PARTY*

*THE REAL AMERICAN NIGHTLIFE
WHAT TO DO IN ORLANDO, MIAMI AND TAMPA
AFTER THE SUNSET*

*ESSENCE FROM BAHIA
24 HOURS OF SALVADOR, ONE OF THE BRAZILIAN
NORTHEAST'S PEARL*



Busca

Experiência completa para o agente de viagens.

Sua pesquisa tem 1 resultado:

Segue Viagem

www.segueviagem.com.br



HOSPEDAGENS



CRUZEIROS



LOCADORAS



GUÍA DE DESTINOS



BLOG

O QUE VOCÊ PROCURA?

ENCONTRE O SEU DESTINO
DE UMA NOVA MANEIRA

COMO FUNCIONA

ESPIRITO SANTO: DESCUBRA O QUE FAZER POR VILA VELHA

Conheça a nossa plataforma
de conteúdo e incentivo
para compra de viagens:

ÁREA EXCLUSIVA PARA O AGENTE!

✉ Crie e-mails marketing
personalizados;

☆ Monte listas de favoritos e facilite
a consultoria aos clientes;

💰 Descontos de parceiros
para você;

👥 Conte com uma nova ferramenta
descomplicada e eficiente para
cotação de eventos.

PALAVRA DO PRESIDENTE



A migos, eu definitivamente não sei o que passa mais rápido: se são os anos ou a evolução constante do nosso mercado. 2016 já está indo embora, e por isso mesmo há quem diga “graças a Deus”. Apesar das inúmeras dificuldades e dos intangíveis desafios, nós, do GRUPO TREND, pensamos diferente.

“CADA DIA REPRESENTA UMA NOVA OPORTUNIDADE PARA REPENSAR, INOVAR, REALINHAR E, PRINCIPALMENTE, SE ENERGIZAR RUMO AOS OBJETIVOS”

está no crescimento, mesmo porque pensar grande dá o mesmo trabalho que pensar pequeno. Nosso grupo continua entendendo que o Turismo no Brasil está apenas engatinhando e que nós – todos nós da cadeia produtiva – temos ainda uma lista com muitas coisas a serem feitas.

Os agentes de viagens precisam se especializar cada vez mais em clientes. As operadoras têm que gerar cada vez mais valor para o cliente dos seus clientes. E os produtos precisam ter seus formatos ajustados para consumidores cada vez mais exigentes. Bem-vindo ao mundo dos serviços, do atendimento exemplar e dos preços competitivos.

O ano de 2017 promete ser mais estável, sem tanta pressão que gera estresse organizacional e incertezas no consumo. Por aqui, vamos continuar avançando e nos adaptando às novas regras e às medidas que o mundo e os próprios clientes nos impõem. A TREND sempre foi sinônimo de desafio, garra e comprometimento com os seus princípios e convicções. E assim sempre será.

Um forte abraço,

Luis Paulo LUPPA
Diretor-presidente

Cada dia representa uma nova oportunidade para repensar, inovar, realinhar e, principalmente, se energizar rumo aos objetivos. Isso significa que a cada novo dia você deve se questionar: fiz as melhores escolhas? Fui intenso? Estive alinhado com as minhas estratégias? Mantive o foco?

É, meu amigo, isso parece simples, mas não é. O foco

CEO'S WORDS

“EACH DAY REPRESENTS A NEW OPPORTUNITY TO RETHINK, INNOVATE, REALIGN AND, MAINLY, GET REVITALIZED TOWARDS THE GOALS”

Dear friends, I definitely do not know what is faster: time or our market' continuous evolution. 2016 is going away, and for this reason many people say "thanks God". In spite of a series of difficulties and intangible challenges, we, from GRUPO TREND, think different.

Each day represents a new opportunity to rethink, innovate, realign and, mainly, get revitalized to reach our goals. It means that each new day you must question yourself: have I made the best choices? Was I intense? Have I been aligned with my strategies? Was I focused on?

My friend, it seems very simple, but it is not. The focus is on growth, even because to think big requires the same effort to think small. Our group understands that Tourism in Brazil is only crawling and we also have - we all from the production chain - a list with many things to do.

Travel agents need to be even more expert in clients. Operators have to appreciate more and more our clients' clients. And products need to be customized for customers that are even more demanding. Welcome to the world of services, ideal support and competitive prices.

2017 tends to be more flat, without that pressure that generates organizational stress and no certainty regarding consumption. Here, we will keep going and adapting to new rules and measures imposed by the world and clients. TREND was always a synonym of challenge, determination and commitment with its own principles and convictions. And it will always be.

Best regards,

Luis Paulo LUPPA
CEO

em todos os destinos
**hospede-se
com a gente.**

Atlantica
Hotels

Seja qual for o seu destino
temos um hotel para receber você.

CONFORTO, PRATICIDADE E TRANQUILIDADE.



CAFE DA MANHÃ
COMPLETO CORTESIA



PROGRAMA 100%
SATISFAÇÃO GARANTIDA

Radisson BLU

Radisson

FOUR
POINTS
BY SHERRATON



Radisson RED

Hilton
Garden Inn



park inn
by Radisson



GO
inn

Conheça também os hotéis

by *Atlantica*
Hotels

www.trendoperadora.com.br

Reservas Nacionais: São Paulo 11 3041 4065 Outras Cidades 0800 770 8555



/trendoperadora



/trendoperadora



/instatrendoperadora

TREND
OPERADORA

Viagem é com agente

CONSELHO DE AMIGO

palavra dos conselheiros

Não existe nada melhor do que terminar o ano com a sensação de dever cumprido, e felizmente essa é uma tradição que já mantemos há bastante tempo. É, agente, 2016 simbolizou o fortalecimento de uma parceria que começou lá atrás e que não tem prazo de validade. Afinal, a quatro mãos conseguimos escrever um futuro melhor para todos e trabalhar, juntos, para que o Turismo se firme como uma das principais vertentes da economia brasileira. Mas, para que isso aconteça, conhecimento é fundamental. E é exatamente neste ponto que a **Segue Viagem** entra. Seu passageiro quer ir para Veneza? Aqui tem uma matéria completa com os atrativos



"JUNTOS, TRABALHAMOS PARA QUE O TURISMO SE FIRME COMO UMA DAS PRINCIPAIS VERTENTES DA ECONOMIA BRASILEIRA."

"TOGETHER WE WORK FOR CONSOLIDATING TOURISM AS ONE OF THE MAIN BRANCHES OF BRAZILIAN ECONOMY."

José Anjos
Diretor-conselheiro
Counseling-director

FRIEND'S ADVICE A WORD FROM THE ADVISERS

There is nothing better than ending the year with a sense of accomplishment, and fortunately this is a tradition that we keep for a long time. That's it, travel agent, 2016 meant the strengthening of a partnership that started back in the past and does not have an expiration date. After all, by four hands we manage to write a brighter future for all and work, together, for consolidating Tourism as one of the main branches of Brazilian economy.

But to make it happen, knowledge is fundamental. And it is exactly here that Segue Viagem fits in. Does your passenger want to go to Venice? Here we have a full article with tourist attractions of the city, tips on

da cidade, dicas de restaurantes e uma relação de filmes que com certeza vão inspirá-lo a fazer uma viagem de cinema. Se a ideia for viajar com crianças, um destino é certo: Aruba. Caso ele seja do tipo noturno, não tem problema! A gente conta o que fazer em Orlando, Miami e Tampa depois que o sol se põe.

A época também é propícia para falar de Carnaval, motivo pelo qual apresentamos um superespecial com as festas mais populares do Brasil. A viagem é de negócios, mas o voo fará conexão em Salvador? Nós mostramos como se apaixonar pela capital baiana em apenas um dia. Isso sem falar nas notícias mais corporativas, que explicam por que o GRUPO TREND não para de crescer.

Viu como aqui tem um pouco de tudo? Prepare-se para embarcar mais uma vez em nossa companhia e boa leitura!



"O ANO DE 2016 SIMBOLIZOU O FORTALECIMENTO DA NOSSA PARCERIA, QUE COMEÇOU LÁ ATRÁS E NÃO TEM PRAZO DE VALIDADE."

"THE YEAR OF 2016 MEANT THE STRENGTHENING OF OUR PARTNERSHIP THAT STARTED BACK IN THE PAST AND DOES NOT HAVE AN EXPIRATION DATE."

Washington Preti
Diretor-conselheiro
Counseling-director

restaurants and a list of movies that will inspire him or her to take a trip like in those films. If the idea is to travel with kids, the destination is right: Aruba. If he or she is an evening person, no problem! We tell what to do in Orlando, Miami and Tampa after the sunset.

The time is perfect to talk about Carnival, the reason why we show a super special editorial with the most popular parties of Brazil. It is a business trip but there is a connection flight in Salvador? We show how to fall in love with Bahia's capital spending only one day. Not to mention the latest corporate news, which explain why GRUPO TREND does not stop growing.

Did you see how we have a little of everything? Get ready to jump aboard with our companion and have a good reading!

[SV]

Segue Viagem

outubro/novembro/dezembro 2016 - edição 32
www.segueviagem.com.br

A REVISTA **SEGUE VIAGEM** É UMA PUBLICAÇÃO DO GRUPO TREND.
WWW.GRUPOTREND.COM

DIRETOR-PRESIDENTE: Luis Paulo LUPPA

CONSELHO EDITORIAL: Luis Paulo LUPPA, Bruna Dinardi, Juliana Pantaleão, Sílvia Russo, Tatiana Barboza, Thais Medina e Thaise Salzgeber

EDITORA-CHEFE E JORNALISTA RESPONSÁVEL: Thais Medina (MTB 46826 SP)

PROJETO GRÁFICO: Tatiana Barboza

DIAGRAMAÇÃO: André Barreto, Fernando Figueiredo Gomes e Tatiana Barboza

REDAÇÃO: Bruna Dinardi e Victor Bauab

WEBDESIGNER: Fernando Figueiredo Gomes

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO: Danyel Lorenzo, Igor Miranda, Jay Santos, Kelly Piza, Marco Zanqueta, Mário Braga e Nilda Brasil

REVISÃO: Cinthia Della Torre, Jussemara Varella e Thais Medina

TRADUÇÃO: Cinthia Della Torre

IMPRESSÃO: Pancrom

TIRAGEM: 10.000 exemplares

FOTO DE CAPA: Shutterstock

CRÉDITO DAS FOTOS: Arquivo TREND, Banco de Imagens, Divulgação e Shutterstock. As demais fotos estão com o devido crédito

FALE COM A REDAÇÃO:
segueviagem@trendoperadora.com.br

FALE COM O COMERCIAL:
publicidade@trendoperadora.com.br

A revista **Segue Viagem** é distribuída gratuitamente para o mercado profissional de viagens e turismo. Todas as informações e ofertas divulgadas são válidas exclusivamente para as agências de viagens.

f /Trendoperadora

ig /instatrendoperadora

in /company/grupo_trend

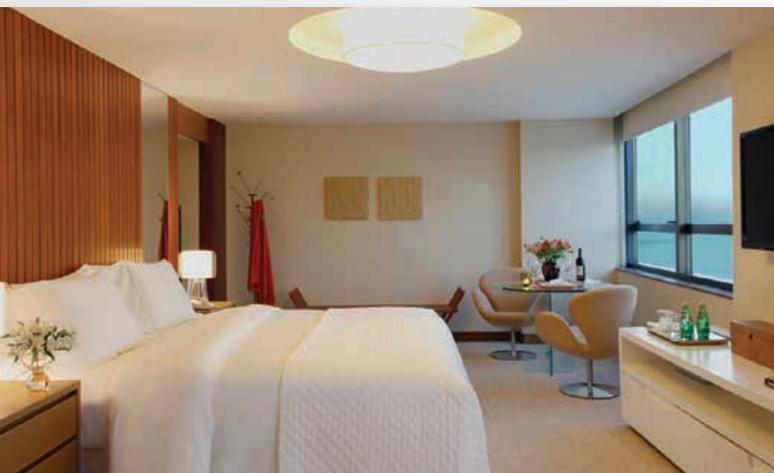
tw /trendoperadora



CARNAVAL 2017
NO
Rio de Janeiro
O maior show da Terra



Hospede-se no **Marina All Suites**, Leblon,
e aproveite o Carnaval com exclusividade.



Entre em contato com seu canal de atendimento TREND.
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br  /Trendoperadora  @trendoperadora  /instatrendoperadora/



FÉRIAS NO CARIBE

Prepare-se para viajar em nosso mais novo e divertido navio, o Norwegian Escape!



NORWEGIAN
CRUISE LINE®

Feel Free™

CARIBE LESTE

Norwegian Escape saindo de Miami em 14/01 | 7 noites

Roteiro: Miami, São Tomás, Tortola, Nassau e Miami

A partir de **R\$ 701,00 + 9x R\$ 234,00** por pessoa



TREND LAZER

Reservas: São Paulo (11) 3041 7510

Outras cidades 0800 770 7272

www.trendcruzeiros.com.br

email: cruzeiros@trendoperadora.com.br

COMPANHIA DE CRUZEIROS
LÍDER NO CARIBE
2013 | 2014 | 2015 | 2016



Total por pessoa R\$ 2807,00 em 14/09/16 para a saída acima. Condições: Cruzeiro por pessoa em cabine interna dupla com taxas portuárias e taxas de serviço. Não inclui tarifa aérea e despesas pessoais. Tarifas sujeitas a alterações e disponibilidade.

ESPAÇO SEGUE VIAGEM _____ 26

Ei, agente! Venha conhecer a área do Segue Viagem Digital que é exclusiva para você

SEGUE VIAGEM SPACE - Hey, travel agent! Get to know the area of Segue Viagem Digital that is exclusive for you

DE OLHO NO MERCADO _____ 30

Tem novidade em todas as empresas do GRUPO TREND: parceria com a LATAM, novos hotéis no portfólio, balanço positivo da SHOP HOTEL e muito mais

KEEP AN EYE ON THE MARKET - News in all GRUPO TREND's companies: partnership with LATAM, new hotels added to the portfolio, SHOP HOTEL's positive audit and much more

HOTEL INTERNACIONAL _____ 48

Luxo em cada detalhe: três meios de hospedagem que são a cara de Veneza

INTERNATIONAL HOTEL - Luxury in every detail: three hotels that are the face of Venice

PELO MUNDO _____ 56

Os melhores destinos do planeta segundo os agentes de viagens: saiba quais são os lugares preferidos de quem vive de Turismo

AROUND THE WORLD - The best destinations of the world according travel agents: check the most favorite places of who works for the Travel Industry

VIAGEM, CÂMERA E... AÇÃO _____ 58

Quatro filmes que comprovam que Veneza é uma viagem de cinema

TRIP, CAMERA AND... ACTION - Four movies which prove that Venice is a cinematographic trip

ID FLÓRIDA _____ 62

Orlando, Miami ou Tampa? A vida noturna é um diferencial nos três destinos norte-americanos

ID FLORIDA - Orlando, Miami or Tampa? The nightlife is special in these three North American destinations

ESPECIAL ESTADOS UNIDOS _____ 67

Um mundo feito de Flórida: ofertas especiais envolvendo circuitos, cruzeiros, parques temáticos e mais

UNITED STATES SPECIAL CONTENT - A world made of Florida: special offers involving circuits, cruises, theme parks and more

ARUBA EM DESTAQUE _____ 96

Como curtir as delícias da ilha caribenha e, de quebra, garantir férias divertidas em família

ARUBA HIGHLIGHTED - How to enjoy the Caribbean island's attractions and also guarantee a funny family vacation

SAÚDE & BEM-ESTAR _____ 98

Carnaval combina com boa alimentação, sim! Conversamos com uma nutricionista para saber o que pode e não pode antes de cair na folia

HEALTH AND WELLNESS - Carnival does combine with a good diet! We talked to a nutritionist to know what to do or not before partying

PARCERIA _____ 100

Quer vender mais e melhor? Aqui tem produtos novos na prateleira e receptivo de qualidade em Punta Cana

PARTNERSHIP - Do you want to sell more and better? Here we have new products on the shelf and high quality receptive service in Punta Cana

LEITURA DE BORDO _____ 106

Você se amarra em um bom livro? A gente também! Confira quatro obras literárias que são ótimas companheiras de viagem

ON-BOARD READING - Do you love a good book? We also do! Check four literary works that are a great travel companion



ESPECIAL CARNAVAL

Saiba como as grandes capitais brasileiras e algumas de suas cidades históricas celebram o Carnaval, a festa mais popular do Brasil

CARNIVAL SPECIAL ARTICLE - See how the biggest Brazilian capitals and some historic cities celebrate Carnival, the most popular party of Brazil



ID MUNDO

Como resistir a Veneza? Tudo sobre a cidade italiana que transborda charme, elegância e é apaixonante por natureza

ID WORLD - How to resist Venice? Everything about the Italian city that is full of charm, elegance and that is exciting by nature



GASTRONOMIA

Sete opções de restaurantes em Veneza que comprovam que a culinária italiana é um atrativo à parte

GASTRONOMY - Seven options of restaurants in Venice which prove that the Italian cuisine is an attraction apart



24 HORAS EM...

Salvador, a cidade baiana que é feita de sol e tem muita história pra contar

24 HOURS IN... - Salvador, the city of Bahia that is made of sun and has much story to tell



DICAS DE ORLANDO

Três restaurantes imperdíveis na cidade de acordo com Jay Santos, vice-presidente do GRUPO TREND e head da TREND TRAVEL USA

ORLANDO'S TIPS - Three can't miss restaurants in the city according to Jay Santos, vice-president of GRUPO TREND and head of TREND TRAVEL USA

COLONISTAS _____ 108

Vamos falar de mercado com quem entende de Vendas e Turismo

COLUMNISTS - Let's talk about the market with people who know about Sales and Tourism

TREND CONVIDA _____ 112

Igor Miranda, diretor de Vendas Indiretas da LATAM Airlines Brasil

INVITED BY TREND - Igor Miranda, director of Indirect Sales at LATAM Airlines Brasil

ESPAÇO GRUPO TREND _____ 114

Os acontecimentos mais importantes do GRUPO TREND entre outubro e novembro

GRUPO TREND SPACE - The most important events of GRUPO TREND between October and November

AGENDA _____ 120

Eventos relevantes para o Turismo em janeiro e fevereiro de 2017

SCHEDULE - Relevant Tourism events in January and February, 2017



TREND + CARNIVAL CRUISES:

nova parceria para realizar
sonhos em alto-mar.



Em **12x**
sem juros.

Carnival Splendor

www.trendoperadora.com.br

cruzeiros@trendoperadora.com.br

São Paulo: 11 3041 7510

Outras cidades: 0800 770 7272





ESPECIAL CARNAVAL

CARNIVAL SPECIAL ARTICLE

FERNANDO GRILLI/RIOTUR





UM BRASIL FEITO DE **CARNAVAL**

MARCHINHAS, BLOCOS DE RUA, ESCOLAS DE SAMBA E
TODOS OS TIPOS DE MÚSICA: A FOLIA É GARANTIDA NAS
PRINCIPAIS CAPITAIS DO PAÍS

RIOTUR/FERNANDO GRILLI



PARTE DE UM DOS CARROS ALEGÓRICOS DA PORTELA, UMA DAS ESCOLAS DE SAMBA MAIS FAMOSAS DO RIO DE JANEIRO
PART OF A PORTELA'S ALLEGORICAL CAR, ONE OF THE MOST FAMOUS SAMBA SCHOOLS OF RIO DE JANEIRO

Os 40 dias que antecedem a Páscoa são aguardados com ansiedade por grande parte dos brasileiros. O motivo você já conhece bem: é nessa época do ano que o Carnaval é celebrado. A maior festa popular do país, realizada sempre no primeiro trimestre, já é uma das nossas marcas registradas, e o feriadão de cinco dias que a acompanha permite que cada um comemore à sua maneira.

Por acontecer em pleno verão, muita gente decide aproveitar a temperatura elevada para pegar uma praia; outros, por sua vez, buscam refúgio em destinos mais frescos justamente para fugir do

calor e das multidões. Mas a verdade é que a grande maioria prefere se entregar às folias, aproveitando ao máximo a descontração e a informalidade que tomam conta das ruas.

Quem opta pela terceira alternativa tem à sua frente um Brasil inteiro de opções – afinal as comemorações são realizadas em todos os cantos do país. No entanto, existem certas regiões que se destacam e são conhecidas em todo o mundo pela magnitude das festas, atraindo, assim, uma quantidade extraordinária de pessoas. Tá afim de conhecer melhor cada uma delas? Vista a sua fantasia e embarque nesse megaevento com a gente!

BRAZIL MADE OF CARNIVAL MARCHINHAS, BLOCOS DE RUA, SAMBA SCHOOLS AND EVERY TYPE OF MUSIC: THE PARTY IS GUARANTEED IN THE MAIN CITIES OF THE COUNTRY

The period of 40 days previous Easter are strongly awaited by most part of Brazilians. You already know why: in this time of the year, Carnival is celebrated. The most popular party of the country, which always happen in the first quarter, is one of our trademarks, and the five-day weekend that follows it allows each one to celebrate in his or her own way.

Because it happens right in summer, many people decide to take advantage of the high temperature and go to the beach; others, however, look for a refuge in cooler destinations in order to run away from hot weather and multitudes. But the truth is that most of the people prefer to surrender themselves to parties, enjoying some fun and the informality that take the streets.

Who chooses the third alternative has at him or her disposal a whole Brazil of options – after all, celebrations happen in every corner of the country. However, there are some regions that are in evidence and which are known worldwide by their parties' magnitude, attracting, therefore, an extraordinary

O jeito Salvador de cair na folia

“ A TERRA DO OLODUM, DE NOSSO SENHOR DO BONFIM, DO ACARAJÉ E DO VATAPÁ PROMOVE UMA FOLIA ORGANIZADA EM TRÊS CIRCUITOS: OSMAR, BARRA-ONDINA E BATATINHA ”

É claro que um dos destinos mais queridos do Brasil não ia fazer feio no Carnaval. A terra do Olodum, de Nosso Senhor do Bonfim, do acarajé e do vatapá mostra que tem gingado no pé e comanda, ao longo de seis dias (isso mesmo, seis!) uma das festas mais famosas do planeta, com uma animação tão contagiante que arranca sorrisos até de quem não é fã da folia.

Em Salvador todos os ritmos musicais encontram o seu espaço e o seu público, mas não há dúvidas de que os destaques são o axé e o afoxé, este último representado por cantigas, cores, instrumentos e danças profundamente ligados ao candomblé, uma tentativa de resgatar alguns aspectos da cultura africana.

Os trios elétricos são responsáveis em grande parte pelo agito que invade a capital baiana, e a melhor forma de acompanhá-los de pertinho é comprando um abadá, camiseta que identifica a qual bloco o folião pertence e permite que ele pule Carnaval à vontade protegido por um cordão de isolamento. Um ponto bacana

é que cada bloco conta com serviços de apoio, disponibilizados em caminhões com banheiros, bar e posto médico. Do outro lado do cordão ficam os chamados “pipocas”, termo que designa as pessoas que seguem o trio mas não têm o abadá – e, portanto, não têm acesso às facilidades mencionadas. Se o seu cliente optar pelo destino, sugira, por questões de conforto e segurança, que só desfile com abadá.

Os três circuitos principais

Na capital baiana o Carnaval é organizado em três circuitos principais, que diferem entre si pelo tipo de música e pelo trajeto feito pelos trios elétricos. O primeiro deles – o mais tradicional, despontando como o preferido entre os soteropolitanos – é o Osmar (vulgo Campo Grande), que passa pelo centro de Salvador e promove uma festa e tanto em meio aos casarões coloniais e à arquitetura de tirar o fôlego da cidade. O percurso, de 4 km, sai de Campo Grande, misto de praça e bairro, e vai em direção à Avenida Sete de Setembro e à Praça Castro Alves, retornando depois pela Rua Carlos Gomes.

FOTOS SECULT MUNICIPAL



amount of people. Do you want to find out more about each one? Get your costume and come to this mega event with us!

SALVADOR WAY OF CELEBRATING

It is obvious that one of the most famous Brazilian destinations would do its best in Carnival. The town of Olodum, Nosso Senhor do Bonfim (Our Lord of Bonfim), acarajé and vatapá (Bahia's traditional dishes) shows that is full of rhythm and leads, for six days (that's it, six!), one of the most famous parties of the planet, with an excitement which is overwhelming and that makes even those people who are not a fan of the party smile. In Salvador, all rhythms have their space and audience, but there are no doubts that axé and afoxé, the last one represented by ditties, colors, instruments and dances strongly linked to candomblé (a religion influenced by the knowledge of the Africans), an attempt to rescue some African culture aspects.

Trios elétricos (bands on a float) are responsible in most part for the excitement that takes Bahia's capital, and the best way of following them closely is to buy an abadá, a T-shirt that identifies to which Carnival bloco (street parades) the parter belongs and allows him or her to celebrate Carnival with no worries, protected by a cordon. A positive point is that each bloco counts on support service, available in trucks with toilets, bar and health centre. On the other side of the cordon is where people known like "pipocas" stay, a word which designates people who follow the trio (bands on a float) but do not have an abadá – and, therefore, they do not have access to the convenience mentioned. If your client chooses this destination, suggest, considering comfort and safety, that he or she follows the blocos only with an abadá.

THREE MAIN CIRCUITS

In Bahia's capital, Carnival is divided into three main circuits, being different because of the type of the music and by the trios elétricos' itinerary. The first one – the most traditional, considered the favorite one by people from Bahia – is Osmar (known as Campo Grande), which itinerary includes Salvador's downtown region and promotes a great party among colonial large houses and the breathtaking architecture of the city. The 4km route leaves from Campo Grande, a mix of square and district, and goes towards Sete de Setembro Avenue and Castro Alves Square, and then it goes back by Carlos Gomes Street.

It is very disputed on Sunday, Monday and Tuesday because it brings great Brazilian music icons, like Asa de Águia and Ivette Sangalo – samba, axé, pagode and African music-inspired rhythms are



NA FOTO MAIOR, A GRANDIOSIDADE DO CIRCUITO BARRA-ONDINA. ACIMA, RECORTE DO BATATINHA, CIRCUITO QUE PASSA PELO PELOURINHO, NO CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR

IN THE BIGGEST PHOTO, THE GRANDIOSITY OF BARRA-ONDINA CIRCUIT. ABOVE, BATATINHA CIRCUIT, WHICH GOES THROUGH PELOURINHO, HISTORICAL CENTRE OF SALVADOR



VOCÊ SABIA?

Os três circuitos carnavalescos não tiveram os seus nomes escolhidos à toa: Dodô e Osmar são homenagens a Adolfo Antônio Nascimento e Osmar Macedo, que em 1950 apresentaram ao mundo a invenção do trio elétrico. Já Batatinha originou-se do apelido pelo qual ficou nacionalmente conhecido o sambista baiano Oscar da Penha, falecido em 1997.

DID YOU KNOW?

The three main Carnival circuits did not have their names chosen by chance: Dodô and Osmar are a tribute to Adolfo Antônio Nascimento and Osmar Macedo that in 1950 showed to the world the invention of trio elétrico. Batatinha comes from the nickname by which the sambista (samba singer and composer) from Bahia, Oscar da Penha, dead in 1997, was used to be nationally known.

CIRCUITO CAMPO GRANDE, O MAIS TRADICIONAL DA CAPITAL BAIANA
CAMPO GRANDE CIRCUIT, THE MOST TRADITIONAL OF BAHIA'S CAPITAL

predominant. *Araketu, Trio Alegria, Conexão Tribal, As Muquiranas* and *Vamos Nessa* are some blocos which use to be present.

Dodô or Barra Ondina is the name given to the circuit that connects Praia da Barra to Ondina, combining, therefore, all blocos' excitement, led by Chiclete com Banana, Claudia Leite, Banda Eva, Daniela Mercury, Bell Marques (Chiclete com Banana's ex-singer) among others, with an incredible view of the Bay of All Saints – during the route it is possible to admire the iconic Farol da Barra (Barra Lighthouse).

Considered by many people the best circuit to enjoy Carnival, Dodô is famous for its eclectic feature, bringing blocos that are different from the "traditional" ones and makes parties dance to the sound of electronic music, forró, arrocha, sertanejo... the schedule has a little of everything. The walk has about 4,5 km and lasts five or six hours, but there are options for people who want to start early (time also dedicated to the kids) or dance until late at night, having in mind that some camarotes (mezzanine rooms) are open all night long.

Batatinha circuit is very different from the others. Happening in the region of Pelourinho, where the essence and heart of Salvador live, does not include trios elétricos, parades or abadás. It was developed for people looking for a more familiar atmosphere and who wants to have fun to the sound of marchinhas (classic Carnival songs) and different types of music, wearing irreverent costumes and accessories, enjoying the party also including the kids. With a different vibe if compared to other circuits, even because it is calmer than the other ones, it is always important to highlight that the party takes place right at the historic centre, the main symbol of Bahia's culture and essence.

See the whole schedule of Carnival in Salvador at <http://carnaval.salvador.ba.gov.br/site/>.

CONFETTI AND PARTY STREAMER IN BELO HORIZONTE

It all began in 1897, when, some months before the city foundation, the citizens – mainly workers that were working in its construction – put extravagant costumes and made a

É bem disputado no domingo, segunda e terça-feira por reunir grandes ícones da música brasileira, como Asa de Águia e Ivete Sangalo – predominam o samba, o axé, o pagode e os ritmos inspirados na música afro. *Araketu, Trio Alegria, Conexão Tribal, As Muquiranas* e *Vamos Nessa* são alguns dos blocos que costumam marcar presença.

Dodô ou Barra-Ondina é o nome dado ao circuito que conecta a Praia da Barra à de Ondina, combinando, desta forma, toda a animação dos blocos, puxados por Chiclete com Banana, Claudia Leite, Banda Eva, Daniela Mercury e Bell Marques (ex-vocalista do Chiclete com Banana), entre outros, com o visual incrível da Baía de Todos-os-Santos – durante o percurso dá até para contemplar o icônico Farol da Barra.

Considerado por muitos como o melhor circuito para curtir o Carnaval, o Dodô é famoso pelo seu caráter eclético, reunindo blocos que fogem do "tradicional" e embalam os foliões com música eletrônica, forró, arrocha, sertanejo... a programação inclui

um pouco de tudo. A caminhada de aproximadamente 4,5 km tem de cinco a seis horas de duração, mas existem opções para quem quiser começar logo cedo (horário dedicado também às crianças) ou dançar até de madrugada, tendo em vista que alguns camarotes ficam abertos a noite inteira.

Já o circuito Batatinha é bem diferente dos outros dois. Realizado na região do Pelourinho, onde moram a essência e o coração de Salvador, não inclui desfiles de trios elétricos e nem abadás. Foi feito para quem busca uma atmosfera mais familiar e quer se divertir ao som de marchinhas e estilos musicais diversificados, abusando de fantasias e acessórios irreverentes e curtindo a farra inclusive ao lado dos pequenos. Com uma energia diferente da encontrada nos outros circuitos, mesmo porque é muito mais tranquilo que os demais, é sempre válido ressaltar que a folia tem lugar em pleno centro histórico, símbolo máximo da cultura e da essência baianas.

Confira toda a programação do Carnaval em Salvador no <http://carnaval.salvador.ba.gov.br/site/>.

Confete e serpentina em Belo Horizonte



JULIA LANARI/ACERVO BELOTUR

Tudo começou em 1897, quando, meses antes da fundação da cidade, os moradores – sobretudo os operários que trabalhavam nas obras – vestiram fantasias extravagantes e desfilaram pelas ruas a bordo de carros. Desde então Belo Horizonte descobriu no Carnaval uma maneira quase irresistível de entrar na brincadeira que toma conta de grande parte do país todos os anos.

O costume de vestir roupas que normalmente não se usaria ou se espelhar em algum super-herói para cair na folia, por exemplo, continua mais forte do que nunca. Em 2016, mais de 2 milhões de pessoas participaram ativamente das comemorações promovidas em diversos pontos da região – no total foram 210 blocos e cerca de 250 desfiles.

Além de dançar e curtir algumas boas horas junto a verdadeiras aglomerações, quem vai às ruas da capital mineira aproveita para protestar e/ou simplesmente expressar a sua opinião sobre algum fato, o que confere um caráter político e contestador à festa. Quer um exemplo? Na edição de 2016 houve quem aproveitasse o

evento para defender a igualdade de gêneros e o respeito à diversidade, assim como cidadãos pedindo o fim da impunidade no Brasil.

Apesar disso, é claro que o objetivo de todo mundo que prestigia o Carnaval mineiro é deixar as preocupações de lado, usando a sua disposição e energia para acompanhar a programação. Três grandes blocos figuram como os principais atrativos: o *Então, Brilha!*, *Alcova Libertina* e *Baianas Ozadas* – este último é formado por integrantes com roupas brancas, colares de miçanga e turbantes, que arrastam multidões ao entoar o axé baiano. *Corte Devassa* é outro bloco que faz bastante sucesso, reunindo participantes com leques, perucas, espartilhos e luvas, em uma forma de lembrar (e satirizar, é claro!) o período colonial brasileiro.

Dos blocos caricatos às escolas de samba

BH também é conhecida pelos blocos caricatos, que, por meio de desfiles regados a muita imaginação e criatividade, contam histórias fantásticas e divertem os

O POPULAR BLOCO BAIANAS OZADAS, QUE CONVIDA O PÚBLICO DE BELO HORIZONTE A VESTIR ROUPAS BRANCAS, TURBANTES E COLARES DE MIÇANGA
THE POPULAR BAIANAS OZADAS BLOCO, WHICH INVITES THE AUDIENCE OF BELO HORIZONTE TO WEAR WHITE CLOTHES, TURBANS AND BEAD NECKLACES

parade on the streets by cars. Since then, Belo Horizonte discovered in Carnival a quite irresistible way of participating in the party that takes a great portion of the country every year. The habit of wearing clothes that generally people would not wear or being inspired in some superhero to enjoy the party, for example, is stronger than ever. In 2016, over 2 million people participated actively in celebrations promoted in different places of the region – with a total of 210 blocos and about 250 parades.

In addition to dancing and enjoying some funny hours with great multitudes, who goes to the streets of Minas Gerais' capital is also going to protest and/or just express his or her opinion about some fact, granting a political and an argumentative sense to the party. Do you want an example? In the edition of 2016, some people took the chance to defend gender equality and respect for diversity, as well as citizens claiming the end of impunity in Brazil.

In spite of it, it is obvious that the goal of people who enjoy Minas Gerais' Carnival is to put aside the worries, using enthusiasm and good vibe to follow the schedule. Three big blocos are among the main attractions: *Então, Brilha!*, *Alcova Libertina* and *Baianas Ozadas* – the last one has members wearing white clothes, glass bead necklace and turban, which takes multitudes to the rhythm of Bahia's axé. *Corte Devassa* is another famous bloco, gathering members with fans, wigs, corsets and gloves, as a way of remembering (and satirizing, of course!) the Brazilian colonial period.

FROM LUDICROUS BLOCOS TO SAMBA SCHOOLS
BH is also known by ludicrous blocos, which, by parades full



ASCOM/PMOP



ELCIO ROCHA

VOCÊ SABIA?

Desde 1980 Belo Horizonte elege, por meio de uma eleição disputadíssima, a Corte Real Momesca, composta pelo Rei Momo, a rainha e duas princesas. Carismáticos e bons de samba, eles conduzem as celebrações na cidade, participando ativamente de campanhas sociais e de conscientização, e têm uma atribulada agenda de compromissos, que visa promover o Carnaval da região.

DID YOU KNOW?

Since 1980, Belo Horizonte chooses, by a tight competition, a King Momo's Royal Court, composed of King Momo, a queen and two princesses. Charismatic and good samba dancers, they led the celebrations in the city, participating actively in social and awareness campaigns and they also have a full schedule with appointments that intend to promote the Carnival party of the region.

NO TOPO DA PÁGINA, MOVIMENTO INTENSO NA PRAÇA TIRADENTES, EM OURO PRETO. LOGO ABAIXO, BLOCO ZÉ PEREIRA DA CHÁCARA, HÁ 164 ANOS ANIMANDO O CARNAVAL EM MARIANA
ON THE TOP OF THE PAGE, AN INTENSE ACTION AT PRAÇA TIRADENTES (TIRADENTES SQUARE), IN OURO PRETO. RIGHT BELOW IT, ZÉ PEREIRA DA CHÁCARA BLOCO, CELEBRATING CARNAVAL IN MARIANA FOR 164 YEARS

of imagination and creativity, tell fantastic stories and entertain parties. Some of the most known ones are Afritos do Anchieta, Estivadores do Havai and Infiltrados de Santa Tereza.

Belo Horizonte has also samba schools, but a smaller amount if compared to São Paulo and Rio de Janeiro – there are only seven. The parades are performed in Afonso Pena Avenue, one of the main avenues of the destination.

MINAS GERAIS' CARNIVAL IN TRIPLE DOSE

The touristic city of Ouro Preto, 106 km away from the capital, is another option for people looking for fun in Minas Gerais. This is the best time for its slopes and streets, surrounded by churches and historical buildings, to host citizens and visitors from all over Brazil, attracted by parades and action of ludicrous blocos, which music goes from marchinhas to pop rock. To make the party complete, the edition of 2017 will have stages at the Historic Centre – more specifically at Praça Tiradentes (Tiradentes Square) and Largo do Cinema (Cinema Square).

One of the region's characteristic is related to the great amount of students, the reason why many blocos were created by several students' dorms located in the city – the most popular are called Caixão, Cabrobó, Praia and Chapado. It is important to highlight that to participate in these four blocos it is required to buy an abadá previously – and they are very disputed, so that, it is recommended to buy one as soon as possible!

A little more distant, the historical cities of Mariana (116 km) and Tiradentes (196 km) also promote street parties, although they are smaller and more peaceful, they leave nothing to be desired regarding action. The little blocos, mainly attended by people who live in the surroundings, bet on the traditional marchinhas, and the audience does its best in relation to costumes.

PERNAMBUCO: CARNIVAL OF RECORDS

Another state which definitely knows how to celebrate Carnival is Pernambuco, mainly in the neighboring cities,

foliões. Alguns dos mais conhecidos são Afritos do Anchieta, Estivadores do Havai e Infiltrados de Santa Tereza.

As escolas de samba também existem em Belo Horizonte, mas em quantidade bem menor do que em São Paulo e Rio de Janeiro – são apenas sete. Os desfiles são realizados na Avenida Afonso Pena, uma das principais do destino.

Carnaval mineiro em dose tripla

A 106 km da capital, a turística Ouro Preto é mais uma ótima aposta para quem busca diversão em solo mineiro. O período é mais que propício para que as ladeiras e ruas da cidade, rodeadas por igrejas e edifícios históricos, recebam moradores e visitantes de todo o Brasil, atraídos pelos desfiles e pela empolgação dos blocos caricatos, cuja música passa pelas marchinhas e chega até o pop rock. Para que a folia seja completa, a edição de 2017 terá palcos

montados no Centro Histórico – mais especificamente na Praça Tiradentes e no largo do Cinema.

Uma das características da região diz respeito à grande quantidade de estudantes, fator que culminou no surgimento de blocos originários das várias repúblicas localizadas na cidade – os mais populares são conhecidos como Caixão, Cabrobó, Praia e Chapado. Vale lembrar que para participar desses quatro é preciso comprar abadá antecipadamente – e a procura por eles é elevadíssima, então o quanto antes, melhor!

Um pouco mais distantes, as cidades históricas de Mariana (116 km) e Tiradentes (196 km) também promovem festas de rua, embora sejam consideravelmente menores e mais sossegadas, o que não quer dizer que deixem a desejar no quesito animação. Os bloquinhos, frequentados principalmente por quem mora nos arredores, aposta nas tradicionais marchinhas, e o público faz bonito com as fantasias.

Pernambuco: Carnaval de recordes



DIEGO GALBA/PREFEITURA DE OLINDA

Outro estado que definitivamente sabe como pular Carnaval é Pernambuco, sobretudo nas cidades-irmãs Recife e Olinda, com folias conhecidas mundialmente. A festa por ali conquistou a sua fama por ser multifacetada e democrática, o que significa que pessoas de tribos e tipos diferentes são mais que bem-vindas. A região como um todo começa a se preparar para o feriadão já em janeiro, e uma euforia crescente toma conta do destino, transformando-o em uma escolha acertada para as férias de verão.

E se este aquecimento todo por si só já é imperdível, é com o *Galo da Madrugada*, que consta no Guinness Book como o maior bloco do mundo, que os pernambucanos reafirmam a sua vocação para a farra. No Sábado do Zé Pereira, nome que marca o início oficial das comemorações recifenses, a agitação começa cedo: às 7h aparecem as primeiras pessoas, dispostas a seguir os trios elétricos até o cair do dia – em média, 2 milhões de participantes acompanham anualmente o cortejo ao Galo, um dos maiores orgulhos dos nordestinos.

O desfile é uma oportunidade de ouro para quem gosta de se fantasiar e usar

acessórios chamativos, hábito que traz ainda mais colorido às ruas e avenidas e diverte os participantes, que aproveitam a época do ano para dar asas à imaginação. É importante ressaltar que todas as atrações e trios elétricos do *Galo da Madrugada* são gratuitos, dispensando a compra de abadás, por exemplo, o que explica por que a multidão cresce mais e mais a cada edição.

Muito além do Galo da Madrugada

Enganar-se quem pensa que o *Galo da Madrugada* é a única forma de curtir o Carnaval em Recife. Diversos pontos da capital pernambucana, como o Marco Zero (no Recife Antigo), o Pátio de São Pedro (conjunto arquitetônico que guarda resquícios do período colonial) e o município de Jaboatão dos Guararapes, ganham palcos e colocam muita gente para dançar noite adentro – já tocaram ali nomes como Nação Zumbi, Alceu Valença e Elba Ramalho.

Caso o seu passageiro esteja com viagem marcada para Recife durante o Carnaval, o *Enquanto isso*, na *Sala da Justiça* costuma ser uma boa pedida. O bloco incentiva os participantes a se fantasiarem de super-

OS BONECOS GIGANTES DE OLINDA, UMA DAS MARCAS REGISTRADAS DA FOLIA NA REGIÃO
OLINDA'S GIANT PUPPETS, ONE OF THE TRADEMARKS OF THE PARTY IN THE REGION

Recife and Olinda, with parties worldwide known. The celebration became famous because it is multifaceted and democratic, which means that people of different tribes and types are very welcome. The region as a whole starts getting ready for holidays in January, and a growing euphoria takes the destination, turning it into the right option for summer vacation. And if people cannot miss all these excitement, Pernambuco's citizens reinforce their talent to party with Galo da Madrugada bloco (Rooster of Early Hours, literally translated), which is listed in the Guinness Book as the biggest bloco of the world. On Sábado do Zé Pereira (Zé Pereira's Saturday, loosely translated), name which marks the beginning of official Recife's celebrations, the party starts very early: at 7 o'clock people start arriving, and they are very excited about following the trios elétricos until the sunset – on average, 2 million people annually follow the Galo's pageant, one of the biggest proud of Brazilian Northeast. The parade is a singular opportunity for people who like to wear costumes and unusual accessories, a habit which brings more color to the streets and avenues and entertains the audience that takes the chance in this time of the year to get inspired. It is important to highlight that all Galo da Madrugada's attractions and trios elétricos are free, there is no need to buy abadás, for example, which can explain why the multitude increases more and more every edition.

BEYOND THE GALO DA MADRUGADA

People who think that Galo da Madrugada is the only way to enjoy Carnival in Recife are wrong. Several places of Pernambuco's capital, like Marco Zero (Zero Milestone, at Recife Antigo), Pátio de São Pedro (architectonic ensemble that keeps vestiges from the colonial period) and the city of Jaboatão dos Guararapes, get stages and make people dance all night long – Nação Zumbi, Alceu Valença and Elba Ramalho have already given a concert there.



VOCÊ SABIA?

Todos os anos os pernambucanos realizam a “Noite dos tambores silenciosos”, no Pátio do Terço, local antes usado para a venda de escravos e onde funcionou um dos primeiros terreiros de candomblé do estado. A festa, promovida na segunda-feira de Carnaval, é uma reverência aos negros maltratados ou mortos durante a escravidão e tem seu ponto alto quando, à meia-noite, todos fazem silêncio em sua homenagem.

DID YOU KNOW?

Every year, people from Pernambuco celebrate the “Noite dos tambores silenciosos” (Night of the Silent Drums), at Pátio do Terço, place that previously was used to sell slaves and where the first candomblé temples of the state were opened. The party, happening on Carnival Monday, is a reverence to the black people who were abused or killed during the slavery and it has its main climax when, at midnight, everybody keeps silence in their honor.

O FANTÁSTICO GALO DA MADRUGADA, EM RECIFE, CONSIDERADO O MAIOR BLOCO DO MUNDO

THE FANTASTIC GALO DA MADRUGADA BLOCO, IN RECIFE, CONSIDERED THE BIGGEST CARNIVAL BLOCO OF THE WORLD

If your passenger has already planned a trip to Recife during Carnival, Enquanto isso, na Sala de Justiça uses to be a good choice. The bloco encourages the audience to wear superhero costumes (or, in some way, to reflect on the cloths some interesting superpower) and it is synonymous of good laughs. Frevo, original “soundtrack” of the state, is always playing at the celebrations, of course, but the artists go beyond it and explore other rhythms, like maracatu, caboclinho (traditional folkloric dance), samba, afoxé, coco de roda and even alternative rock, hosting a party that does not have a specific audience and neither time to end – by the way, this musical plurality makes the region one of the favorite parties’ places, and also it gives an opportunity for people to lead their own Carnival group on the city’s streets.

WELCOME TO OLINDA

If the traveler is alone or not, Carnival in Olinda is always an excellent option and can be combined with parties in the neighboring city Recife because of the short distance – only 10 km – between both cities. The happy celebration is the result of a mix of Indigenous, European and African cultures, peoples that helped to build Brazil as we currently know it, and that is why it is difficult to overcome Pernambuco regarding diversity. About 500 groups can dance samba and frevo almost 24 hours a day on the destination’s streets and slopes, influenced by many other rhythms and melodies, entertaining parties among lots of confetti and party streamer. For people who want to participate in the play, the tip is the traditional Virgens do Bairro Novo bloco, existing for 15 editions and in which the main characters are men dressed like women and wearing female accessories.

Olinda is also known because of its parades with the famous giant puppets made of wood, fabric and/or papier-mâché, dating from 1930s. Created by skilled artisans, they are carried on the attendees’ shoulders and most of them represent celebrities and historical personalities, from Brazil or from abroad, being easily found among the multitude. The most remembered puppet is “O homem da meia-noite” (Midnight’s man, loosely translated), dressing a tailcoat and owner of a mysterious aura.

heróis (ou, de alguma forma, refletirem nas roupas algum superpoder interessante) e é sinônimo de boas risadas.

O frevo, “trilha sonora” original do estado, está sempre presente nas celebrações, é claro, mas os artistas vão além e exploram outros ritmos, como o maracatu, caboclinho (dança folclórica típica), samba, afoxé, coco de roda e até o rock alternativo, promovendo uma festa que não tem público específico e muito menos hora para acabar – aliás, é exatamente essa pluralidade musical que faz da região um dos points preferidos dos foliões, abrindo espaço inclusive para quem quer liderar o próprio grupo carnavalesco pelas ruas da cidade.

Bem-vindo a Olinda

Estando o viajante sozinho ou acompanhado, o Carnaval em Olinda é sempre uma excelente aposta e pode ser combinado com os festejos na vizinha Recife devido à curta distância – apenas 10 km – que as separa. A alegre folia é resultado da combinação entre as culturas indígena, europeia e africana, povos que ajudaram a construir o Brasil da forma

como o conhecemos hoje, e justamente por isso é difícil superar Pernambuco no quesito diversidade.

Cerca de 500 grupos sambam e dançam frevo quase 24 horas por dia nas ruas e ladeiras do destino, influenciados por uma série de outros ritmos e melodias, animando os participantes em meio a muito confete e serpentina. Para quem quiser entrar na brincadeira, uma dica é o tradicional bloco *Virgens do Bairro Novo*, que existe há 15 edições e no qual os protagonistas são homens que vestem roupas e adereços femininos.

Olinda também é conhecida pelos desfiles com os famosos bonecos gigantes feitos de madeira, tecido e/ou papel machê, existentes desde a década de 1930. Criados por artistas talentosos, são carregados sob os ombros dos participantes e representam, em sua maioria, celebridades e personalidades históricas, do Brasil ou do exterior, podendo ser encontrados com facilidade na multidão. O boneco mais lembrado é “O homem da meia-noite”, vestido com um fraque e dono de uma aura misteriosa.

A festa continua no Rio de Janeiro



RIOTUR/GABRIEL SANTOS

Entre uma visita e outra à Cidade Maravilhosa, a conclusão é sempre a mesma: o Rio de Janeiro continua lindo. O principal cartão-postal do Brasil coleciona uma relação invejável de pontos turísticos – afinal, como não associá-lo ao Cristo Redentor, ao Pão de Açúcar ou às belas praias, como a inesquecível Copacabana? – e, além da beleza estonteante, revela o dom dos cariocas para sediar e organizar grandes eventos com muita alegria e hospitalidade.

Palco recente para a realização dos Jogos Olímpicos, a Cidade Maravilhosa é, também, referência internacional quando o assunto é Carnaval. Há quem diga que é o Rio – e não Pernambuco – o dono da maior folia do planeta, mas a competição entre os dois estados não encontra muito espaço entre os foliões, mais interessados no grande espetáculo de dança e música que se desenrola sob os seus olhos.

O Sambódromo Marquês de Sapucaí é onde ficam concentradas as escolas de samba, que desfilam, orgulhosas, o

trabalho árduo e o empenho de meses a fio em preparar fantasias, coreografias, sambas-enredos e alegorias gigantescas, em uma explosão de cores, sorrisos e música, muita música. Acompanhá-las das arquibancadas é uma opção e tanto para vibrar na mesma energia e realmente sentir do que é feito o Carnaval no Rio.

Apenas para se ter uma ideia, cada escola de samba conta com quase 5 mil integrantes, que se distribuem ao longo das alas e cumprem cada qual o seu papel, construindo, assim, um grande espetáculo orquestrado. As principais escolas de samba, que integram o chamado Grupo Especial, desfilam no domingo e na segunda de Carnaval, deixando para a sexta-feira e o sábado as escolas que fazem parte do Grupo de Acesso, com orçamento relativamente menor que as demais.

Quando a programação invade as ruas

A folia também acontece fora do sambódromo. O Rio é famoso pelas

INTEGRANTES DE UMA DAS ALAS DA PORTELA DESFILAM COM FANTASIAS BRANCO E PRETAS NO CARNAVAL DO RIO DE JANEIRO

MEMBERS OF A PORTELA'S SECTION WALK IN THE PARADE WEARING BLACK AND WHITE COSTUMES IN CARNAVAL OF RIO DE JANEIRO

THE PARTY KEEPS GOING IN RIO DE JANEIRO

In every other trip to the Wonderful City, the point is always the same: Rio de Janeiro is still beautiful. The main Brazilian postcard collects an enviable list of tourist attractions – after all, how not to associate it to Christ the Redeemer, Pão de Açúcar (Sugarloaf Mountain) or to beautiful beaches, like the unforgettable Copacabana? – and, in addition to the stunning beauty, it reveals the cariocas' gift for hosting and organizing huge events with so much happiness and hospitality.

A recent stage for the Olympic Games, the Wonderful City is also an international reference when the subject is Carnival. Some people say that Rio – not Pernambuco – is the owner of the greatest party of the planet, but the competition between these two states does not find too much space among the partiers, because they are more interested in the big spectacle of dance and music which keeps going.

Marquês de Sapucaí Sambadrome is the place where samba schools are gathered, which walk proudly in the parade, and show the hard work and months of efforts to prepare costumes, choreographies, sambas-enredos (samba songs) and huge Carnival allegories, in an explosion of colors, smiles and music, so much music. To watch them from the bleachers is a very good option to feel the same vibe and to see of what Carnival in Rio is made.

Just to have an idea, each samba school counts on almost 5,000 members that are divided into sections and each one of them carries out a role, building, therefore, a great orchestrated spectacle. The main samba schools, which make part of the called Grupo Especial (Special Group),



RIOTUR/GABRIEL SANTOS

ACIMA, AS BRILHANTES ROUPAS DOURADAS DO DESFILE DA MANGUEIRA, NO RIO. AO LADO, A ATRIZ LEANDRA LEAL, PORTA-ESTANDARTE DO CORDÃO DA BOLA PRETA
 ABOVE, GOLD SPARKLE CLOTHES OF MANGUEIRA'S PARADE, IN RIO. NEXT TO IT, THE BRAZILIAN ACTRESS, LEANDRA LEAL, CORDÃO DA BOLA PRETA'S STANDARD-BEARER



HOTON VENTURA

walk in the parade on Carnival Sunday and Monday, and on Friday and Saturday it is the time of schools which make part of the Grupo de Acesso (Access Group), with a budget relatively lower than the others.

WHEN THE ATTRACTIONS TAKE THE STREETS

The party also happens outside the sambadrome. Rio is famous by its several groups and Carnival blocos that excite people with a big list of marchinhas already known by the audience. To participate in any of them, people can just join the multitude: the party is free of any charges.

Do you want a tip to really enjoy the intense schedule? To choose from three to five blocos a day, interchanging them with fresh sea baths, because the heat is very intense in this time of the year, especially with many people around. The habit of wearing costumes – even if it is just a tiara, a mask or some accessory – is even more common and one of the event's trademark.

Cordão da Bola Preta (Cordon of the Black Ball, loosely translated) is the oldest Carnival bloco of Rio de Janeiro, and for almost 100 years it participates in the parade at downtown region of Rio de Janeiro's capital, taking a multitude wearing costumes or wearing white clothes with little black balls. Other famous Carnival blocos have ironic and funny names, like *Suvaco do Cristo*, *Simpatia é quase amor*, *Bafo da onça*, *Cacique de Ramos*, *Imprensa que eu gamo*, *Spanta Neném*, *Volta Alice*, *Azeitona sem caroço* and *Bloco dos Impossivi*, among several other ones, which leave from different parts of the city.

Besides the marchinhas, there are also some options of theme Carnival blocos, like *Sargento Pimenta*, in honor to the Beatles, and *Brasília Amarela*, honoring the Brazilian rock band *Mamonas Assassinas* and a more funny rock style.

THE PARTY IS FOR ALL

Celebrities, models, artists and socialites are popular figures at the luxurious Carnival balls that happen at Belmond Copacabana Palace, a very traditional five-star hotel of the city. However, aiming to democratize the access to those parties, many other balls start being planned, presenting lower prices or free tickets. One of the main parties is the Baile da Cinelândia, which gathers about 60,000 people in front of the Municipal Chamber's

inúmeras bandas e blocos carnavalescos, que incendeiam os participantes com uma lista enorme de marchinhas já bem conhecidas pelo público. Para participar de qualquer um deles é só se juntar à multidão: a festa é livre de qualquer custo.

Quer uma dica para aproveitar bem a programação intensa? Selecionar de três a cinco blocos por dia, intercalando um e outro com refrescantes banhos de mar, pois o calor é intenso nessa época do ano, especialmente com tanta gente em volta. O hábito de usar fantasias – nem que seja apenas uma tiara, uma máscara ou algum acessório – é cada vez mais comum e uma das marcas registradas do evento.

O *Cordão da Bola Preta* é o bloco mais antigo do Rio de Janeiro, e há quase 100 anos desfila no centro da capital carioca, levando consigo uma multidão fantasiada ou vestida de roupas brancas com bolinhas pretas. Outros blocos badalados têm nomes irônicos e divertidos, como *Suvaco do Cristo*, *Simpatia é quase amor*, *Bafo da onça*, *Cacique de Ramos*, *Imprensa que eu gamo*, *Spanta Neném*, *Volta Alice*, *Azeitona sem caroço* e *Bloco dos Impossivi*,

entre uma infinidade de outros, que saem de áreas distintas da cidade.

Além das marchinhas, existem ainda algumas opções de blocos temáticos, como o *Sargento Pimenta*, que presta uma homenagem aos Beatles, e *Brasília Amarela*, em referência aos Mamonas Assassinas e a um estilo de rock mais descontraído.

A festa é para todos

Celebridades, modelos, artistas e socialites são figurinhas carimbadas nos luxuosos bailes carnavalescos promovidos no Belmond Copacabana Palace, tradicionalíssimo hotel cinco-estrelas da cidade. Contudo, com o objetivo de democratizar o acesso a essas festas, diversos outros bailes começaram a ser organizados, apresentando preços mais acessíveis ou com entrada franca. Um dos destaques é o Baile da Cinelândia, que reúne cerca de 60 mil pessoas em frente às escadarias da Câmara Municipal e convida grandes estrelas do Carnaval para subir ao palco e agitar a galera sem cobrar qualquer tipo de ingresso.

São Paulo: dos negócios ao Carnaval de rua



RAFAEL NEDDERMEYER/LIGASP/FOTOS PUBLICAS

PARTE DO BELÍSSIMO E COLORIDO DESFILE DA ROSAS DE OURO, EM SÃO PAULO
PART OF THE BEAUTIFUL AND COLORFUL PARADE OF ROSAS DE OURO, IN SÃO PAULO

Ei, paulistanos (e não paulistanos): que tal aproveitar o feriado do Carnaval nas ruas lotadas de São Paulo? Essa tem sido a aposta de muita gente, o que comprova que a maior cidade do país – e o maior polo de negócios da América Latina – também leva jeito para a folia, seguindo o exemplo das outras grandes capitais brasileiras.

A programação, que tem início ainda no mês de janeiro, se torna mais extensa a cada edição, e é difícil não cair na tentação de seguir um dos muitos bloquinhos que percorrem as principais regiões da cidade. Em 2016, com o intuito de desafogar os bairros de Pinheiros e Vila Madalena, para onde vai a maioria dos foliões, 355 blocos se espalharam pelas ruas e avenidas do destino, distribuindo a festa entre o

Centro e as zonas Leste, Norte, Oeste e Sul, o que ajuda a evitar (pelo menos parcialmente) a superlotação e favorece a locomoção dos participantes.

Com estilos diversificados e amplo repertório musical, os grupos que embalam as multidões vão das marchinhas ao axé, passando ainda pelo samba, rock e pelo frevo, adaptando todo e qualquer estilo ao ritmo animado e característico da folia. Assim como no Rio de Janeiro, essas agremiações levam nomes irreverentes, como *Casa comigo*, *Kolombolo diá Piratininga*, *Saia de chita*, *Besta é tu*, *Arrianu Suassunga*, *Liberte a Ivonete*, *Isso Memo* e *Nois trupica mais não cai* – destaque para a participação do *Bangalafumenga*, bloco carioca de 1998, e *Sargento Pimenta*, que também integram a farra paulistana.

stairs and invites big Carnival stars to take the stage and make the audience go wild for free.

SÃO PAULO FROM BUSINESS TO THE STREET CARNIVAL
Hey, people from São Paulo (and not from São Paulo): what about enjoying Carnival holiday on the crowded streets? It has been many people's bet, proving that the biggest city of the country – and the greater Latin America's business pole – also has a talent for parties, following the example of other biggest Brazilian capitals.

The party schedule, which begins in January, is more extended each edition and it is difficult not to follow one of the several little Carnival blocos which go through the main regions of the city. In 2016, with the goal of decentralizing parties of Pinheiros and Vila Madalena districts, to where most of the parties go, 355 Carnival blocos were taken to other streets and avenues of the destination, distributing the party among the downtown region and East, North, West and South sides, helping to avoid (at least partially) the overcrowding and favoring the partiers' locomotion. With different styles and large musical list, groups that make people dance go from marchinhas to axé, going through samba, rock and frevo, adapting all and every style to the exciting and characteristic rhythm of the party. Like Rio de Janeiro, these groups have irreverent names, as Casa comigo, Kolombolo diá Piratininga, Saia de chita, Besta é tu, Arrianu Suassunga, Liberte a Ivonete, Isso Memo e Nois trupica mais não cai – a highlight for the participation of Bangalafumenga, a Rio de Janeiro's Carnival bloco from 1998, and Sargento Pimenta, which also make part of São Paulo's party.



DETALHE DO CARRO ALEGÓRICO DA VAI-VAI, ESCOLA DE SAMBA DE SÃO PAULO

DETAIL OF VAI-VAI SAMBA SCHOOL'S ALLEGORICAL CAR, SAMBA SCHOOL OF SÃO PAULO

Alguns clubes e casas noturnas aproveitam a época para promover festas temáticas, matinês e até bailes de máscaras, normalmente pagos.

O Anhembi é o lugar

Um dos ápices do Carnaval em São Paulo acontece durante os desfiles das escolas de samba realizados no Sambódromo do Anhembi. As 22 integrantes levam o público ao delírio com seus sambas-enredos emocionantes, fantasias coloridas, majestosos carros alegóricos e, principalmente, com o sorriso e a animação dos incansáveis membros, que se entregam de corpo e alma à folia e passam meses inteiros se dedicando àquele momento.

Por ser acirrada a disputa entre cada uma das escolas, tendo em vista que todas querem levar para si o título de campeã, o que se vê ano após ano são desfiles cada vez mais fantásticos, que usam e abusam da criatividade e nem precisam de muito esforço para envolver os espectadores, que assistem empolgados das arquibancadas. 📺

Some local clubs and dance clubs take advantage of the time and promote theme parties, matinee and even masquerades, generally paid.

ANHEMBI IS THE PLACE

One of the climaxes of Carnival in São Paulo happens during samba schools parades at the Sambadrome of Anhembi. The 22 members make the audience go wild with their exciting sambas-enredos, colorful costumes, majestic allegorical cars and, mainly, with the unstoppable members' smile and enthusiasm, which give body and heart to the celebration and spend several months to reach that moment.

Because the dispute among samba schools is so tight, having in mind that everyone wants to be the champion, each year the parades are even more fantastic, using and misusing the creativity, and they do not need to make efforts to attract the audience, as it watches them very excited from the bleachers.

SERVIÇO



COMO CHEGAR

As companhias aéreas Avianca, Azul Linhas Aéreas Brasileiras, GOL Linhas Aéreas Inteligentes e LATAM Airlines Brasil operam voos regulares para Belo Horizonte, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, mas as cidades também podem ser acessadas de carro ou de ônibus. Para ir até Mariana, Ouro Preto e Tiradentes, recomenda-se usar ônibus ou transfer a partir da capital mineira. Olinda também é acessível a partir de Recife.



O QUE LEVAR

Em termos gerais, a preferência é por roupas informais, leves e confortáveis. Quanto aos calçados, as sugestões são tênis, chinelos, rasteirinhas ou sapato similar. No caso de destinos com praia, como Olinda, Recife, Rio de Janeiro e Salvador, é importante levar trajes de banho, chapéu ou boné, óculos de sol e protetores solar e labial. Caso o passageiro pretenda se fantasiar, os adereços devem ser incluídos na bagagem.



INFORMAÇÕES ÚTEIS

Sites oficiais:

Belo Horizonte: www.pbh.gov.br
Mariana: www.pmmariana.com.br
Olinda: www.olinda.pe.gov.br
Ouro Preto: www.ouropreto.mg.gov.br
Recife: www.recife.pe.gov
Rio de Janeiro: www.rio.rj.gov.br
Salvador: www.salvador.ba.gov.br
São Paulo: www.capital.sp.gov.br
Tiradentes: www.tiradentes.mg.gov.br

Códigos das cidades:

Belo Horizonte, Mariana e Ouro Preto: 31
Olinda e Recife: 81
Rio de Janeiro: 21
Salvador: 71
São Paulo: 11
Tiradentes: 32

Energia elétrica:

Belo Horizonte, Mariana, Ouro Preto, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Tiradentes – 110 V
Olinda e Recife – 220 V

SERVICE

HOW TO GET THERE

Avianca, Azul Linhas Aéreas Brasileiras, GOL Linhas Aéreas Inteligentes and LATAM Airlines Brasil companies operate regular flights to Belo Horizonte, Recife, Rio de Janeiro, Salvador and São Paulo, but the cities can be accessed by car or bus. To go to Mariana, Ouro Preto and Tiradentes, it is recommended to take a bus or transfer from Minas Gerais' capital. Olinda is also accessible leaving from Recife.

WHAT TO TAKE

In general, it is recommended to wear informal, light and comfortable clothes. Regarding the shoes, suggestions are sneakers, flip flops, sandals or similar shoes. About destinations with beaches, like Olinda, Recife, Rio de Janeiro and Salvador, it is important to take swimsuit, hat or cap, sunglasses and sunscreen for body and lips. If the passenger intends to wear a costume, accessories should be included in the suitcase.

USEFUL INFORMATION

Official websites:

Belo Horizonte: www.pbh.gov.br
Mariana: www.pmmariana.com.br
Olinda: www.olinda.pe.gov.br
Ouro Preto: www.ouropreto.mg.gov.br
Recife: www.recife.pe.gov
Rio de Janeiro: www.rio.rj.gov.br
Salvador: www.salvador.ba.gov.br
São Paulo: www.capital.sp.gov.br
Tiradentes: www.tiradentes.mg.gov.br

Cities codes:

Belo Horizonte, Mariana e Ouro Preto: 31
Olinda e Recife: 81
Rio de Janeiro: 21
Salvador: 71
São Paulo: 11
Tiradentes: 32

Standard voltage:

Belo Horizonte, Mariana, Ouro Preto, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Tiradentes – 110 V
Olinda e Recife – 220 V

O CARNAVAL NO Rio de Janeiro

continua lindo.

4 noites

**AROSA
RIO
HOTEL**
★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 132**
por pessoa.



Inclui: 4 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + tour pelo Rio à noite, circuito Lapa + seguro-viagem.

5 noites

**MAJESTIC
RIO
PALACE
HOTEL**
★★★

A partir de:
**12x
R\$ 166**
por pessoa.



Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + visita ao Pão de Açúcar sem ingresso e city tour + seguro-viagem.

5 noites

**MARINA
ALL
SUITES**
★★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 554**
por pessoa.



Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + visita ao Pão de Açúcar com ingresso + visita ao Corcovado com ingresso + seguro-viagem.

Condições gerais: valores por pessoa com base em apartamento duplo e em reais, calculados em novembro de 2016 e com garantia irrevogável de no-show. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote. Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Não incluem aéreo, taxas de embarque, extras e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Check-in em: 24/02/2017.

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND**.
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br

[f/trendoperadora](https://www.facebook.com/trendoperadora)

[@trendoperadora](https://www.instagram.com/trendoperadora)

[i/instatrendoperadora/](https://www.instagram.com/instatrendoperadora/)

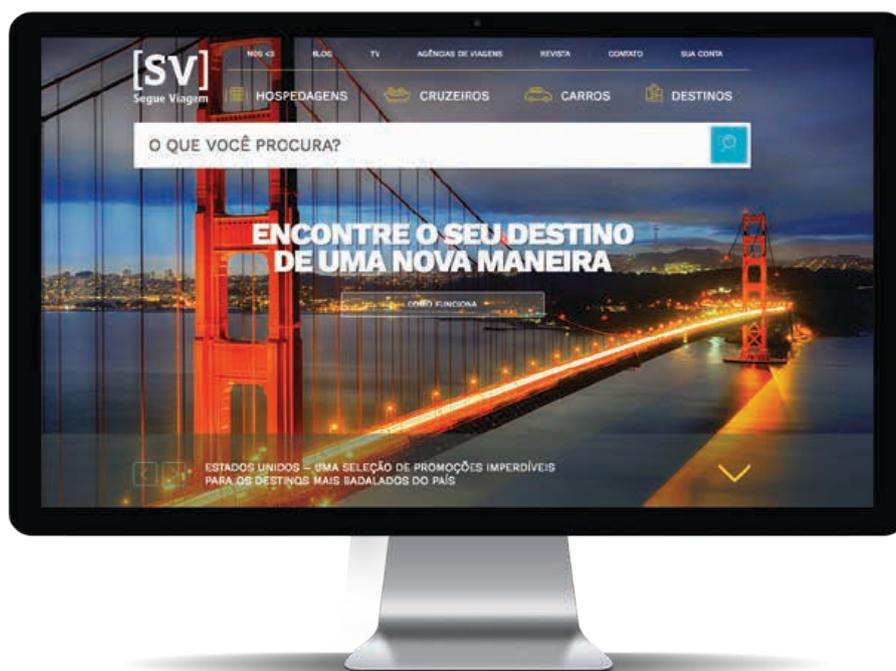


TREND LAZER

A CASA É SUA

PARCERIAS, CONTEÚDO PERSONALIZADO E FACILIDADE DE ACESSO: AGENTES DE VIAGENS TÊM ÁREA EXCLUSIVA NO SEGUE VIAGEM DIGITAL

FOTOS ARQUIVO TREND



O GRUPO TREND sabe que para a sua experiência de venda ser cada vez mais positiva é preciso disponibilizar ferramentas com tecnologia de ponta, as quais, além de trazer facilidades ao seu dia a dia, valorizem o trabalho consultivo que chega até o passageiro final. E foi justamente por isso que surgiu o Segue Viagem Digital, plataforma rica em conteúdo e em funcionalidades e que pouco a pouco conquista o seu espaço no setor de Turismo.

Qualquer pessoa pode acessar o conteúdo – inclusive o seu cliente, já que a ideia é despertar nele o desejo de viajar mundo afora por meio dos serviços que apenas um profissional

FEEL AT HOME

PARTNERSHIPS, CUSTOM CONTENT AND EASY ACCESS: TRAVEL AGENTS HAVE AN EXCLUSIVE AREA AT SEGUE VIAGEM DIGITAL

GRUPO TREND knows that for your sales experience to be even more positive it is important to make cutting edge tools available, which in addition to making routine easier, they could also add more value to the advisory work that reaches the final passenger. And that is exactly why that Segue Viagem Digital was created, a platform rich in content and tools and bit-by-bit it gets its space in Travel Industry. Anyone can access the content – including your client, once the idea is to encourage him or her to travel around the world by services that only a qualified person like you can offer –, but there is an area, restrict for the majority, that only your login and password can open it. This environment calls “Área do agente de viagens” (Travel agents area).

“Segue Viagem Digital brings a goal even nobler than generating sales to the travel agent: to inspire them with destinations, special itineraries, recommendations of restaurants, exciting hotels... everything that makes him or her want to do his or her best. And today it is possible with the help of a platform that is dynamic, ultramodern and constantly updated”, comments Thais Medina, general manager of Marketing and International Market Relations at the group.

qualificado como você pode oferecer –, mas existe uma área, restrita para a grande maioria, que apenas o seu login e senha podem abrir. Este ambiente se chama “Área do agente de viagens”.

“O Segue Viagem Digital traz consigo um objetivo ainda mais nobre que gerar venda para o agente: inspirá-los com destinos, roteiros especiais, indicações de restaurantes, hotéis apaixonantes... tudo para que ele possa dar o seu melhor sempre. E hoje isso é possível com o auxílio de uma plataforma dinâmica, ultramoderna e em constante atualização”, comenta Thais Medina, gerente-geral de Marketing e de Relações com o Mercado Internacional do grupo.

ÁREA DO AGENTE DE VIAGENS: O QUE É

Ao acessar o www.segueviagem.com.br, procure pelo botão “Login”, no canto superior direito da página. Um box será aberto logo abaixo, no qual você deverá clicar em “Sou agente de viagens”. Utilize os mesmos dados com os quais você acessa os sistemas de reservas do grupo, e *voilà!* Bem-vindo a um mundo novo!

Totalmente personalizável, a primeira coisa que você verá é o Painel do Agente, que permite que você inclua uma foto sua – afinal, a gente quer que você se sinta realmente em casa – e também, se preferir, o logotipo da sua agência. Basta clicar na opção “Editar”, bem ao lado.

A página reúne também seis opções divididas em grandes quadros amarelos, com funcionalidades que estão a um clique de distância. Vamos explorar cada uma delas?

EXCLUSIVO PARA VOCÊ

Como você já sabe, tudo o que o GRUPO TREND faz é para beneficiá-lo de alguma forma. E todas as parcerias fechadas até o momento estão disponíveis em “Descontos para você”, um lembrete de que você é importante para nós e que queremos compartilhar com você alguns diferenciais exclusivos.

Quer um exemplo? Um acordo com a ComSchool, instituição de ensino que já se tornou referência em cursos de



performance digital, garante descontos de 25% em qualquer treinamento. Além de incrementar o seu currículo, a sua participação em um (ou vários) deles vai torná-lo expert em mercado digital, dando dicas importantes para que o site da sua empresa esteja bem posicionado no Google e em outros buscadores, por exemplo, alcançando, assim, um público-alvo ainda maior.

Outra parceria interessante é com a Imaginarium, loja conhecida em todo o país pelos artigos de decoração e opções criativas de presentes. Por ser um agente de viagens GRUPO TREND, você tem direito a 10% de desconto em todas as compras on-line que fizer com eles. Mas atenção: um código específico deve ser utilizado na hora de finalizar o pedido. Que tal conferir agora mesmo qual é esse código? Ele está disponível lá na “Área do agente de viagens”.

ÁREA DO AGENTE DE VIAGENS NO SEGUE VIAGEM DIGITAL INCLUI ESPAÇO RESERVADO PARA A DIVULGAÇÃO DE PARCERIAS. NO CANTO DIREITO DA TELA, PROMOÇÕES ESPECIAIS DO GRUPO TREND

ÁREA DO AGENTE DE VIAGENS (TRAVEL AGENTE AREA) AT SEGUE VIAGEM DIGITAL INCLUDES A SPACE RESERVED FOR PARTNERSHIPS DISCLOSURE. ON THE RIGHT CORNER OF THE PAGE, GRUPO TREND'S SPECIAL OFFERS

TRAVEL AGENT AREA: WHAT IS IT

Accessing www.segueviagem.com.br, look for “Login” button, on the top of the page. A box will be opened below, in which you must click on “Sou agente de viagens” (I am a travel agent). Use the same data with which you access the booking systems of the group, and voilà!

Welcome to a new world! Totally customizable, the first thing you will see is the Painel do Agente (Agent’s Control Panel), which allows you to add your photo – after all, we want you to feel at home – and also, if you want, your agency’s logotype. It is only to click on option “Editar” (Edit), right on the next button.

The page also gathers six options divided into big yellow boxes, with tools that are just a click of distance. Let’s explore each one of them? EXCLUSIVE FOR YOU

As you know, all that GRUPO TREND does is aiming to beneficiate you somehow. And every partnership done up to now is available at “Descontos para você” (Discounts for you), to remind that you are important for us and that we want to share with you some different exclusive items. Do you want an example? An agreement with ComSchool, a school that is a reference in digital performance courses, offers discounts of 25% in any training courses.

In addition to improving your résumé, your participation in one (or many) of them will make you a digital market expert, and you

INFORMATIVOS

PAINEL DO AGENTE

AUMENTE AS SUAS VENDAS COM E-MAILS MARKETING PERSONALIZADOS:

- Conheça o seu cliente e envie materiais com produtos que tenham o perfil dele;
- Fique atento para não enviar muitos e-mails para o mesmo cliente;
- Mantenha seu mailing (lista de contatos) sempre atualizado;
- Sempre solicite autorização antes de enviar e-mail marketing para um cliente.

ENVIE E-MAILS PRONTOS

CRIE E-MAILS PERSONALIZADOS

COMBO DE INGRESSOS PARA ORLANDO:
8% DE COMISSÃO E PAGAMENTO EM 12X SEM JUROS.

CLIQUE AQUI PARA CONHECER MAIS DESTAAS

TREND LAZER

AO CLICAR NO BOX "COMUNIQUE SEUS CLIENTES" O AGENTE PODE ENCAMINHAR E-MAILS MARKETING JÁ PRONTOS OU CRIAR VERSÕES PERSONALIZADAS A FIM DE ALAVANCAR AS VENDAS E DESPERTAR NO PASSAGEIRO O DESEJO DE VIAJAR. CLICKING ON THE BOX "COMUNIQUE SEUS CLIENTES" (TELL YOUR CLIENTS), THE AGENT CAN FORWARD STANDARD E-MAILS MARKETING OR CREATE CUSTOMIZED VERSIONS IN ORDER TO INCREASE SALES AND MAKE THE PASSENGER WANT TO TRAVEL.

PERSONALIZAÇÃO É O QUE HÁ

Todos os e-mails marketing que você recebe diariamente com a nossa marca, seja com alguma promoção ou ofertas especiais, podem ser acessados na área "Comunique seus clientes" – o melhor de tudo é que você pode encaminhá-los ao passageiro do jeito que quiser.

Ao clicar em "Envie e-mails prontos", é só preencher as lacunas (basicamente o seu e-mail e o dos destinatários), incluir um assunto (apesar de a ferramenta sugerir um automaticamente) e disparar. Caso a ideia seja enviar para mais de cinco pessoas ao mesmo tempo, a dica é encaminhar o informativo para o próprio e-mail e, de lá, preparar o disparo. Para conferir como ele será visualizado, selecione "Preview". Quem tiver interesse em utilizar apenas as fotos, em suas redes sociais, por exemplo, deve clicar em "Baixar anexos".

Personalização também é uma palavra-chave com a opção "Envie e-mails personalizados", que dá ao agente autonomia para criar um e-mail marketing com qualquer conteúdo do Segue Viagem ou com base no que ele favoritou (clique nas estrelas que se

encontram na página de conteúdo) ao navegar pela ferramenta.

OUTRAS FUNCIONALIDADES

A plataforma é uma ótima aliada quando se trata de cotação de eventos. E não é só porque o Segue Viagem Digital simplifica a busca por empreendimentos hoteleiros com áreas propícias para reuniões e palestras, não. Em "Cotação de eventos", tudo o que agente precisa fazer é preencher um formulário com alguns dados, o qual será respondido pelo departamento de Grupos, Feiras e Eventos do GRUPO TREND – o prazo para resposta varia de 24h a 48h para eventos em âmbito nacional e até 72h quando envolve hotéis no exterior.

Há, ainda, o botão "Acesse nossos sistemas", que redireciona o agente para um dos três sistemas de reservas do grupo (NATREND, SHOP HOTEL e TREND Lazer); o TRENDCURSOS, para incentivar o acesso aos treinamentos on-line preparados pela holding, e "Meus favoritos", que apresenta as listas cadastradas com todo o conteúdo salvo como favorito, facilitando o momento de você prestar consultoria aos seus clientes.

can give important tips to make your company's website get a good position in Google and in other search engines, for example, reaching, therefore, and even bigger target audience.

Another interesting partnership is with Imaginarium, a famous store all over the country by its decoration pieces and creative options of gifts. Because you are a GRUPO TREND travel agent, you have a discount of 10% at on-line shopping. But be aware: a specific code must be used at the moment of finishing your order. What about checking out this code right now? It is available at the "Área do agente de viagens" (Travel agent area).

CUSTOMIZATION RULES

Every email marketing that you daily receive with our brand, with some sales promotion or special offers, can be accessed at "Comuniqua seus clientes" area ("Tell your clients") – the best part is that you can forward them to your passenger in the way you like it. Clicking on "Envie e-mails prontos" (Send standard e-mails), it is just to fill the blanks (basically your email and your addressees' ones), add a subject (in spite of the tool's automatically suggestion) and send it. If the idea is to send for more than five people at the same time, the tip is to forward the newsletter to your own email and, from there, to send it. To check how it will be viewed, select "Preview". Who is interested in using only the pictures, in his or her social media, must click on "Baixar anexos" (Download attachments).

Customization is also a keyword with the option "Envie e-mails personalizados" (Send customized e-mails), which gives autonomy to create an e-mail marketing with any contents of Segue Viagem or based on that he or she bookmarked (clicked on the stars on the content page).

OTHER TOOLS

The platform is a good ally considering the price quotations for events. And it is not only because Segue Viagem Digital turns easier the search for hotels with adequate areas for meetings and lectures, for example. In "Cotação de eventos" (Events price quotation), all the agent needs to do is fill a form with some data, which will be answered by the Groups, Fairs and Events department of GRUPO TREND – the answer's deadline can vary between 24h and 48h for events at national level and up to 72h when it involves hotels abroad. There is also the button "Acesse nossos sistemas" (Access our systems), which redirects the agent to one of the three booking systems of the group (NATREND, SHOP HOTEL and TREND Lazer); TRENDCURSOS (TRENDCOURSES), to encourage the access to on-line training courses prepared by the holding, and "Meus favoritos" (My bookmarks), which shows the lists recorded with all content bookmarked, making easier the moment of advising your clients.

CARNAVAL EM São Paulo COM CONFETE, SERPENTINA E MUITO CONFORTO?

É pra já!

2 noites

**PERGAMON
SÃO PAULO
FREI
CANECA**
★★★

A partir de:
**12x
R\$ 45**
por pessoa.

Inclui: 2 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + seguro-viagem.

2 noites

**QUALITY
MOEMA**
★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 74**
por pessoa.

Inclui: 2 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + seguro-viagem.

2 noites

**COMFORT
HOTEL
DOWNTOWN**
★★★

A partir de:
**12x
R\$ 78**
por pessoa.

Inclui: 2 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + city tour + seguro-viagem.

Condições gerais: valores por pessoa com base em apartamento e duplo em reais, calculados em novembro de 2016 e com garantia irrevogável de no-show. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote. Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Não incluem aéreo, taxas de embarque, extras e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Check-in em: 24/02/2017.

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND.**
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272
www.trendoperadora.com.br

[f/trendoperadora](https://www.facebook.com/trendoperadora) [@trendoperadora](https://www.instagram.com/trendoperadora) [@/instatrendoperadora/](https://www.instagram.com/instatrendoperadora/)





VENDAS QUE DESEMBARCAM NO CARIBE

DEMANDA CRESCE E TREND OPERADORA REGISTRA AUMENTO NO VOLUME DE VIAGENS PARA A REGIÃO; MÉXICO SE MANTÉM COMO O DESTINO CARIBENHO MAIS PROCURADO

A combinação entre sol, descanso e praias paradisíacas no exterior faz a maioria dos brasileiros pensar em Caribe logo de cara. Isso explica, em grande parte, por que a região desponta como uma das líderes em vendas de destinos internacionais na TREND Operadora, apresentando números melhores a cada ano.

“Seja por conta da infraestrutura hoteleira impecável (quase sempre em regime all inclusive), das tarifas competitivas ou da malha aérea com excelentes opções de conexão, registramos, até este mês de novembro, aumento de 81,64% no volume de pacotes vendidos, o que corresponde a quase o dobro do resultado obtido em 2015”, comemora Cristiane Jayme, diretora de lazer do GRUPO TREND.

E OS MAIS PROCURADOS FORAM...

No ano passado, México, República Dominicana, Cuba, Aruba e Curaçao ocuparam as primeiras posições no ranking de destinos caribenhos mais procurados pelos brasileiros. Em 2016

a relação se manteve praticamente igual – a diferença está no acumulado de room nights, que cresceu consideravelmente nos cinco lugares.

Ao mesmo tempo, o que a operadora tem percebido é uma demanda elevada para regiões ainda pouco exploradas, como a belíssima St. Martin/St. Maarten, que, sozinha, cresceu 376,27%. Outras joias do Caribe que se destacam pelo caráter exclusivo e como opções diferenciadas de viagens são Bahamas, Saint Barthélemy, Anguilla e Turks & Caicos – todos com alto índice de crescimento.

Dois motivos explicam o boom nas vendas de Caribe na TREND: a equipe superespecializada, que oferece consultoria de qualidade, e o fato de a região atender a todos os perfis de viajantes. “St. Barths, por exemplo, é ideal para passageiros mais exigentes por ser ultrassofisticada, enquanto Aruba é perfeita para lua de mel. O agito de Curaçao e Cancún é um verdadeiro chamariz para os jovens, mas famílias podem preferir Punta Cana pela infraestrutura e pelo preço”, exemplifica Cristiane.

SALES THAT DISEMBARK IN CARIBBEAN

THE DEMAND IS GREATER AND TREND OPERADORA RECORDS AN INCREASE IN TRAVELS' VOLUME IN THE REGION; MEXICO KEEPS THE LEADERSHIP AS THE MOST SEARCHED CARIBBEAN DESTINATION

The mix of sun, relaxation and paradisiacal beaches abroad makes most Brazilians think about Caribbean at first. This can explain, in most part, why the region is considered one of the leaders regarding international travel destinations sales at TREND Operadora. “Because of the perfect hotel infrastructure (often with all-inclusive regime), packages with competitive taxes or the airlines network with excellent options of flight connections, we have recorded, until this November, an increase of 81.64% in room nights' volume, which means that it is almost twice the results obtained in 2015”, celebrates Cristiane Jayme, director of leisure at GRUPO TREND.

AND THE MOST SEARCHED PLACES WERE...

Last year, Mexico, Dominican Republic, Cuba, Aruba and Curaçao occupied the first positions on the list of the most searched Caribbean destinations by Brazilians. In 2016, the list is almost the same – the difference is because the amount of room nights, which has a considerably grown regarding the five places.

At the same time, the operator has noticed a greater search for less explored regions, like the beautiful Saint Martin/Saint Maarten that, alone, increased 376.27%. Other pearls of Caribbean with are emphasized because of their exclusive features and as special options of travels are Bahamas, Saint Barthélemy, Anguilla and Turks & Caicos – all of them with a high level of growing.

One of the reasons that can explain this Caribbean boom at TREND is related to the fact that the region meets all travelers profiles. “St. Maarten, for example, is ideal for demanding passengers because it is very sophisticated, while Aruba is perfect for a honeymoon. The exciting routine in Curaçao and Cancún is a great attraction for young people, but families may prefer Punta Cana because of its infrastructure and price”, Cristiane gives an example.



SHOP HOTEL

Você escolhe agente.
Seu cliente escolhe você.

+ 190%: É TEMPO DE CRESCER

TARIFAS COMPETITIVAS, CRÉDITO E ATENDIMENTO DE QUALIDADE EXPLICAM OS RESULTADOS POSITIVOS OBTIDOS PELA SHOP HOTEL

Sempre atenta às tendências do mercado de Turismo e disponibilizando condições comerciais agressivas, a SHOP HOTEL, operadora 100% on-line do GRUPO TREND, completou dois anos neste último mês de setembro com um balanço superpositivo: as vendas dispararam de 2015 para 2016, registrando crescimento de 190%. Sediada em Cotia, região metropolitana de São Paulo, a empresa comemora, ainda, o incremento no volume de diárias, que chegou aos 239%, e o número de clientes ativos, cujo aumento foi de 158%.

"A SHOP HOTEL nasceu como uma opção on-line para os agentes atenderem os clientes que buscam tarifas mais competitivas. No entanto, ao longo desses dois anos fomos muito além do preço baixo, oferecendo também crédito, parcelamento sem juros e o padrão GRUPO TREND de atendimento que todos já conhecem", destaca Marcelo Turim, diretor executivo da companhia.

Atualmente, a empresa conta com um portfólio de mais de 3 mil hotéis nacionais e 160 mil no exterior, destacando-se pelo zelo em oferecer atendimento rápido e de qualidade – inclusive, esses fatores refletem o crescimento de 240% nas transações via chat, com tempo médio de apenas 29 segundos para o agente ser atendido por um consultor.

DESTINOS MAIS PROCURADOS

No Brasil, as cidades campeãs em vendas na SHOP HOTEL são Rio de Janeiro, Fortaleza, Natal, Salvador, Porto de Galinhas, Maceió e Porto Seguro. Orlando lidera o ranking de destinos internacionais mais procurados, seguido por Nova York, Buenos Aires, Cancún, Punta Cana, Paris e Lisboa.

+ 190%: IT IS TIME TO GROW

COMPETITIVE TAXES, CREDIT AND HIGH QUALITY SERVICE CAN EXPLAIN POSITIVE RESULTS OBTAINED BY SHOP HOTEL

Always aware of the trends regarding Travel market and making available aggressive commercial conditions, SHOP HOTEL, GRUPO TREND's 100% on-line tour operator, completed two years in the last September with a super positive audit: sales increased from 2015 to 2016, recording an increment of 190%. Headquartered in Cotia, metropolitan region of São Paulo, the company is still celebrating the volume increase of room nights that reached 239%, and the number of active clients, with an increase of 158%.

"SHOP HOTEL was born as an on-line option for the agents to serve clients that are looking for more competitive taxes. However, throughout this couple of years, we have gone beyond the low price, also offering credit, installments with no interest charges and the already known GRUPO TREND's high standard service", Marcelo Turim, executive director of the company, highlights.

Currently, the company counts on a portfolio with over 3,000 national hotels and 160,000 hotels abroad. Its success comes from the care in offering quick and high quality service - by the way, these elements reflect the growth of 240% in transactions via chat, taking about 29 seconds for the agent to be assisted by the consultant.

MOST SEARCHED TRAVEL DESTINATIONS

In Brazil, the sales champion cities at SHOP HOTEL are Rio de Janeiro, Fortaleza, Natal, Salvador, Porto de Galinhas, Maceió and Porto Seguro. Orlando is the leader of the most searched international destinations ranking, followed by New York, Buenos Aires, Cancún, Punta Cana, Paris and Lisbon.

“A SHOP HOTEL é ótima para o nosso dia a dia, pois tem tarifas excelentes e sistema de reserva ágil e claro, além de comissionamento de mercado. A equipe de atendimento é sempre solícita e disponível. Estamos muito satisfeitos em ter a empresa como parceira.”

"SHOP HOTEL is excellent for our routine, because it offers good taxes and a quick and clear booking system, and also market commissioning. The service team is always attentive and available. We are so happy to have the company as our partner."



Aletheia Message
Next Trip
Porto Alegre (RS)

“Utilizo com frequência os serviços da SHOP HOTEL, que apresenta um sistema extremamente inovador, rápido, prático e, além de tudo, 100% on-line, por meio do qual são disponibilizadas tarifas competitivas com o mercado. Parabéns a todos pela qualidade do trabalho!”

"I often use SHOP HOTEL services, which present an extremely innovating, quick and functional system, and, also, it is 100% on-line. Taxes which are competitive with the market are available through this system. Congratulations to everyone for a high quality work!"



Tiago Raupp Mendes
Consultur Corporate
Travel
Porto Alegre (RS)

PRÓXIMA PARADA: ÁFRICA DO SUL

PARCERIA ENTRE TC WORLD E LATAM BENEFICIA AGENTES DE VIAGENS E PASSAGEIROS; COMPANHIA AÉREA APRESENTA VOO SÃO PAULO-JOHANNESBURGO

Assim como em todas as empresas do GRUPO TREND, os agentes de viagens representam o único canal de vendas da consolidadora aérea TC WORLD. Para que esses profissionais consigam atender o passageiro com excelência crescente, a empresa vem apostando em um relacionamento cada vez mais próximo com as companhias aéreas, ampliando, assim, o leque de opções ofertadas ao consumidor final.

A LATAM Airlines Brasil é uma dessas novas parceiras e trouxe consigo uma relação ainda maior de destinos, rotas e horários para a TCW. Uma das novidades, inclusive, é o voo direto para Johannesburg, a maior cidade da África do Sul, antes atendida apenas pela South African Airways. "O destino sul-africano tem ganhado destaque nas vendas da TCW, e a nossa expectativa é a melhor possível. A LATAM corresponde a um grande player do setor aéreo e, além da qualidade inerente a todos os seus produtos, trabalha com tarifas competitivas. É com muita satisfação que aliamos o nosso nome a uma companhia de tamanha credibilidade", destaca André Khouri, presidente da TC WORLD.

Vale ressaltar que a LATAM opera voos regulares para mais de 140 destinos em 24 países, com conexões diárias para a Europa, Estados Unidos, África, Oceania e Caribe, atendendo também 144 destinos de carga.

VOCÊ SABIA?

São três voos semanais (às segundas, quintas e sábados) que partem às 23h55 do Aeroporto Internacional de Guarulhos, em São Paulo, com destino a Johannesburg, pousando às 14h10 (horário local). No percurso inverso, o voo decola às 23h10 (também horário local) às terças, sextas e domingos, pousando na capital paulista às 4h45. A LATAM oferece, ainda, opções com saída de Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Porto Alegre e Rio de Janeiro – o tempo de conexão, nesses casos, varia entre 1h30 e 3h15.



Já trabalhei com algumas operadoras e consolidadoras e hoje tenho o prazer imensurável em trabalhar somente com a TC WORLD e o GRUPO TREND, pois temos suporte de qualidade. Não importa o horário ou o problema, a empresa sempre oferece uma solução rápida e eficaz, e o passageiro sai da loja satisfeito e com uma ótima tarifa. Parabéns a toda a equipe, muito solícita conosco. A vocês, superprofissionais, o meu muitíssimo obrigado."

"I have already worked with some travel operators and airline consolidators and today I am incredibly pleased to work only with TC WORLD and GRUPO TREND, because we have high quality support service. It does not matter the time or problem, the company is always offering quick and efficient solutions, and the passenger goes home happy and with a great tax. Congratulations to all the team, which is very attentive with us. I would like to thank those experts very much."



Rafaelle Cardoso
Pontal Turismo
Aracaju/SE

NEXT STOP: SOUTH AFRICA

A PARTNERSHIP BETWEEN TC WORLD AND LATAM BENEFITS TRAVEL AGENTS AND PASSENGERS; THE AIRLINE COMPANY OFFERS FLIGHTS FROM SÃO PAULO TO JOHANNESBURG

As in every GRUPO TREND's company, travel agents represent the only sales channel of the TC WORLD airline consolidator. And to help these experts to better serve the passenger with increasingly excellence, the company has been investing in a closer partnership with the airlines, improving the range of options offered to the final consumer.

LATAM Airlines Brasil is one of those new partners, and it brought a larger list of destinations, routes and schedule for TCW. One of the fresh news, by the way, is the direct flight to Johannesburg, the biggest city of South Africa, formerly served only by South African Airways. "The South African destination has been relevant for TCW sales, and we have the best expectations ever. LATAM represents a big player of the airline industry and, in addition to the inherent high quality of all its products, it offers competitive tasks. We are very pleased to ally our brand with a company of such a huge reputation", André Khouri, president of TC WORLD, emphasizes.

Another highlight is that LATAM operates regular flights to over 140 destinations in 24 countries, with daily connections to Europe, United States, Africa, Oceania and Caribbean, also serving 144 cargo destinations.

DID YOU KNOW?

There are three weekly flights (on Mondays, Thursdays and Saturdays) leaving at 11h55 p.m. from the International Airport of Guarulhos, in São Paulo, to Johannesburg, landing at 2h10 p.m. (local time). Coming back, the flight departure is at 11h10 p.m. (also local time) on Tuesdays, Fridays and Sundays, landing on São Paulo's capital at 4h45 a.m. LATAM also offers options leaving from Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Porto Alegre and Rio de Janeiro - the connection time, in these cases, can vary between 1h30 and 3h15.

ENQUANTO ISSO, NO EXTERIOR...

TREND TRAVEL USA FORTALECE ATUAÇÃO DO GRUPO TREND NOS ESTADOS UNIDOS E INCLUI MAIS HOTÉIS NO PORTFÓLIO

FOTOS DIVULGAÇÃO

Os Estados Unidos, onde se encontram alguns dos destinos mais vendidos pelo GRUPO TREND, estão cada vez mais presentes no portfólio de produtos internacionais comercializados pelas empresas da holding. O motivo? A TREND TRAVEL USA tem se dedicado a ampliar as parcerias em solo norte-americano, conquistando novos e vantajosos argumentos de vendas para os agentes de viagens. Recentemente, a companhia fechou contrato com excelentes opções de hospedagem nas regiões mais conhecidas do país. Quer saber quais são eles? A **Segue Viagem** compartilha com você!



WELLINGTON HOTEL: diferencia-se pela relação custo/benefício e pela localização privilegiada em Nova York, próximo à Broadway e ao Central Park. Há 114 anos em operação, é um dos hotéis mais tradicionais da cidade e destaca-se por facilidades, como o centro de negócios 24 horas, concierge e o prestigiado restaurante grego Molyvos.

YVE HOTEL MIAMI: o charmoso empreendimento está localizado no coração de Miami, disponibiliza quartos amplos e bem decorados – a maioria com vistas espetaculares da cidade – e oferece serviços diferenciados, garantindo lazer e atendimento de excelência aos hóspedes. Sua estrutura inclui o restaurante Biscayne Tavern, com delícias típicas da Flórida e o melhor da culinária internacional.



MEANWHILE, ABROAD...

TREND TRAVEL USA CONSOLIDATES GRUPO TREND'S PERFORMANCE IN THE UNITED STATES AND ADS OTHER HOTELS TO ITS PORTFOLIO

The United States, where some of the most sold destinations by GRUPO TREND are located, is even more present in the portfolio of international products commercialized by the companies of the holding. The reason? TREND TRAVEL USA is dedicated to expand the partnerships on North American soil, achieving new and advantageous selling arguments for the travel agents. Recently, the company celebrated a contract with excellent options of accommodation in the most famous regions of the country. Do you want to know which ones? Segue Viagem shares with you!

YVE HOTEL MIAMI: the charming building is located right in the heart of Miami, and it offers large and well decorated rooms - most of them with spectacular views of the city - and provides different services, ensuring leisure and an excellent service to the guests. Its structure includes the Biscayne Tavern restaurant, providing Florida's traditional meals and the best of the international cuisine.

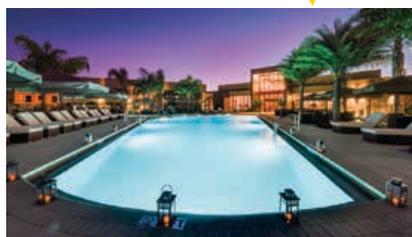
THE COSMOPOLITAN RESORT & CASINO: the luxurious hotel is located in Las Vegas and, in addition to the large and elegant accommodations, it owns a super exclusive casino, its trademark. The stay is complete with the three swimming pools with beautiful views of the region, tennis court, fitness center, spa, business center and concierge service.

WELLINGTON HOTEL: it is different because of its price-performance ratio and privileged location in New York, next to the Broadway and Central Park. Opened for 114 years, it is one of the most traditional hotels of the city and it is different due to its services like the 24-hour business center, concierge service and the rewarded Greek restaurant Molyvos.



MAGIC VILLAGE RESORT: pertinho do Walt Disney World Resort e dos parques temáticos mais famosos do planeta, este condomínio tem casas para alugar e é uma ótima opção para viagens em grupos, acomodando até oito pessoas. Os visitantes têm acesso a transporte gratuito para os parques, academia de ginástica, área para crianças, restaurante com horário estendido e serviços de limpeza e concierge, entre outros.

THE COSMOPOLITAN RESORT & CASINO: o luxuoso empreendimento está localizado em Las Vegas e, além das acomodações espaçosas e elegantes, abriga um cassino superexclusivo, sua marca registrada. A estada é completa com as três piscinas com belas vistas da região, quadras de tênis, fitness center, spa, business center e serviço de concierge.



MAGIC VILLAGE RESORT: very close to the Walt Disney World Resort and to the most famous theme parks of the planet, this condominium has houses to rent and it is a good option for trips in group, accommodating up to eight people. Visitors have access to free transfers to parks, gyms, area for kids, restaurant with extended operating hours and cleaning and concierge services, among others.

VAMOS FALAR SOBRE TECNOLOGIA?

EXECUTIVOS DA TREND TECH APRESENTAM PANORAMA GERAL
DA EMPRESA E DETALHAM SUA LINHA DE ATUAÇÃO

A TREND TECH, caçula entre as empresas do GRUPO TREND, indica, já no nome, o seu ramo de atuação: tecnologia. Mas você sabe exatamente o que essa empresa faz, que tipo de clientes atende ou quais produtos compõem o seu portfólio? A **Segue Viagem** bateu um papo exclusivo com Robson Gomes, vice-presidente de Tecnologia da Informação do grupo, e Alexandre Cordeiro, gerente-geral da companhia, e traz para você informações que podem ser muito úteis no seu dia a dia. Confira!

SV: Em linhas gerais, o que é a TREND TECH?

ROBSON GOMES: É um braço de tecnologia do GRUPO TREND que faz uso de toda a experiência, expertise e credibilidade da holding para entregar soluções tecnológicas de alto padrão, que ajudem agentes de viagens, hoteleiros e demais players da cadeia produtiva do Turismo a venderem mais e melhor. Ao mesmo tempo, o departamento de TI do grupo continua existindo para oferecer todo o apoio às cinco empresas da holding.

SV: Quais são os principais clientes da TREND TECH?

ALEXANDRE CORDEIRO: Não temos um cliente específico. Todos os nossos

esforços em formatar produtos e serviços inovadores visam beneficiar a cadeia por inteiro. Mesmo que alguns dos nossos produtos sejam voltados a um segmento, como é o caso do TREND Web Pack, com foco no mercado hoteleiro, a ideia é que os efeitos positivos repercutam, ainda que de forma indireta, em toda a indústria.

SV: Que tipo de soluções tecnológicas a TREND TECH pode oferecer aos agentes de viagens?

ROBSON GOMES: Nosso portfólio tem crescido aos poucos. Primeiro veio o NATREND Extranet, com duas vertentes distintas de atuação (uma voltada aos fornecedores de serviços e, a outra, aos hoteleiros). Em seguida apresentamos o TREND Web Pack, que permite que os hotéis tenham um site próprio, totalmente responsivo, otimizado por recursos como SEO e Analytics (que favorecem a busca no Google) e dotados de um painel de controle bastante intuitivo.

Temos uma série de ideias a serem colocadas em prática, especialmente algumas destinadas aos agentes de viagens. Posso garantir desde já que será algo que potencialize as suas vendas e a sua presença on-line e que, de quebra, os ajude a criar conteúdo de relevância. Estamos focados em

LET'S TALK ABOUT TECHNOLOGY?

TREND TECH'S EXECUTIVES PRESENT A GENERAL COMPANY'S OVERVIEW AND DETAIL ITS PERFORMANCE FIELD

TREND TECH, the youngest among GRUPO TREND's companies, evidences, as in its name, its performance field: technology. But do you know exactly what this company does, what type of clients it serves or what products are included in its portfolio? Segue Viagem had an exclusive talk to Robson Gomes, vice-president of the group's Information Technology, and Alexandre Cordeiro, general manager at the company, and it brings to you information which can be very useful in your day by day. Check it out!

SV: In general, what is TREND TECH?

ROBSON GOMES: It is a technology branch of GRUPO TREND which uses all experience, expertise and credibility of the holding to offer high standard technology solutions, which help travel agents, hoteliers and other players of the Tourism production chain to sell more and better. At the same time, the group's IT department still exists to support the five companies of the holding.

SV: What are the main TREND TECH's clients?

ALEXANDRE CORDEIRO: We do not have a specific client. Our efforts to create innovating products and services aim to beneficiate the whole chain. Even if some of our products be addressed to a branch, like TREND Web Pack, focusing on hotel market, the idea is that positive effects reflect, even indirectly, in the whole industry.

SV: What type of technology solutions TREND TECH can offer to travel agents?

ROBSON GOMES: Our portfolio has been increasing step by step. At first, NATREND Extranet came, with two different performance fields (one is addressed to service providers and, the other, to hoteliers). Then, we presented TREND Web Pack, which allows the hotel to have their own website, totally responsive, optimized by resources like SEO and Analytics (which favor the search at Google) and a very intuitive control panel.

We have several ideas to put into practice, especially those which are addressed to travel agents. I can guarantee since now that it is



"A TREND TECH É UM BRAÇO DE TECNOLOGIA DO GRUPO TREND QUE VISA ENTREGAR SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS DE ALTO PADRÃO PARA TODA A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO."

"TREND TECH IS A TECHNOLOGY BRANCH OF GRUPO TREND WHICH AIMS TO OFFER HIGH STANDARD TECHNOLOGY SOLUTIONS TO THE WHOLE TOURISM PRODUCTION CHAIN."

ROBSON GOMES



"OUVIMOS AS NECESSIDADES DOS CLIENTES E FORNECEDORES E, DEPOIS, FAZEMOS O POSSÍVEL PARA 'PRODUTIZAR' TUDO ISSO."

"WE LISTEN TO CLIENTS AND PROVIDERS' NEEDS AND, THEN, WE DO OUR BEST TO TURN ALL OF IT INTO A PRODUCT."

ALEXANDRE CORDEIRO

trazer coisa nova de verdade, e não fazer mais do mesmo. Fiquem de olho, por volta do segundo trimestre de 2017 vai aparecer coisa bacana por aí.

SV: A atuação da TREND TECH ficará "restrita" ao setor de Turismo?

ALEXANDRE CORDEIRO: Participamos de muitos eventos, relacionados ou não ao trade, pois assim conseguimos nos manter atualizados com as tendências do mercado, ouvimos as necessidades dos clientes e fornecedores e, depois, fazemos o possível para "produtizar" tudo isso. Podemos, sim, sair do Turismo, desde que, de alguma forma, a solução desenvolvida traga algum benefício que impacte o setor, mesmo que indiretamente. Afinal, nossas raízes estão fincadas aqui.

SV: Quais são os canais de atendimento disponibilizados pela TREND TECH?

ALEXANDRE CORDEIRO: Os clientes que adquiriram o TREND Web Pack têm suporte 100% on-line: além do atendimento por e-mail e via chat, existem tutoriais em vídeo supercompletos e uma extensa relação de respostas às perguntas mais frequentes, as chamadas Frequently Asked Questions (FAQ). Já usuários do NATREND, seja o produto com ênfase em serviços ou hotelaria, têm, além dos canais já mencionados, o atendimento pelo telefone. Quem deseja entrar

em contato com a empresa pela primeira vez pode ligar para (11) 3123-8555, acessar o site www.trendtech.grupotrend.com ou escrever para contato@trendtecnologia.com.

SV: Vocês planejam realizar uma blitz para apresentar os serviços e os produtos da empresa?

ALEXANDRE CORDEIRO: De certa forma já fazemos isso, uma vez que todos os nossos produtos são desenvolvidos após visitas aos clientes, ou seja, em conjunto com o mercado. Só assim conseguimos entender quais são as suas necessidades e realizar entregas sob medida. Depois de finalizado o produto visitamos os clientes novamente para apresentar a versão final, avaliar como foi o seu recebimento e, então, fazer os devidos ajustes.

SV: A atuação da TREND TECH será apenas nacional?

ROBSON GOMES: Desde o lançamento da TREND TRAVEL USA o GRUPO TREND está caminhando para a internacionalização. Isso significa que a TREND TECH vai seguir o mesmo caminho? Talvez, tudo depende do quanto isso for interessante para o desenvolvimento da empresa e da própria holding. O que posso dizer é que prestigiamos com frequência eventos realizados no exterior e que, desta forma, nos mantemos atualizados quanto a tendências globais do setor e necessidades do mercado em termos de produtos. 

something that will improve their sales and their on-line presence and, also, it will help them to create a relevant content. We are focused on bringing something really new, and not to do the same. Be attentive, on the second quarter of 2017 approximately, great things will happen.

SV: Will the TREND TECH's performance be restricted to Travel Industry?

ALEXANDRE CORDEIRO: We participate in many events, related or not to the trade, so that we can keep updated with the latest market trends, we can listen to clients and providers' needs and, then, we do our best "to turn them into a product". Sure, we can go beyond the Tourism since the developed solution brings somehow an impacting benefit to the branch, even indirectly. After all, our roots are here.

SV: What are the service channels available by TREND TECH?

ALEXANDRE CORDEIRO: Clients that purchased TREND Web Pack have a support that is 100% on-line: in addition to e-mail and chat service, there are training courses in video that are very complete and a large list of answers to the Frequently Asked Questions (FAQ). NATREND's users have, regarding product with emphasis in services or hotels, in addition to the previously mentioned channels, a service via telephone. Who prefers to contact the company by the first time can call at (11) 3123-8555, access the website www.trendtech.grupotrend.com or send an e-mail to contato@trendtecnologia.com.

SV: Are you planning to have a blitz to show the company's services and products?

ALEXANDRE CORDEIRO: Somehow, we have already done it, once all products are developed after visiting clients, in other words, together with the market. Only this way we can understand what their needs are and deliver a custom-made product. After finishing the product, we visit the clients again to show the final version, evaluate how it was its acceptance and, then, we make the adjustments required.

SV: Will TREND TECH's performance be only at national level?

ROBSON GOMES: Since TREND TRAVEL USA's launching, GRUPO TREND is walking towards its internationalization. Does it mean that TREND TECH will walk the same path? Maybe, it will depend on how it is interesting to the company and holding's development. All I can say is that we are often present in events happening abroad and, this way, we keep updated with global trends of the branch and needs of the market regarding products.

ID MUNDO

Veneza,

um conto de
fadas italiano

FOTOS SHUTTERSTOCK

VENICE,
AN ITALIAN FAIRYTALE



APAIXONE-SE VOCÊ TAMBÉM
PELA CIDADE QUE ENTRELAÇA
A SUA HISTÓRIA A GRANDES
MESTRES DO MUNDO DA ARTE E É
ROMÂNTICA POR NATUREZA

FALL IN LOVE YOU TOO FOR
THE CITY THAT BINDS ITS
HISTORY TO GREAT MASTERS
OF THE WORLD OF ART
AND THAT IS NATURALLY
ROMANTIC



GONDOLIEIROS NAVEGAM PELO GRANDE CANAL;
AO FUNDO, A LINDÍSSIMA BASÍLICA DI SANTA MARIA
DELLA SALUTE

GONDOLIERS SAIL ALONG THE GRAND CANAL, ON THE BACKGROUND,
THE BEAUTIFUL BASILICA DI SANTA MARIA DELLA SALUTE



VENEZA PODE PARECER
UM LABIRINTO. É
PAPEL DE TODO
VISITANTE SE PERDER,
A PÉ, NESTE COMPLEXO
APARENTEMENTE
INDECIFRÁVEL, E ESSA
É A ÚNICA MANEIRA DE
CONHECER
A SUA VERDADEIRA
” ESSÊNCIA



Há quem procure Veneza pelo acervo majestoso de obras de arte, pelos mistérios escondidos nas suas intrincadas vielas ou pelo pôr do sol, que ganha um significado ainda mais especial se contemplado de dentro das tradicionais gôndolas, passeio preferido de casais de namorados e recém-casados. O motivo não importa tanto assim; a Sereníssima, como é chamada, merece ser conhecida e ponto final.

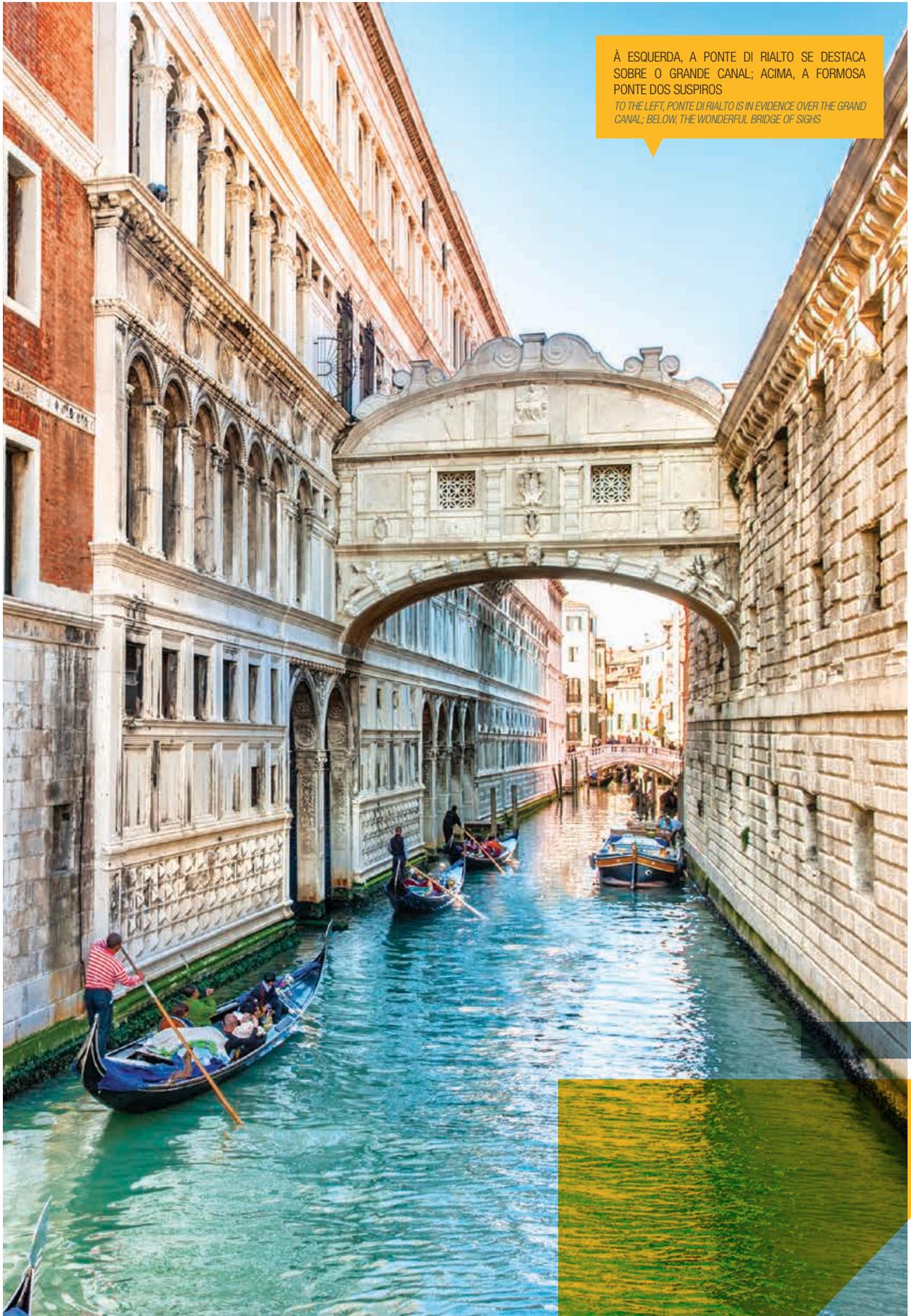
Terra do compositor Antonio Vivaldi, a cidade italiana é uma das mais icônicas da Europa, distribuindo toda a sua elegância ao longo de 118 ilhotas, interligadas por 177 canais e com um total de 409 pontes. Em um primeiro momento, o destino pode parecer um labirinto (e realmente é), mas é papel de todo visitante se perder, a pé, neste complexo urbano aparentemente indecifrável – e, cá entre nós, essa é a única maneira de conhecer a sua verdadeira essência.

A localização estratégica no Mar Adriático, em uma lagoa que leva o mesmo nome da cidade, fez de Veneza uma região poderosa, que concentrava grande parte do comércio entre o Oriente e o Ocidente antes mesmo de Vasco da Gama chegar à Índia e Cristóvão Colombo à América, nos tempos de 1490. Este momento de ascensão alavancou um desenvolvimento cultural e arquitetônico sem precedentes e que, séculos depois, ainda seria motivo de admiração em todo o mundo.

"VENICE CAN LOOK LIKE A LABYRINTH, BUT THE ROLE OF EVERY VISITOR IS TO LOSE HIM/HERSELF, BY FOOT, IN THIS APARENTLY UNDECIPHERABLE COMPLEX, THE ONLY WAY TO FIND OUT ITS REAL ESSENCE"

Some people look for Venice because of its majestic art collection, mysteries hidden among its alleys that run between buildings or its sunset, which has a more special meaning if watched from the inside of traditional gondolas, the couples and newlyweds' favorite tour. It does not really matter the reason; the Serenissima, like it is called, deserves to be visited and period.

Hometown of the composer Antonio Vivaldi, the Italian city is one of the most iconic of the Europe, spreading all its elegance along the 118 little islands, interconnected by 177 canals and with a total of 409 bridges. In a first sight, the destination can look like a labyrinth (and it really is), but the role of every visitor is to lose him/herself, by foot, in this apparently undecipherable urban complex – and, between us, this is the only way to find out its real essence.



À ESQUERDA, A PONTE DI RIALTO SE DESTACA SOBRE O GRANDE CANAL; ACIMA, A FORMOSA PONTE DOS SUSPIROS
TO THE LEFT, PONTE DI RIALTO IS IN EVIDENCE OVER THE GRAND CANAL; BELOW, THE WONDERFUL BRIDGE OF SIGHIS



TUDO COMEÇA NO GRANDE CANAL

O Grande Canal é a maior via aquática de Veneza, o que significa que é impossível visitar a região sem navegar pelas suas águas, seja em um Vaporetto (embarcação que se assemelha a um ônibus-barco) ou em táxis privados.

Durante muitos anos a Ponte di Rialto simbolizou a única maneira de atravessar o canal, conectando os bairros de San Marco a San Paolo e Santa Croce. Com o passar do tempo ela se transformou em um

ACIMA, A FAMOSÍSSIMA PIAZZA SAN MARCO, ONDE ESTÃO ALGUNS DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS DE VENEZA. À ESQUERDA, RECORTE DA BASILICA DI SAN MARCO, EM CUJA FACHADA ESTÃO RÉPLICAS DOS FAMOSOS CAVALOS DE SÃO MARCOS

BELOW, THE FAMOUS PIAZZA SAN MARCO, WHERE THERE ARE SOME OF THE MAIN VENICE'S TOURIST ATTRACTIONS. TO THE LEFT, A COLLAGE OF THE BASILICA DI SAN MARCO, IN WHICH FACADE THE COPIES OF THE FAMOUS SAINT MARK'S HORSES ARE PLACED

The strategic location on the Adriatic Sea, in a lagoon named like the city, made of Venice a powerful region, which concentrated most part of the commerce between the Orient and Occident even before Vasco da Gama arrives in India and Christopher Columbus in America, back in 1490. This time of ascension increased cultural and architectonic development without precedents and that, centuries later, would still be a reason of admiration all over the world.

EVERYTHING STARTS WITH THE GRAND CANAL

The Grand Canal is the biggest aquatic highway of Venice, which means that it is impossible to visit the region without sailing along its waters in a Vaporetto [a ship that is like a waterbus] or private water taxis.

For many years, the Ponte di Rialto [Rialto Bridge] symbolized the only way to cross the canal, linking the districts of San Marco to San Paolo and Santa Croce. As time went by, it became a small shopping center, with stores on both sides, and a precious tourist attraction, mainly by the sunset, when it testifies, from a very privileged position, the right moment in which the sun is hiding on the horizon.

Over the Grand Canal, the Ponte dell'Accademia (Accademia Bridge) is placed, a bridge that takes to the Gallerie

pequeno centro de compras, com lojinhas de ambos os lados, e em um valioso atrativo turístico, principalmente ao entardecer, quando testemunha, de uma posição pra lá de privilegiada, o momento exato em que o sol se esconde no horizonte.

Debruçada sobre o Grande Canal está também a Ponte dell'Accademia, passarela que leva à Gallerie dell'Accademia, berço de obras de arte dos séculos 14 ao 18 que mantém vivas as lembranças do Renascimento, representadas pelo trabalho de artistas imortais como Tintoretto, Ticiano e Veronese. Do alto de sua charmosa estrutura arqueada vislumbram-se a cúpula da basílica Santa Maria della Salute, erguida em 1630 em homenagem à Virgem Maria, e o Palazzo Veier dei Leoni, edificação do século 18 que guarda a Coleção Peggy Guggenheim, riquíssimo acervo de arte moderna.

UM CARTÃO-POSTAL CHAMADO PIAZZA SAN MARCO

Uma das joias de Veneza, a Piazza San Marco faz jus à sua fama e ao gigantesco volume de turistas que circulam por ali diariamente, transformando-a em um dos lugares mais movimentados da sempre lotada cidade. Circula pela região o boato de que, um dia, Napoleão Bonaparte referiu-se à praça como “a sala de estar mais elegante da Europa”. Verdade ou não, o fato é que ninguém resiste aos seus encantos.

É na praça que está a fantástica Basílica di San Marco, um point e tanto do destino: as cinco cúpulas combinam graciosamente os estilos bizantino, românico e renascentista, e o seu interior é coberto por mosaicos dourados. Na parte superior, do lado de fora, quatro cavalos – réplicas dos famosos Cavalos de São Marcos, do escultor grego Lísipo – enfeitam a basílica, enquanto os originais ficam do lado de dentro, protegidos do sol e da poluição. Saqueados diversas vezes, eles já decoraram o Arco de Trajano, em Roma, o hipódromo de Constantinopla (atual Istambul) e o Arco do Triunfo do Carrossel, em Paris. Só depois da queda de Napoleão retornaram de vez a Veneza.

Ao lado da basílica, a imponente Campanille di San Marco (conhecida como Campanário) ocupa lugar de destaque. A extraordinária torre, em cujo topo estão os



A TRADICIONAL TORRE DO RELÓGIO, QUE MARCA A PASSAGEM DO TEMPO HÁ MAIS DE 500 ANOS E É UM DOS EDIFÍCIOS MAIS EMBLEMÁTICOS DA CIDADE

THE TRADITIONAL CLOCK TOWER, WHICH HAS BEEN TELLING THE TIME FOR OVER 500 YEARS AND IT IS ONE OF THE MOST EMBLEMATIC BUILDINGS OF THE CITY



©FONDAZIONE MUSEI CIVICI DI VENEZIA

sinos da igreja, é dona de uma das localizações mais privilegiadas da região. E isso não é apenas por estar em pleno coração de Veneza, não. Do alto dos seus quase 99 metros, oferece o ângulo perfeito para quem quer fotografar a cidade de cima e vê-la preencher o horizonte com a sua aura histórica e misteriosa.

A praça é, também, a casa da Torre dell'Orologio (Torre do Relógio), que há mais de 500 anos marca as horas, o dia, as fases da lua, os signos do zodíaco e os cinco planetas que até então eram conhecidos na época de sua construção: Júpiter, Marte,

O INTERIOR DA SALA DEL MAGGIOR CONSIGLIO, NO PALAZZO DUCALE, TRAZ EM UMA DAS PAREDES A PRESTIGIADA IL PARADISO, UMA DAS OBRAS-PRIMAS DO PINTOR ITALIANO TINTORETTO
THE INTERIOR OF THE MAGGIOR CONSIGLIO ROOM, AT PALLAZZO DUCALE, BRINGS IN ONE OF ITS WALLS THE FAMOUS IL PARADISO, ONE OF THE MASTERPIECES OF THE ITALIAN PAINTER TINTORETTO

Mercúrio, Saturno e Vênus. No topo, duas estátuas em bronze (uma é de um jovem e, a outra, de um homem mais velho) representam a passagem do tempo e tocam o sino para indicar as horas. Bem abaixo delas, um leão alado observa a cidade, uma representação simbólica do evangelista São Marcos, o padroeiro de Veneza.



VOCÊ SABIA?

A Ponte dos Suspiros liga o Palazzo Ducale à Prigione Nuove, a antiga prisão da cidade. Muitas pessoas atribuem o seu nome a uma lenda romântica, mas infelizmente a verdade é bem diferente: ao fazerem esse trajeto até os calabouços, os prisioneiros conseguiam observar a liberdade pela última vez por meio das pequenas frestas da ponte e suspiravam de tristeza rumo ao seu destino sombrio.

DID YOU KNOW?

The Bridge of Sighs links the Palazzo Ducale to the Prigione Nuove, the old city's prison. Many people credit its name to a romantic story, but unfortunately the truth is very different: by walking on this path until the dungeons, prisoners could watch the freedom for the last time through the little fissures of the bridge and they used to have a sigh of sadness towards to their dark destiny.

PALAZZO DUCALE: PODER EM FORMA DE ARTE

Nenhum viajante pode ir embora sem conhecer o Palazzo Ducale (ou Palácio dos Doges), outra superatração do destino que fica na praça. O lugar serviu de morada para os doges, antigas autoridades máximas de Veneza, e remonta ao século 9, apesar de ter sido demolido e reconstruído em 1309 – o edifício atual foi finalizado em 1424. Elegante já do lado de fora, ostenta delicadas colunas e uma fachada repleta de mosaicos em rosa e branco, que parecem mudar de cor ao refletirem a luz do sol.

Cada uma das áreas do palácio tem a sua importância histórica, por isso vale passear por ali sem pressa, saboreando o significado de todos os aposentos. A Sala del Maggior Consiglio, onde antes eram eleitos os doges e realizadas as reuniões de Estado, destaca-se não apenas pelo tamanho excepcional, que a posiciona como uma das maiores da Europa, mas, também, pela decoração exuberante – apenas para se ter uma ideia, uma das paredes serviu de tela para Tintoretto criar Il Paradiso, uma das maiores obras de arte do mundo. No teto, retratos dos doges que governaram Veneza dão um ar solene ao salão, uma lembrança silenciosa de que o poder da cidade ficava concentrado ali.

UMA VOLTA POR BURANO, MURANO E SAN GIORGIO MAGGIORE

San Giorgio Maggiore é o nome de uma das muitas ilhas de Veneza e, por estar a curta distância de barco, vale reservar um tempinho para conferir de perto toda a sua beleza. Seu principal atrativo turístico é a igreja homônima, exatamente na ponta oposta à Piazza San Marco, do outro lado da baía. Obra-prima do arquiteto Andrea Palladio, que conseguiu traduzir a essência renascentista em cada detalhe de sua fachada e do belíssimo interior, reúne pinturas assinadas por renomados artistas italianos e, de quebra, disponibiliza um elevador até a torre, ponto em que se tem acesso a uma deslumbrante vista panorâmica da cidade. Quem quiser pode acompanhar gratuitamente a missa celebrada aos domingos.

Outros xodós dos visitantes são as ilhas Burano e Murano, as quais podem ser visitadas em um único dia. Burano, simples e aconchegante, é conhecida pelas casinhas coloridas e pelo talento nato das rendeiras, tão caprichosas que por muito tempo suas

dell'Accademia (Accademia Gallery), the cradle of art pieces from the 14th to the 18th century, which keeps alive the Renaissance memories, represented by the work of immortal artists like Tintoretto, Ticiano and Veronese. From the top of its arched structure, it is possible to see the basilica of Santa Maria della Salute's dome, built in 1630 as homage to Virgin Mary, and the Palazzo Veier dei Leoni, a building from the 18th century which keeps the Peggy Guggenheim Collection, a complete modern art collection.

A POSTCARD CALLED PIAZZA SAN MARCO

One of the Venice's pearls, the Piazza San Marco (San Marco Square) does live up to its fame and to the great amount of tourists which daily circulate there, turning it into one of the most busy places of the always crowded city. It is said that, in the past, Napoleon Bonaparte considered the square the "most elegant Europe's living room". Truth or not, nobody can resist its charm.

The fantastic Basilica di San Marco is at the square, an impressive attraction of the destination: its five domes combine graciously byzantine, romantic and renaissance styles, and its interior is covered by golden mosaics. On the outside top, four horses – copies of the famous Horses of Saint Mark, made by the Greek sculptor Lisipos – adorn the basilica, while the original ones stay inside the building, protected from sun and pollution. Stolen many times, they have already decorated the Arch of Trajan, in Rome, the Hippodrome of Constantinople (currently Istanbul) and the Arc de Triomphe du Carrousel, in Paris. Only after Napoleon's fall they returned to Venice once and for all.

Next to the basilica, the imposing Campanile di San Marco (Saint Mark's Campanile, known as Campanile) occupies a great position. The extraordinary tower, in which top the church's bells are placed, is owner of one of the most privileged locations of the region. And it is not only because it is situated right in the heart of Venice. From the top of its almost 99 meters, it offers the perfect angle for those who want to take pictures of the city from the above and see its skyline full of this historic and mysterious aura.

The square is also home of the Torre dell'Orologio (Clock Tower), which for over 500 years has been telling time, day, moon phases, zodiac signs and the five planets that were known at the moment of its construction: Jupiter, Mars, Mercury, Saturn and Venus. Over the top, two bronze statues (one is a young man, and the other one is an old man) represent the passage of time and ring the bell to tell the hours. Right below them, a winged lion watches over the city, a symbolic representation of the evangelist Saint Mark, patron of Venice.

PALAZZO DUCALE: POWER IN ART

No traveler can leave the city without visiting the Palazzo Ducale (or Doge's Palace), another exciting attraction of the destination at the square. The place used to be the doges' residence,

A ENCANTADORA ILHA DE MURANO, DESTINO VIZINHO À VENEZA E CONHECIDO PELAS DELICADAS PEÇAS DE VIDRO

THE CHARMING MURANO ISLAND, VENICE'S NEIGHBOR DESTINATION AND KNOWN BY ITS FINE GLASS PIECES





rendas estiveram entre as mais procuradas do continente europeu. Uma das marcas registradas da cidade é o campanário de San Martino, ligeiramente inclinado para o lado e que lembra em muito a Torre de Pisa, um dos símbolos da Itália.

Murano, por outro lado, encontrou na produção do vidro um diferencial e tanto. Tudo começou em 1291, quando cada uma das fábricas de vidro deixou Veneza devido ao risco de incêndio, já que praticamente toda a cidade fora construída em madeira, e instalou-se na região. Com o passar do tempo, o destino se tornou o maior produtor de cristais da Europa, artigos que ainda hoje fazem sucesso entre os turistas. Não deixe de incluir no roteiro uma visita a pelo menos uma dessas fábricas, onde é possível acompanhar todo o processo de produção e comprar alguns cristais para levar como lembrança.

formerly Venice's main authorities, and it dates from the 9th century, in spite of being demolished and rebuilt in 1309 – the currently building was concluded in 1424. Elegant from the outside, it has fine pillars and a facade full of pink and white mosaics, which seem to change the color when they reflect the sunlight.

Each part of the palace has its historical importance, so that it is imperative not to be in a hurry when visiting it, enjoying the meaning of every accommodation. The Maggior Consiglio Room (Major Council Room), where it used to happen the doges' elections and State meetings, is exciting not only for its exceptional dimension, turning it into one of the biggest ones of Europe, but also for the exuberant decoration – to have an idea, one of the walls was a canvas for Tintoretto who created Il Paradiso, one of the greatest art pieces of the world. On the ceiling, images of the doges that governed Venice give a solemn touch to the room, a silent memory of which used to keep the power of the city.

A TOUR THROUGH BURANO, MURANO AND SAN GIORGIO MAGGIORE

San Giorgio Maggiore is the name of one of the many Venice's islands and, because it is not so distant by boat, it is a good idea to have a little time to see its beauty closely. Its main attraction is the homonym church, which stays right on the opposite side of Piazza San Marco, on the other side of the bay. The masterpiece of the architect Andrea Palladio, which managed to translate the renaissance essence in every detail of its facade and its beautiful interior, gathers paintings created by rewarded Italian artists and also makes available an elevator to the tower, a place which provides a stunning panoramic view of the city. Anyone who wants to attend the Mass celebrated on Sundays can do it for free.

Other visitors' favorite attractions are Burano and Murano islands, which can be seen in just one day. Burano, a simple and welcoming island, is known by its colorful houses and by the lacemakers' natural talent, so careful that

O GRANDE CANAL É A MAIOR VIA AQUÁTICA DE VENEZA, O QUE SIGNIFICA QUE É IMPOSSÍVEL VISITAR A REGIÃO SEM NAVEGAR PELAS SUAS ÁGUAS EM UM VAPORETTO OU EM TÁXIS PRIVADOS ”

"THE GRAND CANAL IS THE BIGGEST AQUATIC HIGHWAY OF VENICE, WHICH MEANS THAT IT IS IMPOSSIBLE TO VISIT THE REGION WITHOUT SAILING ALONG ITS WATERS IN A VAPORETTO OR PRIVATE WATER TAXIS"

O CÉLEBRE CARNAVAL E O DESFILE DE MÁSCARAS

Veneza, a cidade com vocação para o amor e para as artes, demonstra, também, um talento inegável para o Carnaval. Registros históricos comprovam que desde o século 13 as pessoas gostavam de sair às ruas usando máscaras e fantasias extravagantes, hábito que permitia que a nobreza se misturasse à população sem ser reconhecida.

Durante muito tempo a festa foi proibida, mesmo porque o uso frequente de máscaras permitia que os venezianos vivessem no anonimato e se sentissem livres para burlar as regras da sociedade. Porém, de uns anos para cá, a celebração ganhou força e voltou a integrar o calendário europeu, transformando o destino em um divertido e enigmático conto de fadas, já que a maioria dos participantes se veste como os nobres dos séculos 17 e 18. A festa tem duração média de dez dias e, assim como no Brasil, é realizada sempre no primeiro trimestre do ano. Em 2017, a folia está agendada para o período entre 11 e 28 de fevereiro.

Apesar das baixas temperaturas, visitar Veneza nessa época do ano é garantia de boas recordações – inclusive, quem está fantasiado costuma se exibir para os turistas tirarem fotos. O viajante que quiser entrar na brincadeira será mais que bem-vindo: quase todas as lojinhas vendem adereços carnavalescos, dos mais discretos aos coloridos, que são a cara da cidade. Além dos desfiles pelas ruas, alguns hotéis promovem bailes de máscaras, com entrada paga.

masks and extravagant costumes, a habit that allowed the nobility to be among the population without being recognized.

For a long time, the celebration was forbidden, even because the often use of masks allowed the Venetians to live anonymously, feeling free to disrespect society's rules. However, over the past few years, the celebration has been strengthened and it is back to the European calendar, turning the destination into a funny and enigmatic fairytale, once most of the people wear costumes like nobilities from the 17th and 18th centuries. The party lasts about ten days and, as in Brazil, it always happens in the first quarter of the year. In 2017, the celebration is scheduled to the period between February, 11th and 28th.

In spite of the low temperatures, visiting Venice in this time of the year is a guarantee of good memories – by the way, people wearing costumes use to pose for tourists, who can take pictures. The traveler who wants to join the party is very welcome: almost all shops sell carnival accessories, from the most discreet to the colorful ones, which are the face of the city. In addition to the street parades, some hotels promote masquerades, with tickets to sell.

FROM THE CAFFÈ FLORIAN TO JAZZ

Believe it or not: a trip to Venice can be even better if some genuine Italian refuges are added to the itinerary. Do you want an example? The charming Caffè Florian, right at the Piazza San Marco, that had among its clients personalities like Goethe, Benjamin Constant, Charles Dickens, Alexandre Dumas and Ernest Hemingway. Opened since 1720, to have a lunch or drink some coffee there,

RECORTE DA MAJESTOSA SAN GIORGIO MAGGIORE, ILHOTA QUE ABRIGA UMA IGREJA QUE LEVA O MESMO NOME DO DESTINO. ABAIXO E À DIREITA, EXEMPLO DE COMO É O CÉLEBRE CARNAVAL VENEZIANO, EVENTO DO QUAL AS PESSOAS PARTICIPAM COM FANTASIAS E MÁSCARAS

COLLAGE OF THE MAJESTIC SAN GIORGIO MAGGIORE, LITTLE ISLAND WHICH OWNS A CHURCH CALLED LIKE THE DESTINATION. BELOW AND TO THE RIGHT, AN EXAMPLE OF HOW THE FAMOUS VENETIAN CARNAVAL LOOKS LIKE, AN EVENT IN WHICH PEOPLE PARTICIPATE WEARING COSTUMES AND MASKS

for a long time their laces were among the most searched of the European continent. One of the city's trademarks is San Martino's Campanile, slightly inclined which can remind the Tower of Pisa, one of the Italy's symbols.

Murano, on the other hand, found in glass production a real differentiation point. Everything began in 1291, when each one of the glass factories left Venice because of a fire risk, as almost the whole city were built in wood, and it settled in the region. Over the time, the destination became the Europe's biggest crystal producer, articles that still today make the tourists' day. Do not forget to include in the passenger's itinerary a visit to at least one of those factories, where it is possible to follow all the production process and buy some crystals as a souvenir.

THE FAMOUS CARNAVAL AND MASKS PARADE

Venice, the city with vocation for love and arts, also shows an undeniable talent for Carnival. Historical records can prove that since the 13th century people used to go to the streets wearing





DO CAFFÈ FLORIAN AO JAZZ

Acredite se quiser: uma viagem a Veneza pode ser ainda melhor se incorporar alguns refúgios genuinamente italianos ao roteiro. Quer um exemplo? O charmosíssimo Caffè Florian, em plena Piazza San Marco, que já teve entre os seus clientes personalidades como Goethe, Benjamin Constant, Charles Dickens, Alexandre Dumas e Ernest Hemingway. Em operação desde 1720, almoçar ou tomar um café por ali, ao som suave de uma mini-orquestra, é certamente uma experiência enriquecedora.

À noite, caminhar por Veneza é uma aventura: ao mesmo tempo em que é mais tranquila e silenciosa – além de extremamente segura –, é mais fácil de se perder em meio a sua infinidade de becos e ruelas, que podem se tornar ainda mais confusos sob a luz fraca da lua. Contudo, com uma boa câmera fotográfica em mãos se conseguem fotos espetaculares da cidade, que não perde o seu brilho nem mesmo depois que o sol se esconde. Que tal terminar o dia em um dos tradicionais botequins (também chamados de “bàcaro”) enquanto se delicia com o spritz, bebida com baixo teor alcoólico muito apreciada pelos nativos?

A estada em terras italianas pode ser ainda mais divertida se incluir os pubs, bares e as animadas baladas – sim, o destino que transborda história também faz bonito quando o assunto é vida noturna. O Piccolo Mondo, uma das casas noturnas mais antigas do país, descobriu a chave para o sucesso: combina música de qualidade, festas até altas horas da madrugada, cardápio diversificado de bebidas e público composto por visitantes de todo o mundo.

Já quem se interessar por outro tipo de agito pode optar pelo Venice Jazz Club, bar com ambiente superdescontraído e onde há apresentações quase diárias de artistas que sabem tudo sobre jazz, ou pelo Bàcaro Jazz, que além da trilha sonora de primeira é dono de uma localização excelente, pertinho da Piazza San Marco. 📍

PARTE DA ESTRUTURA DO CHARMOSO E HISTÓRICO CAFFÈ FLORIAN, EM OPERAÇÃO DESDE 1720

PART OF THE STRUCTURE OF THE CHARMING AND HISTORICAL CAFFÈ FLORIAN, OPENED SINCE 1720

to the smooth sound of a mini orchestra is certainly a singular experience.

At night, to walk along Venice is an adventure: at the same time it is more peaceful and silent – and extremely safe –, it is easier to get lost among its several corners and alleys, which can be even more confusing under the weak light of the moon. However, with a good cam on hands it is possible to take spectacular pictures of the city, which does not lose its shine even after the sunset. What about suggesting that the traveler end the day in one of the traditional bars (also called “bàcaro”) while he or she enjoys the spritz, a low-alcohol cocktail very famous among the citizens?

The stay in Italian soils can be even more funny if pubs, bars and exciting dance clubs are included – believe it, the destination that is full of history also does a very good job relating to the nightlife. Piccolo Mondo, one of the oldest dance clubs of the country, discovered the key for success: it combines high quality music, late-night parties, a menu with several cocktails and an audience with visitors from all over the world.

Who is interested in other type of entertainment can chose the Venice Jazz Club, a bar with a very friendly environment and where almost every day there are concerts with artists that really know about jazz, or Bàcaro Jazz, that in addition to the high quality soundtrack, it has an excellent location, very close to the Piazza San Marco.

VOCÊ SABIA?

Especialmente entre novembro e dezembro, Veneza lida com um fenômeno interessante, conhecido como acqua alta, que faz com que a maré do Mar Adriático suba e alague por algumas horas (de três a quatro) os pontos mais baixos da cidade – um dos locais mais atingidos é a Piazza San Marco. Mas não se preocupe: passarelas inteiras são montadas em questão de minutos para garantir a circulação de turistas mesmo nas áreas mais propensas às inundações – e a maioria dos hotéis empresta galochas impermeáveis aos hóspedes.

DID YOU KNOW?

Especially between November and December, Venice deals with an interesting phenomenon known as acqua alta, which elevates the Adriatic Sea's tide, flooding for some hours (about three or four) lower places of the city – one of the most affected places is Piazza San Marco. But, do not worry: bridges can be available in minutes in order to guarantee the circulation of tourists even in areas that tend to be overflowed – and most of the hotels can lend wellington boots to the guests.

“Veneza é a cidade dos sonhos. Disputada o ano inteiro, reúne obras-primas da arquitetura e das artes como nenhum outro lugar do mundo, é um perfeito museu ao ar livre e romântica até o limite da imaginação. O passeio de gôndola, apesar de muito turístico, é obrigatório, assim como curtir um final da tarde da Basilica di San Giorgio Maggiore, dona da melhor vista do destino. Murano e Burano valem a visita – a primeira pelas famosas fábricas de vidro soprado e a segunda por ser um vilarejo de pescadores com casinhas coloridas.”



Silvia Costa
Interpolo Turismo
São Paulo (SP)

“Venice is the city of dreams. Crowded the whole year, it gathers masterpieces of architecture and arts like no other place in the world, it is a perfect open-air museum and romantic to the limit of our imagination. To get a gondola ride, in spite of being very touristic, it is a can't miss tour, as well as appreciating the sunset from Basilica di San Giorgio Maggiore, owner of the destination's best view. Murano and Burano are worth a visit – the first one for its famous glass blowing factories and the second one because it is a fisherman's village with colorful houses.”

AGENTE LEVA!

O GRUPO TREND tem pacotes para Veneza. Destaque para a opção a partir de € 370 por pessoa, com hospedagem de 4 noites em apartamento duplo standard e café da manhã no Hotel Carlton on the Grand Canal. O pacote inclui também transfer in/out e passeio a pé regular pelo centro histórico da cidade. Confira esta e outras ofertas pelo ☎ 0800 770 7272 ou (11) 3041 7510.

SERVIÇO



COMO CHEGAR

Air France, Alitalia, British Airways, Iberia, Lufthansa, Swiss International Air Lines e TAP operam voos para o Aeroporto Marco Polo Tessera, em Veneza, e todos eles fazem conexão em alguma cidade: Paris, Roma, Londres, Madri, Frankfurt, Zurique e Lisboa, respectivamente. As parcerias entre essas companhias aéreas estrangeiras com a GOL Linhas Aéreas Inteligentes e LATAM Airlines garantem voos regulares com destino a Veneza de praticamente todas as cidades do Brasil.



QUANDO IR

Veneza é lotada em qualquer época do ano, mas a temperatura costuma ser mais agradável entre março e maio (primavera) e de setembro a novembro (outono). Caso o viajante queira fugir da acqua alta (maré cheia), a dica é evitar os meses de novembro e dezembro, nos quais este fenômeno é mais frequente. O Carnaval é celebrado no primeiro trimestre do ano, durante o inverno, quando o destino recebe ainda mais visitantes e apresenta temperaturas negativas.



O QUE LEVAR

Em termos gerais, a preferência é por roupas informais e confortáveis, tendo em vista que Veneza é um destino para se conhecer a pé. É preciso atenção com a época do ano: o verão (junho a agosto) pode ser bem quente, então chapéus ou bonés, óculos de sol e protetores solar e labial não podem ficar de fora da mala; já no inverno (dezembro a fevereiro) é comum ter de lidar com geadas, nevoeiros e temperaturas abaixo de zero, motivo pelo qual luvas, cachecóis, botas e casacos pesados são imprescindíveis. No restante do ano as temperaturas são mais brandas, com máxima de 23°C.



FUSO HORÁRIO

A diferença é de +4h, mas tanto o Brasil quanto Veneza têm horário de verão: o veneziano começa por volta de março (período em que a diferença passa a ser de +5h) e termina em outubro, mês em que os relógios são adelantados em uma hora por aqui (nessa época do ano o fuso é de +3h).



IDIOMA

Italiano.



GASTRONOMIA

Comer bem é uma premissa que acompanha praticamente todas as pessoas que viajam para a Itália. Peixes e frutos do mar compõem a maioria do cardápio – afinal, o que esperar de uma região cercada por água? –, mas as tradicionais massas italianas, como o macarrão e a pizza, podem ser encontrados com facilidade também, a preços variados.



MOEDA

Euro.



DOCUMENTAÇÃO

A Itália exige passaporte com validade mínima de seis meses após a entrada no país e seguro-viagem internacional, independente do tempo de permanência e com cobertura igual ou superior a € 30 mil. Brasileiros não precisam de visto, a menos que desejem permanecer no destino por três meses ou mais.



INFORMAÇÕES ÚTEIS

Energia elétrica: 220 V.

Plugues: é fundamental levar um adaptador universal.

Ligações para o Brasil: 800-172-211.

Gorjetas: os 10% referentes aos serviços do garçom geralmente já estão inclusos na conta, podendo o visitante escolher se deseja ou não contribuir com alguma quantia a mais.

SERVICE

HOW TO GET THERE

Air France, Alitalia, British Airways, Iberia, Lufthansa, Swiss International Air Lines and TAP operate flights to Marco Polo Tessera Airport, in Venice, and all of them make connection in some city: Paris, Rome, London, Madrid, Frankfurt, Zürich and Lisbon, respectively. Our partnerships between those international airline companies with GOL Linhas Aéreas Inteligentes and LATAM Airlines guarantee regular flights to Venice from almost every city of Brazil.

WHEN TO GO

Venice is crowded in every time of the year, but the weather uses to be more pleasant between March and May (spring), and from September to November (autumn). If the traveler would like to run away from the acqua alta (high tide), the tip is to avoid the months of November and December, in which the phenomenon is more often. Carnival is celebrated in the first quarter of the year, during the winter, when the destination hosts an even higher amount of visitors and presents negative temperatures.

WHAT TO TAKE

In general, the preference is for informal and comfortable cloths, having in mind that Venice is a destination which should be visited by walking. It requires some attention to the time of the year: in summer (from June to August) the weather can be very hot, so hats or caps, sun glasses and sunscreen for body and lips cannot be out of the suitcase; in winter (from December to February) it is common to deal with frost, fog and temperatures below absolute zero, reason why gloves, scarfs, boots and coats are required. In other periods of the year, temperatures are moderate, maximum of 23°C.

TIME ZONE

The difference is of +4h, but Brazil and Venice adopts the daylight saving time: the Venetian one starts in March approximately (period in which the difference is of +5h) and it ends in October, month in which we put the watches forward one hour here (in this period of the year, the time zone is of +3h).

LANGUAGE

Italian.

GASTRONOMY

To have good meals is a premise that follows almost every person who travels to Italy. Fish and sea fruits compound most of the menu – after all, what to expect from a region surrounded by water? –, but the traditional Italian pasta and pizza can also be easily found, at different prices.

CURRENCY

Euro.

DOCUMENTS

Italy requires passport valid at least for six months after entering the country and international travel insurance, regardless the period of the stay, with a coverage equal or above € 30,000. Brazilians do not need a visa, unless they would like to stay in the destination for three months or more.

USEFUL INFORMATION

Electricity: 220 V.

Sockets: it is required to take a universal adapter.

Calls to Brazil: 800-172-211.

Tips: the amount of 10% regarding the waiter service generally is included in the bill, and the visitor can chose if he or she wants to contribute or not with another amount.

KNOW MORE AT:

[HTTP://WWW.COMUNE.VENEZIA.IT/](http://www.comune.venezia.it/)



PARA SABER MAIS:

[HTTP://WWW.COMUNE.VENEZIA.IT/](http://www.comune.venezia.it/)

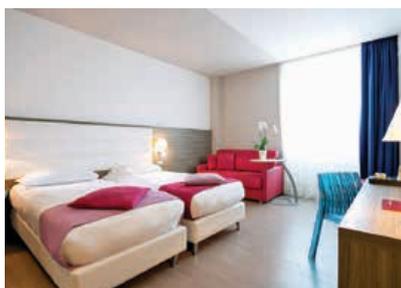
HOTEL MERCURE VENEZIA MARGHERA

FOTOS ARQUIVO HOTEL

A fachada não esconde: o Hotel Mercure Venezia Marghera é uma opção mais que indicada para quem exige serviços de qualidade. Além da proximidade com o Aeroporto Internacional Marco Polo, a apenas 15 km de distância, o acesso também é facilitado à estação ferroviária (10 minutos) e ao centro histórico (15 minutos), o que transforma o seu endereço em um diferencial importante. Colorida, clean e moderna, sua estrutura é um convite para uma estada livre de qualquer preocupação, zelando pelo conforto máximo dos seus hóspedes e apresentando o padrão de nível internacional que a bandeira Mercure levanta nos diversos países em que está presente.

ESPAÇO NUNCA É DE MAIS

Com o objetivo de estender cada vez mais a permanência em terras italianas, o hotel disponibiliza acomodações arejadas, bem iluminadas e espaçosas, que oferecem almofadas fofas (mais que propícias para



COLORIDO, CLEAN E MODERNO, O HOTEL DISPONIBILIZA 99 APARTAMENTOS E EXTENSA RELAÇÃO DE SERVIÇOS

longos momentos de relaxamento), camas macias, TV LCD com canais por assinatura e acesso grátis ao wifi.

Os 99 apartamentos – seis deles dedicados a pessoas portadoras de deficiência –, contam, ainda, com completo sistema de sonorização, garantindo total privacidade para o visitante. Famílias são mais que bem-vindas: há 18 acomodações específicas para quem viaja em grupo, seis quartos contíguos e a possibilidade de solicitar berço e uma cama extra para os pequenos.

VANTAGENS E MAIS VANTAGENS

Uma equipe cuidadosa e atenciosa está permanentemente à disposição, acompanhando de perto todas as solicitações dos hóspedes e zelando pelo seu bem-estar. E é exatamente por este motivo que o hotel conta com serviço de concierge e de babá (este último pago à parte), estacionamento, lavanderia, restaurante próprio – que serve farto café da manhã – e quatro salas para reuniões. Quem quiser viajar acompanhado do seu bichinho de estimação também pode se hospedar ali, mediante pagamento de taxa extra. 🐾

COLORFUL, CLEAN AND CONTEMPORARY, THE HOTEL HAS 99 ROOMS AND A LARGE LIST OF EXCLUSIVE SERVICES

Its facade cannot hide: the Mercure Venezia Marghera Hotel is an option strongly recommended for people who require high quality services. In addition to being next to the Marco Polo International Airport, just 15 km away, the access to the railway is also very easy (10 minutes), as well as the historic centre (15 minutes), turning its location into an important feature.

Colorful, clean and contemporary, its structure is an invitation for a stay that is free of worries, caring about the guests' maximum comfort and presenting an international standard level that the Mercure brand takes to the different countries in which is present.

SPACE IS NEVER TOO MUCH

Aiming to promote long stays in Italian soil, the hotel makes available airy, well-lit and large rooms, which offer soft pillows (very recommended for long relaxation moments), comfortable bed, LCD TV with cable TV and free wi-fi access.

Its 99 apartments – six of them dedicated to disabled people –, also count on a complete sound system, ensuring total privacy to the guest. Families are very welcome: there are 18 specific rooms for people who travel in group, six adjacent rooms and the possibility of requesting a cradle and an extra bed for kids.

ADVANTAGES AND MORE ADVANTAGES

A careful and attentive team is permanently available, following closely every guests' requests and worrying about their welfare. And it is exactly why the hotel counts on concierge and babysitter services (the last one is paid separately), parking lot, laundry, its own restaurant – which serves a big breakfast – and four meeting rooms. Who wants to travel with pets can also stay there, by an extra tax.

AGENTE LEVA!

Hospede no **Hotel Mercure Venezia Marghera** com o GRUPO TREND. Diárias a partir de € **35,23** por pessoa em apartamento duplo.

HOTEL KETTE

FOTOS DIVULGAÇÃO

Apenas alguns passos do famoso Gran Teatro La Fenice e da icônica Piazza San Marco, o Hotel Kette esbanja elegância com a sua estrutura quatro-estrelas. Com salões amplos, serviços modernos e acomodações que são puro conforto, o empreendimento tem tudo para uma estada inesquecível em Veneza, incluindo vistas de tirar o fôlego para os belos canais ou para as vielas tão características da cidade.

Passando a funcionar como meio de hospedagem nos primeiros anos da década de 1900, o edifício foi construído no século 16 e renovado recentemente para atender com ainda mais primor às necessidades dos viajantes. O ambiente aconchegante é a principal marca registrada, e logo que o hóspede chega é recepcionado com instalações com piso de mármore e riquíssima decoração, que inclui quadros de prestigiados artistas.

CADA DETALHE IMPORTA

Os 63 quartos, distribuídos entre os cinco andares, são divididos nas categorias Classic, Superior, Deluxe, Junior Suite e Junior Suite Deluxe e apresentam, cada qual à sua maneira, o toque tipicamente veneziano, o qual se traduz nos tecidos finos e na charmosa mobília.

Totalmente equipados, disponibilizam telefone, TV por satélite, despertador, minibar, cofre, ar-condicionado, aquecedor, secador de cabelo e kit de cortesia com produtos de higiene, além de acesso gratuito à internet wi-fi.

SERVIÇOS DIFERENCIADOS

A estada é completa com os serviços de concierge, o que garante uma série de facilidades, como reservas em disputados restaurantes, ingressos para concertos e teatros, tours guiados pelo destino, transfer para o aeroporto e para a estação de trem e locação de carros. Vale mencionar também que bagagens podem ser acomodadas gratuitamente em uma área específica do hotel e a possibilidade de contratar os serviços de uma babá.

No café da manhã, um buffet de frios se une a doces requintados e a delícias regionais. Para terminar o dia, o bar é uma excelente opção para drinques ou para um tradicional cappuccino. ☕

NO HOTEL KETTE A ESTADA É COMPLETA COM OS SERVIÇOS EXCLUSIVOS, AMBIENTE ACONCHEGANTE E ACOMODAÇÕES DECORADAS COM O TOQUE TIPICAMENTE VENEZIANO



AT THE HOTEL KETTE, THE STAY IS COMPLETE WITH EXCLUSIVE SERVICES, FRIENDLY ENVIRONMENT AND ROOMS DECORATED WITH A TRADITIONAL VENETIAN TOUCH

Just a few steps away from the famous Gran Teatro La Fenice and the iconic Piazza San Marco, the Hotel Kette exhibits elegance through its four-star structure. With large rooms, modern services and very comfortable accommodations, the hotel has everything to offer an unforgettable stay in Venice, including wonderful visits to the beautiful canals or to the traditional alleys of the city.

The hotel started its operations in the early 1900s; the place was built in the 16th century and it was recently refurbished in order to perfectly meet the guests' needs. The comfortable environment is the main trademark, and as soon as the guest arrives, he or she is welcomed with facilities including marble floor and refined decoration, with famous artists' paintings.

EACH DETAIL IS IMPORTANT

Its 63 rooms, distributed in five floors, are divided into Classic, Superior, Deluxe, Junior Suite and Junior Suite Deluxe categories and they present, each one in its own way, the traditional Venetian touch, with fine fabric and charming furniture.

Totally equipped, they offer telephone, satellite TV, alarm clock, minibar, safe, air conditioning, heater, hair dryer and amenities and toiletries kit, in addition to the free wi-fi access.

SPECIAL SERVICES

The stay is complete with the concierge service, which guarantees a series of conveniences, like reservation at famous restaurants, tickets for concerts and theater, guided tours through the destination, transfer to the airport and to the train station and car rental. It is important to mention that suitcases can be stored for free in a specific area of the hotel and the possibility of hiring babysitter service.

For breakfast, a cold meat buffet joins the fine candies and tasty regional meals. To end the day, the bar is an excellent option for cocktails or a traditional cappuccino.

AGENTE LEVA!

Hospede no **Hotel Kette** com o GRUPO TREND. Diários a partir de € 47,86 por pessoa em apartamento duplo.

BAUER PALAZZO

FOTOS ARQUIVO HOTEL

Localizado no coração de Veneza e a dois minutos de caminhada da Piazza San Marco, o Bauer Palazzo une toda a elegância proporcionada por seus 136 anos de tradição ao conforto e luxo inquestionáveis de um hotel cinco-estrelas. Tudo isso, é claro, sem abrir mão de uma experiência repleta de modernidade e do estilo de vida contemporâneo dos venezianos.

DO TRADICIONAL AO INTIMISTA

Os hóspedes podem escolher entre 97 espaçosos e luxuosos quartos e 22 suítes, todos eles decorados com ornamentos das décadas de 1940 e 1950 e com o sutil porém inconfundível espírito da cidade. As acomodações contam com banheiros em mármore, tecidos de primeira qualidade e detalhes em madeira produzidos por artesãos locais.

O HOTEL UNE A ELEGÂNCIA PROPORCIONADA POR SEUS 136 ANOS DE TRADIÇÃO AO CONFORTO E LUXO DE UM ESTABELECIMENTO CINCO-ESTRELAS



AGENTE LEVA!

Hospede no **Bauer Palazzo** com o GRUPO TREND. Diários a partir de € 121,78 por pessoa em apartamento duplo.

Quem busca uma experiência mais intimista pode optar por um dos dez quartos e nove distintas suítes disponibilizados na Casa Nova, uma extensão do estabelecimento que fica em um prédio vizinho e oferece os mesmos serviços e amenidades do hotel.

EXPERIÊNCIA DE NOBREZA

Além de uma temporada repleta de conforto, os viajantes que optam pelo Bauer Palazzo têm acesso a um serviço de concierge pensado para atender a todas as suas necessidades, como se fossem nobres em visita a um palácio veneziano. Os hóspedes também recebem produtos de higiene e beleza fabricados artesanalmente com o uso de ingredientes naturais dos jardins botânicos da ilha de Giudecca.

Para o café da manhã, almoço e jantar, é possível se deliciar no premiado restaurante De Pisis, com um terraço às margens do Grande Canal. O Canale Bar serve drinques e tentadoras sobremesas acompanhadas pela bela vista da Basilica di Santa Maria della Salute, enquanto o B Bar junta a isso a diversão de festas com DJs e, no inverno, tem até apresentações de piano ao vivo. 🎹

THE HOTEL ALLY THE ELEGANCE PROVIDED BY ITS 136 YEARS OF TRADITION WITH THE COMFORT AND LUXURY OF A FIVE-STAR ESTABLISHMENT

Located in the heart of Venice and a two-minute walk from the Piazza San Marco, Bauer Palazzo allies all the elegance provided by its 136 years of tradition with the unquestionable comfort and luxury of a five-star hotel. All this, of course, offering an experience full of modernity and a touch of the Venetian's contemporary lifestyle.

FROM THE TRADITIONAL TO THE INTIMIST

Guests can choose between 97 large and luxurious rooms and 22 suites, all of them decorated with objects from the 1940s and 1950s and with the fine but unmistakable spirit of the city. The accommodations count on marble bathrooms, high quality fabric and details made by wood produced by local artisans.

People who are looking for more intimacy can choose one of the ten rooms and nine different suites available in Casa Nova, an extension of the establishment which is located at the next building, offering the same services and amenities of the hotel.

NOBILITY EXPERIENCE

In addition to a period full of comfort, travelers who choose Bauer Palazzo have access to a concierge service offered to meet all their needs, as nobles visiting a Venetian palace. Guests also receive handmade toiletries and beauty products which contain natural ingredients from Giudecca island's botanical gardens.

It is possible to have breakfast, lunch and dinner at the rewarded restaurant De Pisis, with a terrace by the edge of the Grand Canal. The Canale Bar offers drinks and delicious desserts with the beautiful view of the Basilica di Santa Maria della Salute, while the B Bar also includes the fun of having parties with deejays and, in winter, live piano concerts.

#PartiuRecife

Descubra o charme do Carnaval de Recife em hotéis com tarifas especiais.



4 noites

RADISSON RECIFE
★★★★

A partir de:
12x R\$ 92,00
por pessoa.

Inclui: 4 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + passeio a Maragogi + seguro-viagem.

5 noites

GOLDEN TULIP RECIFE BOA VIAGEM
★★★★

A partir de:
12x R\$ 99,00
por pessoa.

Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + passeio a Maragogi + Porto de Galinhas + seguro-viagem.

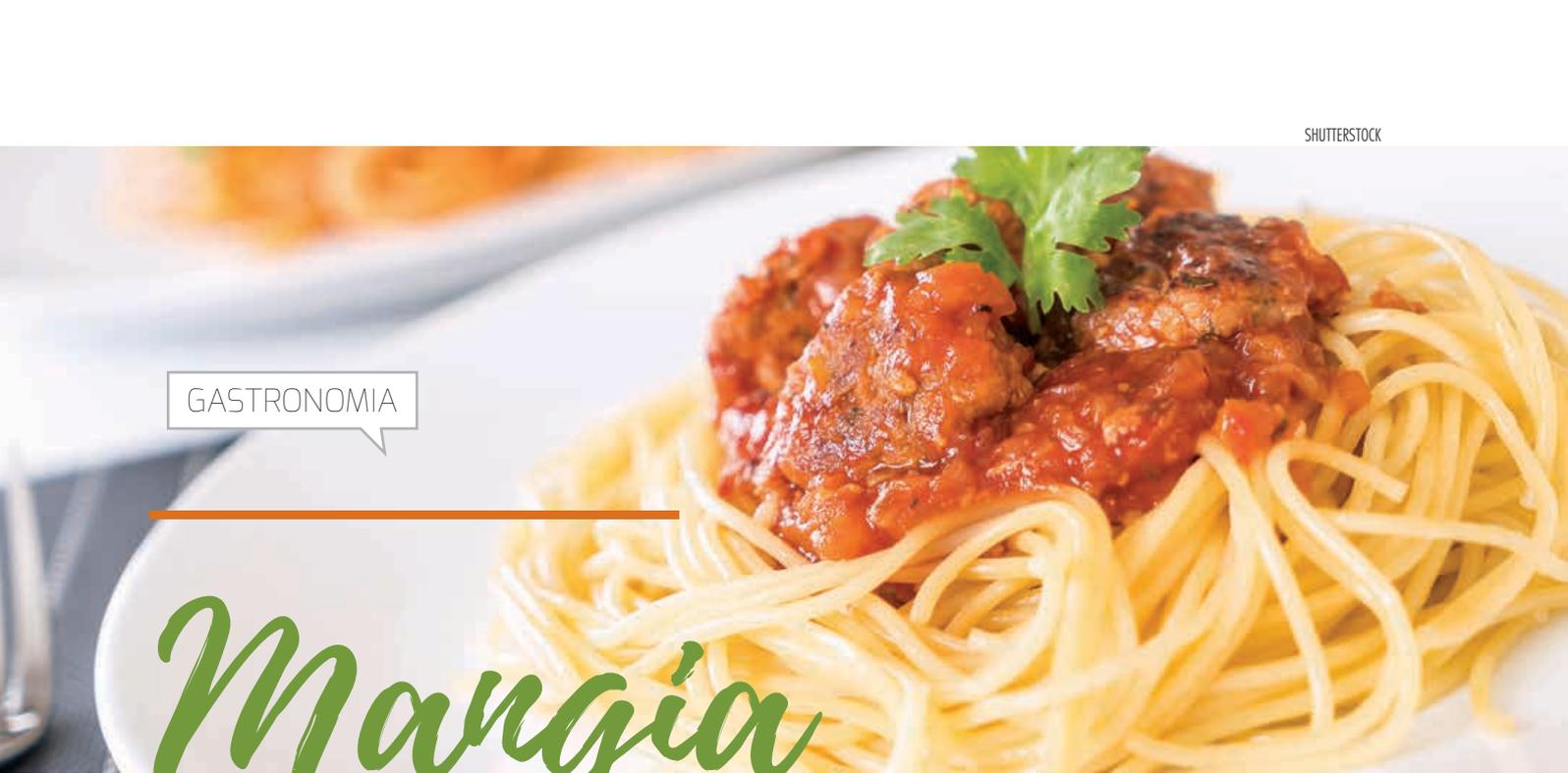
Condições gerais: valores por pessoa com base em apartamento duplo e em reais, calculados em novembro de 2016 e com garantia irrevogável de no-show. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote. Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Não incluem aéreo, taxas de embarque, extras e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Check-in em: 24/02/2017.

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND**.
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br /trendoperadora @trendoperadora /instatrendoperadora/



GASTRONOMIA



Mangia CHE TE FA BENE

SETE DICAS IMPERDÍVEIS DE RESTAURANTES EM VENEZA QUE CERTAMENTE VÃO CONQUISTAR O CORAÇÃO (E O ESTÔMAGO) DO SEU PASSAGEIRO

FOTOS DIVULGAÇÃO

MANGIA CHE TE FA BENE

SEVEN TIPS THAT YOU CANNOT MISS ON RESTAURANTS IN VENICE THAT WILL WIN YOUR HEART (AND THE STOMACH) AND ALSO YOUR PASSENGER'S

A Veneza das gôndolas e da arquitetura, cuja beleza conta séculos de história e já comprovou que fica ainda melhor com a passagem do tempo, é também sinônimo de mesa farta e de sabores únicos, os quais viajam pelos canais que cortam a cidade e guiam todas as pessoas que desembarcam por ali para aquelas que definitivamente estarão entre as suas melhores refeições.

O motivo não poderia ser outro: como todo destino italiano, o talento quase inexplicável para a gastronomia fala mais alto e seduz, sem nenhum tipo de pudor, diferentes paladares, dos mais desafiadores aos que simplesmente não dispensam um prato preparado com esmero.

No intrincado labirinto de ruas e becos, Veneza esconde verdadeiros tesouros quando o assunto são restaurantes de tirar o chapéu, o fôlego e o que quer que seja. Já está com o garfo e a faca em mãos? A **Segue Viagem** apresenta para você sete razões que transformam para melhor qualquer viagem para a região. 🍷

Venice of gondolas and architecture, which beauty tells centuries of history and has already proved that is even better as time goes by, is also synonymous of abundant food and singular tastes, which travel over the canals that cross the city and guide everyone that disembarks there to those meals which will definitely be among the best ones he or she ever had.

The reason cannot be different: like every Italian destination, the almost unexplainable talent for gastronomy attracts and seduces, without modesty, different tastes, from the most challenging to those ones that just cannot refuse a carefully cooked meal.

Among a labyrinth of streets and alleys, Venice hides real treasures when the subject is restaurants to which you take your hat off, that leave you breathless, or whatever it takes. Have you already got your fork and knife? Segue Viagem presents seven reasons that make any trips to the region even better.

AI MERCANTI

Ainda que esteja um pouquinho escondido entre as apaixonantes vielas venezianas, o Ai Mercanti tem como um de seus chamarizes a excelente localização, já que encontra-se bem próximo da Piazza San Marco e da Ponte di Rialto. Charmoso e com uma iluminação suave, perfeita para encontros românticos ou jantares descontraídos em família ou entre amigos, disponibiliza poucas mesas, o que confere um ar de exclusividade e excelência no atendimento. Os pratos traduzem o talento dos italianos para a gastronomia, e o restaurante conta, ainda, com uma carta de vinhos especial.

<http://www.aimercanti.it>

AI MERCANTI

Although it is a little hidden among the exciting Venetian alleys, Ai Mercanti has as one of its attractions an excellent location, once it is close to Piazza San Marco and Rialto Bridge. Charming and with low light, perfect for romantic dates or friendly dinners in family or friends, it has a few tables, granting a touch of exclusivity and excellence in service. The dishes translate the Italian's talent for gastronomy, and the restaurant also counts on a special wine menu.



ALLE CORONE

Elegantíssimo, o Alle Corone dá as boas-vindas aos clientes com todo o luxo e elegância que tão bem caracterizam Veneza. É ideal para o seu passageiro se ele quiser uma ótima indicação de onde saborear pratos tipicamente italianos e regionais, com uma salpicada inconfundível de sofisticação. O restaurante também merece nota máxima no quesito atendimento, uma vez que prima pela agilidade, simpatia dos garçons e bem-estar do visitante. Destaque para o Alle Corone Bar, de onde é possível apreciar o ir e vir das gôndolas nos canais acompanhado de um bom drinque.

http://www.hotelaireali.com/reali_restaurant.htm

ALLE CORONE

Very elegant, Alle Corone welcomes clients with luxury and elegance, elements that can describe Venice. It is ideal for your passenger if he or she wants a great reference on where to enjoy traditional Italian food and regional dishes, with an unmistakable touch of sophistication. The restaurant also deserves great scores regarding service, once it cares about quickness, waiters' sympathy and visitors' welfare. A highlight to the Alle Corone Bar, in which it is possible to watch gondolas coming and going along the canals followed by a great cocktail.

ANTICO MARTINI

Pertinho do La Fenice, principal teatro lírico de Veneza, o Antico Martini está em funcionamento desde 1720, o que lhe garante um diferencial e tanto em comparação com os demais: experiência de quase 300 anos em conquistar visitantes de todo o mundo. Independente da opção selecionada do cardápio, pode-se ter certeza de que será amor à primeira vista. O menu traz diferentes tipos de massas e incorpora uma série de pratos em que os frutos do mar são o personagem principal. Dica: escolher um dentre os muitos vinhos e se render de vez à culinária veneziana.

<http://www.anticomartini.com/>

ANTICO MARTINI

Very close to La Fenice, the main Venice's lyric theatre, Antico Martini is opened since 1720, which guarantees a real different feature if compared to other restaurants: an experience of more than 300 years in attracting visitors from all over the world. Regardless of the option selected from the menu, certainly it will be love at first sight. The menu offers different types of pasta and incorporates a series of dishes in which sea fruits are the main character. Tip: to choose one between many bottles of wine and surrender to the Venetian cuisine once and for all.



BISTROT DE VENISE

Já bem conhecido na cidade – afinal, sua inauguração foi em 1993 –, o Bistrot de Venise promove uma incrível viagem ao passado, combinando aromas, sabores e temperos que vêm lá de trás, dos tempos da República de Veneza, e oferecendo o que há de mais clássico em termos de gastronomia. Por outro lado, também vale a pena aproveitar algumas opções mais modernas do cardápio, as quais ganham novas adaptações com regularidade. Com mesinhas na calçada e do lado de dentro, a atenção oferecida pelo maître e pelo sommelier são outros destaques positivos, assim como a criteriosa seleção de vinhos.

☐ <http://www.bistrotdevenise.com/>

BISTROT DE VENISE

Very famous in the city – after all, it opened in 1993 –, Bistrot de Venise promotes an incredible trip back to the past, combining flavorings, tastes and spices which come from ancient times, from the Republic of Venice period, and offering the most classic concept regarding gastronomy. On the other hand, it is a good idea to try some contemporary options presented on the menu, which are often subject to new adaptations. With tables on the sidewalk and inside the restaurant, the attention offered by the maître and the sommelier is another positive thing, as well as the selective wine list.



RISTORANTE RIVIERA

Dono de uma vista deslumbrante para o Canale della Giudecca, a excelência no atendimento é uma das especialidades da casa: além da equipe superatenciosa de garçons, o proprietário passa de mesa em mesa para conversar com todos os clientes. O ambiente, pra lá de aconchegante (e inclusive decorado com obras de arte), é mais que indicado para quem está em busca de um lugar romântico e sofisticado. No cardápio constam muitas opções de peixe e frutos do mar, e a refeição ganha um toque especial se acompanhada por um dos rótulos da fantástica carta de vinhos.

☐ <http://www.ristoranteriviera.it/>

RISTORANTE RIVIERA

Owner of a stunning view to the Canale della Giudecca, the excellence in service is one of the restaurant's specialties: in addition to a very attentive waiter team, the owner goes from table to table to talk with all clients. The environment, very friendly (and also decorated with art pieces), is strongly recommended for people who are looking for a romantic and sophisticated place. There are many options of fish and sea fruits on the menu, and the meal has a special touch if one of the labels of the fantastic wine list is included.

OSTERIA DA FIORE

Um dos mais famosos restaurantes de Veneza, a Osteria da Fiore se inspirou no estilo da década de 1920 e ostenta uma elegância que, já do lado de fora, é a cara da cidade. Situado entre as estreitas vielas do destino, amantes da boa gastronomia não podem deixar de visitá-lo pelo menos uma vez em uma viagem à Europa. O menu é um universo à parte, constituído principalmente por pratos à base de peixe e frutos do mar fresquíssimos – de certa forma, até a comida servida ali, em porções caprichadas e com um toque de exclusividade, harmoniza com o ambiente tranquilo. Aberto de terça a domingo, o estabelecimento ganhou boa reputação pelo atendimento premium.

☐ <http://www.dafiore.net/>

OSTERIA DA FIORE

One of the most famous restaurants of Venice, Osteria da Fiore is inspired on the 1920s style and shows elegance that is noticed from the outside and that is the face of the city. Located among the narrow alleys of the destination, fans of good gastronomy cannot leave without visiting the place at least once in a trip to Europe. The menu is a world apart, mainly constituted of meals based on fresh sea fruits – somehow, even the food served there, in generous portions and with a touch of exclusivity, harmonizes with the quiet environment. Opened from Tuesday to Sunday, the place reached a good reputation because of the premium service.



L'OSTERIA DI SANTA MARINA

O cuidado com os detalhes, a escolha assertiva dos ingredientes e o amor do chef Agostino Doria pelo que faz são apenas algumas das características que melhor descrevem a L'Osteria di Santa Marina. Simples e convidativo, formal e amigável ao mesmo tempo, o restaurante já ganhou inúmeros fãs com o preparo diferenciado dos pratos, que mesclam tradição e criatividade com produtos regionais de elevadíssima qualidade – as sobremesas caseiras são simplesmente espetaculares e fecham o almoço ou o jantar com chave de ouro. A carta de vinhos não decepciona e incorpora opções de pequenos produtores a marcas já consolidadas no mercado, disponibilizando extensa relação de rótulos para o visitante.

<http://osteriadisantamarina.com/>

L'OSTERIA DI SANTA MARINA

Care for details, assertive ingredients choice and the passion of the chef Agostino Doria for his work are some of the characteristics that better can explain L'Osteria di Santa Marina. Simple and inviting, formal and friendly at the same time, the restaurant has already reached several fans with a different way of cooking dishes, which mixes tradition and creativity with high quality regional products – the homemade desserts are really tasteful and to end the lunch or dinner with them is to end with a flourish. The wine list does not disappoint and incorporates from small winemakers to those already consolidated brands in the market, offering a large list of labels to choose.



SHOP EVENTOS:

a tradição do GRUPO TREND para o seu evento.

A SHOP EVENTOS é a escolha certa para o sucesso dos seus negócios.



Eventos
por adesão



Eventos
de incentivo



Eventos
corporativos



Grupos
de lazer



Feiras e
congressos

Quer ter um evento de sucesso? Conte com a gente :)

www.shopeventos.com.br



SHOP EVENTOS

Nossa tradição, seu sucesso

VOLTA AO MUNDO COM OS AGENTES DE VIAGENS

FOTOS ARQUIVO PESSOAL

Roteiros, destinos, mapas, indicações... tudo isso faz parte do dia a dia do agente de viagens, a pessoa que transforma o sonho de viajar de muitos clientes em realidade. E quando este profissional não está sentado do outro lado da mesa, exercendo todo o seu talento em formatar pacotes que sejam a cara do passageiro, ele também aproveita para cair no mundo e viver experiências fantásticas em meio a personagens, idiomas e culturas diferentes – afinal, esta é a melhor maneira de fornecer dicas imperdíveis.

A **Segue Viagem** sabe que você, agente, tem muita história para contar. Então, que tal compartilhar cada uma delas aqui, neste espaço exclusivo? A convidada especial desta edição é Magda Nassar, presidente da Braztoa, que, assim como você, traz uma série de viagens no currículo. Embarque conosco nesta leitura!

A TRIP AROUND THE WORLD WITH TRAVEL AGENTS

Itineraries, destinations, maps, suggestions... everything makes part of the travel agent's routine, the person who turns clients' dream of traveling into reality. When such expert is not seat on the other side of the table, doing his or her best in order to prepare packages that match the client's profile, he or she gets the opportunity to see the world and take part in fantastic experiences among characters, languages and different cultures – speaking of it, this is the best way of giving precious tips.

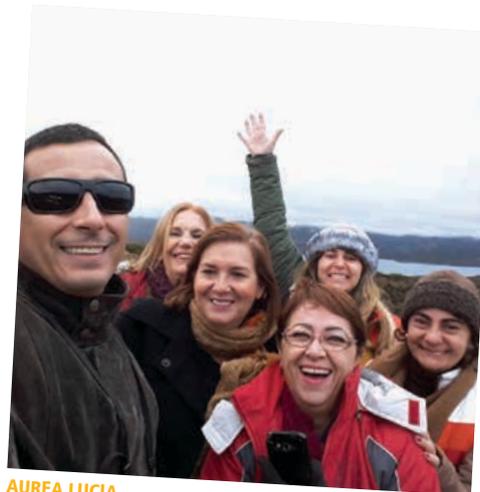
Segue Viagem knows that you, travel agent, have great stories to tell. What about sharing each one of them here, in these exclusive pages? The special guest in this edition is Magda Nassar, president of Braztoa, and, like you, she brings several trips in her baggage. All aboard in this narrative!



MAGDA NASSAR
Presidente da Braztoa
São Paulo (SP)

"Fui para a Grécia em julho de 2015. Descobri que este é um destino para todos os tipos de pessoas e idades, para famílias, casais e mesmo para quem viaja sozinho. Gostei muito da noite de Mykonos, que é animada e cheia de baladas e restaurantes. Já o dia é perfeito em Santorini, com suas praias belíssimas e um pôr do sol maravilhoso. Em resumo, é um lugar com gastronomia fantástica e lugares incríveis para descansar."

"I went to Greece in July, 2015. I found out that this is a destination for all types of people and ages, for families, couples and even for people who travel alone. I loved Mykonos' nightlife, which is exciting and full of dance clubs and restaurants. The afternoon is perfect in Santorini, with its amazing beaches and a wonderful dusk. To sum up, it is a place with fantastic gastronomy and incredible places to relax."



AUREA LUCIA
AureaTur Viagens
Taubaté (SP)

"Mendoza, além de vinícolas, oferece muitos atrativos, como hotéis luxuosos, boa gastronomia, paisagens incríveis, esportes radicais, estações de esqui, monumentos históricos e eventos típicos da cultura local. A beleza de suas paisagens e a excelente infraestrutura para o turismo a tornam adequada para receber visitantes em qualquer época do ano. O centro é arborizado e as ruas são tranquilas e seguras – você pode ir e voltar dos cassinos sem preocupações. No alto do morro Cerro de La Gloria está o monumento "Ejército de Los Andes", que vale muito a pena conhecer."

"In addition to the wineries, Mendoza offers many attractions, like luxury hotels, good gastronomy, amazing landscapes, extreme sports, ski resorts, historical monuments and traditional events of local culture. The beauty of its landscapes and the excellent tourist infrastructure make it an ideal place to host guests in any time of the year. The downtown region has many trees and streets are peaceful and safe – you can go to and come back from the casinos with no worries. The monument "Ejército de Los Andes" is set on the top of Cerro de La Gloria Mountain, and it is a good idea to visit it."



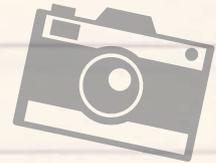
STEFANO STROPPIA
FMZ Turismo
São José do Rio Preto (SP)



GISELLA PEREIRA
Nassau Turismo
Recife (PE)



QUER APARECER AQUI?
Envie seu depoimento para
segueviagem@tendoperadora.com.br



"Portugal é um destino encantador, principalmente as cidadezinhas. Minha primeira parada foi na cidade praiana de Cascais, e a visita incluiu também Fátima – é impossível não comprar uma lembrancinha de Nossa Senhora de Fátima –, Porto, onde o pôr do sol é lindo e os restaurantes são incríveis, Guimarães e Braga, duas cidades pequenas, acolhedoras e muito bonitas, cujas pastelarias têm doces indescritíveis. Voltando de Porto fui à Praia de Nazaré, com ondas gigantes e na qual renomados brasileiros do surfe moram, e segui para Óbidos, rodeada por uma muralha impressionante e com ruelas charmosas e superaconchegantes."

"Portugal is a charming destination, mainly the little cities. My first stop was in the beach city of Cascais, and the visit also included Fatima – it is impossible not to buy a souvenir of Our Lady of Fatima –, Porto, where the sunset is beautiful and restaurants are amazing, Guimarães and Braga, both small, welcoming and so beautiful cities, which bake shops have indescribable pastries. From Porto, I went to the Nazaré Beach, with huge waves and where famous Brazilian surfers live, and then I went to Óbidos, surrounded by an impressive wall with charming and welcoming alleyways."



WANESSA FERREIRA
Grandes Viagens
Fortaleza (CE)

"Tive o prazer de realizar uma viagem deliciosa pela região de Andaluzia, no sul da Espanha. O lugar traz muitas heranças do domínio árabe, mas em nenhuma outra cidade espanhola a presença moura é tão sentida como em Granada. Os mouros deixaram para trás riqueza e esplendor, como a Fortaleza de Alhambra, o Palácio Generalife e o bairro de Albaicin, listados como Patrimônios da Humanidade pela Unesco. Alhambra é um rico complexo palaciano e uma fortaleza que alojava o monarca da dinastia Nasrida, a última muçulmana na península ibérica. A maior atração está no interior, cuja decoração contempla os principais elementos da arquitetura islâmica no país, juntamente com estruturas cristãs do século XVI. Para quem gosta de cultura e arte, recomendo esse roteiro fantástico."

"I had the pleasure of taking a delightful trip throughout the region of Andalusia, in the south of Spain. The place has so much of the Arabian heritage; however, you can feel a lot of the Moors' presence in Granada, like no other city. The Moors left behind wealthiness and splendor, like Alhambra Fortress, Generalife Palace and the district of Albaizin, declared World Heritage by UNESCO. Alhambra is a rich palace complex and a fortress that was home for the monarch of Nasrid dynasty, the last Muslim one in the Iberian Peninsula. The main attraction is inside it, which decoration presents the main elements of Islamic architecture in the country, together with the Christian structures from 16th century. For people who like culture and art, I recommend this fantastic itinerary."

"Orlando, a cidade mágica dos Estados Unidos, agrada e deslumbra públicos de todas as idades. O destino como um todo recebe e aconchega muito bem famílias brasileiras, e é exatamente por esses motivos que todos os anos Orlando faz parte das minhas férias, pois sempre há atrações diferentes para se conhecer."

"Orlando, the magical city of America, pleases and amazes people of all ages. The destination as a whole hosts Brazilian families and makes them feel welcome, and it is exactly why every year Orlando makes part of my vacation, there are always different attractions to see."



VIAGEM, CÂMERA E... AÇÃO!

VIAGEM CINEMATOGRAFICA

GRANDES SUCESSOS DE BILHETERIA FORAM GRAVADOS EM VENEZA, UMA DAS MAIS CHARMOSAS CIDADES ITALIANAS

FOTOS SHUTTERSTOCK

Veneza é um daqueles destinos naturalmente cinematográficos, cuja beleza navega nas gôndolas, em meio aos seus canais mundialmente conhecidos e à sua arquitetura rebuscada. O destino constrói uma atmosfera apaixonante; o cenário perfeito para eternizar arte e cultura.

Não à toa, muitos filmes, de clássicos a contemporâneos, já foram filmados por ali. Entre eles, *007 – Cassino Royale*, *Os Três Mosqueteiros*, *O Turista* e *Indiana Jones e a Última Cruzada* desembarcaram em terras italianas e incorporaram à produção o charme único que paira sobre a cidade. Separe a pipoca! A **Segue Viagem** preparou uma seleção de filmes que com certeza vai inspirar o seu passageiro a fazer uma viagem digna de cinema. 🍿

A CINEMATOGRAFIC TRIP

GREAT BLOCKBUSTER MOVIES HAVE ALREADY BEEN FILMED IN VENICE, ONE OF THE MOST CHARMING ITALIAN CITIES

Venice is one of those naturally cinematographic destinations, which beauty sails on the gondolas between its worldwide known canals and refined architecture. The destination creates an exciting atmosphere; the perfect scene to immortalize art and culture.

It is not coincidence that so many movies, from the classic to the contemporary ones, have been filmed there. Among them, 007 – Casino Royale, The Three Musketeers, The Tourist and Indiana Jones and the Last Crusade landed on Italian soil and incorporated to the production a unique charm that involves the city. Get the popcorn! Segue Viagem prepared a list of films that, certainly, will inspire your passenger to take an Oscar-worthy trip.

007 – CASSINO ROYALE

DIVULGAÇÃO



Mais uma vez, James Bond tem uma difícil missão: espionar uma célula terrorista que pretende destruir o mundo. Para isso, ele parte rumo a Madagascar e às Bahamas até chegar a Veneza. Uma vez na cidade italiana, grande parte da aventura se desenrola no Hotel Cipriani, um dos mais famosos e emblemáticos empreendimentos hoteleiros da Itália, símbolo máximo do glamour – e, diga-se de passagem, o pano de fundo ideal para as aventuras do elegante agente secreto.

007 – CASINO ROYALE

One more time, James Bond has a difficult mission: to spy a terrorist group which intends to destroy the world. And, to do that, he goes to Madagascar and Bahamas and, then, Venice. Arriving in the Italian city, big part of his adventure takes place at the Cipriani Hotel, one of the most famous and emblematic hotels of Italy, the main symbol of glamour – and, by the way, the ideal background for this elegant secret agent's adventures.

OS TRÊS MOSQUETEIROS

A traição de Milady em uma missão em plena Veneza é tudo o que Athos, Aramis e Porthos precisam para fazer justiça com as próprias mãos – e os três mosqueteiros ganham ainda mais força quando o jovem D'Artagnan se junta ao trio. A situação envolvendo a ex-integrante do grupo é o estopim para os quatro criarem um plano para desmascarar o rei Louis e ajudar o cardeal Richelieu a tomar o poder.

THE THREE MUSKETEERS

The betrayal of Milady in a mission right in Venice is all that Athos, Aramis and Porthos need to bring her on justice with their own hands – and the three musketeers get even more powerful when the young D'Artagnan joins the trio. The event involving the ex-member of the group lit a fuse and the four men create a plan to unmask King Louis and help the Cardinal Richelieu to take the crown.



360B/SHUTTERSTOCK.COM

O TURISTA



DIVULGAÇÃO



As histórias de Elise Clifton-Ward, amante de um rapaz procurado pela polícia por sonegar cerca de £ 700 milhões, e do professor de matemática Frank Tupelo se entrelaçam quando ambos embarcam em um trem com destino a Veneza. A bela mulher, ao se dirigir à cidade italiana para encontrar o seu amado e despistar a polícia, acaba seduzindo o professor e o colocando na mira de Reginald Shaw, um poderoso gângster que teve mais de US\$ 2 bilhões roubados pelo amante de Elise, que se submeteu a diversas cirurgias plásticas para enganar seus perseguidores e nem mesmo ela sabe como é sua atual aparência.

THE TOURIST

The destiny of Elise Clifton-Ward, lover of a man wanted by the police for evading about £ 700 million, and the professor of Mathematics Frank Tupelo will be connected when both take a train to Venice. The beautiful woman, who is going to the Italian city to meet her lover and shake the police, seduces the professor and puts him in Reginald Shaw's sights, a dangerous gangster that had \$ 2 billion stolen by Elise's lover, who has undergone many plastic surgeries to deceive his enemies and not even Elise knows how his currently face looks like.

INDIANA JONES E A ÚLTIMA CRUZADA

Indiana Jones tem acesso a um misterioso envelope com informações sobre onde estaria o lendário Santo Graal, o cálice que Jesus Cristo teria utilizado na Última Ceia. Essa informação leva o famoso arqueólogo para uma catacumba em Veneza, onde estaria escondida a relíquia. Mas quando seu pai é sequestrado pelos nazistas, o aventureiro embarca para uma missão perigosa para salvá-lo e impedir que o objeto sagrado caia em mãos erradas.

INDIANA JONES AND THE LAST CRUSADE

Indiana Jones has access to a mysterious envelope with information on where the legendary Holy Grail is, the vessel which Jesus Christ would have used in the Last Supper. And this information takes the famous archaeologist to a catacomb in Venice, place where the relic would be hidden. But when his father is kidnapped by the Nazis, the brave man goes on a dangerous mission in order to save him and keep the sacred object away from falling into the wrong hands.



JOHN GRIFFITHS



RNDMS/SHUTTERSTOCK.COM

24 HORAS EM...



A bela e histórica SALVADOR

DICAS PARA QUEM QUER EXPLORAR AO MÁXIMO, EM UM ÚNICO DIA,
OS PRINCIPAIS ATRATIVOS DA VIBRANTE CIDADE BAIANA

FOTOS SHUTTERSTOCK

Sorria, você está na Bahia! É essa frase que a maioria dos viajantes escuta assim que começa a circular por Salvador, a irresistível capital baiana. Agitada o ano inteiro – sobretudo durante o Carnaval, quando sedia uma das maiores e mais tradicionais festas do país –, não existe época melhor para conferir os seus encantos e se perder em meio às suas ruas e casarões, construções que contam grande parte da história do Brasil.

Um dia é pouco para conhecer o destino, terra da lendária Igreja Nosso Senhor do Bonfim, nome que estampa as fitinhas coloridas encontradas em toda a cidade. Mas caso o seu passageiro tenha apenas 24 horas na região, ainda assim é possível se apaixonar por ela. Confira! 📍

THE BEAUTIFUL AND HISTORIC SALVADOR

TIPS FOR PEOPLE WHO WANT TO GET THE MOST OF THE MAIN ATTRACTIONS IN THE VIBRANT BAHIA'S CITY IN JUST ONE DAY

Smile, you are in Bahia! This is the sentence that most of the travelers hear when they walk along Salvador, the irresistible Bahia's capital. The city is exciting the whole year – mainly during the Carnival, when it hosts one of the biggest and more traditional parties of the country –, there is not a specific time to see its charm and visit its streets and large houses, constructions that tell great part of Brazilian history. Just one day is not enough to see the destination, land of legendary Nosso Senhor do Bonfim Church, a name which is written on the colorful strips found in the whole city. If your passenger has only 24 hours in the region, still it is possible to fall in love with it. Check it out!

8h | PRAIA DE ITAPUÃ

ITAPUÃ BEACH



O dia começa mais bonito na famosa Praia de Itapuã. As águas mansas e esverdeadas são um convite para um demorado banho de mar, principalmente na maré baixa, momento em que se formam deliciosas piscinas naturais. Contornada por coqueiros, a orla é um convite para quem quer fazer longas caminhadas e recarregar as energias sob o sol baiano. Nos arredores da praia está o farol de mesmo nome, outro importante atrativo turístico do destino.

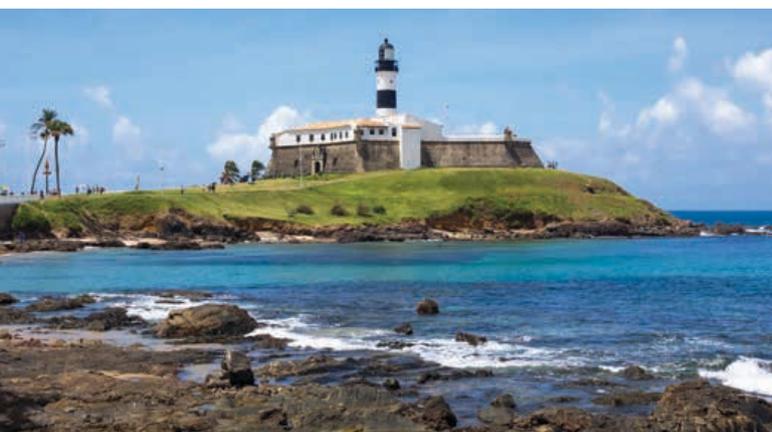
The day begins so much beautiful at the famous Praia de Itapuã. The calm and greenish waters are an invitation to a long sea bath, mainly in the low tide, moment in which delightful natural pools take place. Framed by coconut trees, the shore is an invitation for people who want to take long walks and renew the energy under Bahia's sun. In the surroundings, there is a lighthouse with the same name as the beach, another important tourist attraction of the destination.

11h | MERCADO MODELO

MERCADO MODELO

Quando a fome aparecer, a dica é ir até o Mercado Modelo. Entre cantinas e restaurantes – alguns há mais de 80 anos em funcionamento –, é a chance perfeita para saborear a incomparável culinária nordestina e, de quebra, ter acesso a 263 lojas (ou boxes) que vendem de tudo: artesanato, lembrancinhas, objetos de decoração, rendas, temperos, bebidas típicas... Pertinho dali está o Elevador Lacerda, que realiza o transporte da Cidade Baixa à Cidade Alta, onde está localizado o centro histórico.

When getting hungry, the tip is to go to the Mercado Modelo. Among cafes and restaurants – some of them opened over 80 years –, there is a perfect chance to taste the singular northeastern cuisine and also to visit 263 stores (or stands) which sell everything: handicraft, souvenir, decoration pieces, lace, spices, traditional beverages... The Elevador Lacerda (Lacerda Elevator) is near there and it makes the transportation from the Lower City to the Upper City, where the historic centre is located.



16h | FAROL DA BARRA

FAROL DA BARRA

Símbolo de Salvador, o farol é imperdível por diversos motivos: abriga o Museu Náutico e uma exposição de artefatos de navegação e objetos retirados de um naufrágio em 1668; é rodeado por uma praia de águas doces e quentinhas, a qual termina na estátua do Cristo Redentor (chamada de Morro do Cristo), e é palco para um pôr do sol espetacular, que arranca suspiros e aplausos dos visitantes. Depois de tudo isso, é só escolher um bar ou restaurante do entorno para curtir a animada noite baiana.

Salvador's symbol, the lighthouse is a can't miss site for many reasons: it includes the Nautical Museum and an exhibition of navigation artifacts and objects from a sinking in 1668; it is surrounded by a beach of calm and warm waters, ending at the Christ The Redeemer statue (called Morro do Cristo or Hill of Christ), and it is a stage to a spectacular sunset, which draws sighs and applause from the visitors. After that, it is a matter of choosing a bar or restaurant in the surroundings and enjoying the exciting Bahia's nightlife.

AGENTE LEVA!

Hospede em Salvador com o GRUPO TREND. O pacote de 5 noites no **Portobello Ondina Praia**, com café da manhã, transfer in/out e seguro-viagem, está a partir de **12x R\$ 355** por pessoa.

Confira esta e outras ofertas pelo ☎ **0800 770 7272** ou **(11) 3041 7510**.

13h | CENTRO HISTÓRICO

HISTORIC CENTRE

Classificado como Patrimônio Cultural da Humanidade, é a marca registrada da cidade, refletindo a forte influência do barroco nas construções e na arquitetura. Nenhuma viagem à Bahia é completa sem uma visita ao Pelourinho, com ladeiras repletas de casarões típicos dos séculos 17 e 18 e casinhas com fachadas coloridas. Vale, ainda, passar pela Igreja e Convento de São Francisco e deslumbrar-se com o seu interior, forrado a ouro.

Listed as a World Heritage, this is the city's trademark, reflecting the strong baroque influence in buildings and architecture. A trip to Bahia is incomplete without a visit to Pelourinho, with hills full of traditional large houses dated from 17th and 18th centuries and colorful façades. It is also important to visit São Francisco Church and Convent and get impressed with its interior covered with gold.

TATEYAMA/SHUTTERSTOCK.COM



DIVERSÃO QUE NÃO TEM HORA PARA ACABAR

FOTOS SHUTTERSTOCK

ORLANDO, MIAMI E TAMPA OFERECEM
PROGRAMAÇÃO RECHEADA MESMO DURANTE A
NOITE; CONHEÇA OS POINTS MAIS BADALADOS
DAS TRÊS CIDADES AMERICANAS DEPOIS QUE O
SOL SE ESCONDE

Ancorado principalmente no trabalho desenvolvido pela TREND TRAVEL USA, o GRUPO TREND reforça a sua presença internacional em alguns dos destinos mais requisitados do mundo: as cidades da Flórida. E para que você, agente, tenha sempre na ponta da língua atrações diferentes para indicar aos clientes que buscam mais do que visitas aos parques temáticos, a Segue Viagem separou alguns dos melhores programas noturnos em Orlando, Miami e Tampa. Restaurantes com música ao vivo, clubes com espetáculos de comédia e baladas para todas as tribos são exemplos da diversão que pode ser encontrada por ali. Ficou curioso? Então embarque em mais essa viagem com a gente!

FUN WON'T BE OVER ANY TIME SOON

ORLANDO, MIAMI AND TAMPA OFFER A FULL SCHEDULE EVEN AT NIGHT; CHECK OUT THE MOST EXCITING ATTRACTIONS OF THESE THREE AMERICAN CITIES AFTER THE SUNSET

Mainly based on the work developed by TREND TRAVEL USA, GRUPO TREND consolidates its international presence in some of the most searched destinations of the world: the cities of Florida. And, for you, travel agent, to have always in mind different attractions to tell the clients that search for more than visits to theme parks, Segue Viagem listed some of the best attractions that happen at night in Orlando, Miami and Tampa. Restaurants with live music, clubs with comedy shows and parties for all tribes are examples of entertainment that can be found there. Did you get curious? So take one more trip with us!

ORLANDO: BADALAÇÃO A NOITE TODA

Viajantes que ainda tiverem energia para gastar depois de dias inteiros nos complexos Disney, Universal e SeaWorld certamente não vão se desapontar com a variedade de opções oferecidas pela vida noturna do destino mais famoso dos Estados Unidos. Na International Drive as compras, a gastronomia e o entretenimento não param, com destaque para os shows e coquetéis do recém-inaugurado Mango's Tropical Cafe e para as performances musicais no Tin Roof Bar.

A I-Drive também é o endereço do Pointe Orlando, área que combina alimentação e lazer ao disponibilizar alternativas para todos os gostos, indo do ritmo latino do Cuba Libre Restaurant & Rum Bar ao relaxante BB King's Blues Club, revelando-se uma opção e tanto para curtir a região. Há, também, experiências mais exóticas, que incluem dançar sobre as mesas do Taverna Opa, empreendimento que promove uma viagem gastronômica e cultural à Grécia, e conhecer um bar inteirinho de gelo, como é o caso do Icebar.

No Universal CityWalk os viajantes podem ter os seus minutos de fama sob os holofotes do CityWalk's Rising Star, bar com karaokê cujo diferencial está no fato de que uma banda completa acompanha o visitante que se dispuser a cantar, inclusive dando suporte nos backing vocals. Não faltam na região atrações únicas para quem quiser dançar



RECORTE DO UNIVERSAL CITYWALK, UM DOS MUITOS POLOS DE ENTRETENIMENTO ESPALHADOS POR ORLANDO. ABAIXO, BELÍSSIMA VISTA DE DOWNTOWN ORLANDO A PARTIR DO LAGO EOLA

COLLAGE OF UNIVERSAL CITYWALK, ONE OF THE SEVERAL ENTERTAINMENT POLES IN ORLANDO. BELOW, A BEAUTIFUL VIEW OF DOWNTOWN ORLANDO FROM THE LAKE EOLA

a noite toda, curtir um cinema, comer bem ou assistir a peças de teatro – inclusive, ali estão o maior Hard Rock Cafe do mundo e o Hard Rock Live Orlando, um ao lado do outro.

Em Downtown Orlando também sobram opções pra lá de especiais, espalhadas pelos bares, restaurantes e casas de espetáculos nos distritos de Church Street e Thornton Park e nas ruas Orange Avenue e Wall Street Plaza. No Latitudes, por exemplo, é possível contemplar a vista panorâmica espetacular do centro da cidade e, de quebra, aproveitar a



ORLANDO: ACTION ALL NIGHT LONG

Travellers who still have some energy to spend after whole days at Disney, Universal and SeaWorld complexes certainly will not be disappointed with a series of options offered by the nightlife of the most famous destination of the United States. In International Drive, shopping, gastronomy and entertainment do not stop, highlighting concerts and cocktails of the recently opened Mango's Tropical Café and musical performances at Tin Roof Bar.

I-Drive is also a Pointe Orlando's address, an area which combines food and entertainment, offering options for all tastes, going from the Latin rhythm of Cuba Libre Restaurant & Rum Bar to the relaxing BB King's Blues Club, turning into a very good option to enjoy the region. There are also more exotic experiences, which include dancing on Taverna Opa's table, a restaurant that promotes a gastronomic and cultural trip to Greece, and visiting a bar made of ice, the case of Icebar.

In the Universal CityWalk, travelers can have their moments of fame under the searchlights of CityWalk's Rising Star, a karaoke bar which different feature is that a full band follows the visitor who is going to sing, and also with help of backing vocals. The region has several options for people who want to dance all night long, enjoy a movie, eat well or see some plays – by the way, the biggest Hard Rock Cafe of the world and the Hard Rock Live Orlando are situated there, one next to another.

In Downtown Orlando, there are a lot of very special options that can be found at bars, restaurants and music venues in the districts of Church Street and Thornton Park and in Orange Avenue Street and Wall Street Plaza. At latitudes, for example, it is possible to see a stunning panoramic view of the city's downtown region and also enjoy the bar's tropical atmosphere with great cocktails. Other attractions that cannot be missed, like The BOATHOUSE, Wine Room and Rocco's Tacos & Tequila Bar can be found in Downtown Disney, Winter Park and Restaurant Row, respectively.

atmosfera tropical do bar acompanhado de deliciosos drinks. Outros points imperdíveis, como The BOATHOUSE, The Wine Room e Rocco's Tacos & Tequila Bar podem ser encontrados em Downtown Disney, Winter Park e na Restaurant Row, respectivamente.

MUITO ALÉM DAS PRAIAS E COMPRAS DE MIAMI

O bairro de South Beach, na badaladíssima Miami, reúne algumas das principais atividades para quem deseja explorar tudo o que a cidade tem a oferecer após o pôr do sol. Ao longo dos 12 quarteirões da avenida litorânea Ocean Drive não faltam bares, hotéis e cafés que envolvem a todos com os apaixonantes ritmos da

salsa, do jazz, da música eletrônica e até da MPB. Passear por ali já é, por si só, interessante, uma vez que o local é ponto de encontro para pessoas de diferentes hábitos e estilos de vida.

Já os amantes da música latina são mais que bem-vindos à região de Little Havana. Por ali se encontra ampla variedade de clubes inspirados no tradicionalíssimo Cabaret Tropicana, localizado na capital cubana, e a dica é se deixar levar pelos ritmos caribenhos de altíssima qualidade que embalam os visitantes todas as noites.

Caso o passageiro passe a última sexta-feira do mês em Miami, a oportunidade é perfeita para ir à Calle Ocho (nome informal dado à 8th Street) e conferir

FAR BEYOND MIAMI'S BEACHES AND SHOPPING

The district of South Beach, in the exciting Miami, gathers some of the main activities for people who want to explore everything that the city has to offer after the sunset. Along of 12 blocks of the Ocean Drive, a coast avenue, there is a lot of bars, hotels and cafés which involve everyone with the attractive salsa, jazz and electronic music rhythms and even MPB. Just walking around there is an interesting thing to do, as it is a meeting place for people with different traditions and lifestyles.

Latin music lovers are very welcome to the region of Little Havana. There are a series of dance clubs inspired on the very traditional Cabaret Tropicana, located in Cuba's capital, and the tip is to be led by the high quality Caribbean rhythms which entertain guests every night.

If the passenger is on the last Friday of the month in Miami, the opportunity is perfect to go to Calle Ocho (informal name given to the 8th Street) and check out the Viernes Cultural's street party, with an exhibition of art pieces, music concerts and dance performances. In March, the event takes to Miami Carnival, the biggest American street party, with the presence of great names of the Latin Music.

If the idea is a more elegant dinner, Biscayne Corridor and Design District offer excellent options of entertainment with a kind of glamour touch in Downtown Miami: there are movies, music venues and sophisticated restaurants, having also a red carpet and grand piano. And the sophistication does not stop there, once the downtown region has also a ballet company, a symphony orchestra and an opera company at international level.

LATIN JOY OF TAMPA

Counting on which many people say to be the best of Florida's East Coast nightlife, Tampa became one of the world's capitals of cigars, because of the businessman Vicente Martines Ybor, who opened in 1886 a tobacco shop in the destination and, then, an intense migratory flow of Cubans to the United States began. As a result, the region where the shop was located turned into a bohemian zone today.



AR PICTURES/SHUTTERSTOCK.COM



DIVULGAÇÃO VISIT TAMPA BAY

A BADALADA OCEAN DRIVE, QUE CORTA O BAIRRO DE SOUTH BEACH, EM MIAMI, É UM DOS FOCOS DA AGITADA VIDA NOTURNA DA CIDADE. ABAIXO, UMA DAS INÚMERAS TABACARIAS DA REGIÃO DE YBOR CITY, EM TAMPA

THE EXCITING OCEAN DRIVE, WHICH CROSSES THE DISTRICT OF SOUTH BEACH, IN MIAMI, AND IT IS ONE OF THE PLACES IN THE CITY WHERE IS THE NIGHTLIFE ACTION. BELOW, ONE OF THE SEVERAL TOBACCO SHOPS OF YBOR CITY'S REGION, IN TAMPA



a festa de rua da Viernes Cultural, com exposições de obras de arte e apresentações musicais e de dança. Em março, o evento culmina no Carnaval Miami, a maior festa de rua americana, prestigiada por grandes nomes da música latina.

Se a ideia for um jantar mais elegante, o Biscayne Corridor e o Design District oferecem excelentes opções de entretenimento com certo toque de glamour em Downtown Miami: há cinemas, casas de espetáculo e restaurantes sofisticados, com direito a tapete vermelho e até pianos de cauda. E o requinte não para por aí, já que o centro da cidade também abriga um grupo de ballet, uma orquestra sinfônica e uma companhia de ópera de nível internacional.

A ALEGRIA LATINA DE TAMPA

Contando com o que muitos dizem ser a melhor vida noturna da costa oeste da Flórida, Tampa se transformou em uma das capitais mundiais do charuto graças ao empreendedor Vicente Martines Ybor, que em 1886 inaugurou uma tabacaria no destino e, assim, deu início a um intenso fluxo migratório de cubanos para os Estados Unidos. Como resultado, a

região onde estava a loja hoje se tornou uma zona boêmia.

Chamada de Ybor City, a área reúne vários clubes noturnos, casas de espetáculo, boates, discotecas, bares, cafés e lanchonetes, muitas delas especializadas em sanduíches cubanos.

Um dos destaques aqui vai para o Columbia Restaurant, um dos maiores e mais antigos restaurantes hispânicos das Américas, fundado no fim do século 19 como um pequeno café e posteriormente expandido até ocupar todo um quarteirão na 7th Avenue – ou La Sétima, como é conhecida localmente.

O bairro reúne mais de 30 bares e casas de espetáculo com apresentações ao vivo, com estilos que variam entre o country, jazz, blues, reggae e rock, entre outros. Vale conferir, ainda, o Ybor Center, prédio de dois andares que vem se firmando como um importante centro de entretenimento.

Outro ponto interessante de Tampa é a Channelside Drive Bay Plaza, repleta de lojas, restaurantes e cinemas. Lá, uma noite de muita diversão está garantida para quem visitar o Howl at The Moon, piano bar no qual as gorjetas dos clientes podem dar direito a pedidos especiais de músicas, tocadas ao vivo por dois talentosos pianistas. 🎹

A CHARMOSA E ILUMINADA CHANNELSIDE DRIVE BAY PLAZA, EM TAMPA, COM OPÇÕES DIVERSIFICADAS PARA QUEM QUISER CURTIR A NOITE NO DESTINO EM GRANDE ESTILO

THE CHARMING AND ILLUMINATED CHANNELSIDE DRIVE BAY PLAZA, IN TAMPA, WITH DIFFERENT OPTIONS FOR PEOPLE WHO WANT TO ENJOY THE NIGHT IN STYLE IN THE DESTINATION

Called Ybor City, the area gathers many night clubs, music venues, dance clubs, discos, bars, cafés and restaurants, many of them expert in Cuban sandwiches. One of the highlights here goes to Columbia Restaurant, one of the biggest and oldest Hispanic restaurants of the Americas, founded in the late 19th century with a small café and later expanded until occupy a whole block in 7th Avenue – or La Sétima, as it is locally known.

The district gathers more than 30 bars and music venues with live concerts and music styles that go from country, through jazz, blues, reggae and rock, among others. Also, Ybor Center is worth a visit, a two-floor building which has been consolidating as an important entertainment centre.

Another interesting place of Tampa is the Channelside Drive Bay Plaza, full of shops, restaurants and movies. There, an exciting night is guaranteed for people who want to visit the Howl at The Moon, a piano bar in which tips that clients give can be a special opportunity to choose songs, live played by two talented pianists.

PALADAR COSMOPOLITA

BONS RESTAURANTES NÃO FALTAM EM ORLANDO, A QUERIDINHA DOS BRASILEIROS NOS ESTADOS UNIDOS

..... FOTOS DIVULGAÇÃO

Decidir o que fazer e onde comer em uma cidade tão cheia de atrativos quanto Orlando não é tarefa fácil. Mas e se você tivesse ao alcance das mãos dicas preciosas de quem vive lá há muito tempo, está por dentro de todas as novidades e, acima de tudo, conhece o mercado norte-americano melhor do que ninguém?

A **Segue Viagem** inaugura aqui um espaço reservado para Jay Santos, vice-presidente do GRUPO TREND, head da TREND TRAVEL USA e especialista em Estados Unidos. Nesta primeira edição ele indica três restaurantes imperdíveis e muito visados pelos brazucas que desembarcam por ali. Dá só uma olhada! 📷

COSMOPOLITAN TASTE

GOOD RESTAURANTS ARE ABUNDANT IN ORLANDO, THE BRAZILIAN'S FAVORITE CITY IN THE UNITED STATES

To decide what to do and where to eat in a city full of attractions as Orlando is not an easy task. But what if you had precious tips given by someone who lives there for a long time, someone who is up-to-date with the latest news and, above all, someone who knows the North American market better than anybody?

Segue Viagem opens here a space for Jay Santos, vice-president at GRUPO TREND, head of TREND TRAVEL USA and an expert in United States. In this first edition, he recommends three can't-miss restaurants, which are very appreciated by "brazucas" (an informal way to say Brazilians) that disembark there. Take a look!

BRIO TUSCAN GRILLE: at Mall at Millenia or in the beautiful region of Winter Park, both are the unities closer to Disney complex, Brio is a good option for Italian food lovers. Pasta is the restaurant's signature (of course!), but there are options like salads, meat and sea fruits. The menu includes tasteful entrées – a highlight to the fantastic carpaccios – cocktails and disserts.

BENIHANA: the restaurant chain is famous not only for its different menu, based on Japanese cuisine, but also because its friendly environment, ideal for families and friends. The reason is simple: the chef cooks meals in big tables while guests can check it closely.

Chinese food's fans are equally welcome, because the menu also offers traditional yakissobas.

CEDAR'S RESTAURANT: attentive and friendly service, comfortable environment and high quality Lebanese dishes are the three pillars that lead the experience of who chooses Cedar's for lunch or dinner. On the menu, traditional delicacies coming from the homeland of the owner Charbel Saab, como quibe cru, assado ou frito, falafel, pasta de grão de bico e shanklish (queijo árabe), dão o tom e convidam o visitante para uma viagem gastronômica de dar água na boca.



BRIO TUSCAN GRILLE: seja no Mall at Millenia ou na bela região de Winter Park, as duas unidades mais próximas do complexo Disney, o Brio é uma ótima pedida para os amantes de comida italiana. As massas são o carro-chefe da casa (é claro!), mas há opções de saladas, carnes e frutos do mar. O menu inclui deliciosas entradas – destaque para os fantásticos carpaccios –, drinques e sobremesas.



BENIHANA: a rede construiu a sua fama não apenas pelo menu diferenciado, baseado na culinária japonesa, mas também pelo ambiente descontraído, ideal para famílias e grupos de amigos. O motivo é simples: o chef prepara a comida em grandes mesas enquanto os visitantes acompanham tudo de pertinho. Fãs de comida chinesa são igualmente bem-vindos, pois no cardápio constam ainda os tradicionais yakissobas.



CEDAR'S RESTAURANT: atendimento atencioso e gentil, ambiente aconchegante e pratos libaneses de altíssima qualidade são os três pilares que norteiam a experiência de quem escolhe o Cedar's para o almoço ou o jantar. No cardápio, iguarias típicas da terra natal do proprietário Charbel Saab, como quibe cru, assado ou frito, falafel, pasta de grão de bico e shanklish (queijo árabe), dão o tom e convidam o visitante para uma viagem gastronômica de dar água na boca.



**ESPECIAL
ESTADOS
UNIDOS
PARQUES,
CIRCUITOS,
CRUZEIROS
E MUITO
MAIS!**



GRUPO TREND



FLÓRIDA



**COSTA
LESTE &
OESTE**



CIRCUITOS



CRUZEIROS

FLÓRIDA



A VIAGEM DOS SONHOS fica ainda mais completa com atrações incríveis.

Descubra as facilidades para comprar ingressos:



Melhores preços do mercado;



**Parcelamento em 12x sem juros
no cartão e sem entrada;**



Compra 100% on-line;



Mais facilidade no boleto bancário;



Suporte 24 horas.

WALT DISNEY WORLD RESORT®

A melhor experiência de férias: aproveite benefícios exclusivos para hóspedes dos resorts Disney®.

- ✓ Transporte gratuito entre o Aeroporto Internacional de Orlando e o *Walt Disney World Resort*® por meio do *Disney's Magical Express*®;
- ✓ Transporte gratuito dentro do *Walt Disney World Resort*®;
- ✓ Estacionamento grátis em todos os parques, hotéis e outras áreas do *Walt Disney World Resort*®;
- ✓ Horas mágicas extras: aproveite horas adicionais em atrações selecionadas em um parque por dia (é necessário ter entrada para o parque temático e identificação do hotel resort, ambas válidas);
- ✓ Os hóspedes podem solicitar que as compras feitas nos parques temáticos sejam entregues no quarto do hotel, em vez de carregá-las durante o dia;
- ✓ Wi-fi incluso e disponível nos quartos, restaurantes e espaços públicos;
- ✓ As MagicBands* são pulseiras tecnológicas inovadoras que os hóspedes recebem ao fazer o registro no hotel. Com este dispositivo, eles podem abrir a porta do quarto, entrar nos parques temáticos (com ingresso válido) e até pagar suas compras em lojas e restaurante selecionados.

***As MagicBands estão inclusas para visitantes com reservas de hotéis do *Walt Disney World Resort*® e estão disponíveis para compra em locais de venda de produtos selecionados. Deve ser apresentado um cartão de crédito válido no check-in do hotel *Walt Disney World Resort*®. Compras feitas com as MagicBands serão debitadas da conta do hotel *Walt Disney World Resort*®.**

WALT DISNEY WORLD RESORT®

Aproveite o Walt Disney World Resort® pagando 4 e ganhando o 5º dia.

INGRESSOS MAGIA À SUA MANEIRA:

4 DIAS + 1 Free Básico	4 DIAS + 1 Free Park Hopper	4 DIAS + 1 Free Básico com opção Parque Aquático e Mais Diversão	4 DIAS + 1 Free Park Hopper Parque Aquático e Mais Diversão
			
ADULTO USD 371,00 CRIANÇA USD 348,00	ADULTO USD 432,00 CRIANÇA USD 410,00	ADULTO USD 426,00 CRIANÇA USD 404,00	ADULTO USD 461,00 CRIANÇA USD 438,00



Orlando Férias e Magia Disney • 5 NOITES

DISNEY'S ALL-STAR MOVIES ★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 20/02/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + 4 dias de ingresso Magia à Sua Maneira Básico + transfer in/out + transfer pelos parques com o Magical Express + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 114,00	MANAUS USD 143,00	BELO HORIZONTE USD 141,00	BRASÍLIA USD 143,00	PORTO ALEGRE USD 141,00	RECIFE USD 143,00	RIO DE JANEIRO USD 134,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

WALT DISNEY WORLD RESORT®



Orlando Carnaval com hotel Walt Disney World Resort®

• 5 NOITES

DISNEY'S CARIBBEAN BEACH RESORT ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 24/02/2017 a 01/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + 4 dias de ingresso Magia à Sua Maneira Básico + transfer in/out + transfer pelos parques com o Magical Express + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 174,00	USD 202,00	USD 202,00	USD 202,00	USD 200,00	USD 202,00	USD 193,00



Orlando Férias e Magia Disney • 5 NOITES

DISNEY'S POLYNESIAN RESORT ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 30/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + 4 dias de ingresso Magia à Sua Maneira Básico + transfer in/out + transfer pelos parques com o Magical Express + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 218,00	USD 247,00	USD 245,00	USD 247,00	USD 245,00	USD 247,00	USD 238,00

UNIVERSAL ORLANDO RESORT™

PRIME VALUE

PREFERRED

PREMIER

HOTÉIS UNIVERSAL ORLANDO RESORT™

EVITE AS FILAS REGULARES + acesso Universal ExpressSM
Unlimited às atrações selecionadas no valor de **USD 89,00[^]** por pessoa,
por dia. Requer ingressos válidos para o parque temático.



Entrada antecipada** para o The Wizarding World of Harry Potter™
uma hora antes da abertura do parque temático.
É necessário ingresso válido para os parques temáticos.



Transporte grátis e percursos a pé para ambos os
parques temáticos e Universal CityWalk®.

Ônibus

Taxis aquáticos
Ônibus

Taxis aquáticos
Ônibus

Taxis aquáticos
Ônibus

Taxis aquáticos
Ônibus

Privilégios de pagamento de despesas com a chave do quarto
em todo o complexo.



Acesso gratuito para locais de entretenimento ao vivo no
Universal CityWalk® durante a estada.



Entrega gratuita dos produtos comprados em todo o complexo
diretamente no quarto do hotel.



Assento preferencial em restaurantes selecionados de todo o resort.



Transporte grátis agendado^^ para o parque aquático Wet'n
Wild® Orlando, SeaWorld® e Aquatica™.



Ingressos	Adulto	Criança (3-9 anos)	Validade
Blue Man Group	USD 56,00	USD 30,00	31/12/2016
2-Park Bônus Ticket ¹	USD 236,00	USD 225,00	31/12/2016
2-Park Explorer Ticket ²	USD 316,00	USD 305,00	de 01/01/2017 a 31/12/2017
3-Park Explorer Ticket ³ com Volcano Bay	USD 316,00	USD 305,00	de 01/06/2017 a 31/12/2017

+ Requer ingresso para o parque temático. O benefício não é válido para visitantes do Universal's Cabana Bay Beach Resort e do Loews Sapphire Falls Resort: disponível apenas para compra. Não válido para Harry Potter and the Forbidden Journey™, Harry Potter and the Escape from Gringotts™ e algumas outras atrações. Não válido para Hogwarts™ Express. Válido apenas para os visitantes durante a estada no hotel, conforme indicado no passe Universal Express Unlimited. Disponível apenas durante as horas de funcionamento normal do parque temático. Não válido para eventos especiais com ingressos vendidos separadamente ou para Wet'n Wild®. Restrições adicionais podem ser aplicadas, e os benefícios estão sujeitos a alterações sem aviso prévio. ^ Com base no pico sazonal dos preços de entrada do Universal Express Unlimited. ** Requer ingresso para o parque temático. A entrada antecipada no parque começa 1 (uma) hora antes do horário regular da abertura do parque em 1 (um) parque temático do Universal Orlando, conforme determinado pelo Universal Orlando. Válida para atrações selecionadas em cada parque. O Universal Orlando® Resort reserva-se o direito de abrir atrações alternativas no caso de surgir problema técnico ou a abertura de uma atração ser adiada. Restrições adicionais podem ser aplicadas. † O acesso CityWalk® não é válido para shows e eventos especiais vendidos separadamente. Alguns locais exigem 21 anos de idade ou mais para a entrada. É necessário apresentar documento de identificação válido com fotografia. Não inclui entrada para o AMCR Universal Cineplex 20 with IMAXR, o espetáculo do Blue Man Group ou Hollywood Drive-in Golf™. Sujeito a disponibilidade. Restrições podem ser aplicadas, e os benefícios estão sujeitos a alteração sem aviso prévio. ^^ Transporte agendado para o Wet'n Wild® é fornecido pelo Super Star Shuttle com saídas com base no horário de funcionamento dos estabelecimentos. O transporte deve ser agendado um dia antes e até 30 minutos antes da partida. O serviço de transporte não funciona no modo contínuo. Cartões de embarque para o Super Star Shuttle são necessários e disponibilizados no Attraction Ticket Center, localizado no lobby do hotel. Não é válido para eventos especiais ou grupos.

UNIVERSAL ORLANDO RESORT™

CopaAirlines 

A STAR ALLIANCE MEMBER 

AVIS®



Orlando Férias de Janeiro • 6 NOITES

UNIVERSAL'S CABANA BAY RESORT • PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 20/02/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 6 noites de hospedagem + ingresso Universal Orlando Resort™ 2-Park Explorer* + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 103,00	USD 126,00	USD 125,00	USD 126,00	USD 125,00	USD 126,00	USD 119,00



Orlando Show, Compras & Diversão • 4 NOITES

LOEWS SAPPHIRE FALLS RESORT • PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + transfer in/out + ingresso Universal Orlando Resort™ 2-Park Explorer* + ingresso para o show do Blue Man Group + tour de compras + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 115,00	USD 140,00	USD 138,00	USD 140,00	USD 138,00	USD 140	USD 132,00



Orlando Carnaval • 6 NOITES

HARD ROCK HOTEL® • PERÍODO DE VIAGEM: 24/02/2017 a 02/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 6 noites de hospedagem + ingresso Universal Orlando Resort™ 2-Park Explorer* + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.



Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	BELO HORIZONTE	PORTO ALEGRE	BRASÍLIA	MANAUS	RECIFE
USD 183,00	USD 200,00	USD 206,00	USD 206,00	USD 207,00	USD 207,00	USD 207,00

*O ingresso Universal Orlando™ 2 Park Explorer Ticket dá direito a visitas ilimitadas aos parques Universal Studios Florida™, Universal's Islands of Adventure™ e a selecionadas casas de entretenimento ao vivo do Universal CityWalk™ ("CityWalk") todos os dias durante o período de catorze (14) dias consecutivos, a contar do primeiro dia de uso do ingresso, a um (1) visitante. Para desfrutar os quatorze (14) dias consecutivos, o ingresso deve ser usado antes da data de vencimento impressa no ingresso. Dias não utilizados serão perdidos. Os ingressos não são reembolsáveis nem transferíveis e devem ser utilizados pelo mesmo visitante todos os dias. Válido somente durante o horário normal de funcionamento dos parques temáticos. Parques, atrações ou entretenimento podem: fechar devido a reformas, capacidade, condições climáticas ou eventos especiais; alteração no horário de funcionamento; ou sofrer alterações sem aviso prévio e sem responsabilidade dos proprietários do Universal Orlando Resort™ ("Universal"). O ingresso acima não é válido para eventos e shows com ingressos separados dentro dos parques temáticos do Universal ou nas casas de entretenimento do CityWalk™. Algumas casas do CityWalk™ exigem 21 anos ou mais para admissão. Não inclui entrada para o AMC® Universal Cineplex 20 with IMAX®, Blue Man Group ou Hollywood Drive-In Golf™. Restrições adicionais podem ser aplicadas, e os benefícios estão sujeitos a alterações sem aviso prévio. A menos que se indique o contrário, o estacionamento não está incluso e não há descontos em alimentos ou mercadorias. Necessário apresentar documento de identificação válido com foto. *Requer ingresso válido aos parques temáticos. Válido apenas nos parques temáticos do Universal Studios Florida™ e Universal's Islands of Adventure™. Não é válido em selecionadas atrações e em eventos especiais com ingressos separados. O benefício não é válido para hóspedes do Universal's Cabana Bay Beach Resort e do Loews Sapphire Falls Resort; disponível apenas para compra. Válido para os hóspedes durante sua estada no hotel, conforme indicado no ingresso Universal Express Unlimited. Disponível apenas durante o horário normal de funcionamento do parque temático. Não válido para eventos especiais com ingressos vendidos separadamente ou para o Wet 'n Wild®. Restrições adicionais podem ser aplicadas e os benefícios estão sujeitos a alterações sem aviso prévio. © 2016 BMP. Cabana Bay Beach Resort © 2016 UCF Hotel Venture II. All rights reserved. Sapphire Falls Resort TM & © UCF Hotel Venture III. All rights reserved. Hard Rock Hotel® Hard Rock Cafe International (USA), Inc. Universal elements and all related indicia TM & © 2016 Universal Studios. All rights reserved.

SEAWORLD PARKS



SeaWorld Orlando

1 Single Day SeaWorld

A partir de:

USD **92,00**
por pessoa.

OPCIONAIS:

Dine With Shamu:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 36,00	USD 24,00

All Day Dining Deal:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 45,00	USD 25,00

Quick Queue SeaWorld:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 36,00	USD 36,00



Busch Gardens Tampa

1 Single Day Busch Gardens

A partir de:

USD **92,00**
por pessoa.

OPCIONAIS:

Serengeti Safari:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 38,00	USD 38,00

All Day Dining Deal:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 45,00	USD 25,00

Quick Queue Busch Gardens:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 42,00	USD 42,00

COMBO INGRESSO ESCOLHA A SUA AVENTURA

2 visitas: USD **110,00**

3 visitas: USD **121,00**

Visitas ilimitadas: USD **148,00**



Discovery Cove

Inclui: ingressos para SeaWorld e Aquatica.

Day Resort Package com nado, a partir de:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 259,00	USD 191,00

ULTIMATE Package com nado, a partir de:

ADULTO:	CRIANÇA:
USD 287,00	USD 220,00

OPCIONAIS: SeaVenture: ADULTO: USD **74,00**

I-DRIVE 360°

O mais novo centro de entretenimento de Orlando está localizado no coração da International Drive, sendo parada obrigatória para quem visita a cidade. Inaugurado em maio de 2015, o complexo conta com várias lojas, restaurantes, bares, atrações como Coca-Cola® Orlando Eye, Madame Tussauds Orlando e SEA LIFE Orlando, e muita diversão para todas as idades.



1

ATRAÇÃO

Ingresso de um dia para visita a uma das três atrações: Madame Tussauds Orlando, SEA LIFE Orlando ou Coca-Cola® Orlando Eye.

ADULTO	CRIANÇA
USD 24,00	USD 18,00

2

ATRAÇÕES

Ingresso de um dia para visita a duas das três atrações: Madame Tussauds Orlando, SEA LIFE Orlando ou Coca-Cola® Orlando Eye.

ADULTO	CRIANÇA
USD 35,00	USD 30,00

3

ATRAÇÕES

Ingresso de um dia para Madame Tussauds Orlando, SEA LIFE Orlando e Coca-Cola® Orlando Eye.

ADULTO	CRIANÇA
USD 43,00	USD 37,00

COMBO 4

ATRAÇÕES

Ingresso de um dia para Madame Tussauds Orlando, SEA LIFE Orlando, Coca-Cola® Orlando Eye + ingresso para Legoland Florida.

ADULTO	CRIANÇA
USD 119,00	USD 112,00

LEGOLAND®



Legoland® Florida

Voltado para famílias e crianças de 2 a 12 anos, o parque conta com mais de 50 opções de entretenimento, entre shows, atrações interativas, restaurantes, centro de compras e muito mais. Localizado em Winter Haven, na Flórida, o complexo está a 45 minutos de Orlando.



Legoland® Water Park

Dentro do complexo da Legoland®, o parque aquático da LEGO® é voltado para as crianças, mas não deixa adulto nenhum passando vontade. Com alguns brinquedos mais radicais, os mais crescidos também se divertem e relembram a infância. Tudo isso em um mundo fantástico com mais de 50 milhões de pecinhas de LEGO® e 600 km² de atrações.



Legoland® Florida

Ingresso de 1 dia:

ADULTO	CRIANÇA
USD 83,00	USD 76,00

Combo

Ingresso de 1 dia para o Legoland® Florida e Legoland® Water:

ADULTO	CRIANÇA
USD 101,00	USD 95,00

CASAS

Pode entrar, a casa é sua. Conheça toda a comodidade de locar casas em Orlando e ofereça uma experiência inesquecível para o seu cliente.



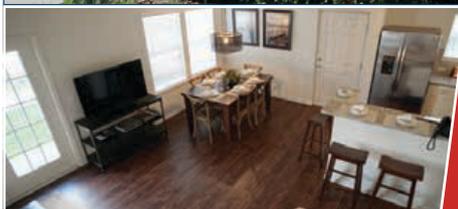
Condomínio Lucaya Village

O Lucaya Village está a 10 minutos da Disney e conta com fácil acesso aos parques da Universal Studios e aos principais centros de compras de Orlando, como o Premium Outlets e o The Mall at Millenia. Com casas de três e quatro dormitórios, oferece completa estrutura e segurança. Em uma região arborizada, organizada e com áreas agradáveis para desfrutar o final da tarde com amigos e família, o condomínio conta com recepção, estacionamento, sala de ginástica, wi-fi grátis e área de lazer com piscina, playground e jacuzzi.

PERÍODO DE VIAGEM: 01/01/2017 a 31/03/2017

Diárias a partir de:

USD **255,00**



FACILIDADES:

- Ar-condicionado;
- Clubhouse e academia comunitária;
- Piscina;
- Lava-louças;
- Chamadas grátis;
- Secador de cabelo;
- Estacionamento;
- Sofá-cama;
- Internet wi-fi.

CONFIGURAÇÃO:

- Até 9 pessoas;
- 4 quartos;
- 3 banheiros.



Condomínio Paradise Palms

Modernas, espaçosas e confortáveis, as casas no condomínio Paradise Palms oferecem comodidade e conveniência a poucos minutos dos parques Walt Disney World. O resort conta com casas de quatro, cinco e seis quartos, todas com piscina privativa. Entre as opções de lazer do clubhouse estão piscina estilo resort, com cascatas, escorregador e hidromassagem, cinema com 50 lugares, academia de ginástica, quadras poliesportivas, lanchonete, fliperama e lojas de conveniência.

PERÍODO DE VIAGEM: 01/01/2017 a 31/03/2017

Diárias a partir de:

USD **338,00**



FACILIDADES:

- Piscina privativa;
- Clubhouse;
- Lava-louças.

CONFIGURAÇÃO:

- Até 9 pessoas;
- 4 quartos;
- 3 banheiros.

CASAS



Condomínio Bella Vida

O Bella Vida Resort está a poucos minutos do Walt Disney World, Universal Studios, SeaWorld e de várias outras atrações de Orlando. O condomínio conta com um grande clubhouse e vários lagos em seu entorno. Entre as opções de lazer, piscina, cybercafé, sala de ginástica, quadras poliesportivas, playground e jardins italianos entram no pacote. Os hóspedes podem desfrutar a estrutura e aproveitar todas as atrações dos parques. Além disso, o resort está a uma hora de Tampa, um dos destinos mais famosos da Flórida.

PERÍODO DE VIAGEM: 01/01/2017 a 31/03/2017

Diárias a partir de:

USD **350,00**



FACILIDADES:

- Ar-condicionado;
- Clubhouse;
- Academia comunitária;
- Piscina privativa;
- Piscina comunitária;
- Lava-louças;
- TV e DVD player;
- Estacionamento;
- Sala de jogos;
- Chamadas grátis;
- Internet wi-fi.

CONFIGURAÇÃO:

- Até 12 pessoas;
- 6 quartos;
- 5 banheiros.



Condomínio Windsor Hills

A 5 minutos da entrada para o Walt Disney World, o Windsor Hills oferece muita comodidade com opções de dois e seis quartos com piscina privativa. Na área de lazer, uma luxuosa piscina, fontes, toboágua e spa fazem a alegria dos hóspedes. O clubhouse possui, ainda, uma incrível vista para a piscina e oferece sala de jogos, sala de cinema HD, fitness center, mesas de bilhar, área de jogos e loja de conveniência.

PERÍODO DE VIAGEM: 01/01/2017 a 31/03/2017

Diárias a partir de:

USD **485,00**



FACILIDADES:

- Piscina privativa;
- Ar-condicionado;
- Clubhouse e air hockey;
- CD player;
- Academia comunitária;
- Lava-louças;
- TV e DVD player;
- Sala de jogos;
- Secador de cabelo;
- Estacionamento;
- Sofá-cama;
- Internet wi-fi.

CONFIGURAÇÃO:

- Até 14 pessoas;
- 6 quartos;
- 4 banheiros.

MIAMI

CopaAirlines
A STAR ALLIANCE MEMBER

AVIS®



Miami Praia e Compras • 4 NOITES

BEST WESTERN ATLANTIC BEACH ★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + transfer in/out + tour de compras + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 104,00	USD 110,00	USD 111,00	USD 116,00	USD 116,00	USD 116,00	USD 116,00



Miami em Família • 5 NOITES

RESIDENCE INN AVENTURA MALL ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + 3 atrações com o Miami and The Key Explorer (com mais de 25 opções de pontos a serem visitados) + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 116,00	USD 123,00	USD 125,00	USD 130,00	USD 130,00	USD 130,00	USD 130,00



Miami no Carnaval • 4 NOITES

YVE HOTEL MIAMI ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 24/02/2017 a 28/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + transfer in/out + jantar no Hard Rock Cafe + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 124,00	USD 130,00	USD 128,00	USD 138,00	USD 138,00	USD 138,00	USD 138,00

PALM BEACHES



Palm Beaches para Famílias • 4 NOITES

THE BREAKERS ★★★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 20/02/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 215,00	MANAUS USD 221,00	BELO HORIZONTE USD 223,00	BRASÍLIA USD 228,00	PORTO ALEGRE USD 228,00	RECIFE USD 228,00	RIO DE JANEIRO USD 228,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------



Miami com Boca Raton Resort and Club • 5 NOITES

FONTAINEBLEAU MIAMI BEACH ★★★★★ | BOCA RATON RESORT AND CLUB | WALDORF ASTORIA RESORT ★★★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + locação de car ro conversível com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 178,00	MANAUS USD 183,00	BELO HORIZONTE USD 185,00	BRASÍLIA USD 190,00	PORTO ALEGRE USD 190,00	RECIFE USD 190,00	RIO DE JANEIRO USD 190,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------



Paraíso das compras em Miami e Palm Beaches • 5 NOITES

BEST WESTERN ATLANTIC BEACH ★★★★★ | HILTON WEST PALM BEACH ★★★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 210,00	MANAUS USD 202,00	BELO HORIZONTE USD 212,00	BRASÍLIA USD 216,00	PORTO ALEGRE USD 216,00	RECIFE USD 216,00	RIO DE JANEIRO USD 216,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

PALM BEACHES



Sol e Praia em Delray e Juno Beach • 4 NOITES

HYATT PLACE DELRAY ★★★★★ | JUPITER BEACH RESORT ★★★★★
 PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 166,00	MANAUS USD 169,00	BELO HORIZONTE USD 175,00	BRASÍLIA USD 183,00	PORTO ALEGRE USD 183,00	RECIFE USD 183,00	RIO DE JANEIRO USD 183,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------



Palm Beach Gardens para Golfistas • 5 NOITES

PGA NATIONAL RESORT & SPA ★★★★★
 PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + locação de carro conversível com seguro e km livre + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 211,00	MANAUS USD 221,00	BELO HORIZONTE USD 219,00	BRASÍLIA USD 216,00	PORTO ALEGRE USD 216,00	RECIFE USD 216,00	RIO DE JANEIRO USD 216,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------



Descubra mais vantagens na locação de carros no exterior.



- Atendimento rápido e sem filas;
- Frota nova e constantemente atualizada;
- Smoking free - veículos sem odor de cigarro;
- Voucherless - sem necessidade de apresentar voucher impresso;
- Contrato em português mediante solicitação;
- RSN free - assistência gratuita em rodovias, disponível na tarifa all inclusive com GPS;
- Condutores entre 21 a 24 anos isentos de taxa adicional*;
- Reembolso de diárias pagas e não utilizadas.

* Reservas pré-pagas no Brasil e apenas para frota Standart (A, B, C, D, E, F, G, K e W).

COSTA LESTE & OESTE





NOVA YORK



Nova York • 5 NOITES

WELLINGTON HOTEL ★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + transfer in/out + city pass + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 156,00	MANAUS USD 165,00	BELO HORIZONTE USD 160,00	BRASÍLIA USD 166,00	PORTO ALEGRE USD 166,00	RECIFE USD 166,00	RIO DE JANEIRO USD 166,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

PASSEIOS E EXPERIÊNCIAS ESPECIAIS EM NYC:



One World Observatory

Valor por pessoa a partir de: USD **35,00**



NYC by night - City tour noturno por NYC

Valor por pessoa a partir de: USD **40,00**



Passeio de helicóptero - The Big Apple Tour

Valor por pessoa a partir de: USD **270,00**



Ceia de Réveillon a bordo do Spirit of New York Year's Eve Dinner Cruise:

Inclusos: jantar e bebidas.

Valor por pessoa a partir de: USD **470,00**



Vista do One World Observatory.

LAS VEGAS

CopaAirlines 

A STAR ALLIANCE MEMBER 



Las Vegas Temporada de Inverno 6 NOITES

MONTE CARLO LAS VEGAS RESORT AND CASINO ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 22 a 28/01/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 6 noites de hospedagem + transfer in/out + city tour noturno + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO USD 103,00	MANAUS USD 100,00	BELO HORIZONTE USD 102,00	BRASÍLIA USD 106,00	PORTO ALEGRE USD 106,00	RECIFE USD 106,00	RIO DE JANEIRO USD 115,00
--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------

PASSEIOS ESPECIAIS PARA UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA:



ESTAÇÃO DE SKI Mount Charleston

Inclui: 1 dia de ski lift + skis ou snowboards + botas + bastões + transfer in/out para a estação.

Data: 01 a 31/01/2017

Valor por pessoa a partir de: USD **460,00**

LAS VEGAS



Carnaval em Las Vegas

• 5 NOITES

EXCALIBUR HOTEL AND CASINO ★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 25/02 a 02/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 5 noites de hospedagem + transfer in/out + city tour noturno + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x,
com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 161,00	USD 95,00	USD 80,00	USD 102,00	USD 102,00	USD 102,00	USD 112,00



Que tal se casar ou renovar os votos em Las Vegas?

Inclui: transfer in/out + city tour em helicóptero pela Las Vegas Boulevard + transfer por Las Vegas + cerimônia na Capela Graceland com marcha nupcial tradicional e narração em português + buquê de rosas para a noiva e rosa de lapela para o noivo + fotografia profissional + limousine e champagne para os noivos + certificado de casamento.

A partir de 12x:

USD 154,00
por pessoa.

Validade: 31/03/2017



LAS VEGAS AINDA MELHOR:

AVIS®



Reno • 3 NOITES

HOTEL HYATT PLACE RENO ★★★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: 3 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

VISITAS QUE SÃO UMA VERDADEIRA EXPERIÊNCIA:

- Museu do Automóvel;
- Visita aos cassinos Silver e El Dorado.

 Caso preferir, consulte aéreo para Las Vegas, Nevada.

A partir de 12x:

usd **32,00**
por pessoa.



Lake Tahoe - Temporada de Inverno 7 NOITES

LAKE TAHOE RESORT ★★★★★

PERÍODO DE VIAGEM: 01/12/2016 a 31/03/2017

Inclui: 7 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + seguro-viagem.

VISITAS QUE SÃO UMA VERDADEIRA EXPERIÊNCIA:

- Aproveite a temporada de neve para esquiar nas estações Squaw Valley, Heavenly e Sierra at Tahoe;
- À noite, visita às famosas casas noturnas.

 Caso preferir, consulte aéreo para Las Vegas, Nevada.

A partir de 12x:

usd **80,00**
por pessoa.

HOLLYWOOD

CALIFÓRNIA

Assistência no aeroporto e guia particular.



Los Angeles Fly & Drive • 4 NOITES

HOTEL ANGELENO ★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + assistência no aeroporto + guia com city tour + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 132,00	USD 140,00	USD 155,00	USD 135,00	USD 155,00	USD 132,00	USD 144,00



San Francisco Fly & Drive • 4 NOITES

ORCHARD HOTEL ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: aéreo ida e volta, voando Copa Airlines + 4 noites de hospedagem + locação de carro econômico com seguro e km livre + assistência no aeroporto + guia com city tour + seguro-viagem.

Valor por pessoa em apartamento duplo a partir de 12x, com saídas de:

SÃO PAULO	MANAUS	BELO HORIZONTE	BRASÍLIA	PORTO ALEGRE	RECIFE	RIO DE JANEIRO
USD 167,00	USD 190,00	USD 184,00	USD 190,00	USD 179,00	USD 167	USD 171,00



Parques Temáticos Califórnia • 13 NOITES

DOUBLETREE TORRANCE ★★★★★ | DOUBLETREE RESORT SAN DIEGO ★★★★★
PERÍODO DE VIAGEM: 04/01/2017 a 31/03/2017

Inclui: 8 noites de hospedagem em Los Angeles + 5 noites de hospedagem em San Diego + transfer in/out + city tour, beach tour e tour de compras em Los Angeles + city tour e tour de compras em San Diego + guia brasileiro em todo o percurso + seguro-viagem.

TRANSFER E INGRESSOS:

- Universal Studios™ Hollywood;
- Six Flags Magic Mountain;
- Warner Bros.;
- Disneyland;
- Knott's Berry Farm;
- Zoo San Diego;
- SeaWorld San Diego.

A partir de 12x:
USD 474,00
Valor por pessoa em apto. duplo.

CIRCUITOS



CIRCUITOS

Guia brasileiro
e saídas
garantidas.

tpi



Maravilhas do Oeste Americano 12 NOITES

Visitando: Las Vegas, Bakersfield, San Francisco, San Luis Obispo e Los Angeles
Categorias dos hotéis: Primeira e Turística Superior
PERÍODO DE VIAGEM: 26/12/2016, 16/01/2017 a 10/04/2017

Inclui: 12 noites de hospedagem nos hotéis previstos ou similares com café da manhã + transfer in/out + ônibus ou van de luxo com guia acompanhante em português.

INGRESSO PARA VISITAS:

- Sequoia National Park;
- Yosemite Park;
- Museu Hearst Castle;
- *Universal Studios™ Hollywood.*

A partir de 12x:

USD **232,00**

Valor por pessoa em apto. duplo.



Flórida Surpreendente • 14 NOITES

Visitando: Miami, Orlando, Tampa, Naples e Key West
Categorias dos hotéis: Primeira e Turística Superior
PERÍODO DE VIAGEM: 19 e 26/12/2016, 12/01/2017, 21/02/2017 e 06/04/2017

Inclui: 14 noites de hospedagem nos hotéis previstos ou similares com café da manhã + transfer in/out + ônibus ou van de luxo com guia acompanhante em português.

INGRESSO PARA VISITAS:

- Kennedy Space Center (NASA);
- *Magic Kingdom e Epcot;*
- *Universal Studios™ e Islands Of Adventure;*
- *SeaWorld, Busch Gardens;*
- Museu Salvador Dalí;
- Parque Nacional Everglades.

A partir de 12x:

USD **292,00**

Valor por pessoa em apto. duplo.



Aloha Hawaii • 12 NOITES

Visitando: Honolulu, Maui, Big Island e Los Angeles
Categorias dos hotéis: Primeira e Turística Superior
PERÍODO DE VIAGEM: 26/12/2016, 13/01/2017, 20/02/2017 e 07/04/2017

Inclui: 12 noites de hospedagem nos hotéis previstos ou similares com café da manhã + transfer in/out + ônibus ou van de luxo com guia acompanhante em português + visita ao Valley State Park + visita a Lahaina + visita a Punalu'u Black Sand Beach + almoço em Volcano House.

INGRESSO PARA VISITAS:

- Museu USS Arizona Memorial (Pearl Harbor);
- Parque Nacional dos Vulcões Hawaii.

A partir de 12x:

USD **308,00**

Valor por pessoa em apto. duplo.

CRUZEIROS



CRUZEIROS



Carnival Vista • 5 NOITES

Saída: 22/01/2017

Embarque/desembarque: Miami
Roteiro: Ocho Rios, Grand Cayman e Cozumel
Tipo de cabine: dupla, categoria interna



A partir de:

RS **250,00** entrada
+ 12x RS **152,00**
+ taxas por pessoa



Norwegian Getaway • 7 NOITES

Saída: 08/01/2017

Embarque/desembarque: Miami
Roteiro: Roatan Bay Islands, Harvest Caye, Costa Maya e Cozumel
Tipo de cabine: dupla, categoria interna



A partir de:

RS **415,00** entrada
+ 9x RS **138,00**
+ taxas por pessoa



MSC Divina • 8 NOITES

Saída: 06/01/2017

Embarque/desembarque: Miami
Roteiro: Ocho Rios, George Town, Cozumel e Nassau
Tipo de cabine: dupla, categoria interna



A partir de:

RS **428,00** entrada
+ 10x RS **242,00**
+ taxas por pessoa

CONDIÇÕES GERAIS: tarifas por pessoa com base em cabine dupla e categoria interna. Câmbio calculado no dia 31/10/2016: US\$1,00 = R\$ 3,34. Forma de pagamento: Carnival Vista: entrada de 12% e saldo em 12x iguais sem juros no cartão de crédito. Norwegian Getaway: entrada de 25% e saldo em 9x iguais sem juros no cartão de crédito. MSC Divina: entrada de 15% e saldo em 10x iguais sem juros no cartão de crédito. Valores e disponibilidade estão sujeitos a alterações sem prévio aviso. Não incluem taxas de embarque (aeroporto e porto), taxas de serviço (gorjetas), extras, passeios, bebidas e ingressos, exceto quando mencionado. Ofertas válidas por tempo limitado ou enquanto houver disponibilidade para as tarifas anunciadas. Reservas sujeitas a confirmação. Fotos meramente ilustrativas.

ESTADOS UNIDOS É COM O GRUPO TREND!

12x
SEM JUROS.



Condições gerais: tarifas por pessoa com base em apartamento duplo e em dólares americanos, a serem convertidas no câmbio do dia da compra. Incluem aéreo quando mencionado. Serviços oferecidos com base em regular. Ingressos com garantia irrevogável de no-show. Caso não sejam utilizados, não haverá reembolso. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote (quando incluído). Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. São necessários visto de entrada para os Estados Unidos e passaporte com validade mínima de 6 meses. Promoção válida para vendas efetuadas até 31/01/2017. Em caso de cortesias não utilizadas, não haverá reembolso. Não incluem taxas de embarque, extras, passeios e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Fotos meramente ilustrativas. Reservamos o direito de corrigir possíveis erros de digitação.

OPERADO POR:



Reservas Lazer:
São Paulo 11 3041 7510
Outras cidades 0800 770 7272

Reservas Internacionais:
São Paulo 11 3123 8555
Outras Cidades 0800 015 3315

Central do Carro:
São Paulo 11 3123 0333
Toll Free 0800 770 8555

CARNAVAL à MODA mineira.

Uma Belo Horizonte
como você nunca viu.



4 noites

**OURO
MINAS
PALACE
HOTEL**
★★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 92**
por pessoa.

Inclui: 4 noites de hospedagem com café da manhã + city tour com almoço no restaurante Dona Lucinha + seguro-viagem.

4 noites

**ROYAL
SAVASSI
BOUTIQUE
HOTEL**
★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 120**
por pessoa.

Inclui: 4 noites de hospedagem com café da manhã + city tour com almoço no restaurante Dona Lucinha + passeio ao Museu Inhotim + seguro-viagem.

5 noites

**MERCURE
HOTEL
BELO
HORIZONTE
LOURDES**
★★★★

A partir de:
**12x
R\$ 140**
por pessoa.

Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + passeio a Congonhas + passeio a Sabará + passeio ao Museu Inhotim + seguro-viagem.

Condições gerais: valores por pessoa com base em apartamento duplo e em reais, calculados em novembro de 2016 e com garantia irrevogável de no-show. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote. Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Não incluem aéreo, taxas de embarque, extras e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Check-in em: 24/02/2017.

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND.**
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br /trendoperadora @trendoperadora /instatrendoperadora/





FÉRIAS TAMANHO FAMÍLIA

FOTOS ARUBA TOURISM AUTHORITY (ATA)

SAIBA POR QUE ARUBA É O DESTINO CERTO
PARA VIAJAR COM CRIANÇAS

Sol, praia e calor o ano inteiro. Não é preciso muito para se apaixonar por Aruba, destino emoldurado por lindas paisagens e com infinitas opções de lazer. Quem viaja com crianças sabe bem disso, mesmo porque a charmosa ilha caribenha é mais que indicada para férias em família, revelando-se um verdadeiro parque de diversões a céu aberto. Mas você sabe tudo o que o seu passageiro pode fazer na região? Acompanhe as dicas que a **Segue Viagem** separou para você e crie o roteiro mais adequado para ele!

ESPORTE & DIVERSÃO

Passeios de catamarã são bem populares entre os visitantes. Entre uma parada e outra para mergulho, as embarcações oferecem música ao vivo, bar aberto e petiscos, além da oportunidade ser perfeita para tirar fotos das paisagens espetaculares que se descortinam ao redor. E por falar em contato com o mar, Aruba é conhecida como a capital mundial do windsurfe por apresentar condições climáticas superfavoráveis à prática do esporte. Ao mesmo tempo, suas belas praias não deixam a desejar para os amantes de kitesurfe, principalmente Hadicurari Beach, de águas azuis e céu pontilhado pelas cores dos kites.

Outra opção bastante procurada na ilha é o tênis de praia, modalidade que pode ser praticada em família sobre as areias branquinhas do destino. Uma dica: no MooMba Beach Bar & Grill, badalado bar à beira da praia, é possível reservar raquetes e quadra de tênis por apenas USD 5 e até mesmo ter aulas com profissionais locais.

FAMILY-SIZED VACATIONS

FIND OUT WHY ARUBA IS THE RIGHT DESTINATION TO TRAVEL WITH KIDS

Sun, beach and hot weather all year long. It does not take much to fall in love with Aruba, a destination framed by beautiful landscapes and with several entertainment options. People travelling with children really know it is true, even because the charming Caribbean island is strongly recommended for a family trip, revealing itself as a real open-air amusement park. But do you know all activities that your passenger could do in the region? See the tips that Segue Viagem listed for you and create an itinerary that fits him or her the most!

SPORT & ENTERTAINMENT

Catamaran tours are very popular among travelers. Between every other stop to dive, the boats offer live music, open bar and snacks, in addition to the perfect opportunity to take photos from the spectacular landscapes found around there. And speaking of having contact with the sea, Aruba is known as the world capital of windsurf because of its favorable weather conditions for the practice of this sport. At the same time, its beautiful beaches leave nothing to be desired regarding kitesurf lovers, mainly Hadicurari Beach, with blue waters and sky framed by the kites' colors.



PARA BRINCAR E APRENDER

A Granja de Avestruzes costuma agradar muito os pequenos, especialmente por oferecer a chance de verem as elegantes aves de pertinho. Para quem se interessar, visitas guiadas são disponibilizadas a cada meia hora e mergulham o viajante nos hábitos e características da espécie. A Fazenda de Borboletas segue o mesmo estilo e é um dos points preferidos das crianças. O passeio é bem tranquilo, em meio a um jardim tropical onde voam lindas espécies de todo o mundo – detalhe: a garotada ainda tem a chance de observar o mágico processo da metamorfose.

No Santuário dos Burros, como o nome já indica, o personagem principal são os burrinhos – ali estão aproximadamente 90 animais ameaçados de extinção. A melhor parte é o fato de que, neste local, os visitantes podem interagir com os doces bichinhos, alimentando-os.

Caso o seu passageiro se interesse por história, não deixe de indicar uma visita ao Museu Arqueológico de Aruba, onde morou Boy Ecury, cidadão arubano que se tornou um herói local ao fazer parte da resistência durante a Segunda Guerra Mundial. O edifício exibe uma exposição sobre a ilha e conta com acervo interativo, espaços voltados à cultura ameríndia e descobertas arqueológicas encontradas na região.

MUITO MAIS QUE PRAIA

O Parque Arikok, um dos principais pontos turísticos de Aruba, é também um excelente passeio para ser feito em família. Localizado no centro da ilha, é uma reserva natural repleta de trilhas, animais selvagens e formações geológicas – inclusive, dá para alugar um veículo 4x4 e explorar toda a extensão do parque, que tem piscinas naturais e até praias escondidas. 🧺



Another good option on the island is the beach tennis, a sport which can be practiced with the family over the white sand of the destination. Tip: at the MaaMba Beach Bar & Grill, famous bar by the seashore, it is possible to hire racquets and tennis court for only \$ 5 and even taking classes with local teachers.

PLAYING AND LEARNING

The Ostrich Farm generally is pleasant for the kids, especially because it offers an opportunity to see closely these elegant birds. For people interested in, guided tours are available every thirty minutes and make travelers go deep in the specie's habits and features. The Butterfly Farm follows the same line and it is one of the children's favorite places. The tour is very peaceful, in a tropical garden where wonderful species from all over the world can fly - and more: kids also have a chance to watch the magical metamorphosis process.

At the Donkey Sanctuary, as the name shows, the main characters are the donkeys - about 90 endangered and threatened animals live there. At this place, the best part is that visitors can interact with these lovely animals by feeding them.

If your passenger is interested in History, do not forget to recommend a visit to the Archaeological Museum of Aruba, where Boy Ecury lived, Aruban citizen that became a local hero for making part of the resistance during the World War II. The place shows an exhibition of the island and counts on an interactive collection, rooms dedicated to the Amerindian culture and archaeological findings discovered in the region.

MUCH MORE THAN A BEACH

The Arikok Park, one of the main Aruba's tourist attractions, is also an excellent tour to go on with the family. Located at the center of the island, it is a nature reserve full of trails, wild animals and geological formations - by the way, it is possible to rent a 4x4-vehicle and explore the reserve, which has natural pools and even hidden beaches.

NA PRIMEIRA PÁGINA, FAMÍLIA CURTE O MAR CARIBENHO PARA PRATICAR ESPORTES AQUÁTICOS. ABAIXO E À ESQUERDA, VEÍCULOS 4X4 EXPLORAM AS BELEZAS DO PARQUE ARIKOK; AO LADO, GAROTINHO VISITA SANTUÁRIO DOS BURROS E INTERAGE COM OS BICHINHOS. LOGO ACIMA, RECORTE DA FAZENDA DE BORBOLETAS. PASSEIO MUITO APRECIADO PELAS CRIANÇAS. ON THE FIRST PAGE, A FAMILY ENJOYS THE CARIBBEAN SEA TO PRACTICE WATER SPORTS. BELOW AND TO THE LEFT, 4X4 - VEHICLES EXPLORE THE ARIKOK PARK BEAUTIES; NEXT TO IT, A BOY VISITS THE DONKEY SANCTUARY AND INTERACTS WITH THE LOVELY ANIMALS. RIGHT ABOVE, A COLLAGE OF THE BUTTERFLY FARM, A TOUR VERY POPULAR AMONG THE CHILDREN



SAÚDE E BEM-ESTAR



Folia que faz bem

SHUTTERSTOCK

NUTRICIONISTA DÁ DICAS PARA CUIDAR BEM DA SAÚDE EM PLENO
CARNAVAL E COMPROVA QUE É POSSÍVEL, SIM, COMBINAR O
FERIADÃO COM UMA ALIMENTAÇÃO BALANCEADA

Calor, música alta, acessórios divertidos e energia de sobra. Esses são os ingredientes do Carnaval, feriadão que leva muita gente às ruas e transforma avenidas inteiras em gigantescas festas ao ar livre, para as quais não existe limite de convidados – aliás, quanto mais gente, melhor! Mas você sabia que para curtir a folia em grande estilo é preciso ter cuidado com a alimentação? Afinal de contas, saúde é fundamental quando se trata de encarar sol e chuva para acompanhar de perto – e durante horas – os empolgantes trios elétricos que animam destinos de todo o Brasil.

O que comer?

De acordo com a nutricionista Kelly Tolledo Piza, profissional do Hospital Villa-Lobos, de São Paulo, a preferência deve ser por pratos grelhados ou cozidos, evitando, assim, refeições gordurosas e muito pesadas, e por carboidratos, um trunfo e tanto para os interessados em pular Carnaval sem preocupações. “Vale priorizar os carboidratos integrais, como pães, grãos e massas, pois demoram a fazer a digestão e ajudam a manter por mais tempo a energia no corpo. Alimentos ricos em potássio, como brócolis, couve, banana, abacaxi, melão e mamão, por exemplo, e em vitamina C também são ótimas opções, já que ajudam a desintoxicar o fígado, afastam a ressaca e favorecem o trabalho muscular”, comenta.

E se comer direitinho é o primeiro passo para aproveitar ao máximo essa tradicional festa popular, passar horas sem nada no estômago é igualmente preocupante. “Pular refeições pode causar certo desequilíbrio no organismo, acarretando desidratação, fraqueza e falta de disposição”, explica a especialista.

Litros e mais litros de água

Diariamente, uma pessoa deve beber no mínimo dois litros de água, quantidade equivalente a 10 copos. Em uma superfesta como o Carnaval, celebrado em pleno verão e na maioria das vezes a céu aberto, o quesito hidratação ganha um peso ainda maior, o que



KELLY PIZA É SUPERVISORA DO DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO DA REDE D'OR SÃO LUIZ, NO HOSPITAL VILLA-LOBOS, EM SÃO PAULO, E FORMADA EM GESTÃO DE SAÚDE PELA FGV.

KELLY PIZA IS SUPERVISOR OF NUTRITION DEPARTMENT IN D'OR SÃO LUIZ CHAIN, AT THE HOSPITAL VILLA-LOBOS, SÃO PAULO, AND GRADUATED IN HEALTHCARE MANAGEMENT BY FGV.

significa que o volume ideal passa a ser de dois a três litros todos os dias.

E se água nunca é demais, não é assim que funciona com as bebidas alcoólicas: em excesso, podem trazer diversos malefícios à saúde, especialmente se o folião estiver de estômago vazio. “Esse hábito pode comprometer o fígado e causar malestar, náusea e crises de vômito. É por isso que intercalar uma latinha e outra com água ou suco natural é tão importante. Outra alternativa que dá um gás extra e, de quebra, repõe os sais minerais são os isotônicos. O único porém é que o seu consumo deve ser evitado por quem apresenta algum tipo de problema renal, tendo em vista o alto volume de sódio da bebida”, afirma Kelly.

A festa também é dos pequenos

Assim como os adultos, as crianças também demandam cuidados especiais com a alimentação. Para começar bem o dia, tudo o que elas precisam é de um café da manhã reforçado, com frutas, pães, leite, cereais e ovo mexido – um combo de vitaminas, minerais, carboidratos e proteínas.

“Quando a fome apertar, nada melhor do que acostumar a garotada com sucos naturais, frutas – especialmente melancia e melão, que têm bastante água –, barrinhas de cereais e água de coco. Lanches feitos em casa e guardados em bolsas e mochilas não são muito indicados, uma vez que podem estragar durante o dia”, finaliza a nutricionista. 🧺

PARTYING DOES EVERYONE GOOD

A NUTRITIONIST GIVES SOME TIPS TO TAKE CARE OF THE HEALTH IN CARNIVAL AND EVIDENCES THAT IT IS POSSIBLE, INDEED, TO COMBINE THE HOLIDAY WITH A BALANCED DIET

Hot weather, loud music, funny accessories and energy to spare. These are the Carnival's ingredients, a great holiday that takes many people to the streets and turns whole avenues into huge open-air celebrations, in which there is no limit of guests – by the way, the more the merrier! But, did you know that to enjoy a party in the best way it is important to be careful with your meals? After all, health is essential when it is necessary to face sun and rain in order to closely follow – and for hours – the exciting trios elétricos (bands on a float) that liven up destinations all over Brazil.

WHAT IS RECOMMENDED TO EAT?

According to the nutritionist Kelly Tolledo Piza, practitioner of Villa-Lobos Hospital, in São Paulo, the preference should be for grilled or boiled meals, avoiding, therefore, fatty and stodgy food, and carbohydrates, a real trump for people interested in celebrating Carnival with no worries.

“It is important to prioritize integral carbohydrates, like bread, grains and pasta, because they have a slow digestion and they help to keep the energy in the body for more time. Food that is rich in potassium, like broccoli, cole, banana, pineapple, melon and papaya, for example, and rich in vitamin C is also a great option, once it can help to detox liver, keeps the hangover away and supports muscle work”, she comments.

And if having a good diet is the first step to completely enjoy this traditional popular celebration, spending hours without eating something is also a thing to worry about. “To skip meals can cause imbalance in the organism, bringing on dehydration, faintness, and malaise”, the specialist explains.

LITERS AND MORE LITERS OF WATER

Daily, a person should drink at least two liters of water, an amount that is equivalent to 10 glasses. In a big party like Carnival, celebrated in the height of the summer and in most of the times in an open-air event, the hydration subject has an importance even greater, which means that the ideal volume should be two or three liters per day.

And if water is never too much, it is not the same when talking about alcoholic drinks: in excess, they can bring bad consequences to the health, especially if the partygoer is on an empty stomach. “This habit can compromise the liver and cause illness, nausea and vomiting crisis. This is why to intercalate cocktails and water or fresh juice is so important. Another choice that gives an extra energy and, also, replaces minerals is the isotonic drink. The only exception is for people who present some type of renal disorder, having in mind the high volume of sodium in the drink”, states Kelly.

THE PARTY IS ALSO FOR KIDS

Like adults, children also require special care regarding meals. To start the day in a good way, all they need is a complete breakfast, with fruits, bread, milk, corn flakes and scrambled egg – a combo of vitamins, minerals, carbohydrates and proteins.

“When they start feeling hungry, there is nothing better than getting the kids used to drink fresh juices, fruits – especially watermelon and melon, which have so much water – cereal bars and coconut water. Homemade sandwiches stored in bags or backpacks are not recommended, once they can go off throughout the day”, the nutritionist concludes.

PARCERIA

PARCERIAS QUE SE TRADUZEM EM VENDAS

GRUPO TREND SE APROXIMA DE NOVOS EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS E LEQUE DE PRODUTOS CRESCE; NO EXTERIOR, O DESTAQUE VAI PARA OS SERVIÇOS DE RECEPTIVO EM PUNTA CANA, NA REPÚBLICA DOMINICANA

FOTOS ARQUIVO HOTEL



PARTE DA ESTRUTURA DO ECO PARK HOTEL, MEIO DE HOSPEDAGEM QUE COMBINA CONFORTO E CONTATO COM A NATUREZA E ESTÁ LOCALIZADO EM BIRITIBA-MIRIM (SP)

PART OF ECO PARK HOTEL'S STRUCTURE, A HOTEL THAT COMBINES COMFORT AND CONTACT WITH NATURE, LOCATED IN BIRITIBA-MIRIM (SP)

A consultoria do agente de viagens ganha relevância ainda maior quando ele tem a oportunidade de apresentar produtos diferenciados ao passageiro, abrindo, assim, um leque de opções que permitem que ele escolha exatamente o tipo de viagem que deseja fazer. Isso não é novidade para as empresas do GRUPO TREND, que levam o quesito portfólio a sério e se empenham mais e mais em trazer para dentro de casa parcerias que fazem a diferença na hora de concretizar a venda. Quer conhecer cada uma delas? A Segue Viagem conta tudo pra você!

PARTNERSHIPS THAT RESULT IN SALES

GRUPO TREND REACHES OTHER HOTELS AND THE RANGE OF PRODUCTS INCREASES; ABROAD, A HIGHLIGHT TO THE RECEPTIVE TOURISM SERVICE IN PUNTA CANA, DOMINICAN REPUBLIC

The travel agents' advisory has a greater relevance when he or she has the opportunity to introduce different products to the passenger, providing, therefore, a range of options that allows him or her to exactly choose the type of travel he or she wants to take. This is not fresh news for GRUPO TREND'S companies, which consider the portfolio a serious theme and, more and more, they are engaged in bringing to the house partnerships that make difference at the moment of sealing the deal. Do you want to know each one of them? Segue Viagem tells you everything!

SERENA BOUTIQUE RESORT: UMA EXPERIÊNCIA QUE VALE A PENA



Apenas 200 metros separam o charmosíssimo Serena Boutique Resort da Praia de Geribá, uma das pérolas da disputada região de Armação de Búzios, no Rio de Janeiro. Pensado exclusivamente para pessoas em busca de lazer, o empreendimento mergulha os visitantes em uma experiência única, na qual diversão e bem-estar falam mais alto.

A estrutura como um todo foi construída em uma área verde, cercada por belos jardins, o que inspira paz e sossego em qualquer ponto de suas instalações. Além da recepção aberta 24 horas e do atendimento premium, os hóspedes têm acesso a aulas de surfe gratuitas (1h por pessoa, em dias e horários específicos), playground, Espaço Kids, academia, business center e piscina climatizada com espreguiçadeiras e serviço de bar – o wi-fi é cortesia e está disponível em todo o resort. O café da manhã está incluso na diária, então é possível começar o dia com as frutas, bolos e pães do Restaurante Alma, em funcionamento também no almoço e no jantar.

Vale ressaltar que são oferecidos traslados grátis e regulares para algumas das praias do balneário e para o centro, em direção às famosas Rua das Pedras e à Orla Bardot, onde o movimento à noite é intenso nas sorveterias, bares, baladas e restaurantes sofisticados. Mas atenção: os transfers devem ser solicitados na recepção e são sujeitos a disponibilidade.

E QUANTO ÀS ACOMODAÇÕES?

Todas elas têm varandas e exibem uma decoração elegante e praiana ao mesmo tempo. Ar-condicionado, TV de tela plana a cabo, frigobar, amenidades de banho, cofre e secador de cabelo são comuns a cada um dos quartos, embora algumas unidades contem também com hidromassagem, sofá-cama e jardim privativo, por exemplo.



INSTALAÇÕES DO CHARMOSO SERENA BOUTIQUE RESORT, RECANTO DE TRANQUILIDADE E BEM-ESTAR NO VILAREJO DE BÚZIOS (RJ)

FACILITIES OF THE CHARMING SERENA BOUTIQUE RESORT, A REFUGE OF PEACEFULNESS AND WELFARE IN VILAREJO DE BÚZIOS (RJ)

SERENA BOUTIQUE RESORT: A WORTHY EXPERIENCE

The charming Serena Boutique Resort is located only 200 meters away from the Praia de Geribá (Geribá Beach), one of the most famous pearls of Armação de Búzios, in Rio de Janeiro. Exclusively developed for people who are looking for leisure, the hotel provides a singular experience to the guests, in which their entertainment and welfare are the most important.

The structure as whole was built in a green area, surrounded by beautiful gardens, inspiring peace and relaxation in every corner of its facilities. In addition to a 24-hour reception and premium service, guests have access to free surf classes

(1h a person, in specific days and time), playground, Espaço Kids (Kids Area), gym, business center and heated swimming pool with deck chair and bar service - wi-fi is a courtesy and it is available in all resort's areas. Breakfast is included, so it is possible to start the day with fruits, cakes and bread provided by Alma Restaurant, also opened at lunch and dinner.

It should be highlighted that free and regular transfers are provided to some of the beaches and to the downtown area, towards the famous Rua das Pedras (Pedras Street) and Orla Bardot (Bardot Seashore), where is busy at night and ice cream shops, bars, dance clubs and sophisticated restaurants are crowded. Be aware: the transfer should be requested at the reception and they are subject to availability.

AND WHAT ABOUT ROOMS?

All of them have balcony and own elegant and beach decoration at the same time. Air conditioning, flat screen and cable TV, minibar, bathroom amenities, safety box and hair dryer are common in each one of the rooms, although some units have bathtub, sofa-bed and private garden, for example.

HOTEL ÁGUAS CLARAS, SINÔNIMO DE QUALIDADE EM GRAMADO



Bem próximo ao centro de Gramado, um dos principais destinos turísticos do Brasil, o Hotel Águas Claras chama a atenção já do lado de fora ao ostentar um projeto arquitetônico imponente que é a cara da cidade – e, é claro, traz já na fachada a forte influência alemã. Localização é uma palavra-chave: alguns dos melhores restaurantes da região estão à sua volta, e a viagem pode ser esticada até Canela, a 7 km de distância.

Aconchegantes, as instalações prezam pelo conforto máximo e o empreendimento se destaca pelos serviços de padrão elevado. Os 55 apartamentos dispõem de TV por assinatura, frigobar, ar-condicionado, sistema de calefação, cofre, secador de cabelo, wi-fi grátis e camas queen size – o visitante ainda tem a chance de escolher entre as categorias Luxo, Luxo Especial, Superluxo, Superluxo Especial e as suítes Júnior e Máster.

FACILIDADES

Com o objetivo de tornar a estada na Serra Gaúcha completa e ainda mais prazerosa, o hotel incorporou à sua estrutura uma série de diferenciais, como sauna úmida, piscina térmica, estacionamento próprio, apartamentos adaptados para idosos e pessoas portadoras de deficiência e sala de internet, cuja utilização está sujeita à cobrança de uma taxa adicional.

A relação de comodidades inclui ainda o restaurante do hotel, room service (disponível de segunda a sábado das 11h às 14h e das 18h às 0h) e café da manhã no melhor estilo colonial, com fatura de pães, bolos, frutas e sucos, já embutido no valor da diária.



RECORTES DA FACHADA E DE UM DOS APARTAMENTOS DO HOTEL ÁGUAS CLARAS, QUE OFERECE SERVIÇOS EXCLUSIVOS E AMBIENTES ACONCHEGANTES EM PLENO CENTRO DE GRAMADO (RS)

COLLAGE OF ÁGUAS CLARAS HOTEL'S ROOM FACADE, WHICH OFFERS EXCLUSIVE SERVICES AND COMFORTABLE ENVIRONMENTS RIGHT IN THE DOWNTOWN AREA OF GRAMADO (RS)

ÁGUAS CLARAS HOTEL, A SYNONYM OF QUALITY IN GRAMADO

Very close to Gramado's downtown area, one of the main Brazilian tourist destinations, Águas Claras Hotel attracts by its facade that exhibits an imposing architectonic project which is the face of the city - and, of course, brings in it a strong German influence. Location is the keyword: some of the best restaurants of the region are around it, and the trips can be extended to Canela, 7 km away from there.

Comfortable, rooms are very cozy and the hotel is in evidence because of the high

standard services. The 55 rooms have cable TV, minibar, air conditioning, heater, safety box, hair dryer, free wifi and queen size bed - the guest has also the opportunity to choose Luxury, Special Luxury, Super Luxury, Special Super Luxury categories and Junior and Master suites.

FACILITIES

Aiming to provide a complete and even more pleasant stay in Gaucho Highlands, the hotel included in its structure a series of different services like wet sauna, heated swimming pool, its own parking lot, rooms adapted for elderly people and disabled people and internet room, which use is subject to an additional charge.

The list of convenience also includes the hotel's restaurant, room service (available Monday to Saturday, from 11 a.m. to 2 p.m. and from 6 p.m. to 12 a.m.) and breakfast is in the best colonial style, with bread, cakes, fruits and juices in abundance, already included in room night's price.

NATURE & HOSPITALITY IN SÃO PAULO

The city of Biritiba-Mirim, in the metropolitan region of São Paulo, offers, simultaneously, a

NATUREZA & HOTELARIA EM SÃO PAULO

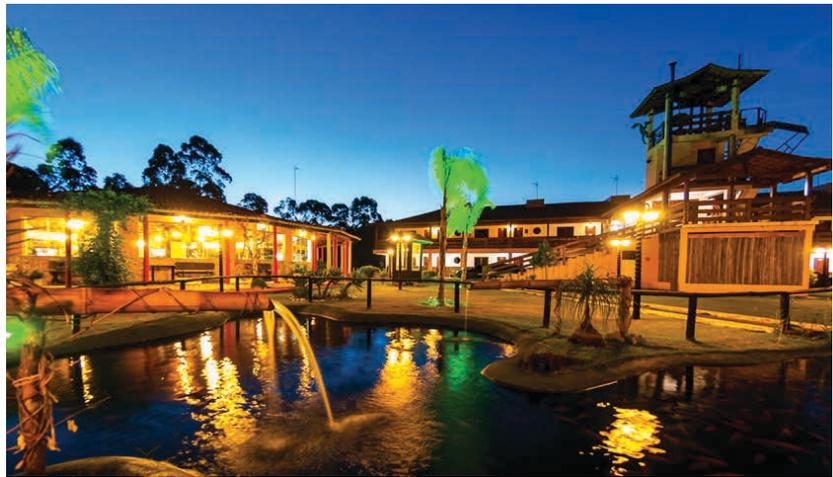
O município de Biritiba-Mirim, na região metropolitana de São Paulo, oferece, simultaneamente, a proximidade com a capital paulista (a pouco mais de 1h de distância) e a tranquilidade que não se encontra nas grandes cidades. Não é por acaso que o Eco Park Hotel, novo parceiro da TREND Operadora, está localizado ali, disponibilizando a infraestrutura ideal para quem viaja em família ou entre amigos.

Suas instalações incluem sala de jogos, parque infantil, paintball, piscinas, academia, capela, fazendinha e uma ponte panorâmica, além de espaços propícios para pescaria esportiva e passeios a cavalo. Amplos e arejados, os quartos são classificados em cinco categorias – Mirante Standard, Pomar Vip, Recanto com Hidro, Recanto Standard e Chalé Suíço – e acomodam confortavelmente de quatro a sete pessoas.

Preparado para atender os pequenos, o hotel conta com uma excelente equipe de recreação, pronta para entretê-los a qualquer hora do dia, e com a parceria com o parque aquático Vale Encantado, um dos pontos da região, a qual garante facilidades e comodidades aos hóspedes.

Assim como o Eco Park, o Broa Golf Resort acabou de chegar à TREND e representa mais uma opção de hospedagem no interior paulista. Apesar de estar mais distante da capital (214 km), em Itirapina, é o refúgio certo para o seu cliente caso ele esteja interessado em lazer e descanso. A estrutura favorece a prática de golfe, arco e flecha, caiaque, tirolesa, tênis, vôlei, slackline (esporte no qual o objetivo é se equilibrar em uma corda), stand-up paddle e futebol, e dá todo o suporte para quem quer se divertir com paintball, skibunda, parede de escalada, cavalgadas e em passeios de lancha e de bike.

Entre apartamentos Standard, Luxo e Premium e casas de alto padrão totalmente mobiliadas, o resort recebe até 300 hóspedes de uma só vez, que podem desfrutar a vista privilegiada para a reserva do Broa, que fica bem ao lado.



NO TOPO DA PÁGINA, VISTA GERAL DO ECO PARK HOTEL. ACIMA, REPRESENTAÇÃO DE UMA DAS MUITAS OPÇÕES DE LAZER DISPONIBILIZADAS PELO BROA GOLF RESORT

ON THE TOP OF THE PAGE, GENERAL VIEW OF ECO PARK HOTEL. ABOVE, REPRESENTATION OF ONE OF THE MANY ENTERTAINMENT OPTIONS AVAILABLE AT BROA GOLF RESORT

place close to São Paulo's capital (a little bit more than 1 hour away) and the peacefulness which is not found in big cities. It is not coincidence that Eco Park Hotel, a new TREND Operadora's partner, is located there, providing an ideal infrastructure for people who travel with family or friends.

Its facilities include playroom, kids park, paintball, swimming pools, gym, chapel, farm and a panoramic bridge, in addition to areas for sport fishing and horseback riding. Wide and airy, rooms are divided into five categories - Mirante Standard, Pomar VIP, Recanto with Hydro, Recanto Standard and Swiss Chalet - and they can comfortably accommodate from four to seven people.

Able to serve the kids, the hotel counts on an excellent entertainment team, ready for play with them at any time of the day, and the partnership with the aquatic park Vale Encantado, one of the attractions of the region, guarantees convenience and comfort to the guests.

As well as Eco Park, Broa Golf Resort has just arrived at TREND and represents another option of hotel in São Paulo's countryside. In spite of being distant from São Paulo's capital (214 km), in Itirapina, this is the

right refuge for your client if he or she is interested in leisure and relaxation. The structure is ideal for golf, archery, kayak, zipline, tennis, volleyball, slackline (sport in which the goal is to balance along a rope), stand-up paddle and football practices, and it provides structure for people who want to have fun playing paintball, "buttskiing" (when people slide down on a wood board), climbing wall, horseback rides, speedboat and bike tours.

Among Standard, Luxury and Premium rooms, in addition to high standard houses totally furnished, the resort hosts up to 300 guests in one go, and people can enjoy the privileged view to the Broa's natural reserve, located next to it.

WHEN TOURISM AND RELIGION ARE TOGETHER

The city of Nova Trento, in Santa Catarina, 80 km away from Florianópolis, comprehends the Centro de Espiritualidade Imaculada Conceição - CEIC (Immaculate Conception Spiritual Center), stage for several religious events and where, in mid-1890, the Congregação das Irmãs da Imaculada Conceição (Little Sisters of the Immaculate Conception) began, founded by Amabile Lucia Visintainer, an Italian-Brazilian religious sister canonized in 2002 by Pope John Paul II.

Recently refurbished, the place was divided into two different sections: the Spiritual Center, with 32 rooms, and the inn, with a total of 26 rooms. Surrounded by gardens, CEIC is composed of two chapels for praying and meditating, yard for activities, air-conditioned auditorium with multimedia system, with capacity for up to 106 people, individual rooms, dining room and parking lot.

"The religious tourism represents an increasing slice of the branch, and it is important to invest in regions and

QUANDO TURISMO E RELIGIÃO SE MISTURAM

A 80 km de Florianópolis, a cidade de Nova Trento, em Santa Catarina, abriga o Centro de Espiritualidade Imaculada Conceição (CEIC), palco para diversos eventos religiosos e onde teve início, em meados de 1890, a Congregação das Irmãs da Imaculada Conceição, fundada por Amábile Lucia Visintainer, religiosa ítalo-brasileira canonizada em 2002 pelo papa João Paulo II.

Reformado recentemente, o local foi dividido em duas alas distintas: o Centro de Espiritualidade, com 32 apartamentos, e a pousada, somando 26 quartos. Rodeado por jardins, o CEIC é formado por duas capelas para oração e meditação, pátio para a realização de dinâmicas, auditório climatizado e com recursos multimídia, com capacidade para até 106 pessoas, salas individuais, refeitório e estacionamento.

“O turismo religioso representa uma fatia cada vez maior do setor, e é preciso investir em regiões e meios de hospedagem que incentivem a sua prática. Desta forma conseguimos não apenas ampliar a nossa área de atuação, como também conquistar perfis diferentes de viajantes e apresentar a eles produtos com o certificado TREND de qualidade”, comenta Ricardo Assalim, diretor adjunto de Produtos Nacionais do GRUPO TREND.

BEM-VINDO, ZII HOTEL MARACANAÚ

Outra novidade no portfólio TREND é a chegada do Zii Hotel Maracanaú, perfeito para o viajante interessado em praticidade e conforto. São 121 apartamentos bem decorados e completamente equipados, cujo design moderno combina com as demais áreas internas.

Sustentabilidade é uma de suas marcas registradas, e o empreendimento adota uma série de medidas que colaboram para a preservação do meio ambiente, como é o caso dos painéis solares, que garantem água quente nos chuveiros e torneiras. Entre as facilidades aos hóspedes estão café da manhã, estacionamento e wi-fi sem custos, loja de conveniência própria e um Xbox no lobby.

EXCLUSIVIDADES EM SOLO ESTRANGEIRO

Punta Cana, na República Dominicana, corresponde ao segundo maior destino caribenho em volume de vendas no GRUPO TREND, razão pela qual a holding se empenha em aperfeiçoar os serviços de receptivo na região, o que só é possível por meio da atuação em conjunto com fornecedores consolidados no mercado.



NA PRIMEIRA FOTO, VISTA EXTERNA DO CENTRO DE ESPIRITUALIDADE IMACULADA CONCEIÇÃO (CEIC), EM NOVA TRENTO (SC); ABAIXO DELA, O INTERIOR DE UM DOS QUARTOS DO ZII HOTEL MARACANAÚ, NO CEARÁ

Hoje, os passageiros que desembarcam por ali são recepcionados em português e surpreendidos com uma série de mimos, como garrafinhas de água customizadas, toalhinhas refrescantes bordadas com o logotipo do GRUPO TREND e um livreto com os passeios já agendados, horários em que o transfer chegará ao hotel e o telefone do guia de turismo.

Uma parceria exclusiva com o Aeroporto Internacional de Punta Cana permite ainda que os clientes vips tenham uma experiência única: um concierge vai encontrá-los ainda na pista de pouso, com uma taça de champagne em mãos; não é necessário pegar fila para passar pela imigração; o transporte para o hotel, em carro de luxo, pode ser aguardado em uma sala privativa, com ar-condicionado e wi-fi; e os visitantes recebem todas as orientações necessárias sobre o destino. 📄

hotels that encourage its practice. Then, we manage to improve our areas of performance, attract different travelers' profiles and introduce them to products with TREND quality certificate”, comments Ricardo Assalim, associate director of National Products at GRUPO TREND.

WELCOME, ZII HOTEL MARACANAÚ

Other fresh news in TREND's portfolio is the arrival of Zii Hotel Maracanaú, perfect for that traveler interested in convenience and comfort. There are 121 well-decorated and completely equipped rooms, which contemporary design goes well with other areas inside the building.

Sustainability is one of its trademarks, and the hotel adopts a series of measures that collaborate to preserve the environment, like the solar panels, which guarantees warm water inside showers and taps. Among the amenities offered to the guest are breakfast, parking lot and wi-fi for free, its own convenience store and Xbox in the lobby.

EXCLUSIVITY ABROAD

Punta Cana, in Dominican Republic, is the second biggest Caribbean destination in sales' volume at GRUPO TREND, reason why the holding is engaged in improving receptive tourism services in the region, and it is only possible by performing together with providers consolidated in the market. Currently, passengers that disembark there are received in Portuguese language and a series of amenities are offered to them, like custom bottles of water, refreshing towels embroidered with GRUPO TREND's logo and a manual with tours already booked, time when transfer arrives at the hotel and the tourist guide's telephone number.

An exclusive partnership with Punta Cana International Airport also allows the VIP clients to have a singular experience: a concierge meets them still on the landing field, with a glass of champagne in hands; there is no need to take the immigration queue; the transportation to the hotel, by a luxurious car, can be awaited in a privative room, with air conditioning and wi-fi; and visitors receive further information about the destination.

#ageñte ♥ Salvador

Carnaval na Bahia: aí vou eu.



5 noites

CATUSSABA RESORT HOTEL

★★★★★

A partir de:

12x
R\$ **164**
por pessoa.

Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + tour à Praia do Forte + seguro-viagem.

5 noites

GOLDEN TULIP SALVADOR

★★★★

A partir de:

12x
R\$ **276**
por pessoa.

Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + tour para a Ilha dos Frades e Itaparica + tour à Praia do Forte + seguro-viagem.

Condições gerais: valores por pessoa com base em apartamento duplo e em reais, calculados em novembro de 2016 e com garantia irrevogável de no-show. Roteiros com preços a partir do valor informado, sujeitos a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Seguro-viagem válido para o número de noites informadas no pacote. Caso não haja utilização, não haverá reembolso. Não incluem aéreo, taxas de embarque, extras e bebidas, exceto quando mencionado. Parcelamento em 12 vezes iguais sem juros. Check-in em: 24/02/2017.

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND.**
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br  /trendoperadora  @trendoperadora  /instatrendoperadora/



TREND LAZER

PARCEIRO DE VIAGEM

LIVROS, LIVROS E MAIS
LIVROS: LER A BORDO
PODE SER MELHOR AINDA

TRAVEL PARTNER
BOOKS, BOOKS AND MORE
BOOKS: READING ABOARD
CAN BE EVEN BETTER

Ler e viajar são dois verbos que caminham muito bem juntos: o primeiro é um convite para conhecer lugares e histórias sem tirar os pés do chão; o segundo coloca em prática a sensação incomparável de se entregar a novas experiências e respirar novos ares. Um faz parte da bagagem do outro, e é justamente por isso que, juntos, eles dão tão certo.

Nas páginas de um livro ganhamos muito mais que conhecimento. Ali estão amigos inesquecíveis, fatos históricos, sonhos, alegrias, reviravoltas... e o melhor de tudo é que podemos levá-los conosco para qualquer lugar, pois eles cabem em qualquer mala e se adaptam a qualquer viagem. Se ler é a sua praia – e a do seu cliente também! –, prepare-se para uma seleção de livros que vai arrancar risadas, suspiros e até algumas lágrimas. Deixe as palavras o guiarem e boa viagem! 📖

To read and to travel are verbs which combine very well together: the first one is an invitation to find out places and stories without making a movement; the second one puts into practice the incomparable sensation of going deep into new experiences and getting a breath of fresh air. One makes part of the baggage of the other, and that is why, together, they are so fine.

On the pages of a book we get so much more than knowledge. There, we can find unforgettable friends, historical facts, dreams, happiness, turnarounds... and the best part is that we can take them anywhere, because they can fit in every suitcase and adapt to every trip. If reading is just your cup of tea – and also your client's! – prepare yourself for a book list that will provoke laughs, sighs and even some tears. Let the words guide you and have a good trip!



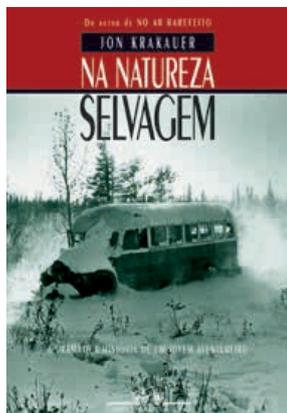
A MENINA QUE ROUBAVA LIVROS

Autor: MARKUS ZUSAK
Tradução de: VERA RIBEIRO
Editora: INTRINSECA

SINOPSE: Tendo a Alemanha nazista como pano de fundo e a Morte como narradora, a obra conta a história de Liesel Meminger, entregue aos cuidados de um casal até então desconhecido logo após o falecimento do irmão. Em uma realidade marcada pelo medo, ela encontra refúgio nos livros que rouba durante a guerra, cria laços fortes com o seu carinhoso pai adotivo, conhece o amor com o amigo Rudy Steiner e zela por Max Vandenburg, o judeu escondido no porão.

THE BOOK THIEF
Author: MARKUS ZUSAK
Translation by: VERA RIBEIRO
Publisher: INTRINSECA

SYNOPSIS: Having the Nazi Germany as a background and the Death as a narrator, the book tells Liesel Meminger's story, a girl who was taken to an unknown couple right after her brother's death. In a reality marked by fear, she finds refuge in the books that she steals during the war, creates strong connections with her kind foster father, finds love in her friend Rudy Steiner and takes care of Max Vandenburg, the Jewish boy hidden in the basement.



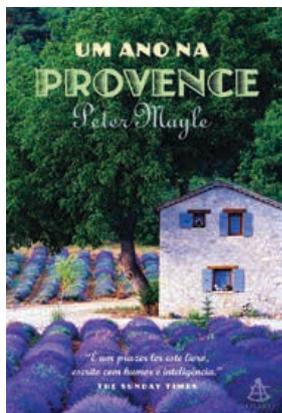
NA NATUREZA SELVAGEM

Autor: JON KRAKAUER
Tradução de: PEDRO MAIA SOARES
Editora: COMPANHIA DAS LETRAS

SINOPSE: O jovem Chris McCandless tinha tudo o que, para muitos, seria uma vida perfeita: uma família bem-sucedida, educação de qualidade, dinheiro de sobra. Mas logo após terminar a faculdade, com um futuro brilhante à frente – incluindo a possibilidade de entrar para Harvard –, ele decide vender todas as suas coisas e viajar sem rumo pela América do Norte, tendo o Alasca como destino final e a liberdade o seu maior objetivo.

INTO THE WILD
Author: JON KRAKAUER
Translation by: PEDRO MAIA SOARES
Publisher: COMPANHIA DAS LETRAS

SYNOPSIS: The young boy Chris McCandless had everything that, for many people, would be a perfect life: well-succeed parents, high quality education, money to spare. However, right after finishing college, with a bright future ahead – including the possibility of going to Harvard –, he decides to sell everything he owns and travel with no direction throughout the North America, having Alaska as his final destination and freedom as his main goal.



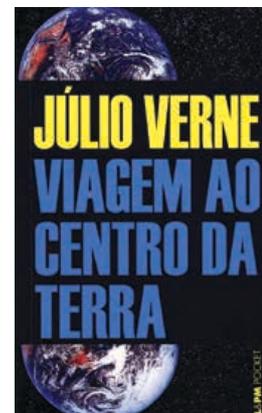
UM ANO NA PROVENCE

Autor: PETER MAYLE
Tradução de: WALDÉA BARCELLOS
Editora: SEXTANTE

SINOPSE: A vida agitada na Inglaterra é deixada para trás quando Peter Mayle e sua esposa resolvem se mudar para a tranquila Provence, lindíssima região no sudeste da França. Com muito senso de humor, o autor conta, de forma divertida e envolvente, tudo o que diz respeito a esta nova realidade, que inclui hábitos, paisagens e personagens totalmente novos, além da deliciosa gastronomia, marca registrada do destino.

A YEAR IN PROVENCE
Author: PETER MAYLE
Translation by: WALDÉA BARCELLOS
Publisher: SEXTANTE

SYNOPSIS: The exciting life in England is left behind when Peter Mayle and his wife decide to move to the peaceful Provence, such a beautiful region in the southeast of France. With so good sense of humor, the author tells, in a funny and inviting way, everything related to this new reality, which includes totally new habits, landscapes and characters, in addition to the delicious gastronomy, destination's trademark.



VIAGEM AO CENTRO DA TERRA

Autor: JÚLIO VERNE
Tradução de: RENATA CORDEIRO
Editora: L&PM

SINOPSE: Quando o professor e cientista Otto Lidenbrock se depara com um pergaminho misterioso, ele recorre ao sobrinho Axel para que o ajude a decifrá-lo. O conteúdo, para a surpresa de ambos, descreve uma viagem ao centro da Terra, à qual eles se entregam de corpo e alma e, juntos, em uma jornada emocionante, enfrentam rios de lava, mares subterrâneos, múmias e fauna e flora pré-históricas, entre outros obstáculos de dar frio na barriga.

JOURNEY TO THE CENTER OF THE EARTH
Author: JÚLIO VERNE
Translation by: RENATA CORDEIRO
Publisher: L&PM

SYNOPSIS: When the professor and scientist Otto Lidenbrock finds a mysteriously parchment, he goes to his nephew Axel in order to get a help to decipher it. The content, a surprise to both of them, describes a trip to the center of the Earth to which they give heart and soul and, together, in an exciting journey, they face lava rivers, underground seas, mummies and pre-historical fauna and flora, among other obstacles that will make you have butterflies in your stomach.



CENTRAL DO CARRO

Aposte em qualidade, comodidade, segurança e as melhores tarifas do mercado.

NOSSOS DIFERENCIAIS:

- 🚗 Comissionamento sobre diárias, proteções e taxas;
- 🚗 Conteúdo 100% on-line;
- 🚗 As principais locadoras nacionais e internacionais;
- 🚗 Postos avançados das locadoras nacionais;
- 🚗 Equipe de atendimento especializada;
- 🚗 Plantão 24h;
- 🚗 Atendimento via chat;
- 🚗 Plataforma integrada aos sistemas ARGO IT (TMS), LEMONTECH e RESERVE;
- 🚗 Tarifas competitivas com benefícios exclusivos*;
- 🚗 Condições comerciais diferenciadas*.

*Condições gerais: consulte a Central do Carro para mais informações.

Central do Carro:
Toll free: 0800 770 8555 tel: 55 11 3123 0333 opção 2, depois 1.
Reservas nacionais: centraldocarro@trendoperadora.com.br
Reservas internacionais: rentacar@trendoperadora.com.br

[f /Trendoperadora](#)
[@trendoperadora](#)
[instatrendoperadora](#)

www.trendoperadora.com.br





Faça escolhas com sabedoria



Atuamos no palco da vida e fazemos escolhas todos os dias. Em um show de mágica, você nem percebe que o mágico é o condutor do espetáculo, aquele que possivelmente lhe fará tomar decisões perante um truque para que você faça parte da apresentação. Quando ele está diante de um baralho, embaralhando as cartas, prestando atenção às suas reações, ele incita a curiosidade e provoca o processo da escolha. Ao colocá-las viradas para baixo, ele lhe dá espaço para sua tomada de decisão entre as fileiras do baralho.

Agora é o momento para escolher uma carta. O olhar do mágico, no aguardo, pode ser visto como uma forma de pressioná-lo, mas ele faz isso para desafiá-lo, como um gestor diante de sua equipe. Um exemplo de escolha crucial é quando embarcamos na aventura de escolher um curso na faculdade. Fazemos isso levando em conta nossas afinidades e esperamos resultados positivos nas conquistas profissionais. Como qualquer ser humano, temos medo do que nos aguarda e das frustrações, algo muito comum no mundo corporativo.

Se você tirar a dama de copas, ela pode indicar afinidade pelas artes; o valete de espadas, uma inclinação para a área de exatas. O que passa a ser um chute no escuro é a definição das nossas vidas baseadas nas escolhas. Diante do mágico, escolher uma carta é um passo para definir o início de um trajeto pessoal e profissional.

Tomar decisões faz parte da nossa existência. Nunca fugiremos da missão de optar pela melhor roupa, o melhor emprego e a melhor casa. O mágico representa o início do caminho e, as cartas, o rumo que devemos tomar na busca por algo promissor. A escolha certa vem da nossa confiança. O mágico nos permite o tempo que for necessário para descobirmos qual carta realmente queremos. Isso requer análise, preparo e um pouco de intuição. Dentre tantas variáveis, qual das cartas você escolheu? Pense muito bem, pois o futuro está em suas mãos. 📁

“
TOMAR DECISÕES FAZ PARTE DA NOSSA
EXISTÊNCIA. O MÁGICO REPRESENTA O INÍCIO DO
CAMINHO E, AS CARTAS, O RUMO QUE DEVEMOS
TOMAR NA BUSCA POR ALGO PROMISSOR”

MAKE WISE CHOICES

MAKING DECISIONS IS PART OF OUR EXISTENCE. THE MAGICIAN REPRESENTS THE BEGINNING OF THE WAY, THE CARDS ARE THE DIRECTION THAT WE SHOULD TAKE IN A JOURNEY FOR SOMETHING THAT IS PROMISING

We perform on the stage of life and we make choices every day. In a magic show, you do not notice that the magician is the spectacle leader, the one who will possibly push you to make decisions before a trick, so that you can be part of the show. When he holds a card deck, shuffling the cards, paying attention to your reactions, he incites the curiosity and triggers the choice process. When he faces them down, he gives some time so that you can make a decision in relation to the card row.

This is the time to choose a card. The magician's way of looking while waiting can be seen as a pressure on you, but he does it to challenge you, as a manager and his or her team. An example of a crucial choice is when we take an adventure of choosing a graduation at college. We do this considering our affinities and we wait for positive results regarding professional achievements. As any human being, we are afraid of what is waiting for us and afraid of frustrations, something very common in the corporate world.

If you take the Queen of Hearts card, it can show affinity with Arts; the Jack of Spades, a tendency to Exact Science area. What turns into a leap in the dark is the definition of our lives based on choices. Before the magician, choosing a card is a step to define the beginning of a personal and professional way.

Making decisions is part of our existence. We will never run away from the mission of choosing the best cloth, the best job and the best house. The magician represents the beginning of the way, and the cards are the direction that we should take in a journey for something that is promising. The right choice comes from our confidence. The magician provides the time we need to find out which card we really want. It requires analysis, planning and a bit of intuition. Among so many variables, which card did you choose? Give it a second thought, because the future is in your hands.

Marco Zanqueta is magician, motivational speaker and creator of corporate training programs.
marcozanqueta@palestracommagica.com.br



Preparação para o pós-crise



SHUTTERSTOCK

Além das ações anunciadas pelo governo e o apoio que tem sido declarado por associações, confederações e representantes do setor produtivo, devemos verificar em nossas empresas o que deve ser feito para consolidar as ações já tomadas, sobretudo no que diz respeito a métodos e rotinas de trabalho, que terão de ser revistos face à mudança da conjuntura.

Das atividades ligadas ao Turismo, a hotelaria representa um dos pilares para o seu desenvolvimento. Dentre os pleitos que a classe hoteleira deveria apresentar ao novo Governo Federal, Alexandre Sampaio, presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e diretor da Confederação Nacional de Comércio, Bens, Serviços e Turismo (CNC), destaca os seguintes:

- Alteração do cálculo de incidência de ICMS à tarifa de energia elétrica.
- Classificação da atividade de turismo receptivo como ação exportadora, a fim de se obter a isenção de tributos e créditos decorrentes.
- Redução do IPI relativo a equipamentos que visem à renovação e modernização dos meios de hospedagens.
- Criação de incentivos fiscais aos empresários que investem na capacitação dos colaboradores na própria empresa.
- Aprovação de lei que regulamente a taxa de serviço, eliminando os passivos trabalhistas das práticas atuais.
- Modernização da CLT e sua consequente flexibilização, sem a perda de direitos adquiridos.

Além do que cabe ao governo, na hotelaria há alguns lembretes que resultam em maior produtividade econômica ou redução de desperdícios:

- Nos bufês, se evita a sobreposição ou o empilhamento do alimento servido?
- A produção do lixo na área de A&B é verificada e analisada?
- As camareiras cumprem a solicitação de não trocar roupa de cama e banho?
- Existe um treinamento com foco no aprimoramento das áreas de A&B, limpeza e manutenção?
- Quando foi feita a última verificação do equipamento de combate a incêndio?
- Quantos funcionários receberam treinamento para eventual combate a incêndio?

Poderíamos listar ainda outras sugestões que favorecem uma performance mais eficiente e lucrativa. **Sempre** podemos fazer algo melhor, mais rentável ou com melhor qualidade em nossas empresas. 📱

“
PRECISAMOS TER EM MENTE QUE
SEMPRE PODEMOS FAZER ALGO MELHOR,
MAIS RENTÁVEL OU COM MELHOR
QUALIDADE EM NOSSAS EMPRESAS”

BEING PREPARED FOR THE POSTCRISIS

WE SHOULD HAVE IN MIND THAT WE CAN ALWAYS DO SOMETHING BETTER, MORE PROFITABLE OR WITH HIGHER QUALITY IN OUR COMPANIES

In addition to the actions announced by the government and the support that has been declared by associations, confederations and representatives of the productive sector, we have to verify inside our companies what must be done to consolidate the measures already taken, mainly what is related to work methods and routine, which should be reviewed before this conjuncture. Among the activities related to Tourism, the hospitality represents one of the pillars for its development. Considering the pleas that the hospitality category must present to the new Federal Government, Alexandre Sampaio, president of Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação - FBHA (Brazilian Federation of Food and Lodging) and director of Confederação Nacional de Comércio, Bens, Serviços e Turismo - CNC (National Confederation of Commerce of Goods, Services and Tourism), highlights as follows:

- Alteration of ICMS (State Tax on Consumption of Goods and Services) tax rate on electricity.
- Classification of inbound tourism activity as an export action, in order to obtain the exemption of taxes and deriving credits.
- Reduction of IPI (Brazilian Tax on Industrial Products) related to equipment regarding renovation and modernization of lodging.
- Creation of tax incentives for the businessmen who invest in employees' qualification in the company.
- Approval of a law which regulates the service tax, eliminating labor liabilities from the currently practices.
- Modernization of CLT (Consolidation of Brazilian Labor Laws) and its consequent flexibility, without the loss of acquired rights.

In addition to the government responsibilities, there are some tips in the hospitality branch which result in a greater economic productivity or wasting reduction:

- At the buffets, is the act of putting some fresh food over the food already served avoided?
- Is the production of trash in the F&B area verified and analyzed?
- Do the housekeepers attend to the request and do not replace the bed linen and towels?
- Is there a training course focusing on improving of F&B, cleaning and maintaining areas?
- When the last firefighting equipment inspection was performed?
- How many employees were trained for an occasional firefighting?

We could also list other suggestions which make a more efficient and profitable performance easier. We should have in mind that we can always do something better, more profitable or with higher quality in our companies.

Mário Braga is executive-director and CEO of Audithotel and Hotelabor, and also Tourism, Hospitality and Gastronomy consultant. mbragarc@unisys.com.br



A magia das emoções



O Carnaval é a época em que diversos sentimentos e sensações se manifestam. A alegria é o que mais aparece, mas com certeza não é o único. Dizem os estudiosos que existem algumas emoções básicas: alegria, afeto, tristeza, raiva e medo. Todas as outras, como ansiedade, insegurança, angústia e culpa, decorrem das cinco principais.

Cada vez mais as pessoas têm sentido a necessidade de compreender as suas emoções e de saber lidar com elas, mesmo porque em um único dia pode-se viver coisas agradáveis, desagradáveis, sentir medo ou tensão, por exemplo. A pergunta é: o que fazer com tudo isso?

O primeiro passo é relacionar cada uma das situações que acontecem conosco a uma emoção. Depois, podemos escolher entre deixar essa emoção tomar conta dos nossos pensamentos e atitudes ou equilibrar emoção e razão. Toda emoção tem a sua importância, e devemos permitir que elas tenham o seu espaço para que convivam bem entre si.

Vale lembrar da importância de nos conhecermos bem e de fazermos uma fantástica viagem para o nosso interior, a qual vai gerar uma compreensão maior de quem somos. O autodomínio refere-se à maneira como lidamos com as emoções e é resultado do autoconhecimento.

Além disso, é preciso entender melhor a tal da **inteligência emocional**, que nos leva a saber usar as nossas emoções e as das outras pessoas em favor do bom convívio, do equilíbrio, da resiliência e do saber lidar com a pressão. Sabemos também que cada vez mais as empresas buscam pessoas com QE (quociente emocional) bem desenvolvido.

Assim, estaremos mais próximos de alcançar a maturidade emocional que tanto desejamos e que é tão necessária para vivermos a vida com mais **alegria**, aceitando o que não nos compete mudar e nos esforçando para realizar melhor aquilo que nos cabe.

Deixo aqui a reflexão para a continuidade da nossa viagem interior: quem sou eu? Quais são os meus objetivos? O que tenho feito para conquistar o equilíbrio das minhas emoções? 📱

“**TODA EMOÇÃO TEM A SUA IMPORTÂNCIA, E DEVEMOS PERMITIR QUE ELAS TENHAM O SEU ESPAÇO PARA QUE CONVIVAM BEM ENTRE SI**”

THE MAGIC OF EMOTIONS

EACH EMOTION HAS ITS IMPORTANCE AND WE SHOULD ALLOW THEM TO HAVE THEIR SPACE SO THAT THEY CAN LIVE WELL

Carnival is the time when so many feelings and sensations can come out. Happiness appears the most, however, this is not the only one, for sure. Experts tell that there are some basic feelings: happiness, affection, sadness, anger and fear. The other ones, like anxiety, insecurity, distress and guilt arise from the five main ones.

More and more, people have been feeling the need for a comprehension of their emotions and how to deal with them, because in only one day, we can live great and bad moments, be afraid or feel tension, for example. The question is: what to do?

The first step is to relate each situation that happens to us to some emotion. Then, we can choose between letting this emotion occupy our thoughts and attitudes or balancing emotion and reason. Each emotion has its importance and we should allow them to have their space, so that they can live well.

Self-knowledge is important, as well as taking a fantastic internal trip, which will generate a greater comprehension of who we are. Self-control is related to the way how we deal with emotions and this is a result of self-knowledge.

Moreover, a better comprehension of the emotional intelligence is important; it allows us to know how to use people's emotions and ours in order to make the coexistence, balance, resiliency and the way of dealing with pressure easier. We also know that, more and more, companies look for people with a well-developed EQ (emotional quotient).

Then, we will be able to reach the emotional maturity that we want so badly and that is very important for living our lives happier, accepting a situation that is not our task to change and being engaged in doing our best in our mission.

I leave here this reflection for continuing our internal trip: who am I? What are my goals? What have I done to reach balance in my emotions?

Nilda Brasil is a psychologist, with graduate specialization in People Management and Customer Services by Disney Institute. nildabrasil@nildabrasil.com.br

Danyel Lorenzo é viajante, apaixonado por Turismo, fã dos destinos brasileiros e dono da agência Fauxtur, que rema todos os dias em busca de um novo conceito em atendimento.



Carnaval no Brasil: um giro pelas principais folias do país



VINCUS TUPINAMBA / SHUTTERSTOCK.COM

O Carnaval é uma das festas mais populares da nossa cultura, e a folia é garantida em diversas cidades do Brasil. Em qualquer menção a este megaevento, é preciso citar Salvador, onde trios elétricos se apresentam pelos três principais circuitos da cidade: Dodô, Osmar e Batatinha. Seja com abadá, como "pipoca" ou nos camarotes, é tudo imperdível.

Blocos carnavalescos são a especialidade de Recife – sede do *Galo da Madrugada*, o maior e mais famoso bloco do mundo – e do Rio de Janeiro, com mais de 400 desfilando pela zona Sul e pelo Centro. Para todos os bolsos, Minas Gerais é o destino. Os blocos das repúblicas são no embalo do axé, e os mineiros herdaram dos baianos o uso de abadá. Bandas locais também têm vez em pontos mais descentralizados, onde o agito é menor e, o preço, mais baixo.

Olinda é a dica para quem quiser curtir um Carnaval diferente, onde se dança ao som do frevo e do maracatu – os principais atrativos são os bonecos gigantes fantasiados. Outro lugar que foge do convencional é São Luis do Paraitinga, destino em que é proibido tocar axé, funk e pagode e que prioriza marchinhas da região.

Se o passageiro tiver preparo físico, Diamantina pode agradar. São cinco dias inteiros de festa entre as ruas estreitas e os casarões antigos da cidade. Durante o dia, a animação fica por conta dos blocos caricatos, e à noite quem comanda são as duas famosas batucadas: a Bartucada e a Bat Caverna, na Praça do Mercado Velho.

Já em Manaus, terra do Boi-Bumbá, a batida carnavalesca se mistura às toadas de Parintins para criar o Carnaboi – até Garantido e Caprichoso deixam a rivalidade de lado nessa época do ano. A folia é no sambódromo e ao som de trios elétricos. Em Florianópolis, a festa é para todos, recebendo de braços abertos qualquer pessoa. Tem desfile de escola de samba, festas em clubes e blocos que vão de um bairro a outro. O mais aguardado é o *Bloco dos Sujos*, no qual os homens ficam livres para soltar o seu lado mais feminino.

Agora é só o passageiro escolher o destino e cair na folia – sempre com o auxílio de um agente de viagens, é claro. 📌

“ O CARNAVAL É UMA DAS FESTAS MAIS POPULARES DA NOSSA CULTURA E, PARA CAIR NA FOLIA, O PASSAGEIRO SÓ PRECISA ESCOLHER O DESTINO – SEMPRE COM O AUXÍLIO DE UM AGENTE DE VIAGENS, É CLARO ”

CARNIVAL IN BRAZIL: A TOUR IN THE MAIN PARTIES OF THE COUNTRY
CARNIVAL IS ONE OF THE MOST POPULAR FESTIVALS OF OUR CULTURE AND, IN ORDER TO CELEBRATE IT, THE PASSENGER ONLY NEEDS TO CHOOSE A DESTINATION - ALWAYS WITH THE HELP OF A TRAVEL AGENT. OF COURSE

Carnival is one of the most popular festivals of our culture, and the celebration is guaranteed in different cities of Brazil. In every mention about this mega event, Salvador must be cited, where trios elétricos (bands on a float) perform on the three main city's circuit: Dodô, Osmar and Batatinha. With abadá (colorful tops worn by people who pay for following closely the street parade), like "pipoca" (popcorn, literally translated, people who did not buy an abadá but follow the street parade distantly) or inside the camarotes (mezzanine rooms in the sambódromo), nothing can be missed!

Carnival blocos (street parades which combine music and dance) are Recife's specialties - headquarters of Galo da Madrugada (Rooster of Early Hours, literally translated), the bigger and the most famous bloco in the world - and also Rio de Janeiro's, with over 400 blocos on the parade which takes place in the south side and downtown area. For all types of budgets, Minas Gerais is the destination. The blocos of repúblicas (student dorms) follow the rhythm of axé (music genre from Salvador mixing different Afro-Caribbean rhythms), and people from Minas Gerais inherited the abadá use from Bahia. Local bands have also an opportunity in secondary places where is not so busy and prices are cheaper.

Olinda is a tip for those who want to enjoy a different Carnival, dancing to the sound of frevo and maracatu - the main attractions are the giant puppets wearing costumes. Another place that is out of conventional is São Luis do Paraitinga, destination in which playing axé, funk and pagode is not an option, prioritizing marchinhas (classic Carnival songs) of the region.

If the passenger has a good fitness conditioning, Diamantina may be the one. There are five whole days of parties which take place among the narrow streets and the old large houses of the city. During the afternoon, the excitement is in charge of ludicrous blocos, and at night two famous batucadas (a type of samba substyle with African influence in Brazilian percussion) get the party started: Bartucada and Bat Caverna, on the Praça do Mercado Velho (Mercado Velho Square).

In Manaus, land of Boi-Bumbá Festival, carnival rhythm and Parintins melodies create the Carnaboi - even Garantido and Caprichoso (both are Boi-Bumbá's characters) let the rivalry go in this time of the year. The celebration is in the sambódromo and to the sound of the trios elétricos. In Florianópolis, the party is for all, receiving anyone with opened arms. There are samba schools parades, parties at dance clubs and blocos which go from one district to another. The most famous is the Bloco dos Sujos (Dirty Block, literally translated), in which men are free to show their female side.

Now, it is up to the passenger to choose the destination and party hard - always with the help of a travel agent, of course.

Danyel Lorenzo is a traveler, Tourism lover, fan of Brazilian destinations and owner of Fauxtur travel agency, which rows every day looking for a new service concept.

PARCERIA ESSENCIAL COM OS AGENTES DE VIAGENS



“Nossa palavra é de estímulo aos agentes: continuam acreditando no mercado de viagens e na parceria com a LATAM, cuidando para que os sonhos dos nossos clientes cheguem ao seu destino”

Após um ano de muito trabalho, em que enfrentamos um cenário econômico desafiador, já nos preparamos para 2017 com o objetivo de fortalecer nossas ações e potencializar os resultados. É bom lembrar que, cada vez mais, os brasileiros desejam viajar. E, para atender a essa dinâmica de mercado, consideramos fundamental o papel do agente de viagens, bem como a oferta de bons serviços das companhias aéreas, uma das premissas da LATAM Airlines.

De nossa parte, damos ênfase ao Club LATAM, programa de relacionamento da LATAM com agências de viagens. Neste ano, desenvolvemos uma série de ações para incentivar os parceiros, como uma nova edição do Prêmio Agências de Elite, que gerou premiações a exemplo das viagens para Punta del Este e Barcelona. Nossa contribuição para a evolução do setor contempla também, em reconhecimento, ferramentas para o desenvolvimento dos negócios, entre elas bolsas de idiomas e cursos de gestão, como os que foram fornecidos na Fundação Getulio Vargas (FGV) e em Nova York.

A companhia também segue aprimorando os serviços aos clientes ao operar com duas aeronaves de última geração, o Airbus A350 e o A320neo; oferecer o serviço de Premium Business em viagens de longa distância, com vinhos e cardápios definidos por conceituados sommeliers e chefs de cozinha; e disponibilizar o LATAM Entertainment, serviço de entretenimento a bordo sem fio, que permite acesso nos dispositivos móveis a mais de 50 filmes e 42 séries, entre outros conteúdos.

A LATAM Airlines Brasil ainda busca cativar os clientes pelo programa LATAM Fidelidade, com mais de 13 milhões de associados e o qual integra a Rede Multiplus, permitindo acumular pontos e resgatar prêmios em mais de 400 empresas parceiras. Por isso, nossa palavra é de estímulo aos agentes: continuam acreditando no mercado de viagens e na parceria com a LATAM neste novo ano que se aproxima, e sigam conosco, cuidando para que os sonhos dos nossos clientes cheguem ao seu destino. 📱

ESSENCIAL PARTNERSHIP WITH TRAVEL AGENTS

“OUR WORD IS TO ENCOURAGE THE AGENTS: KEEP THE FAITH IN THE TRAVEL MARKET AND IN THE PARTNERSHIP WITH LATAM, MAKING OUR CLIENTS’ DREAMS REACH THEIR DESTINATION”

After a year of too much work, in which we had to deal with a challenging financial situation, we are ready for 2017 aiming to strengthen our actions and maximize results. It is important to mention that, more and more, Brazilians want to travel. And, in order to carry out this market dynamic, we consider the travel agent’s role a fundamental part, as well as the offer of good services from the airline companies, one of LATAM Airlines’ premises.

From our side, we emphasize Club LATAM, a relationship program between LATAM and travel agencies. This year, we have developed a series of actions to encourage the partners, like a new edition of the Prêmio Agências de Elite (Agency Elite Awards), which generated awards like travels to Punta del Este and Barcelona. Our contribution to the sector evolution also includes, in appreciation, tools for business development, among them language and managing courses scholarship programs, as the ones which were taken at Fundação Getulio Vargas (FGV) and in New York.

The company has been also improving its customer services by operating with two cutting edge aircrafts, the Airbus A350 and the A320neo; by offering the Premium Business service in long-distance travels, with wine and menu created by rewarded sommeliers and chefs; and by providing the LATAM Entertainment, wireless onboard entertainment service, which allows mobile devices to access over 50 movies and 42 series, among other content.

LATAM Airlines Brasil also tries to reach clients by the LATAM Fidelidade program (LATAM Loyalty program, loosely translated), with more than 13 million members and which is part of the Rede Multiplus, allowing people to earn points and redeem prizes in over 400 companies that are partners. Therefore, our word is to encourage the agents: keep the faith in the travel market and in the partnership with LATAM the next year, and stay with us, making our clients’ dreams reach their destination.

IGOR MIRANDA

is Indirect Sales director of LATAM Airlines Brasil and promotes the dialogue and the relationship with partners, especially travel agents.

IGOR MIRANDA

é diretor de Vendas Indiretas da LATAM Airlines Brasil e promove o diálogo e o relacionamento com as empresas parceiras, especialmente os agentes de viagens.



Procurando otimizar seus negócios com reservas rápidas, atendimento 24 horas, segurança e preços competitivos?



Com a SHOP HOTEL você conta com os melhores hotéis no Brasil e no mundo com comodidades, tarifas e condições especiais para uma viagem ainda mais completa.

Aposte na tradição e na força do GRUPO TREND, e em uma empresa 100% on-line com processos automatizados e simplificados – tudo para o seu sucesso.



SHOP HOTEL

Bem-vindo à SHOP HOTEL!

Para mais informações, fale com a SHOP HOTEL pelos e-mails:



Suporte para reservas
atendimento@shophotel.com.br



Grupos
grupos@shophotel.com.br

Entre em contato também pelo nosso chat, disponível de segunda a sexta-feira das 8h às 18h, ou ligue para o nosso plantão 24 horas nos números (11) 3123 8555 (São Paulo) ou 0800 015 3315 (outras cidades) das 18h às 8h aos sábados, domingos e feriados. Se preferir, mande um e-mail para 24horas@trendoperadora.com.br, informando que a reserva é SHOP HOTEL.

WWW.SHOPHOTEL.COM.BR

FECHANDO 2016 com chave de ouro

FOTOS ARQUIVO TREND

O último trimestre de 2016 trouxe consigo muitas novidades positivas para o GRUPO TREND, que viu as suas cinco empresas crescerem e contribuírem para o desenvolvimento do setor. Ao apostar na participação em alguns dos mais importantes eventos do trade turístico, a holding reafirmou a força de sua marca e se aproximou de fornecedores e parceiros estratégicos.

Outro ponto relevante tem relação com a atuação ainda mais forte com as agências de viagens, o que permitiu ampliar a divulgação de destinos e atrações em âmbito nacional e internacional e zelar pelo contato próximo com o seu único canal de vendas. O período teve, ainda, premiações concedidas por hotéis, novas contratações e claro: vendas, vendas e mais vendas. Quer ficar a par de tudo o que aconteceu? Então bora lá!

FINISHING 2016 WITH A FLOURISH

The last quarter of 2016 has taken too much positive fresh news to GRUPO TREND, which has seen its five companies increase and contribute to the branch development. Participating in some of the most important Travel Industry's events, this holding has reinforced its brand consolidation and brought providers and strategic partners closer. Another relevant item is related to a stronger performance with travel agencies, which allowed an increase regarding the promotion of destinations and attractions at national and international level and also to keep a relationship with its only sales channel. The period also had awards given by hotels, new contracts and of course: sales, sales and more sales. Do you want to keep up with everything that happened? So, here we go!



PRESIDENTE LUPPA REÚNE LIDERANÇA DO GRUPO TREND E APRESENTA 2017 COMO O ANO DO LOBO
THE CEO, LUPPA, HOLDS A MEETING WITH GRUPO TREND'S LEADERSHIP AND ANNOUNCES 2017 AS THE YEAR OF THE WOLF

2017: O ANO DO LOBO

O presidente do GRUPO TREND, Luis Paulo LUPPA, se reuniu com líderes da holding para comemorar os resultados de 2016 e anunciar que 2017 marcará a celebração do Ano do Lobo, com alusão às características mais marcantes do animal.

A escolha deste símbolo levou em consideração habilidades e valores como esperteza, capacidade analítica, adaptabilidade, força, família e senso de coletivo, pilares que garantem a sobrevivência das alcateias frente às mais variadas mudanças. "Além do Ano do Lobo, lançamos mão do lema *Juntos somos mais fortes*, fazendo referência à principal fortaleza das nossas cinco empresas: as pessoas que nelas trabalham", destaca LUPPA.

2017: YEAR OF THE WOLF

GRUPO TREND's president, Luis Paulo LUPPA, held a meeting with this holding's leaders to celebrate results of 2016 and to announce that 2017 will be the Year of the Wolf's celebration, making an allusion to the most remarkable features of this animal. This symbol was chosen because of some skills and values like smartness, analytic ability, adaptability, strength, family and collectivism, pillars which guarantee the pack's survival before a series of changes. "In addition to the Year of the Wolf, we created the slogan Together we are stronger, thinking about the fortress of our five companies: people who work for them", highlights LUPPA.

MAIS EUROPA do que nunca

Representado pelo vice-presidente Jay Santos e por Emmanuel Labastida, diretor de Produtos Internacionais para a América Latina, o GRUPO TREND participou mais uma vez da WTM London, uma das maiores feiras de turismo do mundo, destacando-se entre os 62 co-expositores do espaço Embratur, dedicado ao Brasil. Um ponto importante: em comparação com 2015, as vendas de hotelaria para a Europa cresceram 30% na holding. Lisboa liderou o ranking de destinos europeus mais vendidos, seguido por Paris, Roma, Londres e Barcelona. "Observamos a redução do euro em comparação ao dólar, o que tornou o Velho Continente mais acessível aos brasileiros. Além disso, focamos em contratações diretas e negociações diferenciadas por meio de nossos fornecedores locais", afirma Labastida.

SO MUCH EUROPE THAN EVER

Represented by the vice-president, Jay Santos, and by Emmanuel Labastida, director of International Products for Latin America, GRUPO TREND participated one more time in WTM London, one of the biggest Travel Industry fairs of the world, being in evidence among 62 co-exhibitors of Embratur's area, dedicated to Brazil. An important aspect: in comparison to 2015, sales of hotels to Europe increased 30% at the holding. Lisboa was on top of the most sold European destinations ranking, followed by Paris, Rome, London and Barcelona. "We noticed a decrease of the euro in comparison to the dollar, making the Old World less expensive for Brazilians. Besides, we focused on direct contracts and different negotiations by our local providers", affirms Labastida.

#PARTIUPERU

SHUTTERSTOCK



RECORTE DO VALE SAGRADO DOS INCAS, NOS ANDES PERUANOS
SACRED VALLEY OF THE INCAS, IN THE ANDES OF PERU

Posicionada entre as principais operadoras a comercializar viagens para o Peru, a TREND participou da 4ª edição da Peru Week, maior campanha de promoção da gastronomia e do turismo peruanos no Brasil. Durante a ação, pacotes promocionais e exclusivos foram divulgados visando ampliar ainda mais as vendas para a região, que experimenta aumento de 60% nas reservas do lazer ao fazer uma comparação com 2015.

Os bons resultados também se referem ao número de diárias: Machu Picchu e Valle Sagrado cresceram, com incremento de 54% e 230%, respectivamente, assim como Lima, que ocupa o nono lugar no ranking dos destinos mais vendidos pela empresa na América do Sul.

#HELLOPERU

Consolidated among the main operators which sell travels to Peru, TREND participated in the 4th edition of Peru Week, the biggest Peruvian gastronomy and tourism promotion campaign in Brazil. During the action, promotional and exclusive travel packages were released aiming to increase sales in the region more and more.

The good results also include the number of room nights: Machu Picchu and Valle Sagrado increased, with an increment of 54% and 230% respectively, like Lima, which occupies the 9th position in the list of the most sold destinations by the company in South America.



ALESSANDRA MAIA

GERENTE NOVA nos States

A fim de ampliar a atuação da TREND TRAVEL USA, empresa do GRUPO TREND com sede em Orlando, foi anunciada recentemente a contratação de Alessandra Maia, gerente de Desenvolvimento de Negócios com foco em negociações nos Estados Unidos e no Canadá. A executiva soma 10 anos de experiência no Turismo, tendo trabalhado em grandes OTAs e na empresa de cruzeiros Royal Caribbean.

NEW MANAGER IN AMERICA

With the goal of improving TREND TRAVEL USA's performance, a GRUPO TREND's company headquartered in Orlando, the hire of Alessandra Maia, manager of Business Development focused on negotiations in the United States and Canada, was recently announced. The executive has 10 years of experience in Travel Industry, having worked for big OTAs and for Royal Caribbean cruise company.

NETWORKING E VENDAS de mãos dadas em Orlando

NETWORKING AND SALES TOGETHER IN ORLANDO

Michelle Perez-Farinha and Janete Beaghley, TREND TRAVEL USA's employees, participated in RTO Summit Orlando recently, an event that encourages networking, mainly with hoteliers and conventions bureaux. In this opportunity, both executives participated in meetings with over 30 representatives of the touristic trade aiming to bring new products and attractions to the company, strengthen existent partnerships and consolidate GRUPO TREND's brand in the destination.

Michelle Perez-Farinha e Janete Beaghley, da TREND TRAVEL USA, participaram recentemente do RTO Summit Orlando, evento que estimula o networking, sobretudo com hoteleiros e convenções bureaux. Na oportunidade, as duas executivas participaram de reuniões com mais de 30 representantes do trade turístico com o intuito de trazer novos produtos e atrações para dentro de casa, reforçar parcerias já existentes e potencializar a marca do GRUPO TREND no destino.



JANETE BEAGHLEY E MICHELLE PEREZ-FARINHA, DA TREND TRAVEL USA, POSAM COM BENJAMIN MADDY (THE MADISON SQUARE GARDEN COMPANY), RENEE WILSON (THE RIDE NYC) E DAVID BECKER (ATTRACT CHINA) DURANTE RTO SUMMIT ORLANDO
JANETE BEAGHLEY AND MICHELLE PEREZ-FARINHA, FROM TREND TRAVEL USA, POSE WITH BENJAMIN MADDY (THE MADISON SQUARE GARDEN COMPANY), RENEE WILSON (THE RIDE NYC) AND DAVID BECKER (ATTRACT CHINA) DURING RTO SUMMIT ORLANDO

ESTADOS UNIDOS a semana toda

Entre 7 e 11 de novembro o GRUPO TREND promoveu a Semana Temática Estados Unidos, por meio da qual toda a sua equipe divulgou o destino para as mais de 14,4 mil agências de viagens por ele atendidas, com direito a visitas presenciais a mais de 2,2 mil clientes em 200 cidades pelo time de Vendas. Além de apresentar alguns dos principais atrativos do país, o período disponibilizou tarifas competitivas de produtos como hotéis, receptivos, parques temáticos, destinos e locação de automóveis, e informação de qualidade sobre as principais cidades norte-americanas.

“Os Estados Unidos têm um potencial incrível no que diz respeito ao Turismo, representando excelente volume de vendas para nós. Com a chegada da TREND TRAVEL USA, potencializamos nossa atuação por ali por meio de negociações exclusivas, diferenciais e novos produtos no portfólio. A Semana Temática é uma forma de dar ainda mais visibilidade ao país e de levar as melhores ofertas para os nossos parceiros”, ressalta Cristiane Jayme, diretora de Lazer do GRUPO TREND.

A WHOLE WEEK OF UNITED STATES

Between November 7th and 11th, GRUPO TREND prepared the United States theme week, by which all its team promoted the destination for more than 14.400 travel agencies served by the company, with the Sales team visiting in person over 2.200 clients in 200 cities. In addition to showing some of the main country's attractions, this period offered competitive taxes regarding products like hotels, receptive services, theme parks, destinations and car rentals, and useful information on the main North American cities. “The United States has a great potential regarding Tourism, representing an excellent sales’ volume for us. With TREND TRAVEL USA’s arrival, we can improve our performance there by exclusive negotiations, different services and new products to the portfolio. The Theme Week is a way of increasing the country’s visibility and taking the best offers to our partners”, highlights Cristiane Jayme, director of Leisure at GRUPO TREND.



NA PRIMEIRA FOTO, EDILSON FERNANDES (TREND) COM CARLA NOBREGA, TIANA WATANABE, LAURA KIMURA E PATRÍCIA RIBEIRO (VOARE TURISMO), EM SÃO JOSÉ DOS CAMPOS (SP). ABAIXO, GERALDO ALCÂNTARA (CASTELAR VIAGENS), DE ARACAJU (SE), COM UM EXEMPLAR DA REVISTA SEGUIE VIAGEM. AO LADO, STEFANY RIBEIRO (TREND), MARIANA DA FONTE (LANCETUR) E PATRÍCIA LIMA (COPA AIRLINES)

IN THE FIRST PHOTO, EDILSON FERNANDES (TREND) WITH CARLA NOBREGA, TIANA WATANABE, LAURA KIMURA AND PATRÍCIA RIBEIRO (VOARE TURISMO), IN SÃO JOSÉ DOS CAMPOS (SP). BELOW, GERALDO ALCÂNTARA (CASTELAR VIAGENS), FROM ARACAJU (SE), WITH A SEGUIE VIAGEM MAGAZINE'S COPY. NEXT TO IT, STEFANY RIBEIRO (TREND), MARIANA DA FONTE (LANCETUR) AND PATRÍCIA LIMA (COPA AIRLINES)



EMMANUEL LABASTIDA, ALESSANDRA MAIA E CRISTIANO AMADEU, DO GRUPO TREND, PRESTIGIAM IMEX AMÉRICA, EM LAS VEGAS

EMMANUEL LABASTIDA, ALESSANDRA MAIA AND CRISTIANO AMADEU, FROM GRUPO TREND, ATTEND IMEX AMÉRICA, IN LAS VEGAS

Direto de Las Vegas: **NEGÓCIOS E EVENTOS**

Las Vegas foi palco para a realização da edição de 2016 da IMEX America, considerada a maior feira dos Estados Unidos dedicada ao segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). Com o objetivo de fazer negócios e conhecer de perto as principais tendências do setor, o GRUPO TREND enviou três representantes para o evento: Alessandra Maia (nova gerente de Desenvolvimento de Negócios da TREND TRAVEL USA), Cristiano Amadeu (gerente do departamento de Grupos, Feiras e Eventos da TREND Operadora) e Emmanuel Labastida (diretor de Produtos Internacionais para a América Latina da holding).

RIGHT FROM LAS VEGAS: BUSINESS AND EVENTS

Las Vegas was the stage for 2016 IMEX America, considered the biggest fair of the United States regarding the MICE branch (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). With the purpose of negotiating and checking the main branch's trend closely, GRUPO TREND sent three representatives to the event: Alessandra Maia (new manager of Business Development at TREND TRAVEL USA), Cristiano Amadeu (manager of Groups, Fairs and Events department at TREND Operadora) and Emmanuel Labastida (director of International Products for Latin America at this holding).

INOVAR hoje e sempre

Robson Gomes, vice-presidente de Tecnologia da Informação do GRUPO TREND, prestigiou a Phocuswright Conference, reconhecido evento internacional de tecnologia voltado ao setor de Turismo. Realizado no JW Marriott Los Angeles, nos Estados Unidos, o encontro foi marcado por diversas reuniões com clientes e atuais fornecedores da holding e favoreceu a aproximação com CEOs e autoridades do trade em âmbito mundial.

"Nossa participação faz parte da estratégia de inovação contínua em nossos sistemas e nos ajuda a traçar novos planos. Vimos para mostrar o quanto somos grandes e incansáveis quando o assunto é entregar produtos de ponta", declara Gomes.

CONTINUOUS INNOVATION

Robson Gomes, vice-president of GRUPO TREND's Information Technology, attended the Phocuswright Conference, a famous event regarding international technology addressed to Travel Industry. Held in the JW Marriott Los Angeles, in the United States, the event was full of several meetings with clients and current holding's providers, good for strengthening the relationship between the CEOs and the trade's authorities at a global level.

"Our participation is part of the continuous innovation strategy in our systems and it helps us to make new plans. We came to show how great we are and also hard workers when the subject is to offer cutting edge products", declares Gomes.



SILVA RUSSO (GERENTE DE PRODUTOS DE LAZER NACIONAL) E DYOGO SCHROEDER (DIRETOR DE PRODUTOS NACIONAIS) EXIBEM TROFÉUS DO VILA GALÉ E TIVOLI PRAIA DO FORTE. NA IMAGEM ABAIXO, AMBOS SE REUNEM COM REPRESENTANTES DO INFINITY BLUE RESORT & SPA PARA RECEBER MAIS UM PRÊMIO

SILVA RUSSO (MANAGER OF NATIONAL LEISURE PRODUCTS) AND DYOGO SCHROEDER (DIRECTOR OF NATIONAL PRODUCTS) SHOW TROPHIES GRANTED BY VILA GALÉ AND TIVOLI PRAIA DO FORTE. IN THE PICTURE BELOW, BOTH MEET THE INFINITY BLUE RESORT & SPA'S REPRESENTATIVES FOR ONE MORE PRIZE

Reconhecimento QUE VALE PRÊMIOS

Você sabia que a TREND trouxe mais três troféus para a sua matriz? É isso mesmo! A operadora foi reconhecida pela rede Vila Galé e pelos meios de hospedagem Tivoli Ecoresort Praia do Forte (BA) e Infinity Blue Resort & Spa (SC) pela parceria de sucesso, cujos excelentes resultados alcançados no último ano têm relação direta com o crescente volume de venda de diárias. Os prêmios representam a consolidação do departamento de Lazer da empresa no mercado, que registra incremento de 70% em relação a 2015.

APPRECIATION THAT MEANS PRIZES

Do you know that TREND brought three more trophies to its main office? That is right! The operator was rewarded by Vila Galé chain and by the hotels Tivoli Ecoresort Praia do Forte (BA) and Infinity Blue Resort & Spa (SC) for the successful partnership, which excellent results reached in the last year are directly related to the increasing volume of daily sales. Prizes represent the consolidation of the company's Leisure department in the market, which records an increment of 70% in comparison to 2015.

NORDESTE É BOM e a gente gosta

Presente no Festival de Turismo de João Pessoa pelo quinto ano consecutivo, a TREND anunciou crescimento de 14% nas vendas de hotelaria nacional para o Nordeste, resultado impulsionado pela demanda elevada para os seguintes destinos: Fortaleza, Recife, Salvador, Natal e Maceió, com destaque também para Porto de Galinhas e Porto Seguro.

A operadora participou do evento com a Rua TREND, corredor exclusivo para parceiros convidados, e com uma sala de capacitação para os agentes de viagens, que tiveram a oportunidade de conhecer melhor a Segue Viagem, marca de conteúdo relevante sobre Turismo que reúne site (www.segueviagem.com.br), revista, aplicativo, redes sociais e TV – esta última lançada recentemente.

BRAZILIAN NORTHEAST IS GOOD AND WE LOVE IT

Present at Festival de Turismo de João Pessoa (João Pessoa's Tourism Festival) by the fifth time in a row, TREND announced the increase of 14% in national hotel sales to Brazilian Northeast, a result created by the high demand for the following destinations: Fortaleza, Recife, Salvador, Natal and Maceió, also highlighting Porto de Galinhas and Porto Seguro. The operator participated in the event with Rua TREND (TREND Street), an exclusive hallway for partners invited, and with a qualification room for travel agents, who had the opportunity to know better Segue Viagem, a brand that bears relevant content on Tourism which owns a website (www.segueviagem.com.br), magazine, app, social media and TV – the last one recently launched.

SÃO PAULO: vale a pena conhecer



O GRUPO TREND e o São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB) promoveram mais duas edições do *São Paulo é tudo de bom*. Com a TREND fica ainda melhor!, primeiro com agentes de viagens de Curitiba e, depois, com um seletivo grupo de Porto Alegre. Ambas as turmas foram convidadas a viajar para São Paulo, tendo a GOL Linhas Aéreas Inteligentes e o Radisson Blu São Paulo como transportadora e hotel oficiais.

Além de uma visita à sede do GRUPO TREND, todos participaram de um city tour pelos principais pontos turísticos da capital paulista, como o Parque do Ibirapuera, Monumento às Bandeiras, Obelisco do Ibirapuera, Museu de Arte Contemporânea (MAC) e Avenida Paulista, assim como pelo centro histórico da cidade, englobando Praça da Sé, Teatro Municipal, Viaduto do Chá, Pátio do Colégio e Estação da Luz. Os curitibanos participaram de um site inspection pelo Radisson Blu, de uma happy hour no tradicional Bar Brahma e ainda desfrutaram um almoço no Mortadela Brasil e um jantar especial no Festivais CEAGESP. A programação foi bem similar para os gaúchos: conheceram de perto as instalações do Radisson Blu, jantaram na primeira noite no Festivais CEAGESP, almoçaram no Mortadela Brasil e fecharam a viagem no Café Burlesque.

Apoiaram as ações: Bar Brahma, Café Burlesque, CEAGESP, Five Transportes, GOL Linhas Aéreas Inteligentes, Mortadela Brasil e Radisson Blu São Paulo, assim como os guias turísticos Rocco Belletti e Maria Camporesi.

SÃO PAULO: IT IS WORTH SEEING IT

GRUPO TREND and São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB) promoted two other editions of *São Paulo é tudo de bom*. Com a TREND fica ainda melhor! (*São Paulo is everything good. With TREND it is even better!*, loosely translated), first with travel agents from Curitiba and, then, with a select group from Porto Alegre. Both teams were invited to travel to São Paulo, having GOL Linhas Aéreas Inteligentes and Radisson Blu São Paulo as official transportation and hotel.

In addition to a visit to GRUPO TREND, everyone participated in a city tour through the main São Paulo's capital tourist attractions, like Ibirapuera Park, Monumento às Bandeiras (Flag Monument), Ibirapuera's Obelisk, Museum of Contemporary Art (MAC) and Paulista Avenue, as well as the city's historic centre, including Sé Square, Municipal Theatre, Chá Bridge, Pátio do Colégio and Luz Railway Station.

Agents from Curitiba participated in a site inspection at Radisson Blu, happy hour at the traditional Bar Brahma and also enjoyed a lunch at Mortadela Brasil and a special dinner at Festivais CEAGESP. The schedule was very similar to agents from Rio Grande do Sul: they could see very closely Radisson Blu's facilities, had a dinner on the first night at Festivais CEAGESP, had a lunch at Mortadela Brasil and finished the trip at Café Burlesque.

These actions were supported by: Bar Brahma, Café Burlesque, CEAGESP, Five Transportes, GOL Linhas Aéreas Inteligentes, Mortadela Brasil and Radisson Blu São Paulo, as well as the tourists guides Rocco Belletti and Maria Camporesi.

AGENTES DE VIAGENS DE PORTO ALEGRE VIAJAM PARA SÃO PAULO A CONITE DO SÃO PAULO CONVENTION E DO GRUPO TREND. NO TOPO DA PÁGINA, GRUPO TEM MOMENTO DESCONTRAÍDO NO RESTAURANTE BADEDEC, DO RADISSON BLU SÃO PAULO. ABAIXO E À ESQUERDA, PARTICIPANTES CONFEREM O MONUMENTO ÀS BANDEIRAS, EM FRENTE AO PARQUE DO IBIRAPUERA. AO LADO, ALEXANDRA MACAGNAN E ROSÂNGELA MEDINA, AMBAS DA TREND, COM BRUNO ARAGÃO, EXECUTIVO DE CONTAS DA REDE ATLÂNTICA. NA ÚLTIMA IMAGEM, AGENTES VISITAM MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA (MAC)

TRAVEL AGENTS FROM PORTO ALEGRE GO TO SÃO PAULO INVITED BY SÃO PAULO CONVENTION AND GRUPO TREND. ON THE TOP OF THE PAGE, THE GROUP HAS EXCITING MOMENTS AT BADEDEC, RADISSON BLU SÃO PAULO'S RESTAURANT. BELOW AND TO THE LEFT, GUESTS APPRECIATE THE MONUMENTO ÀS BANDEIRAS (FLAG MONUMENT), IN FRONT OF IBIRAPUERA PARK. NEXT TO IT, ALEXANDRA MACAGNAN AND ROSÂNGELA MEDINA, BOTH TREND'S EMPLOYEES, WITH BRUNO ARAGÃO, ATLÂNTICA CHAIN'S ACCOUNT EXECUTIVE. IN THE LAST PICTURE, AGENTS VISIT THE MUSEUM OF CONTEMPORARY ART (MAC)

HOTEL OFICIAL

TRANSPORTADORA AÉREA OFICIAL

TRANSPORTADORA TERRESTRE OFICIAL

REALIZAÇÃO



APOIO



Negócios à mesa **NO SUL DO PAÍS**

Aproveitando a presença de hoteleiros de todo o Brasil que participaram da 28ª edição do Festuris Gramado – Feira Internacional de Turismo, o GRUPO TREND recebeu, na primeira quinzena de novembro, cerca de 40 parceiros de hotelaria nacional para um almoço no restaurante Bêrga Motta, na charmosa cidade da Serra Gaúcha. Além de estreitar o relacionamento com fornecedores estratégicos do mercado, o encontro celebrou mais um ano de parceria e bons negócios.

NEGOTIATIONS AT TABLE IN THE SOUTH OF THE COUNTRY
With hoteliers from all over Brazil participating in the 28th edition of Festuris Gramado – Feira Internacional de Turismo (International Tourist Fair), GRUPO TREND received, in the first fortnight of November, about 40 national hotels partners for a lunch at Bêrga Motta restaurant, in the charming city of Gaucho Highlands. In addition to strengthening the relationship with strategic providers of the market, the meeting celebrated another year of partnership and good business.

SEGUE VIAGEM EXPERIENCE na Cidade Maravilhosa

Mais de 20 agentes de viagens se reuniram para vivenciar o Segue Viagem Experience, evento do GRUPO TREND que uniu experiência, entretenimento e capacitação no espaço Escape 60, em Copacabana (RJ). Os convidados participaram de jogos em salas temáticas, os quais foram seguidos de um treinamento sobre as novidades e facilidades das plataformas da marca Segue Viagem (revista, app, redes sociais e digital).

SEGUE VIAGEM EXPERIENCE IN THE WONDERFUL CITY

Over 20 travel agents were gathered to participate in Segue Viagem Experience, a GRUPO TREND's event that allied experience, entertainment and qualification at Escape 60, in Copacabana (RJ). The guests participated in games in theme rooms, and then they took a training course on novelties and useful tools of Segue Viagem's platforms (magazine, app, social media and digital).



SELETO GRUPO DE AGENTES DE VIAGENS CARIOCA PRESTIGIA SEGUE VIAGEM EXPERIENCE. EVENTO REALIZADO NO ESCAPE 60, EM COPACABANA (RJ)

SELECT GROUP OF TRAVEL AGENTS FROM RIO DE JANEIRO APPRECIATE SEGUE VIAGEM EXPERIENCE, EVENT THAT OCCURRED AT ESCAPE 60, IN COPACABANA (RJ)

TREND TECH: seu passo para o futuro.



Soluções inteligentes para agências, hotelaria e parceiros do turismo em um só lugar.

Tudo para que a experiência em vender viagens seja cada vez melhor.

- 🌀 Foco nas necessidades do mercado;
- 🌀 Inovação e tecnologia para a indústria de turismo;
- 🌀 Expertise e tradição do GRUPO TREND.

Conheça a **TRENDTECH** e caminhe com a gente para o futuro.

➤ Acesse: www.trendtech.grupotrend.com



JANEIRO E FEVEREIRO 2017

JANUARY AND FEBRUARY 2017

FEIRAS E EVENTOS SOBRE TURISMO

TOURISM FAIRS AND EVENTS

9 A 11 DE JANEIRO	FLORIDA HUDDLE (LAKE BUENA VISTA, FLÓRIDA)
11 A 15 DE JANEIRO	VAKANTIEBEURS (UTRECHT, HOLANDA)
18 A 22 DE JANEIRO	FITUR (MADRI, ESPANHA)
31 DE JANEIRO A 2 DE FEVEREIRO	CARIBBEAN TRAVEL MARKETPLACE (PARADISE ISLAND, BAHAMAS)
2 A 5 DE FEVEREIRO	DESTINATIONS: THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW (LONDRES, INGLATERRA)
7 A 9 DE FEVEREIRO	IBTM ARABIA (ABU DHABI, EMIRADOS ÁRABES UNIDOS)
21 A 22 DE FEVEREIRO	ASIA-PACIFIC INCENTIVE & MEETINGS EXPO – AIME (MELBOURNE, AUSTRÁLIA)

JANUARY 9 TO 11	FLORIDA HUDDLE (LAKE BUENA VISTA, FLORIDA)
JANUARY 11 TO 15	VAKANTIEBEURS (UTRECHT, HOLLAND)
JANUARY 18 TO 22	FITUR (MADRID, SPAIN)
JANUARY 31 TO FEBRUARY 2	CARIBBEAN TRAVEL MARKETPLACE (PARADISE ISLAND, BAHAMAS)
FEBRUARY 2 TO 5	DESTINATIONS: THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW (LONDON, ENGLAND)
FEBRUARY 7 TO 9	IBTM ARABIA (ABU DHABI, UNITED ARAB EMIRATES)
FEBRUARY 21 TO 22	ASIA-PACIFIC INCENTIVE & MEETINGS EXPO – AIME (MELBOURNE, AUSTRALIA)

DATAS E EVENTOS IMPORTANTES

IMPORTANT DATES AND EVENTS

1º DE JANEIRO	DIA DA CONFRATERNIZAÇÃO UNIVERSAL E DIA MUNDIAL DA PAZ
6 DE JANEIRO	DIA DE REIS
8 DE JANEIRO	DIA DO FOTÓGRAFO
1º DE FEVEREIRO	DIA DO PUBLICITÁRIO
14 DE FEVEREIRO	VALENTINE'S DAY
16 DE FEVEREIRO	DIA DO REPÓRTER
19 DE FEVEREIRO	DIA DO ESPORTISTA
28 DE FEVEREIRO	CARNAVAL

JANUARY 1 ST	UNIVERSAL BROTHERHOOD AND WORLD PEACE DAY
JANUARY 6	THREE KING'S DAY
JANUARY 8	PHOTOGRAPHER'S DAY
FEBRUARY 1 ST	PUBLICIST'S DAY
FEBRUARY 14	VALENTINE'S DAY
FEBRUARY 16	REPORTER'S DAY
FEBRUARY 19	SPORTSMEN'S DAY
FEBRUARY 28	CARNIVAL

ANIVERSÁRIOS DE CIDADES

CITIES ANNIVERSARIES

12 DE JANEIRO	BELÉM (PA)
22 DE JANEIRO	SÃO VICENTE (SP)
25 DE JANEIRO	SÃO PAULO (SP)
26 DE JANEIRO	SANTOS (SP)
2 DE FEVEREIRO	ITU (SP)
4 DE FEVEREIRO	MACAPÁ (AP)
18 DE FEVEREIRO	PERUÍBE (SP)
22 DE FEVEREIRO	SÃO PEDRO (SP)
28 DE FEVEREIRO	PAULÍNIA (SP)

JANUARY 12	BELÉM (PA)
JANUARY 22	SÃO VICENTE (SP)
JANUARY 25	SÃO PAULO (SP)
JANUARY 26	SANTOS (SP)
FEBRUARY 2	ITU (SP)
FEBRUARY 4	MACAPÁ (AP)
FEBRUARY 18	PERUÍBE (SP)
FEBRUARY 22	SÃO PEDRO (SP)
FEBRUARY 28	PAULÍNIA (SP)





Fotos: Milton Silva e acervo próprio.

Av. Estácio de Sá, 1.891 - Granja Viana - Cotia/SP - (KM 26,5 da Rod. Raposo Tavares)



Lounge
26,5 EVENTOS



REALIZAR EVENTOS DE ALTO PADRÃO ESTÁ NA NOSSA ESSÊNCIA.

Planejamos a sua festa de forma personalizada para que você tenha um evento único e exclusivo seja ele corporativo, casamento, aniversário ou festa de 15 anos.



Dispomos de infraestrutura completa e gastronomia própria. Nossa equipe treinada e preparada fará do seu evento uma experiência perfeita.

Venha nos fazer uma visita, será um prazer apresentar-lhe o nosso espaço.

 /lounge265eventos
www.lounge265.com.br

Telefones: 11 4612 9259 / 4612 9783

AVENTURA E DIVERSÃO SEM FIM

INGRESSOS, PACOTES E TARIFAS IMPERDÍVEIS NO SEAWORLD PARKS

© 2016 SeaWorld Parks & Entertainment, Inc. Todos os direitos reservados.



**INGRESSOS PARA SEAWORLD ORLANDO, AQUATICA,
BUSCH GARDENS TAMPA E ADVENTURE ISLAND TAMPA**

ESCOLHA SUA AVENTURA	1 VISITA USD 92,00	2 VISITAS USD 110,00	3 VISITAS USD 121,00	VISITAS ILIMITADAS COM ESTACIONAMENTO USD 148,00
VALORES OPCIONAIS A PARTIR DE:				
DINE WITH SHAMU USD 36,00	BANANA BEACH USD 22,00	ALL DAY DINING USD 45,00	SERENGETI SAFARI USD 38,00	QUICK QUEUE USD 36,00

Entre em contato com seu canal de atendimento **TREND**.
São Paulo: 11 3041 7510 – Outras Cidades: 0800 770 7272

www.trendoperadora.com.br /Trendoperadora @trendoperadora /instatrendoperadora/

