

43

DISTRIBUIÇÃO
GRATUITA

VOCÊ DISSE... NOVIDADE?

SITE DA TREND GANHA VERSÃO MAIS MODERNA

DID YOU SAY... NOVELTIES?
TREND'S WEBSITE HAS AN
UPGRADED VERSION

[SV]

Segue Viagem

JULHO/AGOSTO/SETEMBRO 2019 - ANO 8
FREE DISTRIBUTION - JULY/AUGUST/SEPTEMBER 2019 - YEAR 8

DE OLHO NAS FÉRIAS DE VERÃO

UMA SELEÇÃO DE NOVE DESTINOS
PARA CONHECER E SE DIVERTIR

KEEP AN EYE ON SUMMER VACATIONS
A SELECTION OF NINE DESTINATIONS TO VISIT
AND HAVE FUN

It's Flórida,
BABY!

TUDO SOBRE O NOVO HOTEL DO UNIVERSAL ORLANDO RESORT

IT'S FLORIDA, BABY!
EVERYTHING ABOUT THE NEW HOTEL OF UNIVERSAL ORLANDO RESORT

 GRUPO TREND

 CVC
corp





Explore o litoral deslumbrante da Califórnia

De San Francisco a San Diego com a Best Western® Hotels & Resorts

A lendária Pacific Coast Highway (Rodovia da Costa do Pacífico) é uma das estradas mais deslumbrantes do mundo, que descortina paisagens incríveis e paradas obrigatórias aos viajantes interessados em conhecer lugares fascinantes. A estrada parte de San Francisco e percorre Santa Cruz, Felton, Big Sur, Cambria, Morro Bay e a cidade universitária de San Luiz Obispo. Seguindo por ela, chegamos à cidade de Solvang, conhecida como uma Dinamarca em miniatura, à rústica e encantadora Los Olivos, à esplendorosa Santa Bárbara e até a Los Angeles e San Diego.

Ao longo dos 951km deste trajeto você encontrará diversas opções de confortáveis hotéis Best Western, todos com WiFi gratuito e café da manhã disponível.



Viagem é com agente

www.trendviagens.com.br

[/TrendViagens](https://www.facebook.com/TrendViagens)

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

[@TrendViagens](https://www.twitter.com/TrendViagens)



* Os números são aproximados e podem variar.

Por favor, cheque a listagem específica do hotel para uma completa relação das amenidades e serviços disponíveis.



Bem-vindo à Best Western® de hoje

A Best Western Hotels & Resorts oferece grande variedade de hotéis para satisfazer às necessidades dos hóspedes. Com aproximadamente 4.500* hotéis em todo o mundo, você sempre encontrará um empreendimento que seja perfeito para cada cliente e destino.





“PARA NÓS, COMPLETAR 27 ANOS SIGNIFICA EXATAMENTE ISSO: ORGULHO DO QUE JÁ PERCORREMOS E A CHANCE DE AVANÇAR SEM RECEIO ALGUM A UM HORIZONTE AINDA INEXPLORADO DE OPORTUNIDADES”

Caros amigos,
O início de um novo ciclo, seja ele qual for, geralmente nos concede um ânimo a mais porque costuma vir acompanhado por um sentimento de esperança. É como ganhar um fôlego extra bem no meio de uma trilha, forte o suficiente para recarregar as energias e nos ajudar a seguir em frente rumo à tão sonhada linha de chegada. E, para nós do GRUPO TREND, completar 27 anos significa exatamente isso: orgulho de tudo o que já percorremos e a chance de avançar sem receio algum em direção a um horizonte ainda inexplorado de oportunidades.

Para a nossa sorte, porém, não vamos adiante sozinhos. Ao nosso lado está aquele que faz o turismo girar, que simboliza o sonho e a expectativa de muita gente, que se debruça sobre um pacote e faz dele uma lembrança para a vida inteira. Ao nosso lado está você, agente. E, por termos ciência de que a nossa parceria vale ouro, optamos por presentear você e somente você em nosso mês de aniversário com uma festa grandiosa, salpicada de vantagens para fazerem das suas vendas um sucesso só.

Marcada por mais de 300 ações simultâneas, que variaram entre prêmios, promoções, famtours, bonificações e reduções de tarifas, por exemplo, lançamos também a nova versão do site da TREND VIAGENS, inspirada nas práticas mais modernas do mercado. Tudo isso para você ter uma experiência melhor.

Prosseguindo, portanto, mais renovados do que nunca, nos reinventamos e nos reinventaremos ainda muitas vezes, evoluindo junto com você e levando todo o setor conosco. Desejo, no mínimo, mais 27 anos como esses que vivemos.

Grande abraço,


Mauricio Favoretto
Diretor-geral do GRUPO TREND

“AND FOR US AT GRUPO TREND, TURNING 27 MEANS: BEING PROUD OF EVERYTHING WE’VE BEEN THROUGH AND THE CHANCE TO BRAVELY MOVE TOWARDS THE UNEXPLORED HORIZON OF OPPORTUNITIES”

Dear friends,
The beginning of a new cycle, whatever it may be, in general can give us an extra energy because it often comes with a sense of hope. It’s like getting extra breathe right in the middle of a trail, strong enough to recharge and help us move on to the long-awaited finish line. And for us at GRUPO TREND, turning 27 means: being proud of everything we’ve been through and the chance to bravely move towards the unexplored horizon of opportunities.

Luckily, we’re not going ahead alone. By our side, we have the one who makes the tourism sector increase, who symbolizes the dream and expectation of many people, who creates a travel package and make it a memory for life. You are by our side, agent. And because we are aware of how important our partnership is, we’ve decided to throw a party just for you, full of advantages that will boost your sales.

With more than 300 simultaneous actions, ranging from prizes, promotions, FAMtours, bonuses and reduction of rates, for example, we also launched the new version of the TREND VIAGENS website, inspired by the most modern practices in the market. Everything to provide the best experience to you.

Continuing, therefore, more renewed than ever, we have reinvented and will keep reinventing ourselves again and again, evolving with you and taking the whole industry with us. I wish, at least, more 27 years like these ones.

Best regards,
Mauricio Favoretto
Director general at GRUPO TREND



JUL/AGO/SET 2019 - edição 43
www.segueviagem.com.br

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

DIRETOR-GERAL: Mauricio Favoretto

CONSELHO EDITORIAL: Bruna Dinardi, Cinthia Della Torre, Débora Keszec, Michelly Siqueira, Sílvia Russo, Tatiana Barboza e Thaise Salzgeber

EDITORAS-CHEFES: Bruna Dinardi e Thaise Salzgeber

PROJETO GRÁFICO: Tatiana Barboza

DIAGRAMAÇÃO: Tatiana Barboza

REPÓRTERES: Bruna Dinardi e Michelly Siqueira

CONTEÚDO EDITORIAL: Bernardo Cardoso, Conrad Bergwerf, Daniel Bydlowski, Douglas Sawaki, Fátima Facuri, José Luiz P. Silva, Julia Flores Huller Sawaki, Lucia Celestino e Rodrigo Cezar

CRIAÇÃO: André Barreto, Gabriel Melo, Tatiana Barboza e Vivian Mendes

REVISÃO: Cinthia Della Torre

TRADUÇÃO: Cinthia Della Torre

IMPRESSÃO: Leograf

TIRAGEM: 10.000 exemplares

FOTO DE CAPA: Universal’s Endless Summer Resort – Surfside Inn and Suites, Universal Orlando Resort

CRÉDITO DAS FOTOS: 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.



/TrendViagens @trendviagens /company/trendviagens/ @TrendViagens

Novidades para 2019

TM/© Sesame Workshop.



Sesame Street
no SeaWorld

Dê um passeio pela
Vila Sésamo
pela primeira vez.

Kare Kare Curl
no Aquatica

Altos níveis de adrenalina em uma
aventura com gravidade zero.



Tigris no
Busch Gardens

A montanha-russa de arremessos
mais alta da Flórida.



3 Parques incríveis pelo Preço de 2!

Agora também com Plano de Refeição

Economize nas suas férias! Divirta-se no SeaWorld® Orlando, Busch Gardens® Tampa Bay e Aquatica® Orlando. Compre o ingresso de 2 parques e receba o ingresso de 3 parques sem custo adicional. Consulte nova opção com os Planos de Refeições All Day Dining Deal.

SEAWORLD PARKS
& ENTERTAINMENT™

FLORIDA



©2019 SeaWorld Parks & Entertainment, INC.
Todos os Direitos Reservados.

TREND
VIAGENS

Viagem é com agente

www.trendviagens.com.br

f /TrendViagens

@trendviagens

@TrendViagens

GRUPO TREND



Viagem é com agente

Acelere suas vendas COM a TREND.

Aproveite condições especiais para carros no Brasil e no mundo.

- *Tarifas exclusivas*
- *As melhores locadoras do mercado*
- *Comissão diferenciada*
- *Tarifas diárias, semanais e mensais*
- *Suporte 24 horas*



➤➤➤ PENSOU EM CARROS, PENSOU TREND. <<<<



13

ESPECIAL FÉRIAS DE VERÃO

Nove destinos que falam a língua universal da diversão

SUMMER VACATION SPECIAL ARTICLE - Nine destinations that speak the universal language of fun



56

GASTRONOMIA

Os melhores restaurantes de Roma e Paris estão aqui
GASTRONOMY - The best restaurants of Rome and Paris are here



34

#TAMOJUNTO

O rolê dessa vez é por São Paulo, a Terra da Garoa

#COMETHIME - This time our tour is of São Paulo, the Land of Drizzle



44

ID MUNDO

Paris, a cidade que nunca sai de moda

WORLD ID - Paris, the city that is never old-fashioned



42

24 HORAS

Roma, a capital italiana que é imune à ação do tempo

24 HOURS - Rome, the Italian capital that is immune to the effects of time

8

SEGUINDO VIAGEM COM...

Conrad Bergwerf, diretor do Paradisus Playa del Carmen
TAKING A JOURNEY WITH... - Conrad Bergwerf, director of Paradisus Playa del Carmen

26

FALA, VIAJANTE

Dica do expert: aonde ir na temporada mais quente do ano
TRAVEL INSIDERS - Expert's tip: where to go in the warmest season of the year

28

TREND EM FOCO

A todo vapor: novo site da TREND e portfólio diversificado da VHC são destaques
TREND IN EVIDENCE - At full throttle: new TREND website and diverse portfolio of VHC are highlights

32

UM GIRO PELA AMÉRICA

Machu Picchu, o lugar perfeito para grandes descobertas
TOUR OF AMERICA - Machu Picchu, the perfect place for great discoveries

38

VAMOS FALAR DE TENDÊNCIAS

A ideia é desacelerar? A gente te ajuda com recomendações de destinos
LET'S TALK ABOUT TRENDS - Is the idea to take a little break? We help you with suggestions of destinations

40

CURIOSIDADES

Nos bastidores do Natal Luz: a magia por trás do evento
CURIOSITIES - The backstage of Natal Luz: the magic behind the event

52

CHECK-IN INTERNACIONAL

Três hotéis para hospedar em grande estilo na capital francesa
INTERNATIONAL CHECK-IN - Three hotels for your passengers to stay in style in the French capital

60

UM POUCO DE TUDO

Aluguel de carros no exterior: fique craque nisso
A LITTLE BIT OF EVERYTHING - Car rental abroad: be an expert

64

STAY HOME

Casas de temporada VHC: tecnologia e comodidade juntas
STAY HOME - VHC vacation houses: technology and convenience together

66

DICAS DE ORLANDO

Star Wars: Galaxy's Edge, a nova área temática do Walt Disney World Resort e do Disneyland Park
ORLANDO TIPS - Star Wars: Galaxy's Edge, the new themed area of Walt Disney World Resort and Disneyland Park

68

EMBARQUE COM...

Julia Flores e Douglas Sawaki, criadores do blog Me Leva de Leve
TRAVELING WITH... - Julia Flores and Douglas Sawaki, creators of the blog Me Leva de Leve

72

NOVIDADES

Universal Orlando Resort inaugura hotel e montanha-russa
NOVELTIES - Universal Orlando Resort opens a hotel and a roller coaster

74

PARCERIA

Prateleira de produtos TREND: destaques nacionais e internacionais
PARTNERSHIP - TREND's portfolio of products: national and international highlights

80

LEITURA DE BORDO

Quatro parceiros bons de papo para viajar pelo mundo afora
ON-BOARD READING - Four good partners to travel around the world

84

COLONISTAS

Vamos falar de mercado com quem entende de Vendas e Turismo
COLUMNISTS - Let's talk about the market with people who understand Sales, Travel and Tourism

88

SV CONVIDA

Bernardo Cardoso, diretor do Turismo de Portugal no Brasil
SV INVITES - Bernardo Cardoso, director of Tourism of Portugal in Brazil

90

TÁ SABENDO?

O que foi notícia no GRUPO TREND de maio a agosto de 2019
WHAT'S UP? - What's new in GRUPO TREND from May to August, 2019

100

AGENDA

Os principais eventos do trade entre setembro e outubro de 2019
SCHEDULE - Relevant trade events between September and October, 2019

SEGUINDO VIAGEM COM...

CONRAD BERGWERF, DIRETOR DO PARADISUS PLAYA DEL CARMEN

PEGUE ALGUMAS DICAS DE OURO COM O DIRETOR DO COMPLEXO HOTELEIRO QUE MESCLA LUXO E BONS NEGÓCIOS COM MAESTRIA NO CARIBE MEXICANO

FOTOS: DIVULGAÇÃO

*CONRAD BERGWERF, DIRECTOR OF PARADISUS PLAYA DEL CARMEN
TAKE NOTE OF SOME HOT TIPS GIVEN BY THE DIRECTOR OF THE HOTEL
COMPLEX THAT PERFECTLY MIXES LUXURY AND GOOD DEALS IN THE
MEXICAN CARIBBEAN*

A lô, agente! Você, mais do que ninguém, sabe que quem escolhe a costa leste do México como destino de viagem sem dúvida alguma descobre ali o real significado da palavra “paraíso”. E, sendo originária do latim “paradisus”, de uma coisa você pode ter certeza: tal palavra tem espaço cativo no Paradisus Playa del Carmen.

Em plena Riviera Maya, bem de frente para o azul brilhante do mar, nesse deslumbrante complexo hoteleiro pertencente ao grupo Meliá sofisticação, privacidade e experiências exclusivas ditam o tom da hospedagem. São dois resorts espetaculares:



Paradisus Playa del Carmen La Esmeralda e Paradisus Playa del Carmen La Perla – cada um direcionado a um perfil de público.

Com potencial para crescer e se popularizar entre os brazucas – foram mais de 300 mil viajantes verde-amarelos na Riviera em 2018 –, a região reúne todos os atributos para decolar de vez e se firmar como tendência. E, para que você possa aprimorar seus argumentos de venda e proporcionar uma estada fora de série para o passageiro que se amarra em um destino caribenho, a **Segue Viagem** convidou Conrad



**"EM PLENA RIVIERA
MAYA, DE FRENTE PARA O
AZUL BRILHANTE DO MAR,
NESSE DESLUMBRANTE
COMPLEXO HOTELEIRO
SOFISTICAÇÃO,
PRIVACIDADE E
EXPERIÊNCIAS
EXCLUSIVAS DITAM
O TOM DA HOSPEDAGEM"**

*"IN THE HEART OF RIVIERA MAYA, FACING A BRIGHT
BLUE SEA, IN THIS STUNNING HOTEL COMPLEX
SOPHISTICATION, PRIVACY AND EXCLUSIVE EXPERIENCES
SET THE TONE FOR THE ACCOMMODATION"*

Bergwerf, o diretor deste megacomplexo, para dividir informações que têm tudo a ver com uma vivência fantástica. Vamos conferir?

SV: Quais você diria que são os diferenciais dos empreendimentos hoteleiros pertencentes à marca Paradisus?

Paradisus é a bandeira all inclusive de luxo da Meliá Hotels International. Adotando o conceito LUXEclusive, oferecemos uma hospedagem premium com tudo incluso na qual nossos hóspedes podem apreciar jantares sofisticados, coquetéis requintados e experiências enriquecedoras, como aulas de culinária, prática de exercícios e passeios ecológicos, entre outras atividades que tornarão a estada inesquecível.

SV: Como você descreveria o perfil do público que se hospeda nesses resorts?

Temos dois hotéis em um. O Paradisus La Esmeralda é destinado a todos, inclusive aos

Hey, travel agent! You, more than anyone, know that who chooses the East Mexican coast as a travel destination will definitely discover there the real meaning of the word "paradise". And, coming from the Latin language "paradisus", you can be sure: such word has guaranteed place at Paradisus Playa del Carmen.

In the heart of Riviera Maya, facing a bright blue sea, in this stunning hotel complex pertaining to the Meliá group sophistication, privacy and exclusive experiences set the tone for the accommodation. There are two fantastic resorts: Paradisus Playa del Carmen La Esmeralda and Paradisus Playa del Carmen La Perla – each one intended to a profile of visitor.

With potential to grow and to become popular among the Brazilians – there were more than 300,000 travelers from Brazil in Riviera, in 2018 –, the region has everything to be successful and consolidated as a trend once and for all. And, to increase your selling arguments and for you to provide an outstanding stay for the passenger who loves a Caribbean destination, Segue Viagem has invited Conrad Bergwerf, the director of this mega-complex, to share information that is all about an extraordinary stay. Let's check this out?

SV: In your opinion, what makes the hotels belonging to the Paradisus brand different from others?

Paradisus is the luxury all-inclusive brand of Meliá Hotels International. With its LUXEclusive concept, we offer a premium all-inclusive experience to our guests, where they can enjoy fine dining, premium liquor and life enriching experiences, such as cooking classes, fitness activities, eco-tours and much more that will make their stay a memorable one.

SV: How would you describe the profile of the guests who stay at these resorts?

We have two hotels in one. Paradisus La Esmeralda is for everyone, including children, and the perfect place to travel as a family, as it's possible to find a large swimming pool with areas for kids, our brand new water park with slides, water buckets and an area for the little ones – all this plus a Kids Club for children up to 14 years old, with indoor and outdoor activities according to their ages. And the other resort, Paradisus La Perla, for adults only, where not only couples but also groups of friends can enjoy a nice drink by the pool, our pool parties, dancing lessons and much more.

SV: Paradisus Playa del Carmen La Esmeralda includes the boutique hotel Family Concierge at Paradisus La Esmeralda, which, as the name suggests, is intended to guests traveling with family. Could you please talk about the infrastructure of this hotel, as well as the services offered there?

Guests staying at Family Concierge will have a more personalized service during their stay, with details for each family member, especially the little ones.

pequenos, e é excelente para viagens em família, já que disponibiliza piscina ampla com área infantil e um novíssimo parque aquático, com tobogãs, baldes de água e espaço para o público mirim – isso sem mencionar o Kids Club, voltado para hóspedes de até 14 anos e que propõe atividades em área coberta e ao ar livre, classificadas por idade. O outro resort, Paradisus La Perla, é exclusivo para adultos, mas não somente casais. É ideal também para grupos de amigos e para quem quiser degustar aperitivos à beira da água, curtir nossas festas na piscina, aulas de dança e muito entretenimento.

They will have bathrobes and slippers according to their ages, a welcome gift with backpack, T-shirt and hat, access to private restaurant, bar, pool and beach access. All of this under the attention of butler service to assist with restaurant reservations, special requests and anything they may need during their stay.

SV: And with regard to the Royal Service at Paradisus La Perla, could you talk about some of the exclusivities offered?

Royal Service, located at La Perla, is our adults-only section (+18 years old), but definitely is the perfect place if travelers want to be more pampered. We have butlers that will guide them during their entire stay just to make sure they enjoy all the Royal Service benefits, such as private check-in and checkout area, restaurant, pool, swim-up bar, beach access, romantic turn-down service or access to the wet areas at the YHI Spa.

SV: Paradisus Playa del Carmen consists of two resorts, and each one has its boutique hotel. However, are

SV: O Paradisus La Esmeralda inclui o hotel boutique Family Concierge at Paradisus La Esmeralda, o qual, como o nome já indica, é direcionado a hóspedes que viajam em família. Você poderia falar um pouco sobre a infraestrutura desse empreendimento, bem como sobre os serviços oferecidos ali?

Aqueles que optarem pelo Family Concierge têm direito a um serviço mais personalizado e recebem atenção especial, principalmente as crianças. Os visitantes têm à disposição roupas

"PARADISUS É A BANDEIRA ALL INCLUSIVE DE LUXO DA MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL. ADOTANDO O CONCEITO LUXECLUSIVE, OFERECEMOS UMA HOSPEDAGEM PREMIUM"

"PARADISUS IS THE LUXURY ALL-INCLUSIVE BRAND OF MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL. WITH ITS LUXECLUSIVE CONCEPT, WE OFFER A PREMIUM EXPERIENCE"

de banho e chinelos conforme sua faixa etária, cortesia de boas-vindas composta por mochila, camiseta e boné e acesso a restaurante privativo, bar, piscina e praia. Tudo isso sob o acompanhamento de um serviço de mordomo, profissional que auxiliará no momento de fazer reservas em restaurantes, atenderá pedidos especiais e providenciará tudo o que for preciso no período da hospedagem.

SV: E com relação ao Royal Service at Paradisus La Perla, você poderia citar alguns dos diferenciais?

○ Royal Service é reservado para maiores de 18 anos. É o lugar mais indicado se a intenção for desfrutar de muitos

mimos. Temos mordomos que acompanharão o viajante todo o tempo, só para garantir que aproveite os benefícios concedidos, tais como área privada para check-in e checkout, restaurante, piscina, bar molhado, acesso à praia, decoração romântica ou entrada às instalações do YHI Spa.

SV: Apesar de o Paradisus Playa del Carmen ser constituído por dois resorts, cada qual com o seu hotel boutique, existem áreas comuns às quais todos os hóspedes têm acesso?

○ El Zócalo une os dois resorts. Este é o lugar que concentra a maior parte dos restaurantes e bares. Temos 14 restaurantes

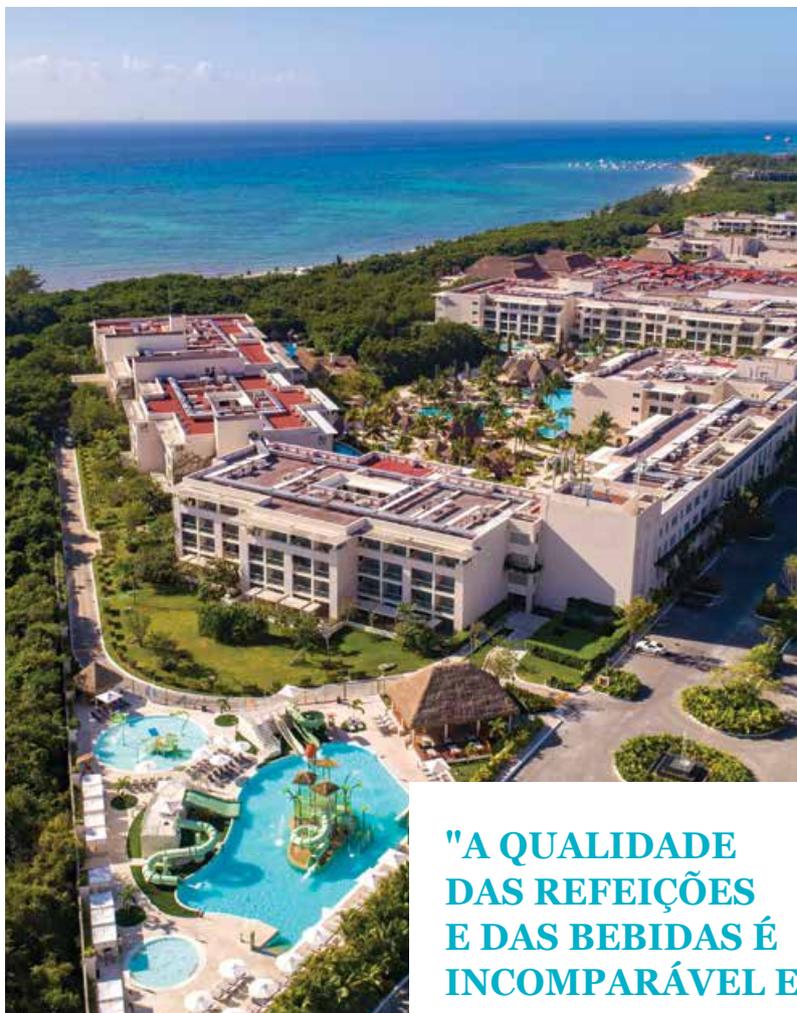
e 11 bares no total, incluindo nosso Gabi Club, considerado o coração do complexo e que, todas as noites, traz atrações diversificadas, que variam desde a apresentação de DJs e música ao vivo até diferentes performances que deixarão a experiência ainda mais completa.

SV: Um dos destaques do complexo diz respeito ao Passion by Martin Berasategui, restaurante comandado pelo chef vencedor de dez estrelas Michelin. Quais experiências os visitantes podem esperar deste estabelecimento?

Uma das vantagens da marca Paradisus é poder oferecer aos clientes uma opção gastronômica de alto padrão. E é justamente o que encontrarão no Restaurante Passion, um menu degustação constituído por oito pratos, criados por Martín Berasategui e impecavelmente executados pelo time do estabelecimento, além de um bom vinho como acompanhamento.

SV: Que dicas você daria para os agentes de viagens avançarem as vendas para o complexo?

O Paradisus Playa del Carmen é recomendado para todas as pessoas, e sempre há alguma atividade a se fazer por ali. A qualidade das refeições e das bebidas é incomparável e a receptividade e o serviço da equipe farão com que os viajantes queiram prolongar ao máximo sua estada. É importante ressaltar também que os agentes de viagens podem obter diferentes benefícios, como tarifas especiais, e incentivos, como noites cortesias. 🍷



there common areas that all guests have access to?

El Zócalo is what put both resorts together. This is where people will find most of our restaurants and bars. We have in total 14 restaurants and 11 bars, including our Gabi Club, considered as the heart of the hotel, where each night visitors will find something different, from DJ and live music to different performances that will make their stay complete.

SV: One of the highlights of the complex is related to the Passion by Martin Berasategui, a restaurant led by the chef awarded with ten Michelin stars. What experiences can visitors expect from this restaurant?

One of the attributes of the Paradisus brand is to offer an upscale dining option to our guests, and that is what they will find at Passion, an eight-course tasting menu with wine pairing that has been created by Martín Berasategui and perfectly executed by all the cooking team that works at Passion.

SV: What tips would you give travel agents in order to boost sales to the complex?

Paradisus Playa del Carmen is the perfect hotel for everyone and people will always find something to do. The quality of food and beverage has no comparison and the warmth and service from the staff will make your passengers want to extend their stay. It's worth saying that travel agents can have different benefits, from special rates for them and also incentives, including free nights.

"A QUALIDADE DAS REFEIÇÕES E DAS BEBIDAS É INCOMPARÁVEL E A RECEPTIVIDADE E O SERVIÇO DA EQUIPE FARÃO COM QUE OS VIAJANTES QUEIRAM PROLONGAR AO MÁXIMO SUA ESTADA"

"THE QUALITY OF FOOD AND BEVERAGE HAS NO COMPARISON AND THE WARMTH AND SERVICE FROM THE STAFF WILL MAKE YOUR PASSENGERS WANT TO EXTEND THEIR STAY"

Além dos bares e restaurantes, dos 3.000m² de piscinas, das diversas opções de lazer e esporte, o Malai também inclui na sua hospedagem a natureza exuberante da Chapada dos Guimarães e do Lago do Manso, que fica a poucos quilômetros de Nobres e do Pantanal.

Descubra o destino perfeito. Descubra o primeiro resort com o conceito all nature inclusive do Brasil.

all nature inclusive



Parque Aquático



Chapada dos Guimarães
Véu de Noiva



Nobres



*Não incluso atividades náuticas, passeios turísticos, bicicletas e SPA

- Gastronomia All Inclusive
- Spa Malai by L'Occitane
- Complexo Aquático
- Complexo de Lazer
- Malai Kids
- Centro de Convenções
- Loja L'Occitane e Malai Store
- Esportes Radicais e Aventura*



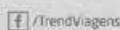
Manso Resort late Convention & Spa

📍 Lago do Manso • Chapada dos Guimarães/MT

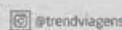


Viagem # com agente

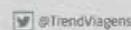
www.trendviagens.com.br



/TrendViagens



@trendviagens



@TrendViagens



A tropical beach scene at sunset. In the foreground, a wooden lounge chair with a light-colored cushion is positioned on the sand. To its left, a large white beach umbrella is partially visible. The background shows the ocean meeting a clear sky at the horizon, with the sun low on the horizon creating a warm, golden glow. Long, thin palm fronds hang down from the top of the frame, partially obscuring the sky. The overall atmosphere is peaceful and idyllic.

ESPECIAL FÉRIAS DE VERÃO

SUMMER VACATION SPECIAL ARTICLE

EM RITMO *DE FÉRIAS*

ELAS JÁ ESTÃO CHEGANDO! ENCONTRE A SEGUIR NOVE
SUGESTÕES DE DESTINOS QUE SÃO MINAS DE OURO QUANDO
SE TRATA DE COMBINAR ATRATIVOS TURÍSTICOS E BOAS
PITADAS DE DESCANSO E DIVERSÃO

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM



Para a felicidade geral da nação – e do seu negócio também, vale dizer –, sabe quem já está quase batendo à porta, dando as caras de pouquinho em pouquinho? As férias de verão, é claro! E elas têm tudo para chegar muito bem acompanhadas, adicionando ao carrinho de compras descanso, atividades recreativas e viagens a lugares fascinantes, nos quais a única regra é aproveitar ao máximo.

Se os meses de dezembro a março são motivos de comemoração para os viajantes, sobretudo para quem consegue emendar alguns dias com o recesso de final de ano, no turismo este é igualmente um momento importante. Afinal de contas, é hora de deixar a diversão falar mais alto e tomar conta dos pacotes, resultando em um destino que reúne exatamente aquilo que o passageiro procura.

MODOS VENDAS, ATIVAR!

Unanimidade nas pesquisas de mercado, que apontam a época como a grande favorita dos brasileiros quando se trata de cair na estrada, além do fator “férias escolares”, que significa ter a chance de viajar na companhia das crianças, é no verão que praias, reservas naturais, balneários e passeios ao ar livre ganham um brilho diferente,

VACATION TIME

HERE IT COMES! AS FOLLOWS, YOU WILL FIND NINE SUGGESTIONS OF DESTINATIONS THAT ARE GOLD MINES WHEN WE TALK ABOUT COMBINING TOURIST ATTRACTIONS AND GENEROUS DOSES OF RELAXATION AND FUN To the general happiness of the nation – and your business as well, it should be highlighted –, do you know who is almost knocking on the door, turning up little by little? Summer vacation, of course! And it has everything to arrive in good company, adding to the shop cart relaxation, recreational activities and trips to fascinating places, in which the only rule is to enjoy at a maximum.

If months from December to March are the reason for travelers to celebrate, mainly for those who can extend the holiday, in tourism this is also an important moment. After all, it's time to let fun take place and control travel packages, resulting in a destination that exactly gathers those things that a passenger is looking for. SALES MODE, ACTIVATE!

Unanimity in market researches, which show that this time of the year is the favorite one of Brazilians when it comes to hitting the road, in addition to the "school vacation" factor, which means having the chance to travel with children, it's in the summer that beaches, natural reserves and outdoor walks get a different brilliance, attracting many people to regions that offer these same attributes and that have sun and heat as inseparable companions.

Hmm, does the passenger prefer lower temperatures? No problem at all! While it's warm here, this can be a very good opportunity to travel toward the United States or Europe, for example. Do you know why? Because it's possible to enjoy the seasonal schedule – where cold weather and snow are present – and also people can run away from busy places, so characteristic of the high season.

ON THE TIP OF THE TONGUE

Now, the difficult part: whether considering Brazil or the several options abroad, which destination to recommend? Answering this question is not easy, and that's why Segue Viagem is here to give you a hand. In the next pages you will check out a special tour of nine spots around the planet, each one with a series of selling arguments that you can use during the negotiation.

Since the idea is to help you, there's an additional piece of information: every suggestion counts on an accommodation tip and a short hotel description. Enjoy it!

atraindo muita gente a regiões que ofereçam esses mesmos atributos e que tenham o sol e o calor como companheiros inseparáveis.

Xiii, o passageiro prefere termômetros mais baixos? Não tem problema algum! Enquanto o clima, aqui, é quente, esta pode ser uma oportunidade bem propícia para viajar em direção aos Estados Unidos ou à Europa, por exemplo. Sabe por quê? Porque assim dá para curtir a programação sazonal – onde o frio e a neve se fazem presentes – e ainda fugir de aglomerações, tão características da alta temporada.

PARA TER NA PONTA DA LÍNGUA

Agora vem a parte difícil: seja considerando o Brasil ou as inúmeras opções no exterior, qual destino recomendar? Responder a essa pergunta não é nada fácil e, por isso, a **Segue Viagem** vem com tudo para te dar uma mãozinha. Nas próximas páginas você vai conferir um tour para lá de especial por nove pontos ao redor do planeta, cada um com uma série de argumentos de vendas que você pode utilizar durante a negociação. E já que a ideia é te ajudar, aqui vai uma informação adicional: todas as sugestões contam com uma dica de hospedagem e um breve descritivo do hotel. Aproveite!



FOTO: ARQUIVO HOTEL



NA IMAGEM EM DESTAQUE, RECORTE DE ARRAIAL D'AJUDA. ACIMA, VISTA AÉREA DO PORTO SEGURO PRAIA RESORT. IN THE MAIN PICTURE, ARRAIAL D'AJUDA. ABOVE, AERIAL VIEW OF PORTO SEGURO PRAIA RESORT

PORTO SEGURO (BA)

SOSSEGO OU FOLIA? NESTA BAIANA CHEIA DE AXÉ NÃO PRECISA ESCOLHER: TEM ESPAÇO PARA OS DOIS

Falou em praia, falou na movimentada Taperapuã, na histórica Coroa Vermelha e na pacata Praia do Mutá, entre uma seleção de outras joias da natureza banhadas pelo Oceano Atlântico. Se o papo for agito, a diversão fica por conta da energia dos bares, restaurantes e lojinhas da Passarela do Descobrimento, popularmente conhecida como Passarela do Álcool. Agora, se o que estiver em pauta forem atrativos culturais, vale a pena dar um pulinho na Reserva Indígena Pataxó da Jaqueira. E esses são apenas alguns dos atrativos da multifacetada Porto Seguro, cidade baiana que manja tudo de diversão.

Sinônimo de férias e calor de janeiro a janeiro, para quem puder estender a viagem e alugar um carro a sugestão é incluir no roteiro mais alguns destinos, espalhados ao longo da Costa do Descobrimento. Inclusive, os vilarejos de Arraial d'Ajuda e Trancoso e a cidade de Santa Cruz Cabralia despontam como três ótimas paradas.

PORTO SEGURO (BA)

RELAXATION OR PARTY? IN THIS BAHIAN CITY FULL OF AXÉ, THERE'S NO NEED TO CHOOSE. IT OFFERS BOTH

Thinking about beaches, we think about the vibrant Taperapuã, the historic Coroa Vermelha and the peaceful Mutá Beach, among a selection of other treasures of nature washed by the Atlantic Ocean. If the idea is to party, fun is in charge of the energy of bars, restaurants and shops at the Passarela do Descobrimento (Discovery Catwalk), popularly known as Passarela do Álcool (Alcohol Catwalk). Now, if visitors are looking for cultural attractions, it is worth visiting the Jaqueira Pataxó Indigenous Reserve. These are some of the attractions of the multifaceted Porto Seguro, a Bahian city that knows everything about having fun.

Synonymous with vacation and hot weather from January to January, travelers who can extend the stay and rent a car should include in the itinerary some other destinations spread all over the Costa do Descobrimento (Discovery Coast). By the way, the villages of Arraial d'Ajuda and Trancoso and the city of Santa Cruz Cabralia are three great stops.

HOT TIP: PORTO SEGURO PRAIA RESORT

LOCATION: facing the Curuípe Beach, about 3 km away from the downtown region and less than a ten-minute drive from Porto Seguro International Airport.

ROOMS: 172 rooms (Classic, Classic Premium Garden, Master Suite and Classic Premium Pool categories), equipped with wifi, box-bed, cable TV, minibar, air conditioner, hair dryer, amenities and balcony with hammock.

LEISURE AND SERVICES: Kids Club, swimming pool, Jacuzzi, lounge, Beach Club, redário (a tent with many hammocks), boutique, Adventure Park, area for rappelling, climbing wall and zip line.

SPECIAL ASSETS: all-inclusive plan (from 7 a.m. to 11:30 p.m.), which includes breakfast, lunch, dinner, snacks, burger restaurant, pizza and (alcoholic and non-alcoholic) national beverages.

FICA A DICA: PORTO SEGURO PRAIA RESORT

LOCALIZAÇÃO: em frente à Praia de Curuípe, a 3 km do centro e a menos de dez minutos de carro do Aeroporto Internacional de Porto Seguro.

ACOMODAÇÕES: 172 quartos (categorias Classic, Classic Premium Garden, Suíte Master e Classic Premium Pool), equipados com wifi, cama box, TV a cabo, frigobar, ar-condicionado, secador de cabelo, amenidades e varanda com rede.

LAZER E SERVIÇOS: Kids Club, piscina, jacuzzi, lounge, Clube de Praia, redário, boutique, Parque de Aventura, área para rapel, parede de escalada e tirolesa.

DIFERENCIAIS: sistema all inclusive (7h às 23h30), que inclui café da manhã, almoço, jantar, petiscaria, hamburgueria, pizzas e bebidas nacionais (alcoólicas e não alcoólicas).

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



FOTO: ARQUIVO HOTEL



PORTO DE GALINHAS (PE)

ONDE A COMBINAÇÃO DE BELEZA E PARAÍSO TEM ESTADA GARANTIDA NA TEMPORADA MAIS QUENTE DO ANO

NA FOTO DE MAIS DESTAQUE, O BELO PANORAMA DA PRAIA DE MURO ALTO. ACIMA, INSTALAÇÕES DO MARUPIARA BY GJP

THE MAIN PHOTO SHOWS THE BEAUTIFUL PANORAMA OF MURO ALTO BEACH. ABOVE, FACILITIES OF MARUPIARA BY GJP

Imagine aproveitar os dias de folga em um oásis à beira-mar que é um chamado irrecusável para relaxar, praticar esportes aquáticos, passear de jangada e/ou buggy, apreciar a gastronomia ou simplesmente se deixar levar pelas belas paisagens que preenchem o horizonte. Essa é a rotina de quem viaja para Porto de Galinhas: esquecer das preocupações e curtir ao máximo seus encantos.

Parte do município de Ipojuca e região famosa por sua coleção de praias, piscinas naturais e recifes de corais, entre as mil e uma experiências encontradas por ali, daquelas que têm tudo a ver com férias de verão, os destaques vão para a possibilidade de fazer um passeio de carro pelas principais atrações de sua faixa litorânea e para uma visita ao Projeto Hippocampus, que consiste em um programa ambiental de proteção aos cavalos-marinhos.

PORTO DE GALINHAS (PE)

WHERE THE COMBINATION OF BEAUTY AND PARADISE HAS CONFIRMED PRESENCE IN THE WARMEST SEASON OF THE YEAR

Imagine enjoying days off in an oasis by the sea that is an irrefutable invitation to relax, practice water sports, take a raft or a buggy ride, appreciate the gastronomy or simply to be inspired by the beautiful landscapes that fill the horizon. This is the routine of those who travel to Porto de Galinhas: forgetting their worries and enjoying its enchantments.

Part of the municipality of Ipojuca and famous for its collection of beaches, natural pools and coral reefs, among several experiences found there, experiences that have everything to do with summer vacations, the highlights go to the possibility of traveling by car through the main attractions of its coastline and a visit to the Hippocampus Project, which consists of an environmental program to protect seahorses.

HOT TIP: MARUPIARA BY GJP

LOCATION: at the beach and less than one-hour drive away from Recife International Airport.

ROOMS: 206 apartments (Superior, Family Room, Superior Seafront and Superior Seafront with Balcony), all of them with air conditioner, TV, minibar, telephone, safe, hair dryer and personal amenities.

LEISURE AND SERVICES: infinity pool, pool bar, jacuzzi, gym, restaurants, Kids Club, children's park, snooker table, rooms for events, 24-hour front desk and room service, laundry/dry cleaning and complimentary parking.

SPECIAL ASSETS: rooms with balcony and sea view, recreational schedule for children and adults, sun porch, redário (a tent with many hammocks), spa, beauty salon, souvenir shop and massage service.

FICA A DICA: MARUPIARA BY GJP

LOCALIZAÇÃO: pé na areia e a menos de uma hora de carro do Aeroporto Internacional de Recife.

ACOMODAÇÕES: 206 apartamentos (categorias Superior, Family Room, Superior Frente Mar e Superior Frente Mar com Sacada), todos com ar-condicionado, TV, minibar, telefone, cofre, secador de cabelo e amenidades de higiene pessoal.

LAZER E SERVIÇOS: piscina com borda infinita, bar de piscina, jacuzzi, academia, restaurantes, Espaço Kids, parquinho, mesa de bilhar, salas para eventos, recepção e serviço de quarto 24 horas, lavanderia/limpeza a seco e estacionamento cortesia.

DIFERENCIAIS: quartos com sacada e vista para o mar, programação recreativa para crianças e adultos, solário, redário, spa, salão de beleza, loja de lembranças e serviço de massagem.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



NA FOTO MAIOR, A BELEZA URBANA E NATURAL DA CIDADE. ACIMA, ÁREA DE LAZER DO MERCURE CAMBORIÚ HOTEL. IN THE MAIN PICTURE, THE URBAN AND NATURAL BEAUTY OF THE CITY. ABOVE, LEISURE AREA OF MERCURE CAMBORIÚ HOTEL

BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC)

LAZER, ENTRETENIMENTO E UMA LISTA DE PROGRAMAS QUE PODEM SER COMBINADOS COM UM PULINHO NO BETO CARRERO WORLD

Trinta minutos de carro: essa é a distância que separa as magníficas praias de Balneário Camboriú do inigualável Beto Carrero World, um dos marcos da cidade de Penha. Juntos, os dois destinos catarinenses compõem um roteiro que tem tudo a ver com viagens em família, casando sol e mar com aventuras, brincadeiras e espetáculos cheios de magia em atividades que abraçam todas as idades.

Para ter certeza de que o passageiro vai aproveitar a estada ao máximo, certifique-se de incluir no itinerário os seguintes itens: refrescantes mergulhos no mar, uma caminhada pelo calçadão da badalada Praia Central, um passeio de bondinho no Parque Unipraias, uma visita ao monumento Cristo Luz e, sem dúvida alguma, as montanhas-russas, o zoológico, os shows musicais, as fotos com personagens saídos diretamente das telonas e as demais atrações típicas do maior parque temático da América Latina.

BALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC) LEISURE, ENTERTAINMENT AND A LIST OF ACTIVITIES THAT CAN BE COMBINED WITH A VISIT TO BETO CARRERO WORLD

A thirty-minute drive: this is the distance that separates the magnificent beaches of Balneário Camboriú and the amazing Beto Carrero World, one of the icons of Penha city. Together, these two destinations located in Santa Catarina create an itinerary that has everything to do with family trips, allying sun and sea to adventures, games and spectacles full of magic in activities for all ages.

To be sure that passengers will totally enjoy the stay, add the following items in the itinerary: refreshing sea dives, a walk along the promenade of the vibrant Praia Central (Central Beach), a cable car ride in the Unipraias Park, a visit to the Cristo Luz monument and, of course, the roller coasters, the zoo, musical performances, photos with characters coming directly from the movies and other attractions typical of the largest theme park of Latin America.

HOT TIP: MERCURE CAMBORIÚ HOTEL

LOCATION: about a 40-minute drive away from Navegantes International Airport.

ROOMS: options of rooms and apartments classified into: Superior with 1 Double Bed or 2 Single Beds Seafont, Luxury with 1 Double Bed or 2 Single Beds Seafont with Balcony, Standard with 1 Double Bed or 2 Single Beds, Standard with 3 Single Beds, Standard with 1 Double Bed and 1 Single Bed and Superior Apartment with Balcony, 1 Double Bed and 1 Single Bed.

LEISURE AND SERVICES: (indoor and outdoor) heated swimming pool, restaurant, gym room, sauna, hydromassage tub, sun porch, meeting rooms, business center, 24-hour front desk and parking lot upon a fee.

SPECIAL ASSETS: free wifi, accessibility for people with disabilities, on-line check-in, early check-in and/or late checkout (upon request and availability), massage service (for an extra fee) and multilingual assistance in Portuguese, English, Spanish and Italian.

FICA A DICA: MERCURE CAMBORIÚ HOTEL

LOCALIZAÇÃO: a cerca de 40 minutos de carro do Aeroporto Internacional de Navegantes.

ACOMODAÇÕES: opções de quartos e apartamentos categorizados em: Superior com 1 Cama Casal ou 2 Camas Solteiro Frente Mar, Luxo com 1 Cama Casal ou 2 Camas Solteiro Frente Mar com Sacada, Standard com 1 Cama Casal ou 2 Camas Solteiro, Standard com 3 Camas Solteiro, Standard com 1 Cama Casal e 1 Solteiro e Apartamento Superior com Sacada, 1 Cama Casal e 1 Cama Solteiro.

LAZER E SERVIÇOS: piscinas aquecidas (interna e externa), restaurante, sala de ginástica, sauna, banheira de hidromassagem, solário, salas de reuniões, business center, recepção 24 horas e estacionamento pago.

DIFERENCIAIS: wi-fi gratuito, acessibilidade para pessoas com deficiência, check-in on-line, check-in antecipado e/ou checkout tardio (mediante consulta e disponibilidade), serviço de massagem (com pagamento de taxa adicional) e atendimento multilíngue, em português, inglês, espanhol e italiano.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



NA FOTO PRINCIPAL, SURFISTA NA PRAIA DA JOAQUINA. ACIMA, PARTE DA VISTA AÉREA DO COSTÃO DO SANTINHO

IN THE MAIN PHOTO, SURFER IN JOAQUINA BEACH. ABOVE, PART OF THE AERIAL VIEW OF COSTÃO DO SANTINHO

FLORIANÓPOLIS (SC)

PORQUE FLORIPA NASCEU PARA CURTIR O VERÃO EM GRANDE ESTILO: TEM SOL, CALOR, PRAIA E MUITA AGITAÇÃO

De um lado, uma cidade cosmopolita, com monumentos arquitetônicos, construções históricas, bares, restaurantes e vida noturna animada. Do outro, praias, praias e mais praias. Assim é Florianópolis, a capital catarinense apelidada não por acaso de Ilha da Magia. Dividida em duas partes – continental e insular –, interligadas por uma ponte, para circular livremente a melhor opção é alugar um automóvel e cair na estrada no rastro de gratas surpresas. Quer alguns exemplos? Aqui estão os principais: a região do centro histórico, a simbólica Ponte Hercílio Luz, a animada Avenida Beira-Mar, os bucólicos bairros de Santo Antônio de Lisboa e Ribeirão da Ilha e algumas superpraias, tais quais a da Joaquina, do Campeche, dos Ingleses, Jurerê Internacional e Daniela, entre muitas outras.

FLORIANÓPOLIS (SC)

BECAUSE FLORIPA WAS MADE FOR THE SUMMER: IT HAS SUN, HOT WEATHER, BEACH AND VIBRANCY
On the one side, a cosmopolitan city, with architectonic monuments, historic constructions, bars, restaurants and vibrant nightlife. On the other side, beaches, beaches and more beaches. This is Florianópolis, the capital of Santa Catarina State dubbed Magic Island not coincidentally. Divided into two parts – continent and island –, interconnected by a bridge, to circulate through there the best option is to rent a car and hit a road full of amazing surprises. Do you want some examples? Here are the main ones: the historic downtown area, the symbolic Hercílio Luz Bridge, the cool Beira-Mar Avenue, the bucolic districts of Santo Antônio de Lisboa and Ribeirão da Ilha and some wonderful beaches, such as Joaquina, Campeche, Ingleses, Jurerê Internacional and Daniela, among many others.

HOT TIP: COSTÃO DO SANTINHO

LOCATION: Santinho Beach, north of the island and about a one-hour drive away from Florianópolis International Airport.

ROOMS: 597 units, which offer two types of accommodations: International Hotel (Imperial Suite, Luxury Suite, Master Suite and Junior Suite) and Portuguese Villages (Standard and Superior 1, 2 or 3 bedrooms).

LEISURE AND SERVICES: infinity edge swimming pool, gym with trainers (Costão Gym), outdoor area for sports, options of bars and restaurants, playground, recreational activities, spectacles for kids, themed concerts, games area (Costão Games) and venues for events.

SPECIAL ASSETS: Wine Bar with a large list of wines, special menu for people with food restrictions, area for Pilates, stretching and reflection (Costão Zen), Costão Spa with massage services, facial and body treatments, holistic therapies and hydrotherapies, surfing lessons, rafting and dives (upon an extra fee), movie theater and even an Archaeological Museum.

FICA A DICA: COSTÃO DO SANTINHO

LOCALIZAÇÃO: na Praia do Santinho, ao norte da ilha e a cerca de uma hora de carro do Aeroporto Internacional de Florianópolis.

ACOMODAÇÕES: 597 unidades, oferecendo dois tipos de hospedagem: Hotel Internacional (Suíte Imperial, Suíte Luxo, Suíte Master e Suíte Júnior) e Vilas Portuguesas (Standard e Superior 1, 2 ou 3 Dormitórios).

LAZER E SERVIÇOS: piscina com borda infinita, academia com professores (Costão Gym), área para esportes ao ar livre, opções de bares e restaurantes, playground, atividades recreativas, espetáculos infantis, shows temáticos, área de jogos (Costão Games) e espaços para eventos.

DIFERENCIAIS: Wine Bar com extensa carta de vinhos, menu especial para pessoas com restrições alimentares, espaço para prática de pilates, alongamento e reflexão (Costão Zen), Costão Spa com serviços de massagens, tratamentos faciais e corporais, terapias holísticas e hidroterapias, aulas de surfe, rafting e mergulhos (pagas à parte), cinema e até um Museu Arqueológico.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



FORT LAUDERDALE (EUA)

TÁ DE OLHO NAS FÉRIAS DE VERÃO?
ENTÃO #PARTIUFLÓRIDA, O ENDEREÇO
CERTO DA DIVERSÃO NOS STATES

NA FOTO PRINCIPAL, SKYLINE PARCIAL DO DESTINO. LOGO ACIMA, ACOMODAÇÕES DO FORT LAUDERDALE MARRIOTT NORTH
THE MAIN PHOTO SHOWS PART OF THE DESTINATION'S SKYLINE. RIGHT ABOVE, ACCOMMODATIONS AT FORT LAUDERDALE MARRIOTT NORTH

It's time to relax! E, para preencher os espaços vazios da agenda com passeios ao ar livre, compras, bares, restaurantes e um contato bem próximo com a natureza, um dos trajetos a seguir pelas terras do Tio Sam é rumo a Fort Lauderdale, também conhecida como "Veneza da América" e localizada no estado da Flórida.

A aproximadamente 40 minutos de carro de Miami e entrecortada por inúmeros canais, além de navegar a bordo de um tradicional Water Taxi (em português, Táxi Aquático), outras atividades indispensáveis a qualquer roteiro incluem uma caminhada pelas atrações da charmosa avenida Las Olas Boulevard, um tour ecoturístico no Sawgrass Recreation Park pelo refúgio pantanoso de Everglades, uma visita ao Sawgrass Mills (considerado o maior outlet dos Estados Unidos) e uma road trip explorando as belíssimas praias características da região.

FORT LAUDERDALE (USA)

ARE YOU LOOKING FORWARD TO SUMMER VACATION? SO #LETSGOTOFLOIDA, THE PERFECT ADDRESS FOR FUN IN THE STATES

It's time to relax! And to fill the empty spaces of the schedule with outdoor walks, shopping, bars, restaurants and a close contact with nature, one of the ways to follow throughout the Uncle Sam's territory is to visit Fort Lauderdale, also known as the "Venice of America" and located in the State of Florida. About 40-minute drive away from Miami and interspersed with several canals, in addition to sailing aboard a traditional Water Taxi, other can't-miss activities are a stroll through the attractions of the charming Las Olas Boulevard, an ecotourism tour of the Sawgrass Recreation Park through the swampy refuge of Everglades, a visit to the Sawgrass Mills (considered the largest outlet of the United States) and a road trip exploring the beautiful beaches of the region.

HOT TIP: FORT LAUDERDALE MARRIOTT NORTH

LOCATION: about a 20-minute drive away from the Fort Lauderdale - Hollywood International Airport.

ROOMS: with or without balcony, with a king-size bed or two queen-size beds, and a bedroom-suite having private access, living room and sitting area. In addition to being large and well-appointed, all apartments provide free wi-fi, air conditioner, iron and ironing board, hair dryer, tea service, coffee maker, minibar, telephone and cable TV, with CNN, ESPN, HBO and premium movie channels.

LEISURE AND SERVICES: gym, swimming pool, hydromassage tub, restaurants and venue for events and meetings.

SPECIAL ASSETS: a Starbucks coffee house, units adapted for people with disabilities, 24-hour room service and complimentary mineral water.

FICA A DICA: FORT LAUDERDALE MARRIOTT NORTH

LOCALIZAÇÃO: a cerca de 20 minutos de carro do Aeroporto Internacional de Fort Lauderdale-Hollywood.

ACOMODAÇÕES: quartos com ou sem varanda, com uma cama king-size ou duas camas queen-size, e um quarto-suíte, dispondo de acesso privativo, sala de estar e área de convivência. Além de amplos e arrojados, todos os apartamentos têm wi-fi gratuito, ar-condicionado, ferro e tábua de passar roupa, secador de cabelo, chaleira, cafeteira, frigobar, telefone e TV a cabo, com CNN, ESPN, HBO e canais de filmes premium.

LAZER E SERVIÇOS: academia, piscina, banheira de hidromassagem, restaurantes e espaço para eventos e reuniões.

DIFERENCIAIS: uma cafeteria Starbucks, unidades adaptadas para pessoas com deficiência, serviço de quarto 24 horas e água mineral cortesia.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



FREEPORT (BAHAMAS)

UMA CARIBENHA NA QUAL AS FÉRIAS DE VERÃO RIMAM COM MAR CRISTALINO, AREIA CLARA E MUITA BADALAÇÃO

Se a definição de uma viagem dos sonhos for um destino de praias paradisíacas, resorts de alto padrão, passeios ecoturísticos e vida noturna agitada, anote aí o lugar perfeito para superar expectativas: Freeport, a segunda maior cidade das Bahamas, que esbanja belas paisagens e atrações.

De frente para a costa da Flórida e dividida em três regiões – East End, Freeport/Lucaya e West End –, a sugestão é aproveitar a estada para visitar seus parques naturais, como o gigantesco Rand Nature Center, praticar mergulho para interagir com a fauna e a flora marinhas, nadar com golfinhos, explorar cavernas, dedicar-se à observação de pássaros, entregar-se às compras no Port Lucaya Marketplace e, ao cair da noite, curtir uma programação intensa, comandada por festas, bares, restaurantes, shows, karaokês e cassinos.

FREEPORT (BAHAMAS)

A CARIBBEAN TERRITORY IN WHICH SUMMER VACATION COMBINES WITH CRYSTALLINE SEA, CLEAR SAND AND MUCH FUN

If the definition of a trip of dreams is a destination of paradisiacal beaches, upscale resorts, ecotours and vibrant nightlife, take note of the perfect place to exceed expectations: Freeport, the second largest city of Bahamas, which exudes beautiful landscapes and attractions.

Facing the coast of Florida and divided into three regions – East End, Freeport/Lucaya and West End –, the suggestion is to enjoy the stay and visit its natural parks, such as the giant Rand Nature Center, practice diving to interact with marine fauna and flora, swim with dolphins, explore caves, watch birds, do some shopping at the Port Lucaya Marketplace and, in the evening, enjoy an intense schedule of activities with parties, bars, restaurants, concerts, karaoke and casinos.

HOT TIP: VIVA WYNDHAM FORTUNA BEACH ALL-INCLUSIVE RESORT

LOCATION: on the seafont and less than a 20-minute drive from Grand Bahama International Airport.

ROOMS: 274 rooms (Superior Garden View, Standard Queen and Superior Sea View categories), all of them with free wi-fi, coffee and tea machines, personal amenities and balcony or terrace.

LEISURE AND EVENTS: gym, swimming pool, Jacuzzi, bars, restaurants, tennis court, sauna, theater, dance club, Kids Club, business center and parking lot as a courtesy. **SPECIAL ASSETS:** concierge service, venue and consultancy for wedding ceremonies, trapeze classes, organization of theme parties and night spectacles, recreational and sports activities and all-inclusive packages, which include classes of dance, yoga, meditation, local cuisine and cocktail preparation, in addition to a complete meal plan.

NO TOPO DA PÁGINA, A INIGUALÁVEL LUCAYA BEACH. ACIMA, NO DETALHE, O CHARME DOS QUARTOS NO VIVA WYNDHAM FORTUNA BEACH

AT THE TOP OF THE PAGE, THE UNIQUE LUCAYA BEACH. ABOVE, IN THE DETAIL, THE CHARM OF THE ROOMS AT VIVA WYNDHAM FORTUNA BEACH

FICA A DICA: VIVA WYNDHAM FORTUNA BEACH ALL-INCLUSIVE RESORT

LOCALIZAÇÃO: à beira-mar e a menos de 20 minutos de carro do Aeroporto Internacional de Grand Bahama.

ACOMODAÇÕES: 274 quartos (categorias Superior Garden View, Standard Queen e Superior Sea View), todos com wi-fi gratuito, máquinas de café e chá, amenidades de higiene pessoal e varanda ou terraço.

LAZER E EVENTOS: academia, piscina, jacuzzi, bares, restaurantes, quadras de tênis, sauna, teatro, discoteca, Kids Club, business center e estacionamento cortesia.

DIFERENCIAIS: serviço de concierge, espaço e consultoria para realização de casamentos, aula de trapézio, organização de festas temáticas e espetáculos noturnos, atividades recreativas e esportivas e pacotes all inclusive, que contemplam, além do regime completo de alimentação, aulas de dança, ioga, meditação, culinária local e preparação de coquetéis, por exemplo.



FOTO: ARQUIVO HOTEL

PUNTA DEL ESTE (URUGUAI)

O BALNEÁRIO SUL-AMERICANO MAIS QUE INDICADO PARA QUEM DESEJA VIAJAR DURANTE O VERÃO BRASILEIRO

NA IMAGEM PRINCIPAL, A MONUMENTAL CASAPUEBLO. ACIMA, CHARMOSA ACOMODAÇÃO DO ENJOY PUNTA DEL ESTE RESORT Y CASINO
 IN THE MAIN PICTURE, MONUMENTAL CASAPUEBLO. ABOVE, CHARMING ACCOMMODATION AT ENJOY PUNTA DEL ESTE RESORT Y CASINO

No destino uruguaio cujo cartão-postal é uma escultura de dedos erguida sobre a areia, fica fácil dar uma mãozinha para o lazer quando o assunto são férias de janeiro. Até porque, fora esse Monumento ao Afogado – conhecido também como La Mano ou Los Dedos – situado na Playa Brava, Punta del Este reúne ainda outros atrativos impressionantes, que passeiam tranquilamente entre o urbano e o natural.

Acessível de carro a partir da capital Montevideu (são quase duas horas de viagem), para os passageiros com destino à região uma dica preciosa é alugar um automóvel e parar de praia em praia, explorando ao longo do trajeto os demais atrativos, como os estabelecimentos comerciais da Avenida Juan Gorlero, o museu Paseo de Neruda (dedicado ao poeta chileno Pablo Neruda) e a Casapueblo, obra de arte em formato de casa do artista plástico Carlos Páez Vilaró.

PUNTA DEL ESTE (URUGUAI)

THE SOUTH-AMERICAN BEACH PERFECT FOR TRIPS DURING THE BRAZILIAN SUMMER

In the Uruguayan destination whose postcard is a finger sculpture built on the sand, it's easy to lend a hand for leisure when it comes to vacation in January. Even because, in addition to this Monument to the Drowned – also known as La Mano or Los Dedos – located on the Playa Brava, Punta del Este has other impressive attractions, which perfectly combine the urban and the natural scenes.

Accessible by car from the capital Montevideo (almost two hours of travel), for passengers going to the region a valuable tip is to rent a car and visit beach by beach, exploring other attractions along the way, such as commercial establishments on Juan Gorlero Avenue, the Paseo de Neruda museum (dedicated to the Chilean poet Pablo Neruda) and Casapueblo, a work of art in the shape of a house of the artist Carlos Páez Vilaró.

HOT TIP: ENJOY PUNTA DEL ESTE RESORT Y CASINO
LOCATION: in the city's heart, facing the Gorriti Island and about a 20-minute drive away from Punta del Este International Airport.

ROOMS: a total of 294, with 41 luxury suites. Classified into Suite Enjoy, Caesars Suites, Vegas Suites, Punta Suites, Bay Rooms, Marina Rooms, Club Rooms, Junior Suites and Flamingo Suites categories, its rooms provide free wifi, king-size bed, minibar, cable TV and exclusive peculiarities to each one.

LEISURE AND SERVICES: spa, hair salon, fitness area, swimming pool, Kids Club, bars, restaurants, casino, 24-hour concierge service, business center and convention center for up to 5,000 guests.

SPECIAL ASSETS: options of apartments with Jacuzzi, kitchen, room service, flip-flops, bathrobes and a beautiful sea view.

FICA A DICA: ENJOY PUNTA DEL ESTE RESORT Y CASINO

LOCALIZAÇÃO: no coração da cidade, de frente para a Ilha Gorriti e a cerca de 20 minutos de carro do Aeroporto Internacional de Punta del Este.

ACOMODAÇÕES: 294 no total, sendo 41 suítes de luxo. Distribuídos nas categorias Suite Enjoy, Caesars Suites, Vegas Suites, Punta Suites, Bay Rooms, Marina Rooms, Club Rooms, Junior Suites e Flamingo Suites, os quartos dispõem de wifi gratuito, cama king-size, minibar, TV a cabo e peculiaridades exclusivas a cada um.

LAZER E SERVIÇOS: spa, salão de beleza, área fitness, piscina, Kids Club, bares, restaurantes, cassino, serviço de concierge 24 horas, business center e centro de convenções com capacidade para até cinco mil pessoas.

DIFERENCIAIS: opções de apartamentos com jacuzzi, cozinha, serviço de quarto, chinelos, roupões e belíssima vista para o mar.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



CATALUNHA (ESPANHA)

BARCELONA, GIRONA, TARRAGONA
E LÉRIDA: QUATRO LUGARES E UMA
ROAD TRIP EMOCIONANTE

Só de pensar em férias o seu passageiro já fica entusiasmado, imagine, então, sugerir que ele aproveite a ocasião para viajar pela costa da Espanha. É claro que ele vai contar os dias no calendário, especialmente se o itinerário incluir a Catalunha, região ao nordeste do país com status de nação.

Dona de uma identidade cultural extremamente marcante, sua principal cidade é Barcelona, a capital catalã que desponta como uma das maiores metrópoles do mundo e como um excelente ponto de partida para um tour pela vizinhança. Eis aqui outras relíquias que não podem ficar de fora do roteiro: o parque de diversões PortAventura, com atrações para todas as idades; a cidade medieval de Girona, a qual serviu de cenário para a série Game of Thrones; a histórica Tarragona, herança de origem romana onde é possível contemplar de ruínas antigas à beleza do Mar Mediterrâneo; e a graciosa Lérida, cujos patrimônios seculares exalam história, cultura e paisagens estonteantes.

CATALONIA (SPAIN)

BARCELONA, GIRONA, TARRAGONA AND LLEIDA: FOUR PLACES AND AN EXCITING ROAD TRIP

If your passengers are very excited when they just talk about vacation, imagine how amazing would be if you suggest that they could take the opportunity and travel along the Spanish coast. Of course, they will count the days in the calendar, especially if the itinerary includes Catalonia, a region in the northeast of the country with nation status.

Owner of an extremely remarkable cultural identity, its major city is Barcelona, the Catalanian capital that is considered as one of the largest metropolises of the world and an excellent starting point for a tour of the neighboring cities. Here are other relics that can't be out of the itinerary: the PortAventura amusement park, with attractions for all ages; the medieval city of Girona, which worked as location for the Game of Thrones TV series; the historic Tarragona, an inheritance of Rome where it's possible to admire from ancient ruins to the beauty of the Mediterranean Sea; and the lovely Lleida, whose heritage exudes history, culture and stunning landscapes.

HOT TIP: BEST WESTERN PREMIER HOTEL DANTE

LOCATION: about a ten-minute walk away from the Passeig de Gràcia and around a 20-minute drive away from Barcelona International Airport.

ROOMS: modern and sophisticated apartments, all of them with free wifi, air conditioner, minibar, cable TV, hair dryer, personal amenities, coffee and tea maker and pillow menu.

LEISURE AND SERVICES: lounge, bar, meeting rooms, 24-hour front desk, parking lot upon a fee and room service.

SPECIAL ASSETS: concierge and exchange services, multilingual assistance (in Portuguese, English, French, Italian and German), babysitter and baby crib (both upon request) and complimentary luggage storage (before check-in and after checkout).

NA FOTO MAIOR, O BRILHO DO MAR MEDITERRÂNEO EM TARRAGONA. ACIMA, INSTALAÇÕES DO BEST WESTERN PREMIER HOTEL DANTE

IN THE LARGEST PHOTO, SPARKLING MEDITERRANEAN SEA IN TARRAGONA. ABOVE, FACILITIES OF BEST WESTERN PREMIER HOTEL DANTE

FICA A DICA: BEST WESTERN PREMIER HOTEL DANTE

LOCALIZAÇÃO: a cerca de 10 minutos a pé do Passeig de Gràcia e a mais ou menos 20 minutos de carro do Aeroporto Internacional de Barcelona.

ACOMODAÇÕES: apartamentos modernos e sofisticados, todos com wifi gratuito, ar-condicionado, minibar, TV a cabo, secador, amenidades de higiene pessoal, cafeteira, chaleira e menu de almofadas.

LAZER E SERVIÇOS: lounge, bar, salas de reunião, recepção 24 horas, estacionamento pago e serviço de quarto.

DIFERENCIAIS: serviços de concierge e de câmbio, atendimento multilíngue (em português, inglês, francês, italiano e alemão), babysitter e berço (ambos sob demanda) e espaço para guardar bagagens (antes do check-in e depois do checkout) em caráter de cortesia.



FOTO: ARQUIVO HOTEL



CIDADE DO CABO E JOANESBURGO (ÁFRICA DO SUL)

SAFÁRIS, PARQUES, PRAIAS, ESPORTES E VINÍCOLAS: CONHEÇA OS DESTAQUES DE AMBAS AS CIDADES

NA PRIMEIRA FOTO, NO TOPO, A ESTONTEANTE TABLE MOUNTAIN. NO DETALHE, INSTALAÇÕES CONFORTÁVEIS DO RADISSON BLU LE VENDOME HOTEL

IN THE FIRST PHOTO, AT THE TOP, THE STUNNING TABLE MOUNTAIN. THE DETAIL SHOWS THE COMFORTABLE FACILITIES AT THE RADISSON BLU LE VENDOME HOTEL

Ei, agente, se o seu passageiro não vê a hora de viajar rumo a um destino marcado por experiências nada convencionais, anote aí um lugar para fazer os olhos dele brilharem: África do Sul, uma parada do outro lado do Atlântico que distribui lazer e cultura.

Tendo Joanesburgo como principal porta de entrada, na lista de passeios clássicos que podem ser realizados de carro pela região entram o Museu do Apartheid e a Casa de Nelson Mandela, dois símbolos históricos da luta pela igualdade racial no país. Além disso, cabe destacar também o gigantesco Kruger National Park, endereço para safáris estrelados pelo famoso Big Five, quinteto constituído por elefantes, leões, rinocerontes, leopardos e búfalos.

Outra pérola sul-africana, que combina belezas naturais com riquezas gastronômicas, é a Cidade do Cabo. Ali, os atrativos turísticos mais emblemáticos são a montanha Table Mountain, o Cabo da Boa Esperança e excelentes vinícolas.

CAPE TOWN AND JOHANNESBURG (SOUTH AFRICA)

SAFARIS, PARKS, BEACHES, SPORTS AND WINERIES: GET TO KNOW THE HIGHLIGHTS OF BOTH CITIES
Hey, travel agent, if your passengers are looking forward to traveling to a destination with many unconventional experiences, take note of a place that will make their heart beat faster: South Africa, a stop on the other side of the Atlantic Ocean that offers leisure and culture.

Having Johannesburg as the main entrance, in the list of classic tours that can be taken by car, we have the Apartheid Museum and Mandela House, two historic symbols of the fight for racial equality in the country. In addition, we also highlight the giant Kruger National Park, address for safaris starring the famous Big Five, a quintet composed of elephants, lions, rhinos, leopards and buffaloes.

Another South-African treasure, which combines natural beauties with gastronomic riches, is Cape Town. There, the most emblematic tourist attractions are the Table Mountain, Cape of Good Hope and excellent wineries.

HOT TIP: RADISSON BLU LE VENDOME HOTEL

LOCATION: in the Sea Point district, a 30-minute drive from Cape Town International Airport.

ROOMS: 142 rooms (Superior, Superior with Mountain View, Junior Suite, Family, Premium and Presidential Suite), all of them with free wi-fi, minibar, coffee and tea-making facilities, among other conveniences.

LEISURE AND SERVICES: lounge, restaurant, bar, swimming pool, souvenir shop, meeting rooms and venues for social and corporate events.

SPECIAL ASSETS: spacious facilities, free parking (upon availability) and easy access to some of the city's postcards, such as Table Mountain, Lion's Head and Metropolitan Golf Club, for example.

FICA A DICA: RADISSON BLU LE VENDOME HOTEL

LOCALIZAÇÃO: no bairro de Sea Point, a 30 minutos de carro do Aeroporto Internacional da Cidade do Cabo.

ACOMODAÇÕES: 142 quartos (Superior, Superior com Vista para a Montanha, Suíte Júnior, Família, Premium e Suíte Presidencial), todos com wi-fi gratuito, minibar, cafeteira e chaleira, entre outras comodidades.

LAZER E SERVIÇOS: lounge, restaurante, bar, piscina, loja de lembranças, salas de reuniões e espaço para eventos sociais e corporativos.

DIFERENCIAIS: instalações espaçosas, estacionamento gratuito (sujeito a disponibilidade) e fácil acesso para alguns dos cartões-postais da cidade, como Table Mountain, Lion's Head e Metropolitan Golf Club, por exemplo.

SEU CLIENTE CONECTADO COM WI-FI 4G MÓVEL.* ISSO É MUITO ALÉM DO CARRO.



ALUGUEL DE CARRO

A PARTIR DE
10x
R\$ 74,57
SEM JUROS

PROTEÇÃO + TAXA

movida
muito além do carro

TALENT MARCEL

Imagens meramente ilustrativas. *Mais informações em www.movida.com.br/produutos. **Preço referente ao Grupo AV, o valor pode variar de acordo com a ocupação de cada loja, consulte valores de diária e acessórios em nosso site.

O TRADE TODO NA COLA DO VERÃO

FOTOS: ARQUIVO PESSOAL

Fazer do calendário um companheiro inseparável e torcer para os dias passarem depressa, de olho no merecido descanso e em alguns bons momentos regados a muito calor. Quem nunca passou por isso e esperou ansiosamente pelas férias de verão? Se você for um agente de viagens, sabe que essa época representa um período de ótimas vendas e também demanda um esforcinho extra de criatividade no momento de definir o destino ideal do cliente.

Afinal de contas, esse mundão tem opções de sobra, e sempre vai existir uma que seja mais compatível com a personalidade e as preferências do passageiro. Então, para ajudar você a se inspirar, perguntamos para quatro profissionais da área que lugares eles recomendariam e por quê. Acompanhe as respostas!

THE WHOLE TRADE IS WAITING FOR THE SUMMER

Making the calendar an inseparable friend and wishing that time passes by quickly, with an eye on the well-deserved rest and in some good moments enjoyed in a warm weather. Who never went through this and waited anxiously for the summer vacation? If you are a travel agent, you know that it represents a period of great sales and also requires an extra creative effort when defining the ideal destination of the client.

After all, this big world has a lot of options and there will always be one that is more suitable for the personality and preferences of the passenger. So, to help you get some inspiration, we asked four professionals of the area what places they would recommend and why. See the answers!

"Fernando de Noronha é um destino considerado Patrimônio Mundial pela Unesco e uma ótima opção para casais, famílias e amigos que apreciam a natureza. Com no mínimo cinco dias é possível visitar as mais belas praias do Brasil e suas águas cristalinas, como Baía do Sancho, Baía dos Porcos e Praia do Leão, fazer passeios de barco – quem sabe na companhia de golfinhos –, mergulhos (com cilindro ou snorkel) e trilhas com todos os níveis de dificuldade. Para os surfistas, vale aproveitar a época com maiores ondas, entre janeiro e fevereiro, para assim voltar para casa com as energias recarregadas."

"Fernando de Noronha is a Unesco World Heritage Site and a great choice for couples, families and friends who enjoy nature. With at least five days, it's possible to visit the most beautiful beaches of Brazil and their crystalline waters, such as Baía do Sancho, Baía dos Porcos and Praia do Leão (Sancho Bay, Pigs Bay and Lion Beach), take boat rides – maybe with dolphins –, go diving (with dive cylinders or snorkel) and go for a hike with trails of every difficulty levels. For surfers, it's worth to enjoy the season with bigger waves, between January and February, to go home with the energies recharged."



LETÍCIA CALIENTO SEIXAS
Blitztur Viagens
Ribeirão Preto (SP)

"Estive na Noruega em 2015 e foi uma experiência maravilhosa. Apesar do frio é um clima agradável, pelo menos para mim. Além de Oslo, fiz Flam e Bergen, e o trajeto entre as cidades me proporcionou momentos e cenários inesquecíveis. Fiz o percurso de trem de Oslo a Flam com uma parada em Myrdal. Me hospedei em Flam, que é um vilarejo minúsculo, mas superaconchegante, continuei a viagem de barco pelos fiordes noruegueses, com vistas de tirar o fôlego, seguindo de ônibus por paisagens deslumbrantes. Encerrei essa aventura em Bergen, conhecida pelas suas coloridas casas de madeira e pela paisagem montanhosa que a rodeia. A cidade é pequena, mas esbanja charme e é recheada de atrações."

"I went to Norway in 2015 and it was an amazing experience. Despite the cold weather, it has a pleasant climate, at least for me. In addition to Oslo, I went to Flam and Bergen, and the route between the cities provided unforgettable moments and landscapes. I traveled by train from Oslo to Flam with a stop in Myrdal. I stayed in Flam, which is a small but a super-cozy village; I continued the trip by boat through the Norwegian fjords, with breathtaking views, and then by bus throughout stunning sceneries. I ended this adventure in Bergen, known for its colorful wooden houses and the mountainous landscape that surrounds it. The city is small, but it exudes charms and is full of attractions."



FABIANA YOUSSEF TOBIAS
Tobias Viagens
Bauru (SP)



THIAGO ZACHARIAS
Livre Acesso Turismo
Ribeirão Preto (SP)

"Um dos destinos mais procurados durante o inverno na América do Sul e praticamente esquecido no verão é a minha indicação: Ushuaia, na Terra do Fogo, o último ponto do nosso continente. Começamos pela paisagem, que no verão é sensacional. Depois temos a culinária argentina, com as melhores carnes do mundo. Por fim, os passeios na região, que, nesta época do ano, nos surpreendem ainda mais: é possível curtir a linda Playa Larga e o famoso Glaciar Martial, com vista para Ushuaia e para o canal Beagle, visitar o Parque Nacional Tierra del Fuego, um dos únicos do planeta que combinam montanha, lago e mar, e conferir o percurso que os presidiários faziam no Trem do Fim do Mundo, além de aproveitar uma série de outras atrações."

"One of the most sought-after destinations during the winter in South America and almost forgotten in the summer is my suggestion: Ushuaia, in the Land of Fire, the last point of our continent. We start with the landscape, which is fantastic in the summer. Then, we have the Argentinian cuisine, with the best meat of the world. Last but not least, the tours in the region, which at this time of the year surprise us even more: it's possible to enjoy the beautiful Playa Larga and the famous Martial Glacier, with a view to Ushuaia and the Beagle Channel, visit the Tierra del Fuego National Park, which combines mountain, lake and sea, like few others do, and to check the route that the prisoners used to follow aboard the End of the World Train, in addition to enjoying a series of other attractions."

"Para mim, um lugar paradisíaco para as férias de verão é Cancún, no México, com uma gama de hotéis excelente e atrações variadas, abraçando todas as idades e todos os bolsos. A melhor época para visitar este destino fascinante é de dezembro a abril. Mais do que ótimas opções de hospedagem, algumas em regime all inclusive, o local conta com uma cultura riquíssima, que permite explorar ruínas maias e sítios arqueológicos. Exibindo uma natureza incomparável, além das lindas praias dá para visitar cenotes, mergulhar e conhecer parques aquáticos naturais. Para os apreciadores, Cancún é dona de renomada gastronomia, shows e famosas casas noturnas."

"For me, a paradisiacal place for the summer vacation is Cancun, in Mexico, with a range of excellent hotels and diverse attractions, embracing all ages and all budgets. The best time to visit this fascinating destination is between December and April. More than great options of accommodations, some of them offering an all-inclusive meal plan, the place counts on a very rich culture, which allows us to explore ancient Mayan ruins and archaeological sites. Presenting incomparable nature, in addition to beautiful beaches, it's possible to visit cenotes, dive and get to know natural water parks. For fans, Cancun is owner of worldwide known gastronomy, performances and famous dance clubs."



BRUNO MARTINS
Delta Turismo
Taubaté (SP)



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



Viagem é com agente

Com vocês, o novo site DA TREND VIAGENS

LANÇADO EM COMEMORAÇÃO AOS 27 ANOS
DA OPERADORA, PROJETO TRAZ VISUAL
REPAGINADO E INOVAÇÕES

FOTO: ARQUIVO TREND

Mais bonito, mais moderno, mais prático e mais efetivo. Foi assim que o novo site da TREND VIAGENS chegou em comemoração aos 27 anos da operadora, trazendo consigo um pacote de presentes para aquele que, desde o começo, representa o único canal de vendas da companhia: o agente de viagens.

No ar desde o último dia 18 de julho, logo no primeiro acesso já é possível perceber uma grande mudança: o layout redesenhado, idealizado para dar mais destaque às principais ofertas e promoções. Com o objetivo máximo de aprimorar a experiência de navegação, esta vitrine online da empresa hoje está clean e arrojada, espelhando a preocupação da TREND em acompanhar as tendências do mercado.

O MAPA DO OURO

Extremamente intuitivo e autoexplicativo, na parte superior do site o usuário encontra um menu que se subdivide em sete itens: Home, Quem Somos, Produtos, Links Úteis, Segue Viagem, Onde Estamos e Fale Conosco.

Descendo a barra de rolagem, quem nos dá as boas-vindas são as campanhas de vendas, as condições exclusivas e os pacotes da TREND, que continuam distribuídos em categorias para que o agente de viagens encontre facilmente o que procura. São elas: Carros, Cruzeiros, Lazer Nacional, Lazer Internacional, Hotelaria Nacional, Hotelaria Internacional e Ingressos. Além disso, a página inicial contempla banners fixos e rotativos, utilizados pela empresa para realçar ações e novidades institucionais e manter o profissional do setor sempre atualizado.

LADIES AND GENTLEMEN, THE NEW TREND VIAGENS WEBSITE

LAUNCHED TO CELEBRATE THE 27th BIRTHDAY OF THE TOUR OPERATOR, THE PROJECT BRINGS A NEW LOOK AND INNOVATIONS

More beautiful, modern, practical and effective. Then, the new TREND VIAGENS website arrived to celebrate the 27th birthday of the company, bringing so many gifts for those who, since the beginning, represent the only sales channel of the company: travel agents.

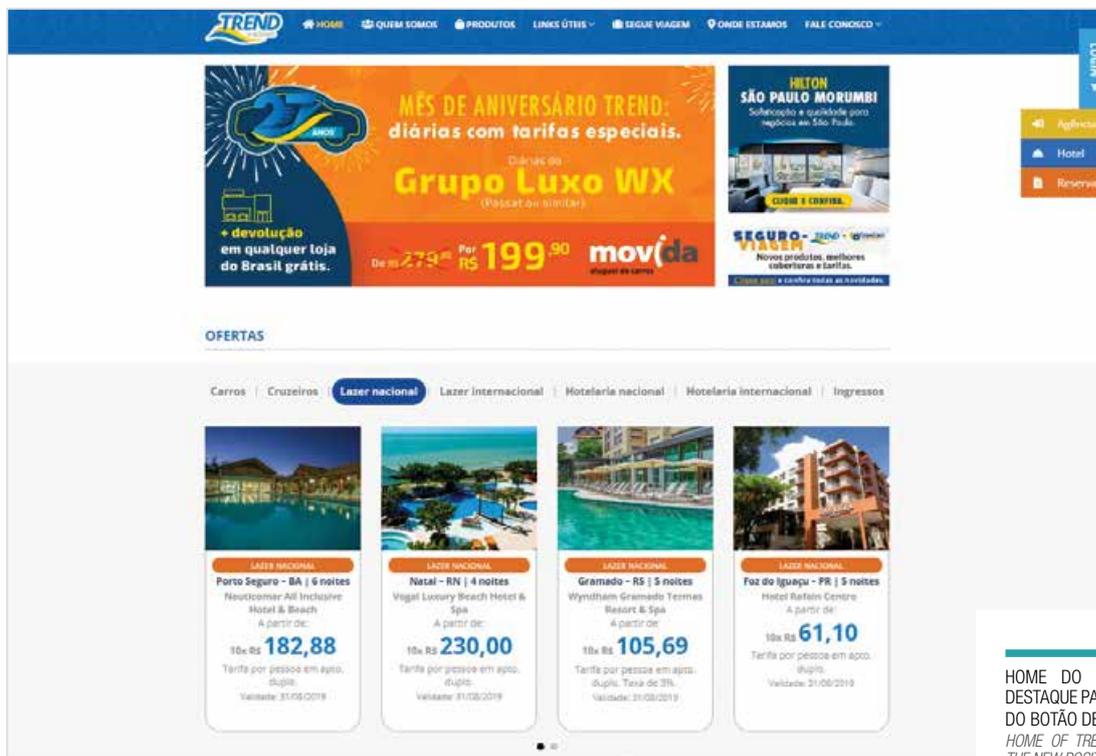
On air since the last July 18, right in the first access it's possible to see a big change: the redesigned layout, projected to highlight the main offers and promotions. Aiming at improving the browsing experience, this on-line display window is currently clean and innovative, reflecting the concern of TREND about following the market trends.

GOLD MAP

Extremely intuitive and self-explanatory, at the top of the website the user will find a menu that is subdivided into seven items: Home, Quem Somos (About Us), Produtos (Products), Links Úteis (Useful Links), Segue Viagem, Onde Estamos (Headquarters) and Fale Conosco (Contact Us).

Scrolling down, sales campaigns, exclusive deals and TREND packages, which are still divided into categories so that travel agents will easily find what they are looking for, welcome us. They are: Carros (Cars), Cruzeiros (Cruise Lines), Lazer Nacional (National Leisure), Lazer Internacional (International Leisure), Hotelaria Nacional (National Hotels), Hotelaria Internacional (International Leisure) and Ingressos (Tickets). In addition, the home page includes fixed and rotating banners, used by the company to put actions and institutional news in evidence and keep the professional of the sector always updated.

Doing justice to TREND brand, already consolidated in the market, the website shows the operator's commitment when it comes to walking side by side with the agents, providing information that can boost sales. This is clear, for example, with the availability of an annual event calendar of the tourist trade and a complete table of cruise rates, composed of itineraries and prices practiced by the main ship owners of the world.



HOME DO SITE DA TREND, COM DESTAQUE PARA A NOVA LOCALIZAÇÃO DO BOTÃO DE LOGIN
HOME OF TREND WEBSITE, HIGHLIGHTING THE NEW POSITION OF LOGIN BUTTON

Fazendo jus à marca TREND, já consolidada no mercado, o site traduz o comprometimento da operadora em caminhar lado a lado com o agente, munindo-o com informações que podem dar aquela força nas vendas. Isso fica claro, por exemplo, com a disponibilização de um calendário anual de eventos do trade turístico e de um tarifário de cruzeiros completo, constituído por roteiros e tarifas praticadas pelas principais armadoras do mundo.

A presença nas redes sociais é reforçada em todas as páginas com os ícones do Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube, os quais redirecionam o usuário diretamente para os respectivos perfis da companhia. E já que a pauta é o engajamento com o público nessas plataformas, vale sempre dar uma olhadinha nos cinco posts mais recentes do Insta que aparecem na home.

Para encerrar, o rodapé é dedicado aos canais de atendimento do GRUPO TREND, informando os telefones de contato de quatro frentes de atuação: regional, institucional, de relacionamento e de suporte ao sistema de reservas NATREND.

MUITO MAIS CONECTADO

A fim de agilizar os processos de reserva, o botão de login, que facilita

o acesso ao NATREND, ao sistema da SHOP HOTEL e ao Reserva Fácil, da RexturAdvance, ganhou uma nova localização: à direita da tela, podendo ser clicado a qualquer momento durante a navegação.

E se você quiser conferir tudo o que está rolando no site do seu tablet ou celular, sem problemas! Essa nova versão é responsiva, ou seja, se adequa direitinho a qualquer tipo de dispositivo móvel e não deixa você na mão quando estiver em busca de alguma informação.

The presence on the social media is highlighted in all pages with Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn and YouTube icons, which redirect the user directly to the respective profiles of the company. Since the subject is engagement with the audience on these platforms, it's always worth taking a look at the five most recent posts from Insta appearing on the home page.

To end with a flourish, the footer is dedicated to the support channel of GRUPO TREND, informing the contact numbers of four areas of service: regional, institutional (institutional), relacionamento (relationship) and suporte sistema NATREND (NATREND system support).

MUCH MORE CONNECTED

In order to streamline the booking processes, the login button, which makes easier the access to NATREND, SHOP HOTEL system and Reserva Fácil, RexturAdvance's system, has now a new position: to the right of the screen and it can be clicked at any time while browsing. And if you would like to check out everything that is happening on the website from your tablet or mobile, no problem! This new version is responsive, in other words, it's suitable to any type of mobile device and won't disappoint you when looking for some information.

PARA BOMBAR NA WEB

Por que não checar agora mesmo tudo isso de perto? Dá um pulinho lá no www.trendviagens.com.br e confira novidades como:

- Layout mais clean e moderno, sem deixar de lado a identidade visual da empresa;
- Design responsivo, que simplifica e incentiva o acesso via tablets e celulares;
- Navegação mais rápida e prática;
- Novas funcionalidades;
- Conexão direta ao NATREND e demais sistemas de reserva.

BEING A BIG HIT ON THE WEB

Why not check it all out right now? Visit www.trendviagens.com.br and get to know novelties like:

- More clean and modern layout, without putting aside the company's visual identity;
- Responsive design, which simplifies and encourages the access through tablets and mobiles;
- Faster and more practical browsing;
- New functionalities;
- Direct connection with NATREND and other booking systems.



Ao gosto DO CLIENTE

GRANDE OU PEQUENA, ECONÔMICA OU LUXUOSA, EM MIAMI OU ORLANDO, NÃO IMPORTA: A VACATION HOMES COLLECTION TEM A HOSPEDAGEM QUE VOCÊ PROCURA

FOTOS: DIVULGAÇÃO VHC

Visto e passaporte válidos, malas preparadas para compras e calendário livre para curtir, curtir e curtir: resumindo bastante, são esses os itens indispensáveis a todo viajante com destino à Flórida. E esta terra hospitaleira por opção e por vocação tem em dois de seus principais destinos – Orlando e Miami – o respaldo da Vacation Homes Collection, que fortaleceu de vez as casas de temporada e o aluguel de apartamentos como alternativas de hospedagem na região e, de tão craque em receber brasileiros, tem no atendimento em português um dos seus trunfos.

AS THE CUSTOMER WISHES

LARGE OR SMALL, ECONOMIC OR LUXURIOUS, IN MIAMI OR ORLANDO, IT DOESN'T MATTER: VACATION HOMES COLLECTION HAS THE LODGING THAT YOU ARE LOOKING FOR

Valid visa and passport, bags ready for shopping and free calendar to have fun, fun and more fun: to sum up, these are the essential items that every traveler going to Florida must prepare. And this welcoming land by choice and vocation has in two of its main destinations – Orlando and Miami – the support of Vacation Homes Collection, which has once and for all strengthened vacation homes and apartment rentals as alternative lodging in the region and, because it masters the art of hosting Brazilians, one of its best features is the service provided in Portuguese. It's through a diversified portfolio in size and price, suitable for different budgets and styles, that VHC has transformed the United States into a

É por meio de um portfólio diversificado em tamanho e em valores, que se adapta a bolsos e estilos distintos, que a VHC tem transformado os Estados Unidos em um lugar cada vez mais acessível. Este cenário está ancorado em dois pilares: produtos e serviços personalizados e uma relação custo/benefício surpreendente.

AQUI CABE TODO MUNDO...

De férias, a trabalho, em grupos ou em casal, a verdade é que as casas se firmaram como tendência entre os viajantes, especialmente quando quesitos como privacidade e liberdade são levados em consideração. Em termos de espaço, então, nem se fala! Estão disponíveis imóveis com a incrível marca de 15 dormitórios, nos quais famílias inteiras, por exemplo, podem se acomodar de uma vez. O nome desses imóveis? Megahomes.

"Em geral, as megahomes são destinadas a famílias e grupos corporativos. Hospedam com todo o conforto 15 casais ou 30 pessoas, já que as camas podem ser configuradas como casal ou solteiro, e têm infraestrutura de lazer e negócios completa, com piscina e summer kitchen (churrasqueira) e até mesmo um cinema com sala de jogos, área que também pode ser adaptada para receber reuniões e encontros de negócio. Todos os quartos contam com frigobar e cofre e seguem a mesma linha de decoração, fatores que praticamente equiparam as casas a mini-hotéis. As instalações são amplas e a sala é integrada à cozinha, tudo pensado para deixar os visitantes à vontade e com espaço de sobra", comenta Fabio Cardoso, diretor-geral da VHC.

Supercompleto, o portfólio da empresa vai além e atende também grupos menores e pessoas que viajam sozinhas, inclusive com imóveis possuindo um único quarto. Este tipo de acomodação pode ser encontrado em Miami, onde o aluguel de apartamentos se mostra mais consolidado do que o de casas. Nos apês da Vacation Homes Collection, a capacidade é para até seis pessoas.

... E AINDA CABE NO BOLSO!

Mas a prateleira de produtos da VHC não varia somente no tamanho dos imóveis, não! Sem deixar de lado características como conforto ou elegância, a companhia trabalha com opções que vão de econômicas a luxuosas, permitindo que o passageiro escolha a que melhor se encaixe em seu orçamento.

"Funciona assim: quanto mais quartos, maior o valor da diária. Ao mesmo tempo, quanto maior o número de quartos, maior a economia, se compararmos com as diárias cobradas por um hotel ou resort. Soma a esse custo/benefício que todos os nossos imóveis podem ser considerados como sendo de alto padrão: oferecem excelente localização, integram condomínios que fornecem inúmeras opções de lazer e são experts em criar ambientes de bem-estar. Realço também que cada uma das casas tem quartos temáticos, os quais deixam a estada mais divertida e mais atrativa para as crianças", complementa Cardoso. ●

more and more affordable place. This scenario is based on two pillars: personalized products and services and a surprising cost-benefit. SUITABLE FOR EVERYONE...

On vacation, business trips, traveling in groups or as a couple, the fact is that houses have become a trend among travelers, especially when privacy and autonomy are considered important features. And we haven't even talked about space yet! There are some properties available with the incredible number of 15 bedrooms, in which entire families, for example, can be accommodated in just one place. What is the name of these houses? Megahomes.

"In general, megahomes are intended to families and business groups. They comfortably accommodate 15 couples or 30 passengers, as the beds can be configured as double or single, and have complete leisure and business infrastructure, with swimming pool and summer kitchen (barbecue) and even a movie theater with games room, an area that can also be adapted to host meetings and business events. All rooms count on minibar and safe and follow the same decoration line, factors that practically equate the houses with mini hotels. Their facilities are large and the living room is integrated with the kitchen, everything was designed to make visitors feel comfortable and with much space," says Fabio Cardoso, director general of VHC.

Very complete, the portfolio of the company goes beyond and also serves smaller groups and people who travel alone, including single-room properties. This type of accommodation can be found in Miami, where apartment rentals are more consolidated than house rentals. Vacation Homes Collection's apartments can lodge up to six guests.

... AND ALSO FOR THE BUDGET!

However, VHC's portfolio of products doesn't just vary in size! Without putting aside characteristics such as comfort or elegance, the company works with conditions that range from economic to luxurious, allowing passengers to choose the option that best fits their budget.

"It works like this: the more rooms, the higher the daily rate. At the same time, the larger the number of rooms, the greater the savings, if compared to the rates charged by a hotel or resort. Add to this cost-benefit the fact that all of our houses can be considered upscale properties: they offer excellent location, include condominiums that provide several leisure options and are experts at creating comfortable environments. I also highlight that each house has themed bedrooms, which make the stay more fun and attractive for kids," says Cardoso.



À ESQUERDA E ACIMA, AS DIFERENCIADAS INSTALAÇÕES DAS CASAS VHC
ON THE LEFT AND ABOVE, SPECIAL FACILITIES OF VHC HOUSES



MACHU PICCHU: **história e misticismo peruanos**

ALÉM DA BELEZA INCONFUNDÍVEL, UM
BÔNUS: NÃO TEM COMO NÃO CAIR DE AMORES
PELA CIDADE PERDIDA DOS INCAS

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

MACHU PICCHU: PERUVIAN HISTORY AND MYSTICISM

IN ADDITION TO ITS UNIQUE BEAUTY, A BONUS: THERE IS NO WAY OUT BUT TO FALL IN LOVE WITH THE LOST CITY OF THE INCAS

No topo da montanha tinha uma pedra. Aliás, uma não; inúmeras pedras que, graças a um moderno sistema de encaixes, sem o uso de cimento ou argamassa, deram origem a uma cidade surpreendente, erguida por uma civilização secular.

Situada a mais de 2,4 mil metros de altitude e rodeada por mistérios, que vão desde sua data de fundação (estimada no século 15) até sua efetiva função política, religiosa e/ou administrativa dentro do Império Inca, Machu Picchu ainda

On the top of a mountain there was a stone. By the way, not one; several stones that, thanks to a modern system of fitting techniques, without the use of concrete or mortar, originated a surprising city, built by a centenarian civilization.

Situated at over 2,400 meters and surrounded by mysteries, which go from its foundation date (estimated in the 15th century) to its effective political, religious and/or administrative function within the Inca Empire, Machu Picchu still keeps an aura of esotericism and adventure that makes it unique. And Segue Viagem talks about it as follows!

hoje segue com uma aura de esoterismo e aventura que a tornam única. É de dela que a **Segue Viagem** fala a seguir!

CAÇA AO TESOURO

Descoberto pelo explorador norte-americano Hiram Bingham em 1911, o destino peruano acumula prestígios: foi tombado como Patrimônio da Humanidade pela Unesco e eleito uma das Sete Maravilhas do Mundo Moderno. Guardando tesouros histórico-culturais de valor inestimável, é na chamada cidade perdida dos incas que se tem início uma fantástica viagem no tempo – e até mesmo chegar lá é uma experiência interessante.

Tendo Cusco como principal ponto de partida, a maioria dos viajantes segue rumo a Machu Picchu dali, seja a pé ou sobre trilhos. Isso porque dá para fazer o caminho de trem até o povoado de Águas Calientes, que serve de base para os turistas, ou por meio das numerosas trilhas espalhadas pela região, como é o caso da Trilha Inca. Se interessou pela segunda opção? Então a gente compartilha com você algumas informações importantes: a trilha segue a estrada de Qhapaq Ñan (ou, em português, Caminho Real) e pode ser feita da maneira clássica, completada em quatro dias, ou curta, concluída em dois. Ambos os percursos são marcados por atrativos arqueológicos e naturais que sinalizam a beleza que está para chegar.

UM ROTEIRO SAGRADO

Definida a rota de acesso, chegou a hora de se maravilhar com as obras de arte apresentadas sob a forma de incontáveis ruínas que este cobiçado cantinho do Peru tão orgulhosamente exhibe para o mundo inteiro. Ali algumas paradas são obrigatórias! Os nomes podem ser complicados em um primeiro momento, mas a gente garante que não vão decepcionar: Intipunku, entrada oficial chamada também de Portal do Sol; Setor Nobre, onde ficavam as residências dos governantes incas; os templos do Sol e das Três Janelas; e a internacionalmente conhecida montanha Huayna Picchu, que estampa os cartões-postais e é uma bela representante do lugar. ☉

TREASURE HUNT

Discovered by the North-American explorer Hiram Bingham in 1911, this Peruvian destination holds prestigious titles: it was declared a World Heritage Site by Unesco and elected one of the Seven Wonders of the Modern World. Keeping historical and cultural valuable treasures, it's in the so-called lost city of Incas that a time travel takes place – and even getting there is an interesting experience.

Having Cusco as the main starting point, most visitors leave to Machu Picchu from there, on foot or using the rails. This is because people can travel by train to the village of Águas Calientes, which works as a base for tourists, or through the countless trails spread all over the region, such as the Inca Trail. Are you interested in the second option? So, we share with you some important pieces of information: the trail follows the Qhapaq Ñan road (or, in English, Royal Road) and can be finished in the classic way, completed in four days, or shorter, completed in two. Both routes are marked by archaeological and natural attractions that indicate the beauty to come.

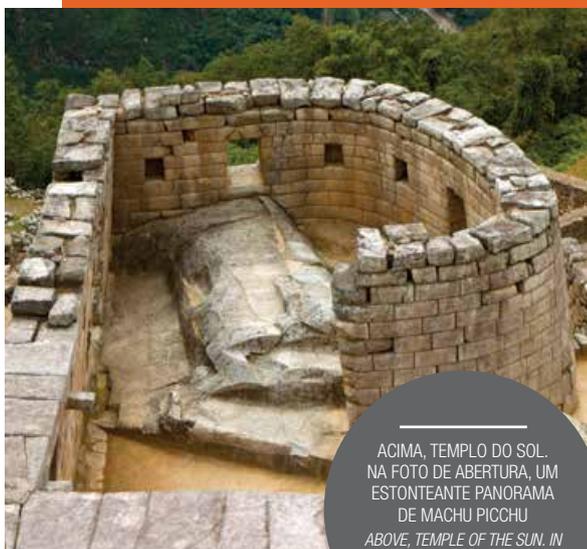
A SACRED ITINERARY

Once the access route is defined, it's time to be amazed by the works of art presented in the shape of countless ruins that this sought-after corner of Peru so proudly shows to the whole world. People will find some can't-miss stops there! Their names may seem complicated at first, but we guarantee that they won't disappoint: Intipunku, official entrance also called Sun Gate; Noble Sector, where the residences of Incan governors were located; the temples of the Sun and the Three Windows; and the worldwide known Huayna Picchu mountain, which became a postcard and is a beautiful representative of the place.

BEFORE #HITTINGTHEROAD...

It's required to follow some basic rules to visit Machu Picchu:

- since the number of visits to the destination is limited, tickets must be booked with scheduled date and time. Note: there are two specific entrance shifts, one from 6 a.m. to 12 p.m. and one from 12 p.m. to 4:30 p.m., which are printed on the top of the ticket;
- in addition to the amount of people, the length of stay is limited to four hours;
- after finishing the tour, it's forbidden to return to the site. It's only possible upon presentation of a new ticket and within the allowed time;
- when choosing the access to the Huayna Picchu mountain or Machu Picchu mountain, it's important to be aware of the time of arrival and departure defined at the moment of purchase;
- is the passenger going to Machu Picchu for the first time during the trip? So, it's imperative the presence of a guide, who conducts groups of up to 16 travelers. Now, if this is the second time of the passengers in the destination, the climb to the Machu Picchu and Huayna Picchu mountains can be done on their own as long as the first ticket is presented.



ACIMA, TEMPLO DO SOL. NA FOTO DE ABERTURA, UM ESTONTEANTE PANORAMA DE MACHU PICCHU
ABOVE, TEMPLE OF THE SUN. IN THE OPENING PHOTO, STUNNING VIEW OF MACHU PICCHU

MAS ANTES DO #PARTIU...

É preciso respeitar algumas regrinhas básicas para conhecer Machu Picchu:

- como o número de visitas é limitado, os ingressos devem ser reservados com dia e hora marcados. E lembre-se: há dois turnos específicos para a entrada, sendo um das 6h às 12h e outro das 12h às 16h30, os quais vêm impressos na parte superior do ticket;
- além da quantidade de pessoas, o tempo de permanência é restrito a quatro horas;
- após o término do tour, o retorno ao parque é proibido. Só é possível regressar mediante a apresentação de um novo ingresso e dentro do horário permitido;
- ao optar pelo acesso à montanha Huayna Picchu ou à montanha Machu Picchu, é necessário atentar-se aos horários de entrada e de retorno definidos no momento da compra;
- o passageiro vai para Machu Picchu pela primeira vez durante a viagem? Então é obrigatória a presença de um guia, que acompanha grupos de até 16 pessoas. Agora, se for a segunda vez no destino, a subida às montanhas Machu Picchu e Huayna Picchu pode ser realizada por conta própria desde que seja apresentado o ticket da primeira entrada.



UM ROLÊ DA HORA POR SAMPA, MEU!

SE LIGA SÓ NESSE ROTEIRO FORA DO COMUM PELA CAPITAL PAULISTA, GUIADO POR UM PROFISSA EM APRESENTAR AS RIQUEZAS DA CIDADE

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

nabalável, incansável, inesgotável: quando se trata de São Paulo, sobram palavras para descrever essa gigante que, com seus quase 12 milhões de habitantes, ainda consegue encontrar espaço para aproximadamente 15 milhões de visitantes todos os anos, garantindo um número sem fim de atrações.

De essência urbana, ecológica, gastronômica, histórica, cultural, cosmopolita e efervescente, na capital que não para nem por um segundo são 333 centros de esporte e lazer, 158 museus, 145 teatros e casas de espetáculos, 115 espaços culturais, 11 estádios de futebol, 53 shopping centers e milhares de bares e restaurantes – isso de acordo com o Observatório de Turismo e Eventos da Cidade –, encarregados de ocupar e entreter a galera com tours tão diversificados quanto interessantes.

E para explorar seus segredos escondidos, nada melhor que seguir as recomendações de um morador. O convocado da vez é José Luiz P. Silva, diretor da Indytur Receptivo, que nos ajuda nesta missão agorinha mesmo. Confere aí!

A COOL WALK IN SAMPA CITY, DUDE!

PAY ATTENTION TO THIS EXTRAORDINARY ITINERARY THROUGH THE CAPITAL OF SÃO PAULO. GUIDED BY AN EXPERT AT PRESENTING THE RICHES OF THE CITY

Unshakable, tireless, inexhaustible: when it comes to São Paulo, there are so many words to describe this giant that with its almost 12 million inhabitants still manages to find a place for approximately 15 million visitors every year, guaranteeing an endless number of attractions.



JOSÉ LUIZ P. SILVA MORA EM SÃO PAULO E É O DIRETOR DA INDYTUR RECEPTIVO, EMPRESA HÁ 15 ANOS NO MERCADO E ESPECIALISTA EM DESCORTINAR AS BELEZAS DA CAPITAL PAULISTA.

JOSÉ LUIZ P. SILVA LIVES IN SÃO PAULO AND IS THE DIRECTOR OF INDYTUR RECEPTIVO, A COMPANY THAT HAS BEEN IN THE MARKET FOR 15 YEARS AND SPECIALIZES IN DISCOVERING THE BEAUTIES OF THE CITY.

With urban, ecologic, gastronomic, historic, cultural, cosmopolitan and vibrant essence, in the capital that never stops, there are 333 sports and leisure centers, 158 museums, 145 theaters and spectacle venues, 115

cultural venues, 11 soccer stadiums, 53 shopping malls and thousands of bars and restaurants – according to São Paulo City Tourism and Events Observatory –, responsible for entertaining people with diverse and interesting tours.

To explore its hidden treasures, there's nothing better than getting some tips from a citizen. This time we have invited José Luiz P. Silva, director of Indytur Receptivo, who will help us in this mission. Check this out!

ALÉM DO ARROZ COM FEIJÃO

Fazendo jus à posição de maior metrópole da América Latina, a capital paulista dá as caras ao mundo com uma coleção de cartões de visita, imperdíveis para quem está só de passagem e para quem reside na região.

“É impossível falar de São Paulo sem citar o Parque Ibirapuera, a Avenida Paulista e o Theatro Municipal, por exemplo. Porém, para fugir do convencional, eu também incluiria o Aquário de São Paulo, o zoológico e pontos de compras. Ao considerar os programas de lazer preferidos dos locais, ressaltos shows e peças teatrais, os estádios de futebol e o Autódromo de Interlagos, pois o esporte faz parte do dia a dia dos paulistanos, e os bares da região da Vila Madalena, perfeitos para curtir a empolgante vida noturna da cidade”, afirma Silva.

MORE THAN RICE AND BEANS

Doing justice to the position of the largest metropole of Latin America, São Paulo's capital city shows a collection of can't-miss attractions for people visiting the town and for people who live in the region.

"It's impossible to talk about São Paulo and not mention Ibirapuera Park, Paulista Avenue and the Municipal Theatre, for example. However, to escape from the conventional places, I would also include the São Paulo Aquarium, zoo and shopping centers. When considering inhabitants' favorite leisure activities, I highlight concerts and theater plays, soccer stadiums and the Interlagos Autodrome, because sports are part of the daily life of São Paulo's citizens, and the bars in the region of Vila Madalena, perfect for enjoying the exciting nightlife of the city," says Silva.



À ESQUERDA, NA ABERTURA, PONTE OCTAVIO FRIAS DE OLIVEIRA, TAMBÉM CONHECIDA COMO PONTE ESTAIADA. ACIMA, FOCA POSA PARA VISITANTES NO AQUÁRIO DE SÃO PAULO

LEFT, IN THE MAIN PHOTO, OCTAVIO FRIAS DE OLIVEIRA BRIDGE, ALSO KNOWN AS ESTAIADA BRIDGE. ABOVE, SEAL POSES FOR VISITORS AT SÃO PAULO AQUARIUM

JUNIOR BRAZ/SHUTTERSTOCK.COM

R.M. NUNES/SHUTTERSTOCK.COM



O INTERIOR DO MERCADÃO, ÍCONE PAULISTANO
INSIDE MERCADÃO, AN ICON OF SÃO PAULO

DÁ-LHE GASTRONOMIA!

Superando a marca de 30 mil bares e 20 mil restaurantes, ainda conforme dados do Observatório de Turismo, Sampa faz bonito com todos os paladares.

“Para provar o autêntico sabor paulistano, uma das paradas obrigatórias é o Mercado Municipal, onde é servido o famoso sanduíche de mortadela. Fora o Mercadão, as churrascarias e as comidas de boteco também têm espaço garantido na gastronomia local. Inclusive, recomendo a churrascaria BBQ Farm, as hamburguerias temáticas Rap Burger e Jazz Restô & Burgers, o bar de drinks Periquita & Gin Club, o multicultural Rooftop Augusta e o curioso Bar do Cofre SubAstor, no subsolo do Farol Santander (edifício ao estilo do Empire State Building de Nova York, que abriga um mirante com uma vista deslumbrante do destino)”, complementa nosso convidado.

LET'S TALK ABOUT GASTRONOMY!

Exceeding the mark of 30,000 bars and 20,000 restaurants, still according to data from the Tourism Observatory, Sampa does really great when it comes to pleasing all palates.

"To try the authentic characteristic flavor of São Paulo, one of the can't-miss stops is the Municipal Market, where the famous mortadella sandwich is served. In addition to the (also called) Mercadão, steakhouses and pub food also have a place in the local gastronomy. I also recommend the BBQ Farm steakhouse, the Rap Burger and Jazz Restô & Burgers themed restaurants, the Periquita & Gin Club drinks bar, the multicultural Rooftop Augusta and the curious SubAstor Safe Bar, in the basement of Farol Santander (Santander Lighthouse) – in the style of the Empire State Building of New York, that houses a belvedere with a breathtaking view of the destination," our guest says.

DO POPULAR AO LUXO

Sonho de consumo de quem não abre mão de sacolas e mais sacolas, em São Paulo é possível encontrar de tudo. Democrática e acessível, quem dita as regras são os shopping centers, grandes redes de departamento, grifes internacionais e uma infinidade de centros de lojas populares. Juntos, esses estabelecimentos transformam a cidade em um dos mais importantes polos comerciais do planeta.

“Para fazer ótimas compras, sugiro a Rua 25 de Março e a Ladeira Porto Geral, que ficam no centro histórico e são tidas como grandes símbolos do comércio no país; as lojas do Bom Retiro e a Feirinha da Madrugada, na região do Brás, ideais para adquirir roupas, acessórios e sapatos a um excelente custo/benefício; e a luxuosa Rua Oscar Freire, que transborda sofisticação e onde estão concentradas marcas renomadas”, indica o diretor da Indytur.

FROM POPULAR TO LUXURY

A dream for those who love to go shopping, it's possible to find everything in São Paulo. Democratic and affordable, shopping malls, department stores, international brands and countless popular commercial centers reign supreme. Together, these establishments turn the city into one of the most important business poles of the planet. "To get good deals, I suggest 25 de Março Street and Ladeira Porto Geral, which are located in the historic center and are considered great symbols of commerce in the country; the shops of Bom Retiro district and Feirinha da Madrugada (Street Market), in the region of Brás, ideal to buy clothes, accessories and shoes at an excellent cost/benefit; and the luxurious Oscar Freire Street, which exudes sophistication and where renowned brands are concentrated", says the director of Indytur.



O MOVIMENTO E A VARIEDADE DE PRODUTOS NA RUA 25 DE MARÇO
THE BUSTLE AND THE VARIETY OF PRODUCTS ALONG 25 DE MARÇO STREET



SELVA DE PEDRA: PARTE DA VISTA DO ALTO DO MIRANTE 9 DE JULHO
CONCRETE JUNGLE: PART OF THE VIEW FROM THE TOP OF 9 DE JULHO BELVEDERE

24 HORAS EM EBULIÇÃO

O relógio pode marcar a hora que for: São Paulo está sempre a postos para receber o mundo de braços abertos. “Se a intenção for curtir os espaços ao ar livre, a capital paulista dispõe de uma porção de parques, como o Villa-Lobos, o Trianon, o da Independência (conhecido também como Parque do Ipiranga) e o do Carmo. No fim do dia, a dica é seguir em direção a dois pontos específicos: ao Mirante 9 de Julho, coladinho ao Museu de Arte de São Paulo (MASP), e à Praça Pôr do Sol, que faz as vezes de camarote para quem quer admirar o entardecer”, arremata. 🌅

24 HOURS OF ACTIVITIES

It doesn't matter what time it is: São Paulo is always ready to embrace everyone. "If the intention is to enjoy outdoor spaces, the city of São Paulo has a lot of parks, such as Villa-Lobos, Trianon, Independência (also known as Ipiranga Park) and Carmo. At the end of the day, the tip is to visit two specific points: Mirante 9 de Julho (9 de Julho Belvedere), very close to São Paulo Museum of Art (MASP), and Praça Pôr do Sol (Sunset Square), the right place for anyone who would like to watch the sunset," he says.



QUALIDADE
QUE CONQUISTA.

TECNOLOGIA
QUE INOVA.

VALORES HUMANOS
QUE CONSTROEM.

A Esferatur Consolidação mostra o quanto é importante estar à frente, atenta ao dinamismo de um mercado que evolui diariamente. Por isso, não poupa investimentos na busca de uma prestação de serviços de qualidade, com tecnologia inovadora e pessoal altamente especializado. Valores humanos e tecnologia, diferenciais que conquistam.

ESFERATUR: TODOS OS DIAS COM O AGENTE DE VIAGEM.

 **ESFERATUR**
CONSOLIDAÇÃO

NOSSA GENTE, NOSSA TECNOLOGIA



KEEP CALM *e pé na estrada*

**PARA FUGIR DO AGITO: UMA SELEÇÃO DE
LINDÍSSIMOS REFÚGIOS NO BRASIL E NO MUNDO
QUE INSPIRAM BELEZA E TRANQUILIDADE**

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

Paraísos ecoturísticos, recantos bucólicos, vilarejos medievais e cenários deslumbrantes em meio a lugares que praticamente podem ser considerados inóspitos. Aí estão quatro exemplos de destinos pertencentes à chamada “small town travel” (em português, viagem para pequenas cidades), tendência que está caindo nas graças dos turistas em busca de sossego, descanso e experiências – literalmente! – fora do comum.

E quem diz isso são as pesquisas de mercado. Segundo levantamento realizado pelo Pinterest, rede social de compartilhamento de imagens, com base no comportamento de seus mais de 250 milhões de usuários, este segmento tem despertado cada vez mais o interesse dos consumidores, registrando aumento de 276% nas buscas efetuadas na categoria de viagens da plataforma.

PISANDO NO FREIO

Indo na contramão da badalação, da correria e do tempo cronometrado, nesse nicho especializado em lugares remotos e no melhor estilo “slow travel” a regra do roteiro é desacelerar – o que está longe de significar monotonia ou baixa oferta de atrações. Muito pelo contrário! Para comprovar esta teoria, a **Segue Viagem** convida você a dar um giro ao redor do mundo e a conhecer destinos onde relaxar e se divertir dividem o mesmo espaço sem qualquer complicação. Espia só!

**KEEP CALM AND TAKE A JOURNEY
TO RUN AWAY FROM BUSY PLACES: A SELECTION
OF STUNNING REFUGES IN BRAZIL AND ABROAD
THAT INSPIRE BEAUTY AND TRANQUILITY**

Ecotourist paradises, bucolic spots, medieval villages and amazing scenes amidst places that can practically be considered inhospitable. Here we have four examples of destinations pertaining to the so-called “small town travel”, a trend that has won the heart of those tourists looking for peacefulness, relaxation and – literally! – extraordinary experiences.

And market researches can prove it. According to data from Pinterest, a photo sharing social media platform, based on the behavior of its more than 250 million users, this segment has more and more aroused consumer interest, registering an increase of 276% in searches related to this travel category in the platform.

SLOW DOWN

Going to the opposite direction from hustle and bustle and timing, in this niche that specializes in remote places and in the best “slow travel” style, the rule of the itinerary is to slow down – which is far from meaning monotony or low offer of attractions. On the contrary! To prove this theory, Segue Viagem invites you for a travel around the world and to get to know destinations in which relaxing and having fun can perfectly share the same place. Check it out!

JALAPÃO (BRASIL)

Dono de uma natureza quase intocada e ideal para a prática de atividades ecoturísticas, neste oásis do estado do Tocantins dunas, rios, cachoeiras, serras, chapadões, fervedouros (que são como piscinas naturais, nas quais é impossível afundar) e outros encantos dão as boas-vindas, oferecendo uma programação repleta de aventura e beleza.

Jalapão (Brazil): owner of quite untouched nature and ideal for ecotourism activities, in this oasis of Tocantins States dunes, rivers, waterfalls, mountains, plateaus, boilers (which are like natural pools, where it's not possible to sink) and other charms welcome its visitors, offering a schedule full of adventure and beauty.



PURMAMARCA (ARGENTINA)

É ao norte da terra de nossos hermanos, próximo à fronteira do país com a Bolívia e o Chile, que um pequenino povoado da província de Jujuy chama a atenção pela combinação de história e riquezas naturais. Seu nome? Purmamarca, o lado andino da Argentina, cujo cartão-postal é o Cerro de Los Siete Colores, monumento arquitetônico esculpido pela natureza há milhares de anos em diferentes colorações.

Purmamarca (Argentina): it's to the north of our hermanos' land, near the country's border with Bolivia and Chile, that a small village in the province of Jujuy catches attention for its combination of history and natural riches. What is its name? Purmamarca, the Andean side of Argentina, whose postcard is Cerro de Los Siete Colores (The Hill of Seven Colors), an architectural monument sculpted by nature for thousands of years in different colors.

COYHAIQUE E PUERTO AYSÉN (CHILE)

Seguindo, agora, para a Patagônia Chilena, as cidades de Coyhaique e Puerto Aysén são excelentes apostas se o interesse é por passeios ao ar livre, esportes radicais e paisagens arrebatadoras. Isso porque esses dois redutos ecológicos são protagonizados por bosques, lagos, fiordes, cachoeiras e outros atrativos que têm tudo a ver com a proposta de recarregar as energias por meio da força e da formosura da natureza.

Coyhaique and Puerto Aysén (Chile): now, going to the Chilean Patagonia, the cities of Coyhaique and Puerto Aysén are excellent options if the passenger is interested in outdoor tours, extreme sports and breathtaking landscapes. This is because these two ecologic spots are populated by forests, lakes, fjords, waterfalls and other attractions that have everything to do with the proposal to recharge the energies through the force and charm of nature.



COYHAIQUE (CHILE)



TAMPA (EUA)

A cerca de 1h30 de carro de Orlando, na Flórida, se a procura é por opções de lazer e entretenimento nos States, Tampa surge como um destino irresistível. Além do fabuloso Busch Gardens Tampa Bay, são muitos os bares, restaurantes, lojas e parques urbanos, sob medida para um tour livre, leve e solto.

Tampa (USA): about an hour and a half by car from Orlando, Florida, if the traveler is looking for leisure and entertainment options in the States, Tampa appears as an irresistible destination. In addition to the fabulous Busch Gardens Tampa Bay, there are many bars, restaurants, stores and urban parks, perfect for a relaxing tour.

ÉVORA (PORTUGAL) E TOSCANA (ITÁLIA)

Já no continente europeu, dois destinos gratiosos e que parecem ter sido feitos para explorar em um ritmo mais devagar são a portuguesa Évora, na exuberante região do Alentejo, e as italianíssimas cidadezinhas da Toscana, como Cortona, Arezzo, Siena, San Gimignano e San Miniato, que compartilham uma extensa coleção de pontos turísticos histórico-culturais. 📍

Évora (Portugal) and Tuscany (Italy): in the European continent, two lovely destinations that seem to have been made to explore at a slower pace are the Portuguese municipality of Évora, in the exuberant region of Alentejo, and the very Italian Tuscan cities of Cortona, Arezzo, Siena, San Gimignano and San Miniato, which share an extensive collection of historical and cultural sights.



ÉVORA (PORTUGAL)



Nos bastidores do Natal Luz de Gramado

DÊ UMA ESPIADINHA
POR DETRÁS DA CORTINA
DESTE CLÁSSICO DA
SERRA GAÚCHA QUE,
NESTA TEMPORADA, VAI
DE 24 DE OUTUBRO DE
2019 A 12 DE JANEIRO
DE 2020

FOTO: CLEITON THIELE

Fim de 2019 se aproximando, é iniciada a contagem regressiva para virar o calendário e para que todas as atenções se voltem para Gramado, a cidade gaúcha que brilha o ano inteiro, mas que, nesta época, se transforma em palco para uma das celebrações temáticas mais tradicionais do país: o Natal Luz.

E, como esta grande festa é uma superoportunidade para turbinar suas vendas, agente, a **Segue Viagem** te convida agora para um passeio revelador e repleto de curiosidades sobre o que rola fora dos holofotes desta megaprodução. Pronto para conhecer melhor este evento que já virou um atrativo à parte do Sul do Brasil?

SIMPLESMENTE GRANDIOSO

Contando com mais de 500 apresentações musicais e teatrais, entre grandes shows, desfiles, paradas e concertos que transbordam

THE BACKSTAGES OF NATAL LUZ IN GRAMADO

HAVE A LITTLE LOOK BEHIND THE CURTAINS OF THIS CLASSIC GAÚCHO HIGHLANDS' SPECTACLE THAT, IN THIS SEASON, WILL BE PERFORMED FROM OCTOBER 24, 2019 TO JANUARY 12, 2020

The end of 2019 is coming and we now start the countdown to turn the calendar and to draw all attention to Gramado, the city that shines the whole year but, at this time, becomes the stage for one of the most traditional thematic celebrations of the country: the Natal Luz (or Christmas of Lights, in English).

Since this big festival is a great opportunity to boost your sales, travel agent, Segue Viagem invites you for a revealing tour and full of curiosities about what happens out of the spotlights of this mega production. Are you ready to get to know the best of this event that has already become a unique attraction of the southern region of Brazil?

SIMPLY MAGNIFICENT

Counting on more than 500 musical and theatrical performances, among amazing shows, parades and concerts that exude lights, colors and much fun, Natal Luz gathers, in its 81 days of length, nothing more, nothing less than 800 professionals in its spectacles. That's right:

luzes, cores e muita emoção, o Natal Luz reúne, ao longo de seus 81 dias de duração, nada mais, nada menos que 800 profissionais em seus espetáculos. Isso mesmo: são centenas de artistas, como bailarinos, cantores, músicos, atores e diretores, por exemplo, que, segundo a definição da Gramadotur – fonte desses dados e a organizadora da festa –, “aliam talento e inspiração, buscando sempre incentivar a participação da comunidade no evento”.

DE OLHO NOS DETALHES

Há mais de dez anos atuando como fotógrafo oficial do Natal Luz, Cleiton Thiele é um apaixonado convicto do evento e tomou para si a responsabilidade de compartilhar com o público – proveniente do mundo inteiro, vale dizer – toda a magnificência da festa. Além do talento e da habilidade de traduzir em fotos toda a vibração e alegria que permeiam a comemoração, as festas de fim de ano em Gramado trazem, para ele, outro motivo para celebrar.

“Se eu pudesse descrever o Natal Luz em uma única palavra, ela seria ‘magia’. Tanto é que, quando eu e minha esposa

there are hundreds of artists, such as dancers, singers, musicians, actors and directors, for example, who, according to the definition of Gramadotur – source of this data and the party organizer –, “ally talent and inspiration, always looking for encouraging the participation of the community in the event.”

KEEP YOUR EYES ON DETAILS

For over ten years working as the official photographer of Natal Luz, Cleiton Thiele is an unconditional fan of the event and took the responsibility for sharing with the audience – coming from the whole world, it should be highlighted – the grandiosity of the party. In addition to talent and ability to translate into photos all the vibrancy and joy that are present in the festival, the holidays in Gramado bring to him another reason to celebrate.

“If I could describe Natal Luz in just one word, it would be ‘magic’. This is because when my wife and I were trying to have a baby, the event’s official Santa Claus told me not to give up, because I would be a boy’s daddy. Two years later, this wish came true. I can say that Miguel, today a three-year-old boy, was definitely a gift from our Santa,” shares Thiele.

EXTENSIVE SCHEDULE AND GUARANTEED APPLAUSE
Attracting annually, on average, 2.5 million visitors, the 2019/2020 season of Natal Luz reaches its 34th edition and has already a date to be held: from October 24, 2019 to January 12, 2020.

The highlights of the schedule include staging already known by the audience and some new plays, such as the concert “Illumination”, on the shores of Lake Joaquina Rita Bier, and the musicals “Grande Desfile de Natal” (Great Christmas Parade) and “A Lenda do Bosque de Natal (The Legend of the Christmas Forest), both at ExpoGramado. The tip is to also watch the new version of the Show de Acendimento das Luzes (Lighting Ceremony), a free attraction and daily performed in front of Palácio dos Festivais (Festival Palace), in the heart of the destination.

estávamos tentando engravidar, o Papai Noel oficial do evento me disse para não desistir, porque eu seria papai de um menino. Dois anos depois, este desejo foi realizado. Posso dizer que o Miguel, hoje com três anos de idade, sem dúvida foi um presente do nosso Bom Velhinho”, compartilha Thiele.

PROGRAMAÇÃO EXTENSA E APLAUSOS GARANTIDOS

Atrairdo, em média, 2,5 milhões de visitantes anualmente, na temporada 2019/2020 o Natal Luz chega à sua 34ª edição e já tem data marcada: de 24 de outubro de 2019 a 12 de janeiro de 2020.

Os destaques da programação incluem encenações já conhecidas pelo público e algumas inéditas, tais quais o concerto “Illumination”, às margens do Lago Joaquina Rita Bier, e os musicais “Grande Desfile de Natal” e “A Lenda do Bosque de Natal”, ambos no ExpoGramado. A dica é conferir também a nova versão do Show de Acendimento das Luzes, atração gratuita e realizada diariamente em frente ao Palácio dos Festivais, no coração do destino. 📍

SINTA-SE LIVRE

Navegue com a Norwegian Cruise Line



Imagine fazer um cruzeiro do seu jeito: sem uma agenda para seguir além da sua. Essa é a liberdade que a Norwegian Cruise Line oferece em todos os nossos itinerários. Satisfaça o seu paladar com uma das nossas opções de refeições variadas, ou talvez prefira um jantar e uma combinação de shows. Relaxe em algumas das cabines mais espaçosas e modernas do setor de cruzeiros antes de se aventurar em uma excursão em terra de sua escolha.

NCL NORWEGIAN *Feel Free™*
CRUISE LINE®

ESCOLHA SEU DESTINO

África - Alasca - Ásia - Austrália & Nova Zelândia - Bahamas & Flórida
Bermudas - Canadá & Nova Inglaterra - Caribe - Europa - Havai
Riviera Mexicana - Costa do Pacífico - Canal do Panamá - América do Sul



Viagem é com agente.

www.trendviagens.com.br



[/TrendViagens](https://www.facebook.com/TrendViagens)



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



[@TrendViagens](https://twitter.com/TrendViagens)



GRUPO TREND

24 HORAS

ROMA, a italiana que é puro amor

O ROTEIRO É DE DIA INTEIRO NESTA CIDADE QUE FORTALECEU O LAÇO ENTRE CULTURA MILENAR E APTIDÃO INCONTESTÁVEL PARA A GASTRONOMIA

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

Não é por acaso que, em português, a palavra Roma ao contrário se transforme em “amor”. Mesmo porque, se tem um sentimento comum aos visitantes de passagem pela incomparável capital italiana, ele só poderia mesmo ser o mais sublime de todos. A lendária Cidade Eterna equilibra o dom para a gastronomia e um legado histórico-cultural surpreendente, despertando ainda muitas emoções, inclusive em quem dispuser de apenas 24 horas no destino. Quer descobrir como? A **Segue Viagem** te mostra a seguir. Vem ver, vem! 📍

*MORE OF ROME, THE AMAZING ITALIAN CITY
THIS IS A FULL-DAY TOUR OF A CITY THAT STRENGTHENED
TIES BETWEEN MILLENNIAL CULTURE AND
UNQUESTIONABLE GOOD TASTE FOR GASTRONOMY*

It's not a coincidence that, in English, Rome is an anagram of "more". Even because, if there's something that all visitors want when visiting this incomparable Italian capital, is more and more of its majesty. The legendary Eternal City balances the talent for gastronomy and a surprising historic and cultural legacy, provoking different emotions, also in those passengers who have just 24 hours in the destination. Would you like to know how? Segue Viagem will show you the way. So, let's do it!



9h MONTE PALATINO E COLISEU

PALATINE HILL AND COLOSSEUM

Nada mais simbólico que iniciar um tour por Roma partindo justamente do berço da capital: o Monte Palatino. Cercado por ruínas arqueológicas e fábulas que o apontam como o local onde o fundador mitológico da cidade, Rômulo, e seu irmão gêmeo, Remo, teriam sido amamentados por uma loba, fato é que nesse museu a céu aberto passado e presente caminham lado a lado, tendo como vizinhos mais dois cartões-postais. São eles: as relíquias do Fórum Romano, tido como o centro político, comercial e artístico da Roma Antiga, e o Coliseu (ou Anfiteatro Flaviano), arena de espetáculos erguida no século I e considerada um dos principais patrimônios arquitetônicos da humanidade. Como o tempo é escasso, a recomendação é comprar o ingresso com antecedência para o Coliseu.

Nothing is more symbolic than starting a tour of Rome beginning from the cradle of the capital: the Palatine Hill. Surrounded by archaeological ruins and tales that identify it as the birthplace where the mythological founder of the city, Romulus, and his twin brother, Remus, would be fed by a she-wolf, the fact is that past and present walk side by side in this open-air museum, having as neighbors two other postcards. They are: the relics of the Roman Forum, considered the political, business and artistic center of the Ancient Rome, and the Colosseum (or Flavian Amphitheatre), a venue for spectacles built in the 1st century and recognized as one of the main architectural heritage sites of humanity. Since your passenger doesn't have much time, the suggestion is to buy tickets in advance for the Colosseum.



14h FONTANA DI TREVI E PANTEÃO DE ROMA

FONTANA DI TREVI AND ROMAN PANTHEON

Seguindo na lista dos clássicos, outra dupla de sucesso é formada pela Fontana di Trevi e pelo Panteão de Roma. Ao chegar à notável fonte, após fazer um pedido e jogar uma moedinha em sua água tranquila, o viajante tem a chance de contemplar essa herança do século 18, abastecida até hoje por um aqueduto que remonta ao período antes de Cristo. Perto dali, a próxima parada é no Panteão, monumento circular em seu interior e em cuja entrada fica um pórtico com imponentes colunas de granito que refletem o estilo coríntio. Construído há mais de dois mil anos, ocupou o lugar do Panteão de Agripa, este último datado de 27 a.C.

Continuing our list of classic sites, another successful duo is composed of Fontana di Trevi and the Roman Pantheon. Arriving at the remarkable fountain, after making a wish and tossing a coin into its tranquil water, the traveler has the chance to contemplate this heritage from the 18th century, supplied to this day by an aqueduct dating from the period before Christ. Near there, the next stop is the Pantheon, a circular building that presents a porch with imposing columns of granite in Corinthian style in its entrance. Built more than 2,000 years ago, it took the place of Agrippa's Pantheon, dated from 27 BC.

15h E se o relógio permitir: BASÍLICA DE SÃO PEDRO E MUSEU DO VATICANO

IF THE TRAVELER HAS A LITTLE MORE TIME: SAINT PETER'S BASILICA AND VATICAN MUSEUM

Ir a Roma e não ver o papa não só é um ditado popular no Brasil como também uma das atrações mais aguardadas pelos turistas. São duas aparições públicas por semana na cidade-Estado do Vaticano: às quartas-feiras, às 10h, na Praça São Pedro, e aos domingos, às 12h, quando acena para os fiéis de dentro de umas das janelas da basílica. Vale acessar sua agenda e confirmar previamente a realização desses eventos no site do Vaticano. Para visitar a Basílica de São Pedro e o Museu do Vaticano (sede da Capela Sistina, por exemplo), a dica é reservar ao menos duas horas para cada um, sem considerar as filas e a subida ao domo. Símbolos máximos da Igreja Católica, ambos reúnem obras-primas inigualáveis, como a fantástica cúpula da basílica, projetada por Michelangelo.

Going to Rome and not seeing the Pope is not only a popular saying in Brazil but it's also one of the long-awaited attractions by tourists. There are two public appearances a week in the Vatican City State: on Wednesdays at 10 a.m., in St. Peter's Square, and on Sundays at 12 p.m., when he waves to the crowd from one of the basilica's windows. It's important to check out the schedule and previously confirm these events through the Vatican official website. To visit Saint Peter's Basilica and the Vatican Museum (house for the Sistine Chapel, for example), the tip is to save at least two hours for each, not considering queues and the climb to the dome. Supreme symbols of the Catholic Church, both of them have unique works of art, such as the fantastic basilica's dome, designed by Michelangelo.



17h TRASTEVERE

TRASTEVERE

Chegou o momento de experimentar a internacionalmente famosa gastronomia local. Em Roma não é nada difícil encontrar boas opções de restaurantes, mas se o que você procura é uma dica certa para fechar o dia, então recomende uma passadinha no Trastevere. O gracioso bairro de ruas de paralelepípedo é um reduto da boemia romana e concentra cantinas e bares que servem autênticas refeições à moda italiana – o que significa fartura de massas de todos os tipos.

This is the moment to try the worldwide famous local gastronomy. It's not difficult to find good options of restaurants in Rome; however, if you are looking for the right choice to end the day, you can suggest your passenger a little visit to Trastevere. The beautiful district with cobblestone streets is a spot of the Roman bohemian and concentrates canteens and bars offering authentic Italian meals – which means much pasta of all types.

Agente leva!

A TREND tem pacotes para **Roma**. Destaque para a opção que inclui 2 noites de hospedagem no **Hotel Rome Garden**, visitas regulares pela manhã ao Museu do Vaticano, à Capela Sistina e à Basílica de São Pedro (com transporte), visitas regulares ao Coliseu, ao Foro Romano e ao Monte Palatino (sem transporte) + transfer privativo Aeroporto Fiumicino/hotel/Aeroporto Fiumicino.

A partir de € 330 por pessoa, em apto. duplo.

Confira esta e outras ofertas pelo
☎ 4090 1688.



PARIS,

*A Cidade-Luz
que nasceu
para brilhar*

**JUNTE-SE A NÓS E CAIA DE AMORES
VOCÊ TAMBÉM POR ESSA ILUSTRE
FRANCESA, EXÍMIA NA ARTE DE FASCINAR
VIAJANTES DO MUNDO INTEIRO**

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

PARIS, THE CITY OF LIGHTS BORN TO SHINE

*JOIN US AND FALL IN LOVE WITH THIS ILLUSTRIOUS FRENCH CITY
THAT MASTERS THE ART OF FASCINATING TRAVELERS FROM ALL
OVER THE WORLD*

**A CÉLEBRE TORRE EIFFEL, UM DOS
SÍMBOLOS DE PARIS**

**THE GLORIOUS EIFFEL TOWER, ONE OF
THE ATTRACTIONS OF PARIS**

UM MARCO DO PASSADO EM RECONSTRUÇÃO

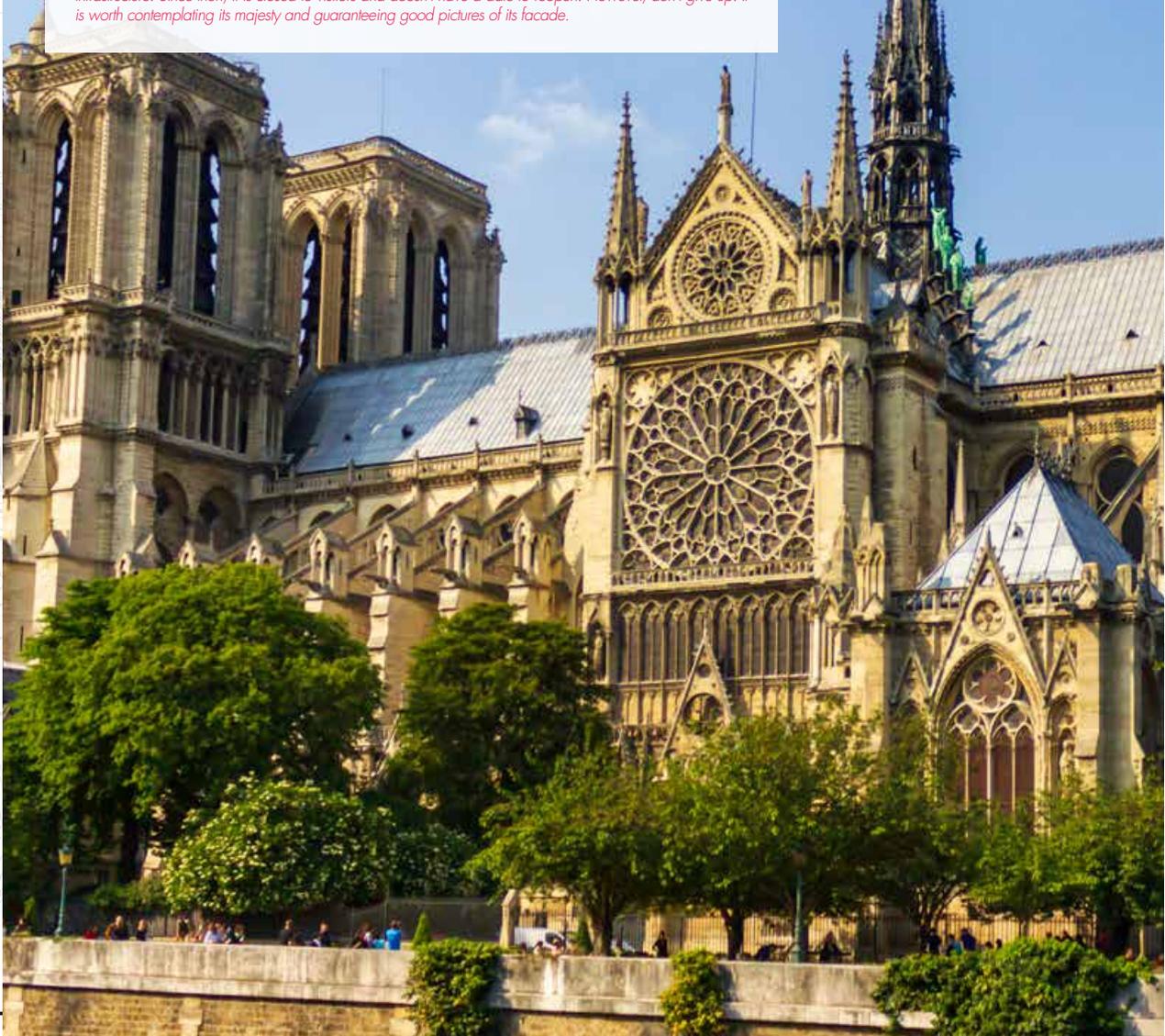
Visitada por 12 milhões de pessoas em 2018 (segundo dados do Escritório do Turismo e dos Congressos de Paris) e, portanto, detentora do título de destino mais visitado da cidade, a Catedral de Notre-Dame desponta como patrimônio nacional e legado mundial de história, beleza e fé.

Erguida entre os séculos 12 e 13 em estilo gótico e guardiã de uma herança cultural de valor inestimável, além do conto "O Corcunda de Notre-Dame", de Victor Hugo, em abril de 2019 a igreja protagonizou outro fato marcante: um incêndio, durante obras de revitalização, que destruiu partes de sua infraestrutura. Desde então, ela segue fechada para visitação, sem data prevista para reabertura. Mas não desanime! Vale a pena contemplar sua majestade e garantir boas fotos de seu exterior.

RENOVATING THE PAST

Visited by 12 million people in 2018 (according to data from the Paris Convention and Visitors Bureau) and, therefore, holder of the title of most visited site of the city, the Notre-Dame Cathedral is considered as national heritage and world legacy of beauty and faith.

Built between the 12th and 13th centuries in a gothic style and guardian of priceless cultural heritage, in addition to the tale of "The Hunchback of Notre-Dame", by Victor Hugo, in April 2019, the church was involved in another shocking event: a fire, during its renovation process, which destroyed some parts of the infrastructure. Since then, it is closed to visitors and doesn't have a date to reopen. However, don't give up! It is worth contemplating its majesty and guaranteeing good pictures of its facade.



À ESQUERDA, PARTE DA FACHADA DA MUNDIALMENTE FAMOSA CATEDRAL DE NOTRE-DAME. ABAIXO, A PIRÂMIDE DE VIDRO DO MUSEU DO LOUVRE

ON THE LEFT, PART OF THE WORLDWIDE FAMOUS FAÇADE OF NOTRE-DAME CATHEDRAL. BELOW, THE GLASS PYRAMID OF LOUVRE MUSEUM

Falar sobre Paris, certamente, envolve a presença de muitas referências: romântica por natureza, ocupa lugar de destaque entre as metrópoles mais visitadas do planeta, foi e continua sendo protagonista de grandes acontecimentos históricos, é musa inspiradora para artistas, ícone fashion e, de quebra, é um baita sinônimo de alta gastronomia.

Contudo, apesar de sua boa fama superar fronteiras e refletir em números que crescem ano após ano em termos de turismo e visibilidade, talvez uma das mais importantes peculiaridades da capital francesa seja sua habilidade única de surpreender até mesmo aqueles que já estão familiarizados aos seus encantos.

Berço de arquitetura, história, cultura, parques, compras, culinária e – por que não? – da boemia, a Cidade-Luz demonstra um talento nato quando o assunto é entreter, preenchendo com atrações diversas uma infinidade de roteiros e oferecendo como recompensa extraordinários panos de fundo para quem decide explorá-la.

O CLÁSSICO DOS CLÁSSICOS

Dona de uma coleção imensa de cartões-postais, passear por Paris, sobretudo pela primeira vez, significa se ver frente a frente com lugares e monumentos que estampam livros, fotos, filmes e até mesmo o imaginário de muita gente. O exemplo mais tradicional de todos é, claro, a Torre Eiffel.

Inaugurada no centenário da Revolução Francesa para a Exposição Universal de 1889, não é à toa que essa obra-prima da arquitetura contemporânea atraia, sozinha, cerca de sete milhões de turistas todos os anos. Situada às margens do Rio Sena e tida como um dos maiores símbolos da França, a torre, do alto de seus mais de 300 metros, oferece experiências emocionantes, acompanhadas pela vista panorâmica de tirar o fôlego à qual se tem acesso dali de cima. Algumas delas incluem: tour por sua estrutura, uma plataforma de observação com piso de vidro, exposições culturais, atividades recreativas, restaurantes e loja de lembrancinhas, com souvenirs que traduzem bem a essência parisiense.

Seguindo a trilha de tesouros nacionais, outro point que está sempre em evidência é o Museu do Louvre, um monumento escultural que serve de abrigo para aproximadamente 35 mil peças – isso considerando apenas as que estão em exibição.

Talking about Paris certainly involves the presence of many references: naturally romantic, occupies a place of evidence among the most visited metropolises of the planet, it was and still is the star of great historical events, an inspiring muse for artists, fashion icon and also a perfect synonymous with haute cuisine.

However, despite its good fame, overcoming borders and reflecting in numbers that increase year after year when it comes to tourism and visibility, maybe one of the most important peculiarity of the French capital is its unique ability to surprise even those who are already familiar with its charms.

Cradle of architecture, history, culture, parks, shopping, gastronomy and – why not? – bohemian, the City of Lights shows an innate talent for entertainment, filling with different attractions countless itineraries and offering as a gift extraordinary backgrounds to those who decide to explore it.

THE CLASSIC OF THE CLASSICS

Owner of a large collection of postcards, walking through Paris, mainly for the first time, means that you are going to be face to face with places and monuments that mark books, pictures, movies and even the imagination of many people. The most traditional example of all is, of course, the Eiffel Tower.

Inaugurated in the centenary of the French Revolution for the Universal Exhibition of 1889, it's not a coincidence that this masterpiece of contemporary architecture attracts, alone, about seven million tourists every year. Located on the banks of the Seine River and considered one of the greatest symbols of France, the tower, from the top of its more than 300 meters, offers exciting experiences with the panoramic breathtaking view to which visitors can have access from above. Some of them are: tour of its structure, a viewing platform with glass floor, cultural exhibitions, recreational activities, restaurants and souvenir shops, with items that perfectly translate the Parisian essence.

Following the path of the national treasures, another place that is always in evidence is the Louvre Museum, a sculptural monument that houses about 35,000 pieces – considering only those in exhibition.

KEEP AN EYE ON MONA LISA

Having the painting "La Gioconda", by Leonardo da Vinci, as the main attraction, and Venus de Milo as two of its most visited works of art, Louvre is a can't miss stop for fans of timeless relics. Truth must be told, the museum is amazing even from the outside, immortalized by the giant glass pyramid that is the main entrance and catches everyone's attention.

Located in a 12th-century palace, which once worked as a fortress and residence for the kings of France, and transformed into a museum in the 18th century, walking through its extensive corridors is like this: a travel through the history of humanity and a great excitement of contemplating the genality of artists who have transcended generations.

Divided into eight departments – Egyptian Antiquities, Greek, Etruscan and Roman Antiquities, Near Eastern Antiquities, Islamic Arts, Paintings, Sculptures, Decorative Arts and Prints and Drawings –, more than watching the rich collection (by the way, tell your client to spend, at least, a whole day with this activity), the tip is to check out the fabulous Tuileries Garden, area situated





**BERÇO DE ARQUITETURA,
HISTÓRIA, CULTURA,
PARQUES, COMPRAS,
CULINÁRIA E – POR QUE
NÃO? – DA BOEMIA, A
CIDADE-LUZ DEMONSTRA
UM TALENTO NATO
QUANDO O ASSUNTO
É ENTRETER**

“

*"CRADLE OF ARCHITECTURE,
HISTORY, CULTURE, PARKS,
SHOPPING, GASTRONOMY
AND – WHY NOT? –
BOHEMIAN, THE CITY OF
LIGHTS SHOWS AN INNATE
TALENT FOR ENTERTAINMENT"*

DE OLHO NA MONA LISA

Tendo o quadro "La Gioconda", de Leonardo da Vinci, como estrela principal, e a ilustre Vênus de Milo como duas de suas disputadíssimas obras de arte, o Louvre é parada obrigatória para os fãs de relíquias atemporais. Verdade seja dita, o museu é imperdível até do lado de fora, imortalizado pela gigantesca pirâmide de vidro que serve de entrada principal e que rouba todos os olhares.

Instalado em um palácio datado do século 12, o qual já serviu de fortaleza e residência para os reis da França, e transformado em museu no século 18, caminhar pelos seus extensos corredores é assim: um tour pela história da humanidade e uma emoção por contemplar a genialidade de artistas que transcenderam gerações.

Dividido em oito departamentos – Antiguidades Egípcias, Antiguidades Gregas, Etruscas e Romanas, Antiguidades do Oriente Médio, Arte Islâmica, Quadros, Esculturas, Artes Decorativas e Gravuras e Desenhos –, mais do que observar o rico acervo (aliás, oriente o passageiro a dedicar pelo menos um dia inteiro a essa atividade), a dica é conferir também o fabuloso Jardim des Tuileries (em português, Jardim das Tulherias), espaço localizado entre o Louvre e a Praça da Concórdia. Exibindo um verde magnífico, tem esculturas assinadas por grandes mestres, a exemplo de Rodin e Max Ernst, o belo Arc du Carrousel, cafés, uma livraria e até um parque de diversões, que se mantém em operações de junho a agosto.

MAIS ATRATIVOS, S'IL VOUS PLAÎT!

Vizinhos à Catedral de Notre-Dame, na região do Quartier Latin, o Panteão de Paris e o Jardim de Luxemburgo também figuram como atrações turísticas imperdíveis.

Edificado no século 18 em alusão ao Panteão de Roma, se logo de cara a fachada neoclássica do Panteão de Paris já impressiona, após

conferir seu interior, então, não dá outra: é amor a toda vista. Imponente sob qualquer perspectiva, o local conta ainda com uma cripta, na qual repousam os túmulos de personalidades como o escritor Victor Hugo, os filósofos Voltaire e Jean-Jacques Rousseau e o inventor Louis Braille.

Saindo dali, uma boa alternativa é partir para o Jardim de Luxemburgo, refúgio natural que fica ao lado do Palácio de Luxemburgo (atual sede do senado francês) e oferece atividades de lazer e cultura para toda a família.

CHAMPS-ÉLYSÉES, O POTE DE OURO PARISIENSE

Rumando, agora, para a Paris que é puro luxo, glamour e sofisticação, chegamos à Champs-Élysées, a avenida mais famosa da cidade.

Rodeada por árvores ao longo de seus 2 km de extensão, nada melhor do que começar um tour pelo Arco do Triunfo, outra preciosidade com presença carimbada no roteiro dos turistas. Posicionado na parte alta da avenida e construído a mando de Napoleão Bonaparte no século 19, depois de tirar inúmeras fotos a sugestão é tomar fôlego e subir até o terraço do monumento para aplaudir uma paisagem realmente triunfal.

Após ticar este item da lista, hora das compras! A Champs-Élysées é tomada por boutiques de grifes renomadas, como Louis Vuitton, Montblanc, Lacoste, Disney Store, Adidas, Nike e uma unidade da superconceituada loja de departamentos francesa, Galeries Lafayette.

E QUANDO A NOITE CHEGAR...

Badalada do nascer ao pôr do sol, o melhor ponto para curtir de camarote o crepúsculo da Cidade-Luz é em meio à colina que hospeda Montmartre, o bairro da boemia parisiense.

Endereço para bares, restaurantes e cabarés, como o célebre Moulin Rouge, a agitação noturna é uma das marcas registradas da região. E sabe o que mais pode ser encontrado ali? A fantástica Basílica du Sacré-Coeur (ou, em português, Basílica do Sagrado Coração), construção de estilo romano-bizantino que presenteia seus convidados com uma vista deslumbrante.



NA PÁGINA ANTERIOR, O BELO ARCO DO TRIUNFO. ABAIXO, NO DETALHE, A ENTRADA DO ICÔNICO MOULIN ROUGE

IN THE PREVIOUS PAGE, THE BEAUTIFUL ARC DE TRIOMPHE. BELOW, THE ENTRANCE OF THE ICONIC MOULIN ROUGE

TUMBALACATUMBA TUMBA TA

Ei, agente, se o seu passageiro está a fim de fugir do comum aqui vai uma sugestão de programa de arrepiar: as Catacumbas de Paris, um labirinto de ossuários 20 metros abaixo da terra que conduz os visitantes em uma verdadeira viagem pelo túnel do tempo. Mas lembre-se: o passeio não é indicado para pessoas com mobilidade reduzida, portadores de insuficiência cardíaca e/ou respiratória, crianças menores de dez anos, gestantes e claustrofóbicos, OK?

TOMB RAIDERS

Hey, travel agent, if your passenger is interested in running away from the usual tours, here goes a thrilling suggestion: the Catacombs of Paris, a labyrinth of ossuaries at a depth of 20 meters that takes the visitors to a real time travel. Note: the tour is not recommended for people with reduced mobility, heart and/or respiratory failure, children under 10 years old, pregnant women and claustrophobic people, OK?

between the Louvre and the Place de la Concorde (Concorde Square). Owner of a magnificent green field, it has sculptures created by great masters, Rodin and Max Ernst, for example, the beautiful Carousel Arch, cafes, a bookstore and even an amusement park, which is opened from June to August.

MORE ATTRACTIONS, S'IL VOUS PLAÎT!

Neighbors to the Notre-Dame Cathedral, in the region of the Latin Quarter, the Pantheon in Paris and the Luxembourg Garden are also must-see tourist attractions.

Built in the 18th century inspired by the Pantheon of Rome, if the neoclassical facade of the Pantheon of Paris already impresses, after checking out its interior, there's no way out: it's love at first and all sights. Imposing from every perspective, in addition to its aesthetic richness, this place also counts on a crypt, where the tombs of famous personalities are located, such as the writer Victor Hugo, the philosophers Voltaire and Jean-Jacques Rousseau and the inventor Louis Braille.

From there, a good choice is to leave to Luxembourg Gardens, a natural refuge that is placed next to the Luxembourg Palace (current French senate) and offers leisure and cultural activities to the entire family.

CHAMPS-ÉLYSÉES, THE PARISIAN POT OF GOLD

Now, going to the Paris that is pure luxury, glamour and sophistication, we arrive at Champs-Élysées, the most famous avenue of the city.

Surrounded by trees along its 2 km of extension, there's nothing better than starting a tour from the Arc de Triomphe, other preciousity with confirmed presence in the tourists' itinerary. Positioned at the top of the avenue and built upon Napoleon Bonaparte's request in the 19th century, after taking so many photos the suggestion is to take a breath and climb up to the terrace of the monument and admire an impressive triumphant landscape. After checking off this list item, time to shop! Champs-Élysées is taken by famous fashion boutiques, such as Louis Vuitton, Montblanc, Lacoste, Disney Store, Adidas, Nike and a unit of a very reputed French department store, Galeries Lafayette.

AND WHEN THE NIGHT FALLS...

Vibrant from dusk to dawn, the best spot to enjoy the twilight of the City of Lights is on the hill in which Montmartre is located, the district of the Parisian bohemian.

Address of bars, restaurants and cabarets, like the popular Moulin Rouge, the nightlife is one of the region's trademark. And do you know what else is there? The fantastic Basílica du Sacré-Coeur (or, in English, Basilica of the Sacred Heart), a Roman-Byzantine style building that presents its guests with a stunning view.



VISTA PARCIAL DO CASTELO DE VERSAILLES
E DE SEU EXUBERANTE JARDIM
*PARTIAL VIEW OF THE PALACE OF VERSAILLES AND
ITS EXUBERANT GARDEN*

É DIVERSÃO QUE FALA, NÉ?

Especialista na missão de transformar sonhos em realidade, Paris não poderia deixar de ter a sua própria Disneyland®, certo? A apenas 32 km da capital, além de hotéis, restaurantes e um encontro marcado com Mickey e sua turma, os visitantes têm dois parques à disposição: *Disneyland Park* e *Walt Disney Studios Park*. O primeiro abriga o *Castelo da Bela Adormecida* e é mais focado no universo dos contos de fadas, enquanto o segundo é o lugar ideal para embarcar nas aventuras dos filmes e animações.

SIMPLESMENTE ENCHANTÉ

Para encerrar a estada em terras francesas com chave de ouro, vale reservar algumas boas horas ao Palácio de Versalhes, a um bate-volta de distância e que poderia muito bem ter sido retirado de um romance de ficção.

Antiga sede da monarquia francesa e atualmente tombado como Patrimônio Mundial da Humanidade pela Unesco, neste palácio do século 17 instalações majestosas dão o tom do passeio, transformando em imagens e história a essência de um destino que conquista a todos não somente com seu brilho mas, principalmente, com sua contínua capacidade de reinvenção. ●

DID SOMEBODY SAY FUN?

*Specialist in the mission to make dreams come true, Paris could not fail to have its own Disneyland®, right? Only about 32 km away from the capital, in addition to hotels, restaurants and a meeting with Mickey and friends visitors have two parks at their disposal: **Disneyland Park** and **Walt Disney Studios Park**. The first one includes the *Sleeping Beauty Castle* and it's more focused on the universe of fairy tales, while the second one is the ideal place to go on a journey through movies and animations.*

JUST ENCHANTÉ

In order to end the trip throughout the French territory in style, it's worth spending a few hours at the Palace of Versailles, a short distance away from the capital and a place that seems to be taken from a fictional novel.

Former headquarters of the French monarchy and currently listed as a World Heritage Site by Unesco, in this palace from the 17th century majestic installations set the tone for the tour, translating into images and history the essence of a destination that wins everyone's heart not only for its light, but mainly for its continuous ability to reinvent itself.

"Conheci Paris da melhor forma possível, chegando à parada do metrô Birk Heiken. Fui surpreendida em um milésimo de segundo com a imagem através do vidro riscado do vagão: lá estava a Torre Eiffel, iluminada e piscando. De lá corri para os pés da Torre. Passei pelos quiosques de crepe antes de cruzar o Sena e tirar mais uma foto, agora sob a perspectiva do Trocadéro. À noite, a cidade muda. O charme aumenta e a sensação de estar em algumas filmagens hollywoodianas é certa. Entre tantos atrativos, dispensar boas horas ao Museu D'Orsay é uma experiência reveladora. Andei sem rumo pelo Le Quartier Latin ao ir de uma ponte famosa a outra. Os cheiros, os bares, as ruelas lindíssimas. Também me forcei a me perder pela Rue de Rivoli, onde passei em frente ao Museu de Victor Hugo. Em Paris, a dica é não apenas listar os pontos turísticos, mas sim descobrir a cidade no caminho entre eles."



Beatriz Peccin
Embarcar Viagens
Curitiba (PR)

"I got to know Paris in the best way ever, arriving at the Birk Heiken subway station. I was surprised for a moment by the image through the scratched glass of the car: there was the Eiffel Tower, lightened up and flashing. From there I went as fast as I could to the Tower. I walked through the crepe kiosks before crossing the Seine and taking another picture, now from the perspective of the Trocadéro. At night, the city changes. It turns more charming and the feeling of being in some Hollywood movie is right. Among many attractions, spending some hours at Musée d'Orsay is a revealing experience. I walked aimlessly through the Latin Quarter as I went from one famous bridge to another. Its aromas, bars, beautiful alleys. And I also forced myself to get lost along the Rue de Rivoli, where I passed in front of the Victor Hugo Museum. In Paris, the tip is to list the tourist attractions and also discover the city on the way between them."

Agente leva!

A TREND tem pacotes para **Paris**. Destaque para a opção que contempla 2 noites de hospedagem no Hotel Le Quartier Bercy Square, tour Paris Iluminada (passeio de barco pelo Rio Sena) e visita ao Castelo de Versalhes (ambos regulares) e transfer privativo Aeroporto Charles de Gaulle/hotel/Aeroporto Charles de Gaulle. A partir de **€ 500** por pessoa, em apto. duplo.

Confira esta e outras ofertas pelo
☎ **4090 1688**.

SERVIÇO



COMO CHEGAR

Há voos diretos do Brasil para Paris, operados por companhias áreas nacionais e internacionais e que partem regularmente de cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Fortaleza.



QUANDO IR

Paris é uma excelente pedida em qualquer estação do ano, sendo os meses de dezembro, janeiro e fevereiro os de temperaturas mais baixas, na casa dos 5°C, e o período que vai de junho a agosto o mais quente, com os termômetros variando, em média, dos 14°C aos 24°C.



FUSO HORÁRIO

+4 (horário de Brasília).



IDIOMA

Francês.



GASTRONOMIA

Referência internacional quando o assunto é culinária, comer bem em Paris é um dos clichês mais irresistíveis para quem tem a Cidade-Luz como destino. Ostentando um cardápio típico aclamado e difundido mundo afora, entre os inúmeros quitutes apreciados por ali estão croissants, pain au chocolat (pão com pedaços de chocolate), fondues, crepes, foie gras (à base de fígado de pato ou ganso), escargots (conhecidos também como caracóis) e doces como macarons e crème brûlée.



MOEDA

Euro.



DOCUMENTAÇÃO

Para os turistas brasileiros que pretendem ficar no país por até 90 dias são exigidos apenas passaporte, com validade superior a 3 meses, e seguro-viagem internacional, com cobertura igual ou superior a € 30 mil.



INFORMAÇÕES ÚTEIS

Energia elétrica: 220V.

Plugues: como podem divergir do padrão brasileiro, é recomendado levar um adaptador universal.

Ligações para o Brasil: é só discar 0055 + DDD + número do telefone.

Gorjetas: nos cafés e restaurantes parisienses, a taxa de serviço, descrita como "service compris", é de 15% e já está inclusa no valor dos pratos e bebidas que consta no menu. Também é usual deixar uma bonificação extra para taxistas, guias turísticos e carregadores de mala, por exemplo, que ofereçam atendimento satisfatório.



PARA SABER MAIS:

[HTTPS://PT.PARISINFO.COM/](https://pt.parisinfo.com/); [HTTPS://WWW.TOUEIFFEL.PARIS/EN/](https://www.tou Eiffel.paris/en/);
[HTTPS://WWW.LOUVRE.FR/EN/](https://www.louvre.fr/en/); [HTTPS://WWW.NOTREDAMEDEPARIS.FR/EN/](https://www.notredamedeparis.fr/en/);
[HTTPS://WWW.DISNEYLANDPARIS.COM/EN-US/](https://www.disneylandparis.com/en-us/);
[HTTP://EN.CHATEAUFVERSAILLES.FR/](http://en.chateauf Versailles.fr/)



SERVICE

HOW TO GET THERE

There are direct flights from Brazil to Paris, operated by national and international airlines, departing regularly from cities such as São Paulo, Rio de Janeiro and Fortaleza.

WHEN TO GO

Paris is an excellent option every season of the year, with December, January and February presenting the lowest temperatures, about 5°C, and the period between June and August has the highest temperatures, varying, on average, from 14°C to 24°C.

TIME ZONE

+4 (Brasília time).

LANGUAGE

French.

GASTRONOMY

International benchmark for gastronomy, eating well in Paris is one of the irresistible clichés for those who have the City of Lights as destination. Featuring an acclaimed traditional menu that is famous all over the world, among the countless delicacies we have croissants, pain au chocolat (pastry with chocolate chips), fondues, crepes, foie gras (based on duck or goose liver), escargots (also known as snails) and candies such as macarons and crème brûlée.

CURRENCY

Euro.

DOCUMENTS

For Brazilian tourists who intend to stay in the country for up to 90 days, only passport, valid for more than 3 months, and international travel insurance, with a coverage equal to or greater than € 30,000, are required.

USEFUL INFORMATION

Standard voltage: 220 V.

Plugs: they can be different from the Brazilian standard, so it's recommended to take a universal adapter.

Calls to Brazil: just dial 0055 + area code + phone number.

Tips: in the Parisian cafes and restaurants, the service charge, described as "service compris", is of 15%, and it's already included in the value of the dishes and drinks of the menu. It is also usual to give an extra bonus for taxi drivers, tour guides and bellhops, for example, if the service offered is satisfactory.

FURTHER INFORMATION:

<https://pt.parisinfo.com/>; <https://www.tou Eiffel.paris/en/>;
<https://www.louvre.fr/en/>; <https://www.notredamedeparis.fr/en/>;
<https://www.disneylandparis.com/en-us/>;
<http://en.chateauf Versailles.fr/>

BEST WESTERN HÔTEL JARDIN DE CLUNY

FOTOS: ARQUIVO HOTEL

Com perfil intimista, quem escolhe o Best Western Hotel Jardin de Cluny como hospedagem sabe bem o significado de se sentir em casa na Cidade-Luz. Afinal, nesse refúgio urbano que não conhece outras palavras além de charme, capricho e elegância difícil mesmo só a hora de fazer o checkout. Ancorado no tripé qualidade, conforto e praticidade, por ali bem-estar é palavra de ordem. Não à toa, suas acomodações foram renovadas recentemente, adicionando um colorido e uma aura especiais a cada quarto e transformando a vocação para a hospitalidade em uma das marcas registradas do empreendimento.

SIMPLESMENTE IMPECÁVEL

A menos de dez minutos a pé de cartões-postais do naipe do Panteão de Paris e do Jardim de Luxemburgo, em pleno Quartier Latin (ou Bairro Latino, em português), fora a localização privilegiada esse quatro-estrelas reúne outros encantos exclusivos. Wi-fi gratuito e de alta velocidade, buffet de café da manhã, bar, oferta de jornais diários, business center, serviço de babysitting e compromisso com o turismo ecológico por meio da adoção de práticas sustentáveis, inclusive, são alguns exemplos.

DETALHES QUE FAZEM A DIFERENÇA

Sua estrutura inclui 39 apartamentos, classificados em cinco categorias: Clássico, Comfort Queen, Comfort King, Deluxe e Suíte Júnior. Graciosos e bem decorados, compartilham uma série de comodidades em comum, tais como a disponibilização de chinelos, frigobar abastecido diariamente, secador de cabelo, aparelho de TV de tela plana e acesso a canais internacionais.

Quanto aos diferenciais, os destaques são os quartos que colocam ao alcance dos hóspedes mimos como roupões, alto-falantes Bluetooth e uma linda vista para o pátio do hotel. Cabe destacar também as unidades Deluxe, que têm como um de seus pontos altos o colchão Andre Renault, de fabricação francesa e feito à mão em lã e seda. ●



With an intimate profile, travelers who choose the Best Western Hotel Jardin de Cluny as accommodation know well the meaning of feeling at home in the City of Lights. After all, in this urban refuge that only knows words such as charm, dedication and elegance, the most heartbreaking part is the checkout time. Focusing on quality, comfort and practicality, wellness is a keyword there. No wonder, its accommodations have been recently renovated, adding a special color and aura to each room and transforming the vocation for hospitality into one of the trademarks of the establishment.

SIMPLY AMAZING

Less than a ten-minute walk away from postcards such as the Pantheon of Paris and the Luxembourg Gardens, in the heart of the Quartier Latin (or Latin Quarter, in English), in addition to the strategic location, this four-star hotel gathers other exclusive enchantments. Free and high-speed wi-fi, breakfast buffet, bar, daily newspapers, business centers, babysitting service and commitment to ecological tourism through the adoption of sustainable practices are some examples, by the way.

DETAILS THAT MAKE THE DIFFERENCE

Its structure includes 39 apartments, divided into five categories: Classic, Comfort Queen, Comfort King, Deluxe and Junior Suite. Lovely and well appointed, they have a series of conveniences common to each other, such as flip-flops, daily stocked minibar, hair dryer, flat-screen TV and access to international channels. Regarding its special assets, the place has guest rooms providing bathrobes, Bluetooth speakers and a beautiful view to the hotel's courtyard. It also should be highlighted the Deluxe units, which have as one of their main features the French Andre Renault mattress, which is handmade in wool and silk.



Agente leva!

Hospede no **Best Western Hôtel Jardin de Cluny** com a TREND. Diários em apto. duplo Standard a partir de € 160 por pessoa.

Confira esta e outras ofertas pelo
☎ 4090 1688.

HOTEL VICTOR HUGO PARIS KLÉBER

FOTOS: ARQUIVO HOTEL

É com nome de artista, arquitetura e estilo Art Déco – isto é, com traços modernos, luxuosos e geométricos – e localização coladinha ao Arco do Triunfo que o Hotel Victor Hugo Paris Kléber recebe hóspedes do mundo inteiro, reunindo todas as condições para a construção de experiências exemplares. Entrelaçando praticidade e beleza estética, suas instalações para lá de originais apresentam cada qual uma peculiaridade que salta à vista, mesclando cores e estilo com criatividade.

TUDO NOS TRINQUES

A começar pelos quartos, neste hotel boutique as acomodações se dividem nas categorias Single, Clássico, Superior, Prestige e Junior Suite. No interior de cada um, a decoração diferenciada e o zelo para com o conforto criam uma atmosfera que lembra em muito residências parisienses. Encantadores e com um toque de glamour que harmoniza bem com a região no entorno, bem pertinho da extravagante Champs-Élysées e da Torre Eiffel, os apartamentos colocam ao alcance do viajante facilidades únicas, como acesso gratuito ao wi-fi, TV via satélite com canais nacionais e internacionais, rádio, telefone, cofre, secador de cabelo, frigobar com bebidas e snacks, utensílios gratuitos para o preparo de chá e café e uma garrafa de água como cortesia. Outra comodidade diz respeito à possibilidade de solicitar previamente um berço para crianças de até dois anos sem qualquer tipo de custo adicional. É importante ressaltar que pessoas com deficiência são mais que bem-vindas, já que três unidades são totalmente adaptadas para esse perfil de visitante.

UM ESPELHO DA CAPITAL FRANCESA

Como tudo na Cidade-Luz ganha um brilho especial, a acomodação ainda tem mais a oferecer. É possível aproveitar a recepção e o serviço de concierge 24 horas, a disponibilização de jornais diários (franceses e originários de outros países), o restaurante com buffet de café da manhã (que inclui uma opção express para quem não dispõe de muito tempo) e o bar Le Contemplations, com um sortido cardápio de bebidas. ☉



It is with an artist's name and Art Déco architecture and style – which means modern, luxurious and geometric features – and a location near the Arc de Triomphe that the Victor Hugo Paris Kléber Hotel welcomes guests from all over the world, having all the conditions to provide exemplary experiences. Combining practicality and aesthetic beauty, its original facilities present a unique peculiarity, mixing colors and style with creativity.

EVERYTHING IS PERFECT

Starting from the guest rooms, in this boutique hotel the accommodations are divided into Single, Classic, Superior, Prestige and Junior Suite categories. Inside each one, the special decoration and special care for comfort create an atmosphere that reminds us of many Parisian houses.

Charming and with a touch of glamour that perfectly harmonizes with the surrounding region, very close to the extravagant Champs-Élysées and Eiffel Tower, the apartments provide special conveniences to the travelers, such as free wi-fi access, satellite TV with national and international channels, radio, telephone, safe, hair dryer, minibar with drinks and snacks, free tea and coffee making facilities and a complimentary bottle of water. The possibility of previously requesting a crib for children up to two years old at no additional cost is another great advantage.

It's important to highlight that people with disabilities are very welcome, since three units are totally adapted for this profile of visitor.

A MIRROR OF THE FRENCH CAPITAL

Since everything in the City of lights has a special glamour, the hotel has more to offer. Those who stay there can take advantage of the 24-hour front desk and concierge service, the availability of daily newspapers (French and from other countries), the restaurant with buffet breakfast (which includes an express option for travelers who don't have much time) and Le Contemplations bar, with a diverse menu of drinks.



Agente leva!

Hospede no **Hotel Victor Hugo Paris Kléber**.
Diárias em apto. duplo Standard, com café da manhã, a partir de € 140 por pessoa.

Confira esta e outras ofertas pelo
☎ 4090 1688.

CROWNE PLAZA PARIS REPUBLIQUE

FOTOS: ARQUIVO HOTEL

Impressionante tanto do lado de fora quanto por dentro, se o objetivo é promover uma imersão em um universo de contos de fadas durante uma viagem à capital francesa nada melhor que escolher como estada o Crowne Plaza Paris Republique, um palácio contemporâneo de instalações grandiosas.

A fachada em estilo barroco, o bellissimo terraço arborizado e o lounge que inspira lazer e descanso, somados às acomodações elegantísimas, denotam o talento do empreendimento em oferecer doses extras de tranquilidade e aconchego.

HOSPEDAGEM PREMIUM

Merecem destaque os quartos amplos, cujo requinte supera as expectativas dos hóspedes mais exigentes. São três opções de categorias (One Bed, Suite e Standard), todas com subcategorias e amenidades exclusivas – wifi cortesia, TV LCD, utensílios e insumos para o preparo de chá e café, roupão de banho e ferro e tábua de passar roupa são bons exemplos. Além disso, o local disponibiliza unidades adaptadas para pessoas com deficiência e apartamentos nas chamadas “Quiet Zones”, que correspondem a áreas estrategicamente posicionadas para minimizar ruídos exteriores.

SERVIÇOS QUE DÃO UM SHOW

Em frente à Place de la République (Praça da República), no coração da Cidade-Luz, quando o assunto é comodidade o Crowne Plaza Paris Republique arrasa quarteirões, oferecendo aos visitantes atendimento primoroso – em inglês, francês, espanhol, alemão, italiano, holandês, árabe e hebraico – e adicionais irrecusáveis, como academia, bar, restaurante, serviço de quarto, salas de reuniões e espaços para eventos corporativos.

Pet friendly, o lugar também mantém suas portas abertas para hóspedes que viajam com bichinhos de estimação. 🐾



Impressive both from the outside and from the inside, if you would love to dive into the universe of fairy tales while during a trip to the French capital, there's nothing better than choosing the Crowne Plaza Paris Republique, a contemporary palace of great facilities. The Baroque facade, the beautiful terrace with trees and the leisure and relaxation lounge added to the elegant accommodations reflect the talent of the hotel for offering extra doses of coziness and comfort.

PREMIUM ACCOMMODATION

It should be highlighted its spacious rooms, whose refinement exceeds the expectations of the most demanding guests. There are three options of categories (One Bed, Suite and Standard), all of them with subcategories and exclusive amenities – complimentary wifi, LCD TV, tea and coffee making facilities, bathrobe and an iron and ironing board are good examples. Besides, the place have units adapted for people with disabilities and apartments in the called “Quiet Zones”, which correspond to strategically positioned areas to minimize outside noise.

GOOD SERVICES

Facing the Place de la République (Republic Square), it the City of lights' heart, when it comes to convenience the Crowne Plaza Paris Republic is excellent, offering its guests a premium service – in English, French, Spanish, German, Italian, Dutch, Arabic and Hebrew – and irresistible additional assets, such as gym, bar, restaurant, room service, meeting rooms and venues for business events. Pet friendly, the hotel also keeps its doors open for guests traveling with pets.



Agente leva!

Hospede no **Crowne Plaza Paris Republique** com a TREND. Diárias em apto. duplo Standard a partir de € 150 por pessoa.

Confira esta e outras ofertas pelo
☎ 4090 1688.

Serra Gaúcha é com a TURISTUR!



Há quase 30 anos cuidando dos seus passageiros e com mais de 1 milhão de pessoas transportadas, a Turistur é infalível na missão de tornar cada momento na Serra Gaúcha uma lembrança pra lá de especial.

Turistur
TURISMO



CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES...

- ★ Atendimento 24h;
- ★ Transporte cortesia para crianças até 5 anos e 50% de desconto para crianças com idade entre 6 e 11;
- ★ Descontos em atrações;
- ★ Envio de brinde personalizado para os clientes em nome da agência/agente de viagens (mediante solicitação prévia);
- ★ Guias certificados;
- ★ E muito mais.



... E GARANTA SEU PACOTE.

- ★ Tour Uva e Vinho;
- ★ Tour de compras;
- ★ Tour Nova Petrópolis;
- ★ Tour especial por Canela;
- ★ Tour Raízes Coloniais;
- ★ Noite alemã em Nova Petrópolis;
- ★ Tour por Gramado e Canela;
- ★ Noite gaúcha;
- ★ Wine Tour - Vale dos Vinhedos.



um menu à italiana... *ou à francesa?*

O TOUR AGORA É GASTRONÔMICO POR ROMA E PARIS, DUAS CIDADES QUE SÃO SÍMBOLOS MUNDIAIS DA BOA MESA; CONHEÇA OITO RESTAURANTES BASTANTE TRADICIONAIS EM AMBOS OS DESTINOS

FOTOS: DIVULGAÇÃO

De um lado, Roma, a belíssima capital italiana, representante absoluta das massas, dos vinhos e do inconfundível gelato. Do outro, a todo-poderosa Paris, francesa conhecida mundo afora pelo seu talento e originalidade na criação de pratos refinados, que expressam em forma de beleza e sabor toda a arte que permeia o universo da alta gastronomia.

E quem está com viagem marcada para uma dessas duas europeias se deu bem! A **Segue Viagem** se recusa a deixar alguém passar vontade e, portanto, reúne aqui oito dicas de restaurantes extraordinários nesses destinos que são grandes estrelas do Velho Continente. Buon appetito – ou bon appétit, você escolhe. ☺

A MENU À LA ITALIAN... OR À LA FRENCH CUISINE? THE TOUR OF ROME AND PARIS IS NOW GASTRONOMIC, TWO EUROPEAN CITIES THAT ARE WORLDWIDE SYMBOLS OF A DELICIOUS CUISINE; GET TO KNOW EIGHT VERY TRADITIONAL RESTAURANTS IN BOTH DESTINATIONS

On the one side, Rome, the beautiful Italian capital, absolute representative of pasta, wine and the exquisite gelato. On the other side, the all-powerful Paris, famous all over the world for its talent and originality when creating fine dishes and which express, through beauty and flavor, the art of the haute cuisine.

Those who are traveling to one of these two European cities will enjoy it so much! Segue Viagem don't let anyone hungry on that's why we have here eight tips of amazing restaurants in those destinations, real big stars of the Old Continent. Buon appetito – or bon appétit, you choose.

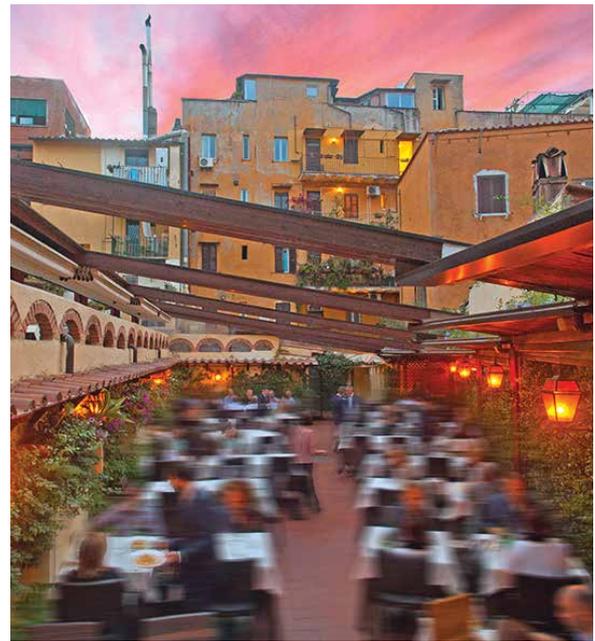
ANTICA PESA ROMA

Aguçando os mais diversos tipos de paladares há quase 100 anos, o Antica Pesa Roma é um nome de peso da cozinha italiana que conquista pelo menu e também pelas instalações, que inspiram arte e aconchego. Aliando sabores, aromas, temperos e ingredientes provenientes da rica culinária regional sem, contudo, deixar de lado a influência de pratos aclamados no exterior, as refeições trazem um quê de requinte e inovação, com apresentações que saltam aos olhos e proporcionam bem-estar antes mesmo da primeira garfada. Dispondo ainda de uma adega, vale reforçar que o restaurante é point de celebridades e funciona de domingo a sexta-feira, apenas para o jantar.

<https://www.anticapesa.it/>

ANTICA PESA ROMA

Sharpening the most diverse types of palates for almost 100 years, Antica Pesa Roma is a huge name of the Italian cuisine that surprises for its menu and facilities and which inspire art and coziness. Combining flavors, aromas, spices and ingredients from the rich regional cuisine without, however, putting aside the influence of acclaimed dishes abroad, the meals bring a touch of sophistication and innovation, with extraordinary presentations, providing a good sensation even before the first try. Having also a wine cellar, it should be highlighted that the restaurant is a celebrity spot and works from Sunday to Friday, only for dinner.



ANTICA BIRRERIA PERONI

Se a busca é por fartura, cerveja boa e experiências positivas, aqui vai mais um endereço imperdível em terras romanas: Antica Birreria Peroni, resultado da fusão entre restaurante e cervejaria e especialista em deixar os visitantes boquiabertos. Inaugurado em 1906 e disponibilizando um menu completo, com opções de antepastos, pratos principais, sobremesas e bebidas, o recinto é uma excelente pedida para os viajantes que queiram comprovar a fama local da boa mesa, abundante em bruschettas, carpaccios, massas, carnes, tiramisù e outras tentações difíceis de recusar.

<http://www.anticabirreriaperoni.it/>

ANTICA BIRRERIA PERONI

If your passengers are looking for abundant food, good beers and positive experiences, here goes another can't miss address in the Roman territory: Antica Birreria Peroni, a result of the fusion of restaurant and brewery and expert at surprising its visitors. Opened in 1906 and providing a complete menu, with options of antipasti, main courses, desserts and beverages, this place is an excellent suggestion for travelers who would like to prove the local fame of its good meals, generous in bruschetta, carpaccio, pasta, meat, tiramisù and other temptations difficult to resist.

ENOTECA CUL DE SAC

Paraíso para quem não abre mão de uma taça de vinho, é com uma carta composta por 1.500 rótulos que o Enoteca Cul de Sac recebe seus convidados para brindar o que há de melhor na cozinha internacional. Contemplando em seu cardápio aperitivos, patês e pratos de influências multiétnicas, como francesa, egípcia, armênia e, claro, italiana, por meio de seu menu primoroso e sua localização estratégica, na Piazza di Pasquino, o restaurante cria um ambiente extremamente aconchegante e casual, ideal para confraternizar e curtir um momento superagradável.

<http://www.enotecaculdesacroma.it/>

ENOTECA CUL DE SAC

A paradise for those who don't give up a glass of wine, it's with a menu composed of 1,500 labels that Enoteca Cul de Sac hosts its guests to make a toast to the best of the international cuisine. Including in its menu appetizer, pâté and dishes with multiethnic influences, such as French, Egyptian, Armenian and, of course, Italian gastronomy, through its exquisite menu and easy-to-reach location, in the Piazza di Pasquino, the restaurant creates an extremely cozy and casual atmosphere, ideal for getting together and enjoying a super pleasant moment.



COLLINE EMILIANE

Um "ristorante" de massas caseiras, cuja essência pode ser resumida em quatro palavras: tradição, família, qualidade e artesanato. Assim é o Colline Emiliane, a escolha sem erro para conhecer o típico sabor de Roma. Mestre no preparo de tortellini, tagliatelle, ravioli, vitelas, rosbifes e uma série de outras delícias, na cantina é possível encontrar também uma carta de doces, com bolos, pudins, mousses, sorvetes e gelatos irresistíveis. Atendendo no almoço e no jantar, para garantir um lugarzinho por ali é indicado fazer reserva antecipada. E não se esqueça: o estabelecimento não funciona aos domingos à noite e às segundas-feiras, OK?

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

COLLINE EMILIANE

A "ristorante" specializing in home-made pasta, whose essence can be described with four words: tradition, family, quality and craftwork. This is Colline Emiliane, the right choice to try the traditional flavor of Rome. Master in the preparation of tortellini, tagliatelle, ravioli, veal, roast beef and a series of other delicacies, in this canteen guests can also find a dessert menu with cakes, puddings, mousses, ice cream and irresistible gelatos. Offering lunch and dinner, to guarantee a table there it's required to make a previous reservation. Don't forget: the restaurant doesn't work on Sunday evenings and Mondays, OK?

LE PROCOPE

Fazendo jus ao posto de café mais antigo de Paris, o Le Procope existe desde 1686 e se consagrou por servir a autêntica culinária francesa, tendo sido frequentado por personalidades emblemáticas, como o filósofo Jean-Jacques Rousseau e o poeta Paul Verlaine. Recepcionando seus clientes em salões luxuosos, decorados com tapeçarias, espelhos, lustres, candelabros, quadros antigos e relíquias ornamentais, é esbanjando bom gosto também no cardápio que o restaurante mantém sua boa reputação: ostras, tartares, foie gras (à base de fígado de pato), escargots, bochecha de vitela, crème brûlée e crepe flambado, por exemplo, são preparados com esmero.

<https://www.procope.com/>

LE PROCOPE

Doing justice to the title of Paris' oldest café, Le Procope is open since 1686 and is reputed for its authentic French cuisine, having been the haunt of emblematic personalities, such as the philosopher Jean-Jacques Rousseau and the poet Paul Verlaine. Hosting its guests in luxurious halls, decorated with tapestries, mirrors, chandeliers, old paintings and ornamental relics, it's also exuding good taste in the menu that the restaurant keeps its good reputation: oysters, tartares, foie gras (liver of a duck), escargots, veal cheek, crème brûlée and flambé crepe, for example, are carefully prepared.





LE BISTRO PARISIEN

Que tal curtir uma gastronomia de primeira e, de quebra, ter direito a uma vista deslumbrante, protagonizada pela Torre Eiffel? Essa é a proposta do Le Bistro Parisien, estabelecimento moderno e arrojado, às margens do Rio Sena, especializado na cozinha contemporânea e em adicionar um toque de sofisticação a cada um dos pratos. Recomendado para qualquer ocasião, além de almoço e jantar, aos domingos é oferecido um brunch digno dos deuses, o qual inclui até mesmo uma garrafa de champanhe. Se o passageiro estiver acompanhado por crianças, melhor ainda: o local conta com monitores e atividades recreativas sob medida para os pequenos de 3 a 10 anos.

☐ <http://bit.ly/2Xo1110>

LE BISTRO PARISIEN

What about enjoying an haute cuisine and also having a breathtaking view, starred by the Eiffel Tower? This is the proposal of Le Bistro Parisien, a modern and well-appointed establishment, on the banks of the Seine River, specializing in contemporary cuisine and adding a touch of sophistication to each one of its dishes. Suitable for every event, in addition to lunch and dinner, on Sundays it's usual to offer a brunch that is fit for a king, which even includes a champagne bottle. If the passenger is traveling with kids, better: the establishment counts on monitors and recreational activities intended to kids aged 3-10 years old.

AU PIED DE COCHON

Quando a fome apertar, um dos caminhos para saciá-la com muita satisfação tem como destino o gracioso Au Pied de Cochon, um clássico da capital francesa que atende 24 horas por dia, sete dias por semana, desde sua abertura, em 1947. Tendo como carro-chefe receitas preparadas com carne de porco, em meio aos demais quitutes figuram ainda saladas, sopas, vieiras, lagostas, ostras, mariscos, peixes, carpaccios, filé mignon, sanduíches, aperitivos, sobremesas e bebidas com e sem álcool.

☐ <https://www.pieddecochon.com/>

AU PIED DE COCHON

When hungry, one of the ways to satisfy it with great indulgence has as destination the lovely Au Pied de Cochon, a classic restaurant of the French capital that works 24 hours a day, seven days a week, since its opening, in 1947. Its main dishes are prepared with pork and other options include salads, soups, scallops, lobsters, oysters, seafood, fish, carpaccios, filet mignon, sandwiches, appetizers, desserts and alcoholic and non-alcoholic drinks.



LA BONNE FRANQUETTE

Fonte de inspiração para o quadro "La Guinguette", de autoria do célebre Vincent Van Gogh, indo muito além da variedade de pratos e bebidas, o La Bonne Franquette dispõe de séculos de história e de áreas perfeitas para tomar um drink e curtir uma refeição completa. Situado em um casarão do século 16, no boêmio bairro de Montmartre, o cardápio inclui saladas, peixes, frutos do mar, massas, carnes, queijos, gelatos, sorvetes e uma extensa carta de vinhos e champanhes, que levam à risca o lema "Amar, Comer, Beber e Cantar" do restaurante.

☐ <https://www.labonnefranquette.com/>

LA BONNE FRANQUETTE

Source of inspiration for the popular Vincent van Gogh's "La Guinguette", besides the range of dishes and beverages, La Bonne Franquette has centuries of history and perfect areas for a drink and a full meal. Located in a 16th century mansion, in the bohemian district of Montmartre, the menu includes salads, fish, seafood, pasta, meat, cheese, gelatos, ice cream and a large list of wine and champagne, literally following the restaurant motto "Love, Eat, Drink and Sing".

UM POUCO DE TUDO

DE CARRO

peelo mundo afora

PEGUE UMA CARONA NESTE
GUIA CONDUZIDO POR QUATRO
GIGANTES DO TRADE QUE
TRAZ TUDO O QUE VOCÊ E O
SEU PASSAGEIRO PRECISAM
SABER NA HORA DE ALUGAR UM
VEÍCULO NO EXTERIOR

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM



Ter a liberdade de dirigir o próprio roteiro em uma viagem sobre quatro rodas tem se tornado um caminho cada vez mais trilhado pelos brasileiros. Porém, para evitar que o cliente se perca durante esse percurso, é fundamental ajudá-lo a fazer uma revisão completa – e isso considerando não apenas o automóvel, mas também todo o processo que envolve o aluguel internacional de veículos.

Diferindo da locação de carros no Brasil em aspectos culturais e legais, antes de pisar no acelerador em solo estrangeiro o primeiro passo deve envolver a definição dos destinos que se pretende visitar.

“Em cidades como Orlando e Miami a logística da viagem fica muito mais complexa sem um carro. Ainda assim, nos últimos anos o segmento tem experimentado crescimento até mesmo em destinos nos quais a demanda não costumava ser tão alta. Até pouco tempo, quando se pensava em ir a Barcelona ou Paris, por exemplo, alugar um carro era dispensável. No entanto, o viajante atual quer flexibilidade para explorar o que há além dos grandes centros. E é aí que a locação de veículos se encaixa como uma luva”, explica Paola Belon, diretora de Vendas e Operações da Avis Budget.

AROUND THE WORLD BY CAR

TAKE A RIDE IN THIS GUIDE LED BY FOUR GIANTS OF THE TRADE THAT BRINGS EVERYTHING YOU AND YOUR PASSENGER NEED TO KNOW WHEN RENTING A VEHICLE ABROAD

Having the freedom to drive one's own itinerary on four wheels has become a road more and more traveled by Brazilians. However, to avoid that your clients get lost during this process, it's crucial that you help them to handle a routine maintenance – and considering not only the vehicle, but also all the process that involves the international rental of a car.

Differing from renting a car in Brazil, in cultural and legal aspects, before accelerating in foreign territory the first step should involve the definition of the traveler's destinations.

“In cities such as Orlando and Miami, the logistics of a trip are much more complex without a car. Still, in the past few years the segment has experienced a growth even in destinations where demand was not used to be high. Until recently, when thinking of going to Barcelona or Paris, for example, renting a car wasn't crucial. However, today's traveler requires flexibility to explore what else is there beyond the main centers. And it's right here that renting a car is the solution,” explains Paola Belon, Sales and Operations director at Avis Budget.



HITTING THE ROAD

Is the route established? So, it's time to focus on requirements to rent a car abroad, which can vary from country to country and comprehend variables such as fleet, minimum age of drivers, additional driver, mandatory documentation, coverage, crossing rules and limit available on credit card for security deposit.

To guarantee safety during the whole process, car rentals request that travelers meet some requirements to formalize the vehicle renting, such as presenting a passport, National Driver's License – both valid, it's important to highlight it – and a credit card in the name of the reservation holder, necessary even in corporate trips, with limit available for security deposit.

"It's also recommended having the International Driving Permit (IDP), required in Europe and in some North-American States, such as Georgia. Note that the minimum age of the driver, whether she or he is the main and/or the additional driver, is 25 years old. Car rental for drivers from 21 years old is allowed in some countries only upon the payment of an additional fee," says Luiz Moura, director general at Insight Travel Marketing Solutions, spokesperson of Europcar in Brazil.

ACIMA, A BELA PAISAGEM DA CORDILHEIRA DO CÁUCASO, NA GEÓRGIA. À DIREITA, ROAD TRIP EM MIAMI

ABOVE, THE BEAUTIFUL LANDSCAPE OF CAUCASUS MOUNTAIN RANGE, IN GEORGIA. RIGHT, ROAD TRIP IN MIAMI





AQUECENDO OS MOTORES

Trajetos estabelecidos? Então é hora de focar nas exigências para a locação no exterior, que variam de país para país e abrangem variáveis como frota, idade mínima dos condutores, motorista adicional, documentação obrigatória, cobertura, regras de travessia e limite disponível no cartão de crédito para bloqueio de caução.

Para garantir a segurança ao longo de todo o processo, as locadoras exigem que o viajante preencha alguns pré-requisitos para formalizar o aluguel do veículo, como apresentar passaporte, Carteira Nacional de Habilitação – ambos válidos, é importante pontuar – e um cartão de crédito em nome do titular da reserva, necessário mesmo em viagens corporativas, com limite disponível para depósito de segurança.

“É aconselhável também ter em mãos a Permissão Internacional para Dirigir (PID), exigida na Europa e em alguns estados norte-americanos, como o da Geórgia. Cabe ressaltar ainda que a idade mínima do condutor, seja ele o principal e/ou o adicional, é de 25 anos completos. A locação para motoristas a partir de 21 anos é permitida em alguns países apenas mediante o pagamento de uma taxa adicional”, conta Luiz Moura, diretor-geral da Insight Travel Marketing Solutions, porta-voz da Europcar no Brasil.

Mas não é só isso, não! De acordo com Beatriz Chaimsohn, gerente comercial da Strategic Market Intelligence (SMI), empresa que representa a Alamo Rent a Car no país, há uma série de outras recomendações que a locadora deve compartilhar com o viajante. “Verificar a legislação de trânsito e as regras locais de cobrança de pedágio, atentar-se ao combustível mais adequado para abastecer o veículo, ler atentamente o contrato antes de assiná-lo, checar os itens inclusos na tarifa – visto que proteções, upgrades de categoria e serviços adicionais poderão ser debitados do cartão de crédito –, e não se esquecer de registrar um Boletim de Ocorrência em caso de sinistro, isto é, se houver acidente, roubo ou outro tipo de imprevisto coberto pelo seguro contratado, são exemplos práticos do que o passageiro precisa ter em mente”, afirma a executiva.

PARA MANDAR BEM NA ESCOLHA

E quanto ao veículo, hein? Diante de tantas marcas e modelos disponíveis no mercado, uma dúvida se faz frequente: qual é a melhor opção a ser escolhida? Bem, é fundamental saber o número de passageiros e a quantidade – e o tamanho! – das bagagens, evitando, assim, ter de solicitar um carro maior no momento da retirada e pagar pelo upgrade de categoria.

VOCÊ SABIA?

Confira algumas curiosidades sobre o aluguel de carros ao redor do mundo:

- É obrigatório por lei que todo veículo circule com um “kit bafômetro” na França;
- Na Suíça, é necessário ter um selo especial para cruzar a fronteira;
- É preciso um selo especial para cruzar áreas de preservação ambiental na Alemanha;
- Há zonas históricas restritas ao tráfego de veículos alugados na Itália – e também há ressalvas para grupos de carros com modelos da Mercedes-Benz;
- Em Londres, existe uma taxa de pedágio para percorrer a região central da cidade;
- No Chile, o GPS não é garantido, mesmo quando confirmado em reserva, sendo indicado que o passageiro leve o seu próprio aparelho.

DID YOU KNOW?

See below some curiosities about renting a car around the world:

- Every vehicle is required to have a “breathalyzer kit” in France;
- In Switzerland, a special stamp is demanded to cross the border;
- A special stamp is required to cross environmental protection areas in Germany;
- There are historic areas restricted to rented vehicles in Italy – and there are also restrictions for groups of cars with Mercedes-Benz models;
- In London, a toll fee is necessary to travel over the downtown region of the city;
- In Chile, a GPS is not guaranteed, even when confirmed on booking, and it’s recommended that passengers take their own device.

O QUE AS GRANDES OFERECEM

ALAMO RENT A CAR

Diferenciais: contratos em português; quiosques de autoatendimento para retirada de automóveis; locadora oficial do *Walt Disney World Resort* e única com loja no complexo; frota dos EUA equipada com pneus “all weather” (para trafegar na neve); disponibilização dos serviços Alamo Select (o passageiro escolhe o veículo dentro da categoria reservada) e Toll Pass (pagamento de pedágios por meio de uma foto da placa do carro); presença global, inclusive em toda a América Latina; e empresa integrante da Enterprise Holdings, maior grupo de locadoras de veículos do mundo.

AVIS BUDGET

Diferenciais: frota constantemente renovada e livre de odor de fumaça; presença em mais de 180 países; mais de 10 mil pontos de atendimento; contratos em português nos EUA e principais aeroportos da Europa e América Latina; isenção da cobrança de taxa para menores de 25 anos nas locações norte-americanas (vale somente para reservas pré-pagas no Brasil); reembolso de diárias pagas e não utilizadas; e serviço de assistência em rodovias (RSN) incluído nas tarifas “All Inclusive com GPS”.

EUROPCAR

Diferenciais: presente em mais de 150 países; líder global em aluguel de carros e mobilidade urbana; serviço de pré-pagamento disponível em mais de 30 países e sistema operacional de buyback, o que significa a recompra de 96% dos carros da frota pelas montadoras europeias em um prazo máximo de seis meses de uso e baixa quilometragem.

HERTZ INTERNACIONAL

Diferenciais: preços competitivos; presença global; manutenção contínua dos veículos; Hertz Business Rewards Program (focado em viagens corporativas e pequenas e médias empresas); Hertz Gold (programa para clientes frequentes) e Hertz Partners (com comissões atrativas para os agentes de viagens).

WHAT THE MAJOR COMPANIES OFFER

ALAMO RENT A CAR

Special assets: contracts in Portuguese; self-service kiosks for picking up vehicles; official car rental company of Walt Disney World Resort and the only one with store in the complex; US fleet equipped with all-weather tires (to travel in the snow); availability of Alamo Select services (the passenger chooses the vehicle within the reserved class) and Toll Pass (payment of toll fees through a photo of the car plate); global presence, all over Latin America, by the way; and member of the Enterprise Holdings, the largest group of car rentals in the world.

AVIS BUDGET

Special assets: constantly renewed fleet and free from odor of smoke; presence in more than 180 countries; over 10,000 points of service; contracts in Portuguese in the US and main airports in Europe and Latin America; exemption from the collection of fees for travelers under 25 years of age in North American rentals (it applies only to prepaid bookings in Brazil); reimbursement of paid and unused days; and Roadside Safety/Net (RSN) included in the “All-Inclusive with GPS” rates.

EUROPCAR

Special assets: present in more than 150 countries; global leader in car rental and urban mobility; prepayment service available in more than 30 countries and a buy-back operating system, which means that 96% of fleet cars will be repurchased by European automakers within a maximum period of six months of use and low mileage.

HERTZ INTERNACIONAL

Special assets: competitive rates; global presence; continuous maintenance of vehicles; Hertz Business Rewards Program (focused on corporate travels and small and medium-sized enterprises); Hertz Gold (a program for frequent travelers) and Hertz Partners (with attractive commissions for travel agents).

“A resposta para essa pergunta vai depender da preferência do cliente e do estilo da viagem. De maneira geral, os veículos 4x4 ou 4x2 se mostram apropriados para destinos de esqui ou montanhas, enquanto as minivans são ótimas para famílias. Já os carros esportivos e de luxo são os favoritos de quem quer viver a experiência de pilotar uma máquina potente com toda a tranquilidade e segurança que só a locação de um carro com uma empresa experiente no ramo é capaz de proporcionar”, comenta Adriano Aguiar, diretor de Vendas e Marketing da SG Rentals – a companhia é a representante oficial da Hertz Internacional por aqui. 🗣️

It's not only this! According to Beatriz Chaimsohn, business manager at Strategic Market Intelligence (SMI), representative company of Alamo Rent a Car in the country, there's a series of other recommendations that a car rental company should share with travelers. "Checking the traffic laws and local toll collection rules, paying attention to the most appropriate fuel to supply the vehicle, reading carefully the contract before signing it, checking the items included in the fee – as protections, class upgrades and additional services may be charged on the credit card –, and remembering to report the police in case of accidents, theft or other unforeseen circumstances covered by the insurance contracted are practical examples of what the passengers need to keep in mind," the executive says.

MAKING A GREAT CHOICE

What about the car, huh? With so many brands and models available in the market, there's a frequent question: what is the best option? Well, it's essential to know the number of passengers and the quantity – and size – of the luggage, avoiding having to request a bigger car in the moment of picking up it and paying for the class upgrade.

"The answer to this question will depend on the client's preference and the type of travel. In a general way, 4x4 or 4x2 vehicles are suitable to ski or mountain destinations, while minivans are great for families. Sports and luxury cars are the favorite ones of those who would like to have the experience of driving a powerful machine with all the tranquility and safety that only the rental of a car with a company experienced in the field is able to provide," says Adriano Aguiar, Sales and Marketing director at SG Rentals – the company is the official representative of Hertz International in Brazil.



STAY HOME

AQUI AS CASAS SÃO HIGH-TECH

COMO A VACATION HOMES COLLECTION UTILIZA A
TECNOLOGIA PARA REVOLUCIONAR A HOSPEDAGEM
DOS VIAJANTES COM DESTINO À FLÓRIDA

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



Na terra natal dos contos de fadas, transformar fantasia em realidade é simples: basta misturar criatividade, magia e uma pitada generosa de tecnologia no mesmo caldeirão. E se nos parques temáticos de Orlando ou nos arredores das praias de Miami essa combinação está assegurada, que tal usar essa receita para servir o passageiro com o melhor cardápio de hospedagens da região? É só dar uma olhadinha no portfólio da Vacation Homes Collection, gigante no segmento de aluguel de casas de temporada nos Estados Unidos.

Mais do que imóveis de alto padrão, o guarda-chuva da VHC ganha destaque por usar e abusar de recursos

HERE WE HAVE HIGH-TECH HOUSES

HOW VACATION HOMES COLLECTION USES TECHNOLOGY TO REVOLUTIONIZE THE ACCOMMODATION FOR TRAVELERS GOING TO FLORIDA

In the homeland of fairy tales, transforming fantasy into reality is simple: just mix creativity, magic and a generous touch of technology in the same pot. If in the theme parks of Orlando or around the beaches of Miami this combination is assured, how about using that recipe to serve the passenger with the best lodging menu in the area? Just take a look at Vacation Homes Collection's portfolio, a giant in the segment of vacation house rental in the United States.

More than upscale properties, the umbrella of VHC is always in evidence for the resources used, which make the guest's experience something very positive. Inside the

houses and apartments, for example, in addition to elegance, which is a feature of the company, technological conveniences find more and more space, building a high-tech and extremely practical environment.

A SMART HOUSE

Providing comfort and versatility at the same time, properties managed by this GRUPO TREND's company count on state-of-the-art facilities controlled by cutting-edge services.

Equipped with free wi-fi, dishwasher, washing machine, Smart TVs in most of the units and other different home electronics, it's important to highlight two special items that make all the difference: electronic lock and call handling systems, implemented in order to simplify from the reservation process to the assistance offered during the stay. Would you like to have more details? We explain you as follows.

PLEASE, MORE DETAILS!

Aware that most people are trying to organize themselves to enjoy their time during a trip, VHC has decided to give a little help and speed up a few steps, linking the possibility of early check-in to the release of access to the house – not leaving aside the security.

"We provide to travel agents who book via TREND the website www.yourhomecheckin.com, through which passengers can check in on-line and find the data related to the period of accommodation. Once it's done, the system generates a unique password, whose function is to activate the electronic lock when the visitor arrives at the property. In addition to being extremely fast, we guarantee that only people allowed can enter the place," says Fabio Cardoso, director general of the company.

SO MUCH MORE

Another reason that Vacation Homes Collection can be proud of is about the call handling system. In practice, it works as a call center responsible for organizing the schedule of the company's external team according to the requests presented. The role of this tool is identify the professional that is closest to the place of demand and combine agility and excellence also at operational level.

"Currently, we are testing the implementation of a tablet in the houses, which will allow travelers to solve any issues in a digital way, with no need to call or wait to talk to someone. This make it possible for the guests to register a request, go for a walk and have the result of their demand available on the tablet screen when they return to the property," Cardoso explains.

And they have more novelties on the way! Using this same resource, VHC intends to make the concierge service easier and also simplify the access to every piece of information regarding the house, making sure that the visitors have everything they need for a pleasant stay in the States.

NA ABERTURA, FAMÍLIA UTILIZA A TECNOLOGIA PARA INCREMENTAR SUA ESTADA EM UMA CASA DE TEMPORADA. À DIREITA, QUARTO COM FECHADURA ELETRÔNICA, UM DOS RECURSOS TECNOLÓGICOS DOS IMÓVEIS VHC

IN THE OPENING IMAGE, FAMILY USING TECHNOLOGY TO IMPROVE THE STAY IN A VACATION HOUSE. RIGHT, BEDROOM WITH ELECTRONIC LOCK, ONE OF THE TECHNOLOGICAL RESOURCES OF THE VHC PROPERTIES

que fazem da experiência do hóspede algo para lá de positivo. No interior das casas e dos apartamentos, por exemplo, além da elegância característica da empresa, as facilidades tecnológicas encontram espaço cada vez maior, construindo um ambiente high-tech e extremamente prático.

UMA CASA INTELIGENTE

Abrigando conforto e versatilidade sob um único teto, as propriedades administradas pela empresa do GRUPO TREND contam com instalações supermodernas comandadas por serviços de última geração.

Equipadas com wi-fi gratuito, lava-louças, máquina de lavar roupa, Smart TVs na maioria das unidades e outros tantos eletroeletrônicos, é importante pontuar dois diferenciais que fazem toda a diferença: os sistemas de fechadura eletrônica e atendimento de chamados, implementados para simplificar do processo de reserva à assistência oferecida ao longo da estada. Quer saber mais? A gente explica a seguir.

DETALHES, POR FAVOR!

Ciente de que a maioria das pessoas procura se organizar para aproveitar ao máximo o tempo durante uma viagem, a VHC resolveu dar uma mãozinha e agilizar algumas etapas, atrelando a possibilidade de antecipação do check-in à liberação do acesso à casa – e isso sem deixar de lado o quesito segurança.

"Disponibilizamos ao agente de viagens que faz a reserva via TREND o site www.yourhomecheckin.com, por meio do qual é possível efetuar o check-in on-line e

encontrar os dados vinculados ao período de acomodação. Feito isso, o sistema gera uma senha única, cuja função é acionar a fechadura eletrônica no momento em que o visitante chegar ao imóvel. Além de extremamente rápido, garantimos que a entrada no lugar seja feita somente por pessoas autorizadas", realça Fabio Cardoso, diretor-geral da companhia.

SO MUCH MORE

Outro motivo de orgulho para a Vacation Homes Collection se refere ao sistema de atendimento de chamados. Na prática, ele funciona como uma central responsável por organizar o itinerário da equipe de campo da empresa de acordo com as necessidades apresentadas. O papel dessa ferramenta é identificar o profissional que estiver mais próximo do local da demanda e aliar agilidade e excelência também no nível operacional.

"No momento, estamos testando a implementação de um tablet nas casas, o qual permitirá que os viajantes resolvam quaisquer questões de maneira totalmente digital, sem precisarem ligar ou aguardar para falar com alguém. Isso dá a liberdade de eles abrirem o chamado, saírem para um passeio e terem o resultado de sua solicitação disponível na tela do tablet quando retornarem ao imóvel", explica Cardoso.

E tem mais novidade a caminho! Utilizando este mesmo recurso, a VHC pretende facilitar a contratação de serviços de concierge e, de quebra, simplificar o acesso a todas as informações da casa, certificando-se, assim, de que o visitante tenha em mãos tudo o que precisar para uma permanência tranquila nos States. ●

FOTO: ARQUIVO VHC



STAR WARS: GALAXY'S EDGE, O LADO DISNEY DA FORÇA

CONFIRA TODOS DETALHES DA NOVA ÁREA DO DISNEYLAND PARK E DO DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS INSPIRADA NA FRANQUIA DE SUCESSO DO CINEMA



VISITANTES SE DIVERTEM NA MILLENNIUM FALCON: SMUGGLERS RUN
VISITORS HAVING FUN AT MILLENNIUM FALCON: SMUGGLERS RUN

Em uma galáxia governada pela diversão, os fãs de *Star Wars*™ agora podem protagonizar sua própria história. E você, agente, como um Jedi aprendiz do universo da magia, já deve ter na ponta da língua o que torna essa história algo de outro planeta, certo? A recente inauguração da área de **Star Wars: Galaxy's Edge** em maio no *Disneyland Park*, na Califórnia, e logo mais, em 29 de agosto, no *Disney's Hollywood Studios*, na Flórida, vai possibilitar que seu cliente viva sua aventura *Star Wars* em uma galáxia muito, muito distante.

Um duplo convite para aventuras dignas de outro mundo, os visitantes são conduzidos por becos e esquinas tomados por criaturas pitorescas e experiências eletrizantes. Entre as atividades encontradas por ali estão montar o seu próprio droide*, construir um sabre de luz e até provar o famoso leite azul, por exemplo.

ALERTA DE SPOILER

Tratando-se de uma jornada espacial, para começar trafegando tanto pelo lado luminoso como pelo lado sombrio da força nada melhor do que embarcar na *Millennium Falcon: Smugglers Run*, uma atração interativa na qual os tripulantes são desafiados a pilotar a nave dos personagens Han Solo e Chewbacca, encarando uma missão secreta cheia de obstáculos ao longo do caminho.

Acha que acabou? Que nada, porque nos próximos meses a **Star Wars: Galaxy's Edge** do *Disneyland Park* na Califórnia e do *Disney's Hollywood Studios*, na Flórida, inaugurarão a **Star Wars: Rise of the Resistance**, outra expedição sensorial, desta vez envolvendo as batalhas travadas pelos Stormtroopers (tropas da Primeira Ordem), os lasers lançados por AT-AT e o presságio de um confronto com Kylo Ren, um dos antagonistas da saga *Star Wars*. 🗨️

STAR WARS: GALAXY'S EDGE, THE DISNEY SIDE OF THE FORCE

KNOW EVERYTHING ABOUT THE NEW THEMED AREAS OF **DISNEYLAND PARK** AND **DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS** INSPIRED BY THE CLASSIC MOVIE FRANCHISE

In a galaxy governed by fun, now *Star Wars*™ fans can star in their own story. And you, travel agent, as a Jedi apprentice of the magic universe, may already have on the tip of your tongue what makes this plot something that comes from another planet, right? The recent inauguration of **Star Wars: Galaxy's Edge** in May at *Disneyland Park*, in California, and soon, on August 29, at *Disney's Hollywood Studios*, in Florida, will allow your customers to live their *Star Wars* adventure in a galaxy far, far away.

A double invitation for adventures that are just out of this world, visitors will be led through alleys and corners taken by picturesque creatures and amazing experiences. Assembling their own droid, building a lightsaber and even trying the famous blue milk, for example, are some activities found there. SPOILER ALERT

As a space journey, to start traveling both by the light side and by the dark side of the force there's nothing better than embarking in the **Millennium Falcon: Smugglers Run**, an interactive attraction in which the crew is challenged to pilot Han Solo and Chewbacca's spaceship, facing a secret mission full of obstacles along the way.

Do you think this is the end? Wrong! Because in the next months, the **Star Wars: Galaxy's Edge** of the *Disneyland Park*, in California, and *Disney's Hollywood Studios*, in Florida, will open the **Star Wars: Rise of the Resistance**, another sensory expedition, now involving the battles fought by the Stormtroopers (First Order troop), the lasers launched by an AT-AT and the omen of a confrontation with Kylo Ren, one of the antagonists of the last *Star Wars* movies.

©DISNEY/LUCASFILM LTD. ® & ™ LUCASFILM LTD.

*Compra necessária. Reserva pode ser necessária. *Purchase necessary. Booking may be required.

Star Wars: Rise of the Resistance será inaugurada em 5 de dezembro de 2019. **Star Wars: Rise of the Resistance** will open on December 5, 2019.

Abraça o mundo COM A TREND



📍 BUENOS AIRES (4 NOITES)

🏨 DAZZLER RECOLETA
★★★★★

Inclui: 4 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + city tour + jantar e show no Señor Tango + seguro-viagem.

A partir de:

10x
USD **40,00**

por pessoa em apto. duplo.
de 11 a 15/12/2019.



📍 RIVIERA MAYA (6 NOITES)

🏨 IBEROSTAR PARAISO BEACH
★★★★★

Inclui: 6 noites de hospedagem em regime all inclusive + transfer in/out + tour Chichén Itzá + seguro-viagem.

A partir de:

10x
USD **70,00**

por pessoa em apto. duplo.
de 08 a 14/12/2019.



📍 SUL DE PORTUGAL (5 NOITES)

VISITANDO ÉVORA,
ALBUFEIRA, LISBOA E SINTRA

Inclui: 5 noites de hospedagem com café da manhã + transfer in/out + excursão para Lisboa, Estoril, Cascais e Sintra com guia local + visita ao Museu Municipal de Beja e à Fortaleza de Sagres.

A partir de:

10x
EUR **59,00**

por pessoa em apto. duplo.

Saídas até março de 2020.
Consulte datas disponíveis.

CASCAIS



📍 NOVA YORK (4 NOITES)

🏨 DOUBLETREE BY
HILTON NEW YORK -
TIMES SQUARE

Inclui: aéreo ida e volta em classe econômica promocional + 4 noites de hospedagem + transfer in/out + tour de compras no Jersey Gardens Outlet + city tour.

A partir de:

10x
USD **152,00**

por pessoa em apto. duplo.

Condições gerais: tarifas por pessoa com base em apartamento duplo em dólares americanos ou euros, a serem convertidas para reais no câmbio do dia da compra. Serviços oferecidos com base em regular. Caso não sejam utilizados, não haverá reembolso. Ofertas a partir do valor informado sujeitas a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Não incluem aéreo, taxas, impostos e/ou extras, exceto quando mencionado. Consulta feita no dia 25/07/2019. Parcelamento em até dez vezes iguais sem juros. Fotos meramente ilustrativas. Reservamo-nos o direito de corrigir possíveis erros de digitação. Pacotes válidos enquanto houver disponibilidade.

EMBARQUE COM...

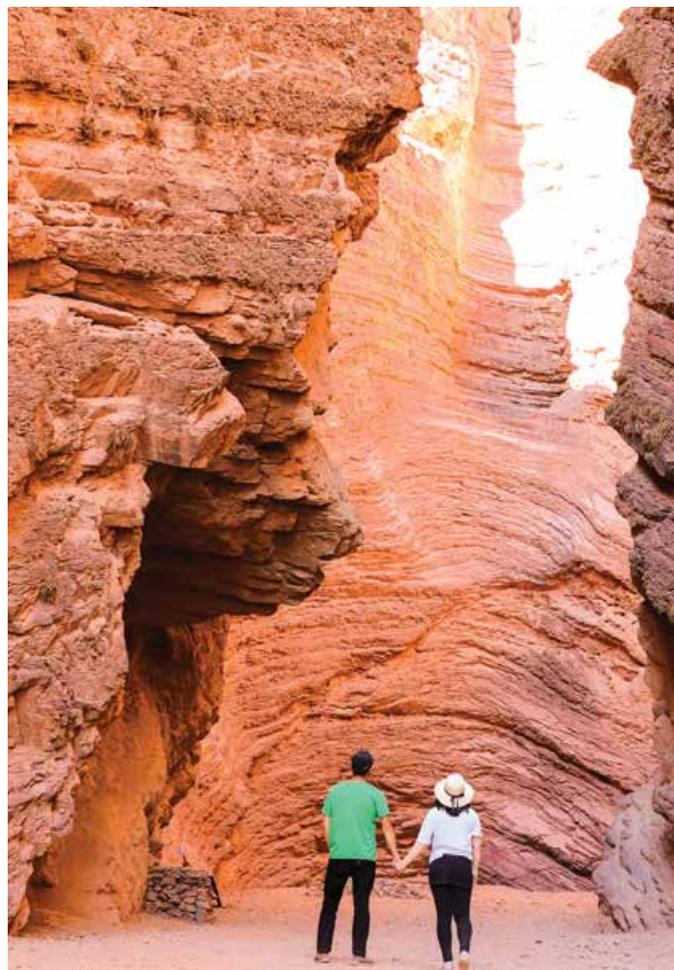
QUERIDO DIÁRIO DE BORDO...

CONHEÇA JULIA FLORES E DOUGLAS SAWAKI,
CASAL LOUCO POR VIAGENS QUE CRIOU UM
JEITO PRÓPRIO DE CONHECER O MUNDO E
TRANSFORMAR ESTA AVENTURA EM OFÍCIO

DEAR TRAVEL JOURNAL...

MEET JULIA FLORES AND DOUGLAS SAWAKI, A COUPLE CRAZY ABOUT TRIPS AND WHO HAVE CREATED THEIR OWN WAY OF TRAVELING AROUND THE WORLD AND MAKING THIS ADVENTURE A JOB

FOTOS: ARQUIVO PESSOAL



Mapa em mãos e pé na estrada: é dessa forma que começam os dias na movimentada rotina de Julia Flores e Douglas Sawaki. Na prática, os dois são empreendedores natos, influenciadores digitais, produtores de conteúdo e criadores do blog “Me leva de leve”. Na teoria, tudo se resume à paixão por viagens, amor este que os uniu e ainda hoje conduz a maior parte de suas decisões.

Compartilhando o desejo de explorar novos lugares desde pequeninhos, enquanto a gaúcha Julia, ainda criança, sentia uma fascinação inexplicável por atlas geográficos, o pequeno Douglas já estava acostumado a sair de São Paulo com sua família rumo a experiências inesquecíveis.

“Meus pais sempre acampavam comigo e meus irmãos nas férias, cada ano em um local diferente. Quando eu tinha mais ou menos 13 anos, fomos de carro até Natal, no Rio Grande do Norte, e retornamos pelo litoral, parando em algumas cidades. Lembro que, ao ver o trajeto traçado no papel, comecei a me imaginar riscando o planeta todo. Essa imagem, inclusive, nunca mais saiu da minha cabeça. Por isso decidi cursar Turismo e Hotelaria. Assim como aconteceu com a Julia, vislumbrei nessa área uma profissão que me permitiria viajar pelo mundo inteiro”, recorda ele.

Map in hands and pull of: this is how every day begins in the busy routine of Julia Flores and Douglas Sawaki. In practice, the two are innate entrepreneurs, digital influencers, content producers and creators of “Me Leva de Leve” (Take me Easy) blog. In theory, everything can be summarized by a passion for travel, a love that has united them and still leads most of their decisions.

Sharing the willingness to explore new places since they were kids, while Julia, from Rio Grande do Sul, was fascinated by geographical atlas when she was a child, little Douglas often left São Paulo with his family for unforgettable experiences.

“My parents used to go camping with me and my brothers on vacation, each year in a different place. When I was about 13 years old, we went to Natal city, in Rio Grande do Norte, by car, and we returned by the coast, stopping in some cities. I remember that when I saw the itinerary line drawn on the map, I began to imagine myself drawing a route throughout the planet. This image, by the way, has never left my mind. That’s why I decided to study Tourism and Hospitality. As it happened to Julia, I saw through this area a profession that would allow me to travel around the world,” he says.

WALKING THE PATH TO A DREAM

Time has passed and Julia and Douglas ended up following the same path: to study at a college in Santa Catarina. There they met, got married, and in the fourth semester of graduation they decided to change their route, traveling to the distant land of the Rising Sun.

“In 2004, we went to Japan to get a job, money and return to dedicate ourselves 100% to studies and other activities that would make a difference in our professional background. However, since the work there is very tough – with daily 12-hour shifts, from Monday to Friday, not mentioning Saturdays and Sundays –, our body suffered so much and we often had muscle aches. In the first year, we only spent the essential, so the lack of leisure started to interfere in our lives. Then, we decided to travel more and, before coming to Brazil, we backpacked for five months. Thus, we extended our stay in the country, going from two years, initially planned, to three years and a half,” Julia comments.

BREAKING BORDERS

During the season abroad, communicating with family and friends who stayed on Brazilian land was a challenge, especially because of the slow connection. It was necessary to improvise. “First, we created a fotolog and we used to share curiosities about the East. This was a way to show what we were living to our family. Then, when we backpacked in 2007, we started to publish daily content on a travel blog, with posts in Portuguese, which became one of the pioneers



NA TRILHA DE UM SONHO

O tempo passou e Julia e Douglas acabaram seguindo o mesmo caminho: o de cursar a universidade em Santa Catarina. Ali se conheceram, se casaram e, no quarto semestre da graduação, decidiram mudar de rota, indo de mala e cuia para a longínqua Terra do Sol Nascente.

“Em 2004 embarcamos para o Japão com o objetivo de arranjar um emprego, juntar dinheiro e voltar para nos dedicarmos 100% aos estudos e a demais atividades que fizessem a diferença em nosso currículo. Porém, como o trabalho por lá era muito puxado – com turnos de 12 horas diárias, de segunda a sexta-feira, fora sábados e domingos –, nosso corpo sofria muito e vivíamos com dores musculares. No primeiro ano só gastávamos o essencial, então a falta de lazer começou a prejudicar nossa vida. Foi aí que resolvemos passear mais e, antes de retornar ao Brasil, fizemos um mochilão de cinco meses. Com isso, ampliamos nosso tempo de permanência no país, passando dos dois anos inicialmente previstos para três anos e meio”, comenta Julia.

ROMPENDO FRONTEIRAS

Durante a temporada no exterior, se comunicar com os familiares e amigos que ficaram em solo brasileiro era um desafio, especialmente devido à conexão lenta. O jeito foi improvisar. “A princípio, criamos um fotolog e compartilhávamos as curiosidades do Oriente. Esta era uma maneira de mostrar para nossas famílias o que estávamos vivendo ali. Daí, quando partimos para o mochilão, em 2007, começamos a publicar conteúdos diários em um blog de viagens, com posts em português, que se tornou um dos pioneiros no segmento”, eles contam. Ao se despedirem do Japão, o próximo destino não envolveu um lugar só: foram 132 dias circulando pela Ásia, percorrendo regiões como Cingapura, Indonésia, Malásia, Tailândia, Camboja, Vietnã, Índia e Dubai.

VOLTANDO PARA CASA

Após regressar para a terra natal com uma bagagem cultural riquíssima, a dupla de jovens aventureiros concluiu a faculdade, participou de congressos e eventos, se especializou e fez estágio na Embratur, momento em que eles descobriram no Marketing de Destinos Turísticos uma meta a ser seguida. Para completar, estudaram espanhol e foram a Londres para aprimorar o inglês.

“Em 2018, abrimos nossa empresa de Marketing Digital em Turismo. Como o atendimento aos clientes era feito via internet, ter uma conexão de qualidade era o único pré-requisito para o trabalho, o que significa que esta era uma atividade que poderia ser feita de qualquer lugar. Mas aí pintou uma dúvida: como viajar gastando aproximadamente o mesmo valor com que nos mantínhamos em São Paulo? A resposta veio sob o formato de uma campervan, um carro transformado que pudesse ser a nossa casa sobre rodas e o nosso escritório ao mesmo tempo”, explicam.

EI, MUNDO: AÍ VAMOS NÓS!

Decisão tomada e planejamento feito – este último envolvendo vida pessoal e profissional –, para pisar fundo no acelerador só faltava mesmo a aquisição do automóvel. “Em dezembro de 2018 começamos a procura pelo automóvel mais apropriado para cumprir nosso itinerário, que incluía verdadeiros sonhos, como Ushuaia, Torres del Paine, Salar de Uyuni e Machu Picchu, e vários destinos encontrados no trajeto entre eles”, declara Julia.



NA IMAGEM MAIOR, JULIA E DOUGLAS CONTEMPLAM O SURPREENDENTE ANFITEATRO DE CAFAYATE, NA ARGENTINA. LOGO ACIMA, CASAL POSA NO LETREIRO DE USHUAIA

IN THE BIGGEST PHOTO, JULIA AND DOUGLAS WATCH THE SURPRISING CAFAYATE AMPHITHEATRE, IN ARGENTINA. RIGHT ABOVE, THE COUPLE AND THE USHUAIA SIGN

Há pouco mais de cinco meses na estrada, foram poucos os perrengues pelos quais passaram até agora. “O primeiro foi ainda no Brasil. O carro quebrou e ficamos por cinco horas na estrada esperando a assistência chegar, longe de tudo e enquanto anoitecia. O conserto foi mal feito e viajamos com o carro ruim até Ushuaia, onde conhecemos um mecânico argentino que não cobrou pelo serviço. Como ele não aceitou nosso dinheiro, demos um pacote de café brasileiro, o que o fez ficar muito feliz. Foi a oficina com a melhor vista que já vimos”, lembram.

Quando questionados sobre os lugares mais surpreendentes que já tiveram a chance de visitar, não hesitaram. “Torres del Paine, na região da Patagônia chilena, com certeza está na lista. A caminhada de 19 km até a Base de Las Torres é tão difícil quanto bela. A vista ao final da trilha é inacreditável. A Carretera Austral, também no Chile, é de uma beleza cênica surreal: a cada curva uma paisagem nos fazia parar para fotografar. Vale destacar também a Ruta 40, na Argentina, que atravessa o país inteiro e que, a cada província que corta, mostra uma paisagem e uma cultura local diferentes”.

Até o fechamento desta matéria o casal segue na estrada, tendo à sua frente um horizonte de oportunidades. “Quando retornarmos ao Brasil, a ideia é avaliar se continuaremos ou não a viver viajando. Mas, até lá, temos ainda alguns quilômetros pela frente. E, como aprendemos nesta viagem, os planos podem mudar a todo momento. Afinal, o mais importante não é a quantidade de carimbos no passaporte, mas sim a quantidade de momentos memoráveis e de aprendizados adquiridos ao longo do caminho”, concluem, enquanto partem para um novo destino. 🌐

of the segment,” they say. Leaving Japan, the next destination didn’t involve one place: they spent 132 days throughout Asia, visiting regions like Singapore, Indonesia, Malaysia, Thailand, Cambodia, Vietnam, India and Dubai.

BACK HOME

After returning to their homeland with a rich cultural background, the young adventurous duo graduated from college, attended congresses and events, became experts at the subject and trainees at Embratur, when they discovered in Travel Destination Marketing a goal to be followed. To end with a flourish, they studied Spanish and traveled to London to improve their English.

“In 2018, we opened our Tourism Digital Marketing company. Since the support to customers was given via internet, having a quality connection was our only request for work, which means that this was an activity that could be carried out from anywhere. But we had a doubt: how to travel spending about the same amount we had in São Paulo? The answer came in the shape of a campervan, a transformed car that could be our home on wheels and our office at the same time,” they explain.

HEY, WORLD: HERE WE GO!

Decision and plans made – the last one involving personal and professional areas –, to hit the road they just needed to buy a car. “In December, 2018, we looked for the most suitable car to fulfill our itinerary, which included dreams such as Ushuaia, Torres del Paine, Salar de Uyuni and Machu Picchu, and many other destinations found on the route between them,” says Julia.

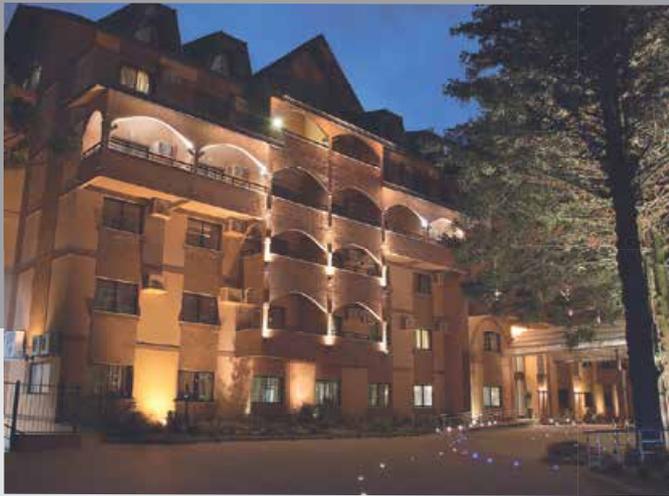
A little bit more than five months on the road, there weren’t so many difficulties to deal with so far. “The first one was still in Brazil. The car broke and we stayed for five hours on the road waiting for help, far away from everything and while the night fell. They poorly fixed it and we traveled with the bad car to Ushuaia, where we met an Argentine mechanic who didn’t charge us for the service. Since he didn’t accept our money, we gave him a pack of Brazilian coffee, which made him very happy. It was the garage with the best view we’ve ever seen,” they say.

When asked about the most surprising places they had the chance to visit, they didn’t hesitate. “Torres del Paine, in the Chilean Patagonia region, is definitely on the list. The 19km walk to Base de Las Torres is as hard as it is beautiful. The view at the end of the trail is unbelievable. Carretera Austral, also in Chile, has a surreal scenic beauty: every corner provided a landscape that made us stop and take pictures. Ruta 40 also should be highlighted, in Argentina, which crosses the entire country and that, each province it cuts, shows a different scene and local culture.” Until the completion of this article, the couple is on the road, facing a horizon of opportunities. “When we come back to Brazil, the idea is to evaluate if we are going to keep traveling or not. But, until there, we still have some miles ahead. And, like we’ve learned in this journey, plans can change all the time. After all, the most important thing is not the quantity of stamps on the passport, but the amount of memorable moments and lessons gathered along the way,” they conclude, leaving to a new destination.



NA PRIMEIRA E NA TERCEIRA FOTOS, A BELEZA DE TORRES DEL PAYNE. NO MEIO, REGISTRO TIRADO EM COYHAIQUE, CIDADE CHILENA

IN THE FIRST AND THIRD PHOTOS, THE BEAUTIFUL TORRES DEL PAYNE. IN THE MIDDLE, A PICTURE TAKEN IN COYHAIQUE, A CHILEAN CITY



O SEU
**melhor
destino**
ESTÁ NA REDE
MASTER.

master HOTÉIS

A rede Master Hotéis oferece excelentes opções de hospedagem. A lazer ou a trabalho, aqui você encontra conforto, comodidade e praticidade. Temos hotéis em **Curitiba**, no Paraná, em **Gramado**, principal destino turístico do Rio Grande do Sul, e na capital gaúcha **Porto Alegre**. São 11 unidades no total, e a rede conta com uma equipe dedicada e treinada para realizar seu atendimento, sempre disposta a proporcionar serviços de excelência e bem-estar em todas as instalações. Venha para a Master Hotéis, sua melhor opção de hospedagem no Sul do Brasil.



Viagem é com agente.

www.trendviagens.com.br



/TrendViagens



@trendviagens



@TrendViagens





ORLANDO

sob os holofotes

BEM-VINDO AO UNIVERSAL'S ENDLESS SUMMER RESORT –
SURFSIDE INN AND SUITES, EMPREENDIMENTO NOVINHO
EM FOLHA PARA CURTIR DE JANEIRO A JANEIRO NA FLÓRIDA

FOTOS: UNIVERSAL ORLANDO RESORT

ORLANDO IN THE SPOTLIGHTS

WELCOME TO THE UNIVERSAL'S ENDLESS SUMMER RESORT – SURFSIDE INN AND SUITES, A NEW
HOTEL TO ENJOY FLORIDA FROM JANUARY TO JANUARY

Como se não bastasse o clima de férias que toma conta da capital mundial da alegria o ano inteiro, desde junho os viajantes em busca de diversão têm um motivo a mais para fazer check-in no destino. Esse motivo atende pelo nome de Universal's Endless Summer Resort – Surfside Inn and Suites, o hotel do Universal Orlando Resort que, sob a temática “praia e surfe”, oferece aos visitantes muito mais que sombra e água fresca.

Referência em conforto, conveniências e custo/benefício, quem se hospeda no primeiro empreendimento hoteleiro da categoria Value do complexo tem acesso ainda a outras vantagens sem iguais. Dois destaques são o transporte gratuito para os parques temáticos, bem próximos ao meio de hospedagem, e a possibilidade exclusiva de desfrutar determinadas atrações do The Wizarding World of Harry Potter™ e Universal's Volcano Bay uma hora antes da abertura para o público geral – mediante compra separada dos ingressos para os parques. E prepare-se, porque isso é só o começo!

UM LUGAR TAMANHO FAMÍLIA

Exibindo instalações superaconchegantes e descoladas, nas quais imperam as tonalidades bege-areia e azul-mar, qualquer cantinho do Surfside Inn and Suites é um convite dos sonhos para mergulhar fundo em um oceano de puro conforto. Suas acomodações, por exemplo, são 750 provas disso.

Divididos nas categorias Standard e 2-Bedroom Suites (esta última com capacidade para até seis pessoas), todos os aposentos reúnem um rol imenso de comodidades, incluindo internet de alta velocidade, frigobar, secador de cabelo, amenidades de higiene pessoal, ferro e tábua de passar roupa, cofre, TV com canais HD e filmes on demand (sujeitos à taxa) e opções adaptadas para pessoas com deficiência.

LAZER QUE NÃO TEM FIM

Pensado em cada detalhe para surpreender os hóspedes, é fazendo jus ao seu DNA que o caçula do Universal Orlando Resort exibe uma programação cinematográfica quando o assunto é entretenimento. Fora a vizinhança, suas áreas comuns contemplam piscina, academia, salão de jogos, uma unidade da Universal Studios Store e uma variada praça de alimentação, chamada Beach Break Café, ideal para curtir refeições deliciosas e ao melhor estilo praiano no café da manhã, almoço ou jantar. ☉

NA ABERTURA, PERSPECTIVA ARTÍSTICA DA ÁREA DE LAZER. À DIREITA, EXEMPLO DAS ACOMODAÇÕES

IN THE MAIN PHOTO, ARTISTIC PERSPECTIVE OF THE LEISURE AREA. TO THE RIGHT, AN EXAMPLE OF THE ACCOMMODATIONS

MAIS NOVIDADE ROLANDO NO PEDAÇO

Ei, agente, quer saber outra boa-nova quentinha que está circulando no Universal Orlando Resort? É a Hagrid's Magical Creature Motorbike Adventure, montanha-russa do The Wizarding World of Harry Potter™ inspirada nas aventuras do amado bruxinho e sua turma, com direito a cenário especial e até projeções megatecnológicas. Inaugurada em junho, a atração figura como a primeira “montanha-russa de histórias” do mundo – além de ser a mais longa da Flórida –, capaz de proporcionar uma experiência imersiva durante um percurso composto por sete lançamentos, queda livre vertical (de quase cinco metros) e demais quedas inesperadas.

SPREAD THE NEWS

Hey, travel agent, would you like to know the latest news that has been spread all over the Universal Orlando Resort? It is the Hagrid's Magical Creature Motorbike Adventure, a roller coaster of The Wizarding World of Harry Potter™ inspired by the adventures of this beloved wizard and his friends, with a special scenery and technological projections.

Opened in June, the attraction is considered the first “story coaster” of the world – and the longest of Florida –, able to provide an immersive experience during a route composed of seven launches, free-fall vertical drop (of about five meters) and other unexpected drops.

As if the vacation mode that takes the fun capital of the world the whole year was not enough, since June those travelers looking for fun have one more reason to land in the destination. This reason is called Universal's Endless Summer Resort – Surfside Inn and Suites, another Universal Orlando Resort's hotel that, keeping a beach-themed surfer vibe, offers its visitors much more than shade and fresh water.

An example of comfort, conveniences and cost-benefit to be followed, guests who stay in the first Value category hotel of the complex also have access to other exceptional advantages. Two highlights are the free transportation to the theme parks, very close to the hotel, and the exclusive possibility of enjoying some attractions of The Wizarding World of Harry Potter™ and Universal's Volcano Bay an hour before opening it to the general public – purchasing a separately ticket. Get ready, because this is only the beginning!

A FAMILY-SIZE PLACE

Featuring very cool and comfortable facilities and decorated in shades of sand beige and aquamarine, every corner of the Surfside Inn and Suites is an invitation to a deep dive into an ocean of comfort. Its 750 accommodations, for example, are a proof of this.

Divided into Standard and 2-Bedroom Suites categories (the last one with capacity for up to six people), all rooms have a wide range of conveniences, such as high-speed internet, minibar, hairdryer, personal care amenities, iron and ironing board, safe, HD TV channels and movies on demand (upon a fee) and options adapted to people with disabilities.

ENDLESS FUN

Designed in every detail to surprise its guests, it's doing justice to its DNA that the youngest hotel of Universal Orlando Resort provides a cinematographic schedule when it comes to entertainment. This is because, in addition to the neighborhood, its common areas include swimming pool, gym, game room, a unit of the Universal Studios Store and a diverse food court, called Beach Break Café, ideal for enjoying delicious meals and in the best beach style in the breakfast, lunch or dinner.



PARA DAR UM BOOM NAS VENDAS

FOTOS: ARQUIVO HOTEL

Quem está sempre ao nosso lado oferecendo produtos e serviços de excelência e apresentando as melhores condições do mercado, intensificadas por meio de promoções e tarifas imbatíveis: é parceiro que fala, certo? Então o GRUPO TREND tem todo o direito de se orgulhar de seu rico portfólio, que integra as principais referências do trade hoteleiro e compartilha com a holding o empenho e o comprometimento em fazer das suas vendas um sucesso só, agente. Dá só uma espiadinha nessa seleção feita pela **Segue Viagem**, com opções de hotéis que estão em alta no momento.

BOOSTING SALES

Who is always by our side offering excellent products and services and presenting the best market conditions, intensified by promotions and unbeatable rates: we use to say that this is a partner, right? Then GRUPO TREND has all reasons to be proud of its rich portfolio, which is part of the main benchmarks for the hospitality trade and shares with the holding company the effort and commitment to make you achieve successful sales, travel agent. Have a look at these options selected by Segue Viagem, with hotels that are a current sensation.

MALAI MANSO RESORT: FÉRIAS, NATUREZA E DIVERSÃO ALL INCLUSIVE



Diante de uma gama gigantesca de conveniências e atividades ecoturísticas, a única preocupação dos hóspedes que escolhem o Malai Manso Resort late Convention & Spa como destino para as férias de verão é esta: o que fazer primeiro. Localizado às margens do Lago do Manso, no coração da Chapada dos Guimarães, no Mato Grosso, suas opções de lazer agradam famílias inteiras.

Além de uma área de mais de 3 mil m² só de piscinas, outros programas bem disputados no resort ficam por conta das quadras poliesportivas, fitness center, campo de futebol, trilhas e/ou caminhadas à beira do lago, esportes náuticos e shows temáticos. No que- sito aventura, as apostas são a tirolesa, arvo-

rismo com seis níveis de dificuldade, arco e flecha e um paredão de escalada – todos esses com a supervisão de monitores.

Operando no diferenciado sistema “all nature inclusive”, no Malai Manso os visitantes têm à disposição seis refeições por dia, bebidas alcoólicas e não alcoólicas e um contato extremamente próximo com a exuberante natureza local, que cerca todo o empreendimento. São 353 acomodações, divididas entre suítes (Superior, Família e Super Luxo), bangalôs e casas boutique, em cujo interior o viajante tem acesso a ar-condicionado, amenidades L’Occitane e TV a cabo, por exemplo. Dependendo da categoria, as unidades têm minicozinha e varanda com churrasqueira e hidromassagem.

MALAI MANSO RESORT: VACATION, NATURE AND ALL INCLUSIVE FUN

With a huge range of conveniences and ecotourism activities, the only concern of guests who choose Malai Manso Resort late Convention & Spa as a destination for summer vacation is this: what to do first. Located on the banks of Manso Lake, in the heart of Chapada dos Guimarães, Mato Grosso, its leisure options are able to please the whole family.

In addition to an area with more than 3,000 m² of swimming pools, other must sought-after places and activities are multipurpose courts, fitness center, soccer field, trails and/or lakeside walks, water sports and themed shows. When it comes to adventure, the hotel provides zip line, tree climbing with six difficulty levels, bow and arrow and a climbing wall – all of them supervised by monitors.

Operating in a special “all-inclusive nature system”, at Malai Manso visitors have six meals a day, alcoholic and non-alcoholic drinks and an extremely close contact with the exuberant local nature that surrounds the complex.

There are 353 accommodations, divided into suites (Superior, Family and Super Luxury), bungalows and boutique houses, in which travelers can have access to air conditioner, L’Occitane amenities and cable TV, for example. Depending on the category, the units have mini-kitchen and balcony with grill and hydromassage tub.

ATLANTICA HOTELS: UMA GIGANTE POR NATUREZA



ACIMA, PARTE DA FACHADA E DA ÁREA DE LAZER DO CLARION GOIÂNIA ÓRION. AO LADO, EXEMPLOS DAS INSTALAÇÕES DO RADISSON BLU E DOUBLETREE BY HILTON, RESPECTIVAMENTE

ABOVE, PART OF THE FACADE AND LEISURE AREA OF CLARION GOIÂNIA ÓRION. NEXT, EXAMPLES OF FACILITIES AT RADISSON BLU AND DOUBLETREE BY HILTON, RESPECTIVELY

ATLANTICA HOTELS: A GIANT BY NATURE

Bringing a symbol of greatness in its name, Atlantica Hotels is one of the highlights of TREND's portfolio and has attracted more and more visibility in the trade, welcoming its guests to nothing more, nothing less than 60 Brazilian cities. Present in the market for over 20 years, it includes in its umbrella 130 hotels in the country, totalizing an impressive number of 22,000 apartments.

Benchmark for helpfulness, comfort and excellent services – and also providing upscale facilities in each one of the units –, the company offers its visitors irrefutable benefits, such as wi-fi and breakfast buffet already included in the fee.

In addition to counting on two own brands (Go Inn and eSuites) and managing the brand Four Points by Sheraton, pertaining to Starwood Hotels & Resorts – with which the hotel chain keeps a strategic partnership, it should be highlighted –, two other different advantages are the signature by Atlantica Hotels for independent hotels and the creation of exclusive alliances with big names in the hotel segment.

Synonymous with good deals, among the partners of Atlantica Hotels we have: Choice Hotels, proprietor of the brands Sleep Inn, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality and Clarion; Radisson Hotel Group, including Radisson BLU, Radisson RED, Radisson and Park Inn by Radisson; and Hilton, owner of brands such as Hilton Garden Inn and DoubleTree by Hilton.

Moreover, in 2018 the chain entered into an agreement with Vert Hotels, adding to its portfolio other great brands, such as Ramada, Ramada Hotel & Suites, Ramada Encore, Ramada Plaza and Days Inn.

What is the result? Currently, Atlantica is the greatest private capital multi-brand hotel manager in Latin America, and also it is ranked among the 100 largest in the world.



Trazendo um símbolo de grandiosidade estampado já em seu nome, a Atlantica Hotels é um dos destaques do portfólio TREND e tem ganhado cada vez mais visibilidade no trade, dando a boas-vindas a hóspedes em nada mais, nada menos que 60 cidades brasileiras. Presente no mercado há mais de 20 anos, abriga sob seu guarda-chuva 130 hotéis no país, somando impressionantes 22 mil apartamentos.

Referência em prestatividade, conforto e serviços de excelência – e, de quebra, oferecendo instalações de alto padrão em cada uma de suas unidades –, a empresa ainda presenteia os visitantes com benefícios irrecusáveis, tais quais wi-fi e buffet de café da manhã já incluso no valor da diária.

Além de contar com duas marcas próprias (Go Inn e eSuites) e gerenciar a marca Four Points by Sheraton, pertencente à Starwood Hotels & Resorts – com a qual a rede mantém parceria estratégica, vale dizer –, outros dois diferenciais são

a disponibilização da assinatura by Atlantica Hotels para hotéis independentes e a realização de alianças exclusivas com grandes nomes do segmento hoteleiro.

Sinônimos de bons negócios, entre os parceiros da Atlantica Hotels estão, por exemplo: a Choice Hotels, detentora das bandeiras Sleep Inn, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality e Clarion; o Radisson Hotel Group, dos empreendimentos Radisson BLU, Radisson RED, Radisson e Park Inn by Radisson; e Hilton, dona de marcas como Hilton Garden Inn e DoubleTree by Hilton.

Fora isso, em 2018 a rede celebrou um acordo com a Vert Hotéis, adicionando ao seu portfólio outras bandeiras de peso, como Ramada, Ramada Hotel & Suítes, Ramada Encore, Ramada Plaza e Days Inn. O resultado? Hoje, a Atlantica é a maior administradora hoteleira multimarcas de capital privado da América Latina, posicionando-se também entre as 100 maiores do mundo.

HOTEL MASTER GRAMADO, SOB MEDIDA PARA QUALQUER OCASIÃO



A CONVIDATIVA PISCINA COM BORDA INFINITA DO HOTEL MASTER GRAMADO. ABAIXO, ESPAÇO MASTER KIDS E EXEMPLO DAS ACOMODAÇÕES

THE INVITING INFINITY EDGE SWIMMING POOL OF MASTER GRAMADO HOTEL. BELOW, MASTER KIDS AREA AND EXAMPLE OF ACCOMMODATIONS

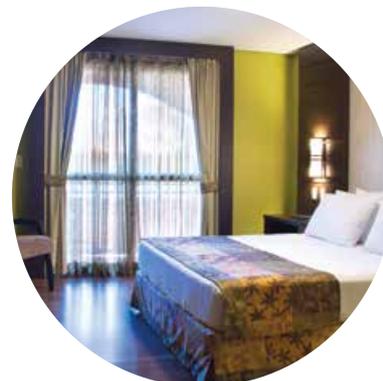
MASTER GRAMADO HOTEL, PERFECT FOR EVERY EVENT

On vacation, to recharge the batteries, enjoy the honeymoon, take a trip with the family or participate in any business event, the perfect experience for those travelers who visit Gaucho Highlands is just one: Master Gramado Hotel. Featuring an enchanting architecture, in addition to its facade other advantageous aspects of the hotel are the perfect combination of strategic location, leisure area, venues for business meetings, a wide range of services and different types of accommodations.

Located near the main tourist attractions of the city, such as Borges de Medeiros Avenue, Rua Coberta (Coberta Street) and Mini Mundo Park, for example, circulating through the region is easy, either on foot or by the bicycles provided by the hotel to visitors.

Continuing with the list of conveniences, the hotel offers free wi-fi, breakfast, bar, restaurant, Convention Center composed of nine venues, Master Kids Area with toys and recreational activities, Baby Pantry with kitchen utensils for the preparation of baby food and an outdoor infinity edge swimming pool with a view to the exuberant nature of Vale do Quilombo (Quilombo Valley).

Time to relax and the way to follow has as destination its comfortable apartments, divided into nine categories – Classic Twin, Superior Twin, Superior Double Bed, Luxury View Double Bed, Special Luxury Two Double Beds, Luxury Family Double Bed + Two Single Beds, Superior Family Double Bed + One Single Bed, Junior Suite and Master Suite –, all of them extremely spacious, functional and equipped with the maximum quality that only the Master hotel chain can provide.



Seja para passar as férias, recarregar as energias, curtir a lua de mel, passear com a família ou participar de algum evento corporativo, a estada dos sonhos para os viajantes que se encontram na Serra Gaúcha é uma só: o Hotel Master Gramado.

Exibindo uma arquitetura apaixonante já do lado de fora, para além de sua fachada os demais atrativos do meio de hospedagem ficam por conta da combinação perfeita entre localização estratégica, infraestrutura de lazer, espaço para eventos de negócios, vasta oferta de serviços e diferentes tipos de acomodações.

Situado bem próximo aos principais pontos turísticos da cidade, como a Avenida Borges de Medeiros, a Rua Coberta e o Mini Mundo, por exemplo, circular pela região é fácil, seja a pé ou utilizando as bicicletas disponibilizadas pelo hotel aos visitantes.

Seguindo na lista de conveniências, o

empreendimento oferece wi-fi grátis, café da manhã, bar, restaurante, Centro de Convenções composto por nove ambientes, Espaço Master Kids repleto de brinquedos e atividades recreativas, Copa Baby com utensílios domésticos para a preparação de papinhas e mamadeiras e uma piscina externa com borda infinita e vista para a exuberante natureza do Vale do Quilombo.

Já na hora do descanso, o caminho a percorrer tem como destino os confortáveis apartamentos, divididos em nove categorias – Classic Twin, Superior Twin, Superior Cama Casal, Luxo Vista Cama Casal, Luxo Especial Duas Camas Casal, Luxo Família Cama Casal + Duas Camas Solteiro, Superior Família Cama Casal + Uma Cama Solteiro, Suíte Junior e Suíte Master –, todas extremamente amplas, funcionais e equipadas com a qualidade máxima que somente a rede Master é capaz de proporcionar.

CAMPO BAHIA HOTEL VILLAS SPA: LUXO E BEM-ESTAR À BEIRA-MAR



Abraçado pela natureza, é tendo o Oceano Atlântico de um lado e a Mata Atlântica de outro que os hóspedes do Campo Bahia Hotel Villas Spa são recepcionados no vilarejo baiano de Santo André, em Santa Cruz Cabralia. E se a vizinhança – que conta ainda com a presença do Rio João de Tiba – por si só já impressiona, basta conferir as instalações internas do local para se render de corpo e alma aos seus encantos. Endereço para a concentração da seleção de futebol da Alemanha durante a Copa do Mundo FIFA de 2014, quem se hospeda por ali sempre sai ganhando.

Dona de uma infraestrutura show de bola, suas acomodações primam pelo conforto e pela privacidade, adicionando um toque de sofisticação. Divididas em 13 Villas (distribuídas nas categorias Ocara, Maloca e Taba), todas as suítes dispõem de wi-fi gratuito, ar-condicionado, TV de tela plana,

amenidades L'Occitane, sala de estar com geladeira, telefone, decoração exclusiva e enxoval da marca Trussardi.

Além disso, este meio de hospedagem, membro da Small Luxury Hotels of the World (SLH) e da Brazilian Luxury Travel Association (BLTA), também apresenta unidades com diferenciais incomparáveis, como chuveiro ao ar livre e uma apaixonante vista para o mar.

Abrigando uma coleção de obras de arte contemporâneas, assinadas por artistas nacionais e internacionais, é tendo bom gosto como palavra de ordem que o empreendimento se supera e oferece aquele quê a mais à estada. Isso porque sua estrutura inclui: o Restaurante Caju, Champions Bar, Beach Lounge, Kids Club, Spa L'Occitane, espaço para prática de yoga e meditação, serviço de praia, sauna, academia, área para eventos e, é claro, a hospitalidade cheia do axé e da energia revigorante que só a Bahia tem.

INSTALAÇÕES QUE INSPIRAM DIVERSÃO E RELAXAMENTO: ASSIM É O CAMPO BAHIA HOTEL VILLAS SPA

FACILITIES THAT INSPIRE FUN AND RELAXATION: THIS IS CAMPO BAHIA HOTEL VILLAS SPA

CAMPO BAHIA HOTEL VILLAS SPA: LUXURY AND WELLNESS NEAR THE SEA

Surrounded by nature, it is having the Atlantic Ocean on the one side and the Atlantic Forest on the other one that guests who stay at Campo Bahia Hotel Villas Spa are welcome at the Bahian village of Santo André, in Santa Cruz Cabralia. And if the neighborhood – which also counts on the presence of João de Tiba River – already impresses by itself, just check out the facilities to be even more enchanted. Having hosted the German soccer team during the 2014 FIFA World Cup, people who choose this hotel enjoy many advantages.

Owner of an excellent infrastructure, its accommodations are comfortable and private, with a touch of sophistication. Divided into 13 Villas (classified into Ocara, Maloca and Taba categories), all suites provide free wi-fi, air conditioner, flat-screen TV, L'Occitane amenities, living room with refrigerator, telephone, exclusive decoration and Trussardi bed set.

In addition, this hotel, a member of Small Luxury Hotels of the World (SLH) and Brazilian Luxury Travel Association (BLTA), also presents special units, with open-air shower and a lovely sea view. Including a collection of contemporary works of art, signed by Brazilian and international artists, it is having good taste as a motto that the hotel exceeds every expectation and offers that special experience during the stay. This is because the structure comprehends: the Caju Restaurant, Champions Bar, Beach Lounge, Kids Club, Spa L'Occitane, areas for yoga and meditation practices, beach service, sauna, gym, venues for events and, of course, the hospitality plenty of "axé" and invigorating energy that only Bahia has.

BEST WESTERN: PARA CURTIR A ESTADA DOS SONHOS NA CALIFÓRNIA

CONFIRA CINCO MEIOS DE HOSPEDAGEM DA REDE QUE SÃO ATRAÇÕES À PARTE DURANTE UMA ROAD TRIP PELA PACIFIC COAST HIGHWAY

FOTOS: ARQUIVO BEST WESTERN



PARTE DA ESTRUTURA DO BEST WESTERN PLUS ENCINA INN & SUITES, EM SANTA BARBARA
PART OF THE BEST WESTERN PLUS ENCINA INN & SUITES' STRUCTURE, IN SANTA BARBARA

Imagine desbravar a costa californiana em uma viagem sobre rodas, prestigiando um festival de paisagens protagonizadas por praias, montanhas, árvores, rochedos e outros tantos cenários dignos de cinema. Pois acredite: isso não só é possível como também é uma pequena amostra dos encantos encontrados pela Pacific Coast Highway, a rodovia da Costa do Pacífico que reserva grandes descobertas e muita hospitalidade no decorrer de seus mais de 900 km de extensão.

Tendo como ponto de partida a cidade de San Francisco e, na linha de chegada, a praiana San Diego, ao longo desse trajeto despontam alguns importantes clássicos turísticos: o refúgio litorâneo de Morro Bay, onde fica o famoso pico vulcânico de Morro Rock; os atrativos naturais e históricos de Santa Barbara; a badalação que toma conta do Pier de Santa Monica; e todo o charme e agito da inconfundível Los Angeles, uma americana que dispensa grandes apresentações.

CINCO VEZES MAIS CONFORTO

E os destaques da região não param por aí, não! Isso porque a Best Western Hotels & Resorts, uma das mais tradicionais redes

BEST WESTERN: ENJOYING THE STAY OF DREAMS IN CALIFORNIA

CHECK OUT FIVE ACCOMMODATIONS OF THE CHAIN THAT ARE ATTRACTIONS DURING A ROAD TRIP THROUGHOUT THE PACIFIC COAST HIGHWAY

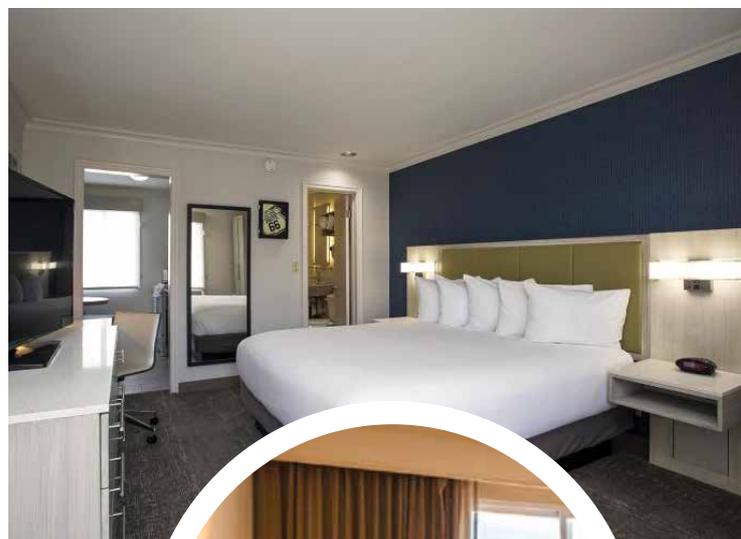
Imagine crossing the California coast in a trip on wheels, admiring a festival of landscapes with beaches, mountains, trees, cliffs, and so many other cinematographic sceneries. Believe it: this is not only possible but it's also a small sample of the enchantments found throughout the Pacific Coast Highway, which offers great discoveries and much hospitality in its more than 900 km of extension.

Having as starting point San Francisco city and as finish line the beaches of San Diego, some important classic tourist attractions are found along this way: the beach refuge of Morro Bay, where the famous volcanic peak of Morro Rock is located; the natural and historic attractions of Santa Barbara; the vibrancy that takes Santa Monica Pier; and the amazing charm and fun of Los Angeles, an American city that needs no introduction.

FIVE TIMES MORE COMFORT

And we have more highlights in the region! That's because Best Western Hotels & Resorts, one of the world's most traditional hotel chains, has five hotels spread all over the Pacific Coast Highway that redefine the concept of lodging and add extra comfort to the trip.

Having about 4,500 hotels available in its portfolio, the chain is expert at offering conveniences, such as free wifi, care in every detail and breakfast, for example.



ACIMA, ÁREA DE LAZER DO BEST WESTERN PLUS SUNSET PLAZA HOTEL, EM LOS ANGELES. AO LADO, ACOMODAÇÕES DO SURESTAY HOTEL BY BEST WESTERN SANTA MONICA E DO SAN MARCOS INN, RESPECTIVAMENTE

ABOVE, LEISURE AREA OF BEST WESTERN PLUS SUNSET PLAZA HOTEL, IN LOS ANGELES. NEXT, ACCOMMODATIONS OF SURESTAY HOTEL BY BEST WESTERN SANTA MONICA AND SAN MARCOS INN, RESPECTIVELY

hoteleiras do mundo, distribuiu cinco empreendimentos pela Pacific Coast Highway que ressignificam o conceito de hospedagem e acrescentam doses extras de conforto à viagem.

Totalizando algo em torno de 4,5 mil hotéis em seu portfólio, a rede é craque em oferecer comodidades, tais quais wi-fi gratuito, capricho em cada detalhe e café da manhã disponível, por exemplo.

POR DENTRO DOS HOTÉIS

Vamos começar por San Francisco? A emblemática cidade é sede do Best Western Plus Grosvenor Airport Hotel, a menos de dez minutos de carro do aeroporto internacional do destino e ostentando uma infraestrutura que atende com qualidade viajantes corporativos e a lazer. Praticidade e requinte imperam no interior dos quartos, que colocam ao alcance do hóspede máquina de café, enxoval de cama e banho diferenciado e comodidades como ferro e tábua de passar roupa.

A alguns quilômetros dali, outra excelente pedida é o Best Western San Marcos Inn, em Morro Bay, que não deixa nada a desejar para os apaixonados por instalações modernas e aconchegantes. Bônus: a vista exuberante para o oceano que alguns apartamentos oferecem e a elegância dos ambientes.

Seguindo rumo ao sul, chegamos a Santa Barbara, cidadezinha costeira que

é perita em mesclar riquezas naturais e culturais e abriga mais uma jóia: o Best Western Plus Encina Inn & Suites. O hotel é dono de uma arquitetura extremamente graciosa, a qual exibe um estilo todo único à casa de campo, principalmente em virtude da natureza ao redor. Convidativas, as acomodações fornecem roupão, colchões "pillow top", de excelência comprovada, aparelhos de DVD e outras exclusividades.

Já em Santa Monica o símbolo local de bom gosto atende pelo nome de SureStay Hotel by Best Western Santa Monica, lugar com espaço de sobra para uma série de conveniências, entre as quais merecem destaque: pátio com churrasqueira, área para piquenique e quatro estações de carregamento de carros elétricos, todas gratuitas aos hóspedes. Incluindo unidades adaptadas para pessoas com deficiência, o empreendimento cria uma atmosfera de bem-estar e tranquilidade.

Para fechar o roteiro com chave de ouro, nosso último check-in pela costa californiana é no Best Western Plus Sunset Plaza Hotel, no coração de Los Angeles, que carrega consigo a marca registrada da Best Western Hotels & Resorts: padrão elevado, amenidades sofisticadas – como canais de TV premium, cofre, jacuzzi, micro-ondas e máquinas de café e chá – e charme a perder de vista.

GET TO KNOW THE HOTELS

Let's start with San Francisco? The emblematic city is the address of the Best Western Plus Grosvenor Airport Hotel, less than a ten-minute drive away from the international airport and which presents an infrastructure that perfectly lodges business and leisure travelers. Practicality and refinement are present inside the rooms and they offer guests a coffee maker, special bed linen, towels and amenities such as an iron and ironing board. A few miles away, another excellent choice is the Best Western San Marcos Inn, in Morro Bay, which leaves nothing to be desired for fans of modern and cozy facilities. Bonus: the exuberant view to the ocean that some apartments provide and the elegance of each environment.

Going south, we come to Santa Barbara, a coastal city that masters the art of mixing natural and cultural riches and includes another treasure: the Best Western Plus Encina Inn & Suites. The hotel is owner of a lovely architecture, which shows a unique country style, mainly because of the surrounding nature. Its cozy accommodations provide bathrobe, excellent pillow-top mattress, DVD system and other exclusivities.

In Santa Monica, the local symbol of sophistication is called SureStay Hotel by Best Western Santa Monica, a place with so much space for a variety of conveniences, among which: area for barbecue and picnic and four electric car charging stations, all of them are free to guests. With units adapted for people with disabilities, the hotel creates an atmosphere of relaxation and tranquility. To top it off, our last check-in along the California coast is at the Best Western Plus Sunset Plaza Hotel, in the heart of Los Angeles, and which carries the trademark of Best Western Hotels & Resorts: high standard, sophisticated amenities – such as premium TV channels, safe, Jacuzzi, microwave and coffee and tea makers – and much charm.

▶ PARCEIRO DE VIAGEM

TRAVEL PARTNER



DE CARONA COM BUDA – O JAPÃO DE CABO A CABO

Autor: WILL FERGUSON
Editora: COMPANHIA DAS LETRAS
SINOPSE: Como o próprio nome já indica, a estrela desta obra é a Terra do Sol Nascente, com suas riquezas naturais e culturais. Transcorrido durante a primavera japonesa, o enredo se desenvolve quando o autor decide cruzar o país do sul ao norte, de carona, para acompanhar as tradicionais celebrações em comemoração ao florescer das cerejeiras, espetáculo da natureza tido como símbolo nacional. Com uma linguagem ácida e bem-humorada, além de boas risadas a leitura garante uma série de aprendizados e curiosidades acerca da cultura oriental e das belas paisagens típicas do outro lado do mundo.

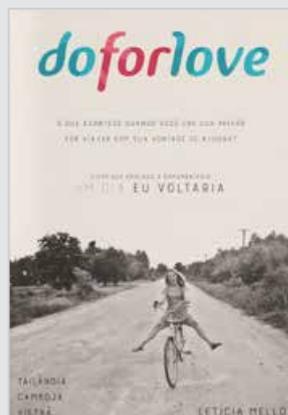
HITCHING RIDES WITH BUDDHA – A JOURNEY ACROSS JAPAN
Autor: WILL FERGUSON
Publisher: COMPANHIA DAS LETRAS
SYNOPSIS: As its own title already tells us, the main character of the narrative is the land of the Rising Sun and its natural and cultural beauties. Occurring during the Japanese spring, the story is developed when the author decides to cross the country from south to north, hitching rides, to follow the traditional celebrations of the blooming season of cherry trees, a spectacle of nature considered a national symbol. With a goodhumored language, in addition to having good laughs this reading guarantees a series of learnings and curiosities about the Asian culture and the beautiful traditional landscapes of the other side of the world.



DESTEMIDA

Autora: JESSICA WATSON
Editora: BELAS LETRAS
SINOPSE: Uma australiana que, aos 16 anos, alcançou um feito inédito para a sua idade: dar a volta ao mundo sozinha e de barco. Essa é a história vivida por Jessica Watson e retratada no livro "Destemida", um diário de bordo da vida real marcado por coragem, superação e grandes conquistas. Somando 210 dias no mar em um trajeto sem paradas, a mais jovem velejadora a realizar tal façanha compartilha os desafios enfrentados no decorrer dessa jornada memorável, conduzindo os leitores para dentro da trama por meio de textos e fotos capazes de fazer o coração bater em ritmo acelerado em diversos momentos.

TRUE SPIRIT
Autora: JESSICA WATSON
Publisher: BELAS LETRAS
SYNOPSIS: A 16-year-old Australian girl who reached an unprecedented milestone for her age: to sail alone around the world. This is the story of Jessica Watson told in the book "True Spirit", a real-life journal plenty of courage, overcoming and great achievements. Spending 210 days at sea on a non-stop route, the youngest sailor to accomplish this task shares the challenges she faced during this memorable journey, taking the readers to the plot through texts and photos that can make the heart beat faster many times.



DO FOR LOVE

Autora: LETICIA MELLO
Editora: PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE
SINOPSE: Motivada pelo desejo de mudança, Leticia Mello embarca em uma aventura transformadora pela Ásia com um único propósito: fazer a diferença na vida de outras pessoas. Atuando como professora de inglês voluntária em troca de comida e moradia, ao longo dessa caminhada a autora percorre a Tailândia, o Camboja e o Vietnã e acumula experiências inspiradoras, compiladas no relato autobiográfico "Do For Love", uma narrativa emocionante sobre viagens, novas culturas e variadas formas de amor. Ponto de partida para o documentário "Um dia eu voltaria", a obra não está disponível em livrarias mas pode ser adquirida pelo site <https://www.doforloveproject.com/>.

DO FOR LOVE
Autora: LETICIA MELLO
Publisher: PUBLICAÇÃO INDEPENDENTE
SYNOPSIS: Motivated by the willing for changes, Leticia Mello goes on a transforming adventure across Asia with a single purpose: making the difference in other people's lives. Working as a volunteer English teacher for food and housing, throughout this journey the author visits Thailand, Cambodia and Vietnam and collects inspiring experiences gathered in the autobiographical book "Do for Love", an exciting narrative about travel, new cultures and different ways of love. Starting point for the documentary "Um dia eu voltaria" (I'll be back someday, loosely translated), this work is not available in bookstores, however it can be purchased by the website <https://www.doforloveproject.com/>.



OUSE: FAZER O BEM – SE DIVERTIR – GANHAR DINHEIRO

Autor: RICHARD BRANSON
Editora: SARAIVA
SINOPSE: Escrito pelo famoso empresário britânico Richard Branson, o livro é um clássico destinado a quem busca uma carreira promissora, pautada no equilíbrio entre o sucesso financeiro, social e sustentável. Recheada de exemplos práticos e insights, que visam estimular a transformação das empresas e o respeito às pessoas, a publicação dialoga com todas as áreas e níveis hierárquicos, apresentando-se como um guia de cabeceira do profissional moderno e interessado em revolucionar a maneira de fazer negócio.

SCREW BUSINESS AS USUAL: HOW TO HAVE FUN – DO GOOD – AND MAKE MONEY
Autor: RICHARD BRANSON
Publisher: SARAIVA
SYNOPSIS: Written by the famous British businessman Richard Branson, this book is a classic work intended to those who are looking for a promising career, based on the balance between financial, social and sustainable success. Plenty of practical examples and insights, aiming at boosting the transformation of companies and the respect for people, this work reaches every area and hierarchical levels, presenting itself as a guide of the modern professional and who are interested in revolutionizing the way of doing business.



facebook.com

/TrendViagens
/ShopHotel



AMA VIAJAR? É APAIXONADO POR TURISMO? ESTÁ PROCURANDO OS MELHORES HOTÉIS?

ENTÃO VOCÊ NÃO PODE DEIXAR DE ACOMPANHAR A
TREND VIAGENS E A SHOP HOTEL NAS REDES SOCIAIS.



twitter.com

@TrendViagens



instagram.com

@trendviagens
@shop_hotel



youtube.com

www.youtube.com/tvsegueviagem



Viagem é com agente



SHOP HOTEL

Você escolhe agente.
Seu cliente escolhe você

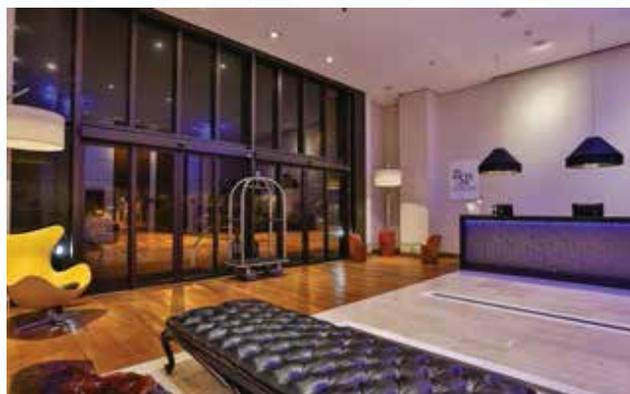
EMPRESAS DO:



linkedin.com

/company/trend-viagens
/company/shop-hotel

DA VIAGEM DE NEGÓCIOS AOS MOMENTOS DE LAZER: TEMOS O HOTEL CERTO PARA VOCÊ



**SÃO MAIS
DE 130 HOTÉIS
EM MAIS DE
70 CIDADES E
MAIS DE 20 MIL
QUARTOS**



 **eSUITES** **GO INN**
WALANTICA HOTELS



















Atlantica
Hotels



vert hotéis



**A MAIOR
OPERADORA
HOTELEIRA
MULTIMARCAS
DA AMÉRICA
DO SUL**



www.trendviagens.com.br



UM ENCONTRO COM O JAPÃO NO MEIO DO JANTAR

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



O Japão sempre foi um cenário enigmático e vívido ao mesmo tempo. Capaz de transformar roteiros e tornar-se uma personagem, como em “Encontros e Desencontros” (“Lost in Translation”), de Sofia Coppola. Mas e quando o tema é gastronomia, será que o background ainda teria o mesmo efeito? Sem dúvidas. No documentário “Jiro Dreams of Sushi”, dirigido por David Gelb, a história é a tradição. Não só de Jiro Ono e seu restaurante, mas também de uma cultura.

Com cenas que atingem perfeitamente o objetivo – abrir o apetite do espectador –, o documentário acompanha a rotina de Jiro e seu filho Yoshikazu. O que motivou a produção foi o fato de o restaurante ter três estrelas no concorrido Guia Michelin, mesmo estabelecimento em que Bradley Cooper interpreta o chef Adam Jones e luta tanto para conquistar em “Pegando Fogo” (Burnt), de 2015 e do diretor John Wells. Jiro Dreams não tem aquele ar frenético de alguns programas que retratam o cotidiano de chefs de cozinha; pelo contrário. David Gelb foi tão particular e talentoso em sua produção que o resultado lhe rendeu um convite da Netflix para dirigir “Chef’s Table”, série indicada ao Emmy em que grandes nomes da culinária do mundo inteiro redescobrem a gastronomia com inovadores pratos e sobremesas. Vale cada episódio!

Voltando ao Japão, o documentário se torna culturalmente importante por conta das singularidades até um pouco típicas dos japoneses. Jiro, na época das gravações, tinha 85 anos e dizia ainda aprimorar a técnica para preparar o melhor sushi do mundo. Para se tornar um aluno reconhecido por ele é necessário se dedicar diariamente, por 10 anos.

Muitos aprendizes desistem, não conseguem acompanhar o ritmo e as duras lições do famoso cozinheiro, e este filme retrata bem a hierarquia japonesa. Jiro não é só sobre culinária e a história de sucesso de um homem, mas também um convite à reflexão de relacionamentos familiares e à arte da perfeição, tradição e cultura de um país difícil de passar despercebido para qualquer pessoa que sonha com destinos inesquecíveis. 🍣

A MEETING WITH JAPAN IN THE MIDDLE OF DINNER

Japan has always been an enigmatic and vivid scenery at the same time. Able to transform itineraries and become a character, such as Sofia Coppola’s “Lost in Translation”. But when it comes to gastronomy, would the background have the same effect?

Definitely. In the documentary film “Jiro Dreams of Sushi”, directed by David Gelb, the focus is on tradition. Not only on Jiro Ono and his restaurant, but also on a culture.

With shots that perfectly accomplish the goal – to stimulate the audience’s appetite –, this documentary shows the routine of Jiro and his son Yoshikazu. What motivated the production was the fact that the restaurant has three stars granted by the concurred Michelin Guide, exactly the same establishment in which Bradley Cooper plays Chef Adam Jones who makes every effort to achieve them in “Burnt”, filmed in 2015 and directed by John Wells.

Jiro Dreams doesn’t have that frenetic vibe of shows that exhibit some chefs’ routine; on the contrary. David Gelb was so particular and talented at his production that Netflix invited him to direct “Chef’s Table”, an Emmy-nominated series in which famous names of the culinary universe rediscover gastronomy with innovative dishes and desserts. It’s worth watching every episode. Back to Japan, the documentary became culturally important because of its singularities that are a little bit typical of the Japanese. Jiro, at the time of the shooting, was 85 years old and said he was still improving the technique to prepare the best sushi in the world. To become a student recognized by him, it’s required to work hard daily, for 10 years.

Many trainees give up, they can’t keep up with the rhythm and the hard lessons of this famous cook, and this movie shows the Japanese hierarchy very well. Jiro is not only about culinary and the successful trajectory of a man, but it is also an invitation to the reflection on family relationships and the art of perfection, tradition and culture of a country that is difficult to be out of the itinerary of every person who dreams of unforgettable destinations.



DANIEL BYDLOWSKI é cineasta brasileiro e artista de realidade virtual, com Masters of Fine Arts pela University of Southern California e doutorando na University of California. Membro do Directors Guild of America, seu filme “Bullies” foi premiado recentemente em New Port Beach como melhor curta infantil.

DANIEL BYDLOWSKI is a Brazilian filmmaker and a virtual realist artist, with Masters of Fine Arts, granted by the University of Southern California, and a doctoral student at the University of California. A member of the Directors Guild of America, his film “Bullies” was recently awarded in New Port Beach as best children’s short film.

TURISMO E EVENTOS: INDISSOLÚVEIS

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



O Brasil é um país com grande potencial turístico. De norte a sul, belezas naturais ou criadas pelo homem atraem milhões de visitantes por ano para os mais variados destinos.

Agentes de viagens do mundo inteiro reconhecem a importância do cenário brasileiro entre as opções de destino oferecidas aos turistas, seja os que vêm a negócios ou de férias. E, sem sombra de dúvida, os agentes são parte da força incomparável com a qual devemos continuar trabalhando para que o Brasil conquiste o lugar que merece no mercado de turismo internacional. Eles são os motores na divulgação e a força primordial do crescimento deste setor. É com muita satisfação que contamos com eles em todo o aparato que disponibilizamos junto ao mercado de eventos.

O calendário de 2019 prevê a realização de ao menos 2.400 eventos em território nacional, muitos organizados em cidades que são cartões-postais do país. Congressos, feiras, simpósios, seminários que, por dois, três dias, fazem crescer a movimentação turística e a ocupação de hotéis e afins. A decisão deste público de estender ou não a estada muito tem a ver com o papel dos agentes, responsáveis por atender às necessidades dos visitantes.

Cada vez mais turismo e eventos se tornam indispensáveis um ao outro, indissolúveis mesmo. Por isso, é fundamental que trabalhemos em um alinhamento, um refino na atuação de ambos os segmentos, que se retroalimentam e fortalecem. Este relacionamento vem se estreitando à medida que os governos, em todas as suas esferas, vêm traçando estratégias e promovendo programas que incentivam a criação de um Mapa do Turismo Inteligente, estendendo essa atenção também ao trade de eventos.

Estamos focados em apresentar um trabalho integrado em prol do desenvolvimento do país. Parcerias devem ser pautadas para que o crescimento atinja amplamente todos os players.

O turismo de eventos, tanto quanto o de entretenimento, é forte provedor de divisas para a economia nacional.

O mercado brasileiro de eventos, por meio da ABEOC e de todas as suas equipes, deseja abraçar esta causa e se mostrar totalmente disponível para desenvolver esta parceria, certo de que este patamar será alcançado e superado, cada vez mais forte e pleno de sucesso. 

TOURISM AND EVENTS: INDISSOLUBLE

Brazil is a country with great tourism potential. From north to south, natural beauties or created by humans attract millions of visitors every year to many destinations.

Travel agents from all over the world recognize the importance of the Brazilian scenery among the options of destinations offered to both business and leisure travelers. Definitely, travel agents are part of the incomparable strength with which we must keep working to make Brazil achieve the place that deserves in the international tourism market. They are an important engine behind the disclosure and the primary force behind the growth of this industry. It is with so much proud that we count on them regarding every product that we make available in the event market.

The 2019 calendar expects at least 2,400 events to be held on national territory, many of them in cities that are postcards of the country. Congresses, trade fairs and symposiums that, in two, three days, increase the tourist movement and the occupation of hotels and similar establishments. The decision of these customers to extend or not their stay has many things to do with the role of the agents, responsible for meeting the visitors' needs.

More and more, tourism and events industries have become essential to each other, really indissoluble. Therefore, it's crucial that we keep working aligned, performing precisely in both segments, which maintain and strengthen each other. This relationship has been narrowing while governments, in all their levels, have been developing strategies and promoting programs that encourage the creation of an Intelligent Tourism Map, extending this attention also to the trade of events.

We are focused on presenting an integrated work in favor of the country's development. Partnerships must be created so that the growth will widely reach every player. Event tourism, as much as entertainment, is a strong provider for the national economy.

Brazilian event market, through ABEOC and all its teams, wishes to embrace this cause and to be totally available to develop this partnership, sure that this level will be reached and exceeded, becoming stronger and successful.



FÁTIMA FACURI é diretora da Open Brasil Promoção e Eventos, companhia com mais de 20 anos de experiência no segmento, e presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC).

FÁTIMA FACURI is director of Open Brasil Promoção e Eventos, a company with more than 20 years of experience in this segment, and president of the Brazilian Association of Event Organizers (ABEOC).

VIAGENS CORPORATIVAS CRIAM OPORTUNIDADES PARA TODO O SETOR

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



Em 2018, o mercado de viagens e turismo foi responsável por mais de 8% da economia do país e gerou mais de 7 milhões de empregos. No mundo, o setor também apresenta números grandiosos, com participação de US\$ 8,8 trilhões no PIB global e 319 milhões postos de trabalho. A cadeia complexa que envolve o turismo se beneficia também de um segmento ainda mais específico: o de viagens corporativas, com impactos nos setores aéreo, gastronômico, hoteleiro e de entretenimento.

Segundo dados levantados em estudos da ALAGEV (Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas), entre 60% e 70% das viagens domésticas são realizadas a trabalho; o restante tem a finalidade de lazer.

Os resultados da 2ª Pesquisa Conjuntural de Viagens Corporativas (PCVC), realizada pela ALAGEV em parceria com Mariana Aldrigui, presidente do Conselho de Turismo da FECOMERCIO-SP, apontaram que o primeiro trimestre de 2019 teve crescimento de 3,7% e faturamento de R\$ 16,5 bilhões. Embora o resultado apresente uma curva descendente se comparado aos dois primeiros meses do ano, em um cenário mais amplo o resultado acumulado até o fim de 2019 deve ser positivo.

Neste contexto, o agente de viagens assume o papel de consultor. Com as novas tecnologias, intermediários de conteúdo, inteligência artificial, ferramentas on-line e tantas outras opções, a função deste profissional mudou muito no suporte às viagens corporativas, e é imprescindível que ele entenda esse novo mindset.

Hoje, quando um viajante corporativo aciona a agência é porque há uma necessidade especial. Atuar com uma atitude proativa, se colocar no lugar do passageiro e construir relacionamento com fornecedores adicionam valor e reconhecimento a esta parceria. Apenas o resultado do sistema GDS não é suficiente. Muitas vezes é preciso ter uma postura de ir além, resolver a questão da forma mais rápida e prática possível.

Por isso, agregar inteligência à gestão das corporações é fundamental para que os agentes se mantenham conectados a esses viajantes, de forma que as ferramentas e tecnologias ajam como facilitadoras. Vale a reflexão para olharmos com cuidado as entregas e soluções oferecidas a este cliente, que traz consigo grande potencial. 

BUSINESS TRAVELS CREATE OPPORTUNITIES FOR THE WHOLE TOURISM SECTOR

In 2018, travel and tourism market was the responsible for more than 8% of the country's economy and generated more than 7 million jobs. All over the world, this industry also presents great numbers, with participation of US\$ 8,8 trillion in the global GDP and 319 million jobs. The complex chain that involves tourism also benefits from an even more specific segment: the one of business travels, with impacts in the airline, gastronomic, hotel and entertainment industries.

According to data from ALAGEV surveys (Latin-American Association of Events and Corporate Travel Managers), between 60% and 70% of domestic trips are taken for business purposes; the remaining percentage is related to leisure purposes.

Results of the 2nd Pesquisa Conjuntural de Viagens Corporativas – PCVC (Corporate Travels Situational Survey), carried out by ALAGEV in partnership with Mariana Aldrigui, president of FECOMERCIO-SP Tourism Council, showed that the first quarter of 2019 had growth of 3.7% and revenue of R\$ 16.5 billion. Although the result presents a downward curve compared to the first two months of the year, in a wider scenario the cumulative result until the end of 2019 should be positive.

Considering this, travel agents play the role of a consultant. With new technologies, content intermediates, artificial intelligence, on-line tools and many other options, the task of this professional has changed so much regarding the business travel support, and it's imperative that she or he understands this new mindset.

Today, when a business traveler looks for a travel agency this happens because there's a special request. Acting with a proactive attitude, putting themselves in the passenger's shoes and building relationships with suppliers add value and recognition to this partnership. Only the result provided by the GDS system is not enough. Many times it's necessary to have that attitude of going beyond, solving the problem in the faster and most practical way.

Therefore, including intelligence to the management of corporations is crucial to keep travel agents connected to these travelers, so that the tools and technologies work as facilitators. This reflection is valid in order to look carefully at the results and solutions offered to this client, who brings great potential.



RODRIGO CEZAR é formado em Turismo, Marketing e Gestão de Pessoas, head de Eventos & Viagens na Roche e presidente da ALAGEV (Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas).

RODRIGO CEZAR has a degree in Tourism, Marketing and People Management, head of Events & Travel at Roche and president of ALAGEV (Latin-American Association of Events and Corporate Travel Managers).

A ASCENSÃO DOS DESTINOS ALTERNATIVOS

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



Segundo estudos elaborados pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, na sigla em inglês), o turismo supera a cada ano a expansão da economia global, e a perspectiva é de que o setor cresça entre 3% e 4% em 2019.

Um dos principais fatores que influenciam diretamente esse crescimento é o investimento financeiro público e privado em destinos com bom potencial turístico mas que, até pouco tempo, não tinham suas belezas naturais exploradas.

A maioria das pessoas está mergulhada em uma rotina apressada e sem tempo. Em decorrência disso, muitos roteiros alternativos, compostos por pequenas comunidades e vilarejos, se tornam ainda mais atrativos por levarem os turistas para longe dos grandes centros urbanos.

As novas ofertas de passagens aéreas, com saídas de cidades próximas dos turistas, ajudam a desafogar os grandes aeroportos. O surgimento de redes de hotéis e pousadas aumenta a oferta por leitos nos destinos – e com os mais variados preços. Some a isso nosso cuidado em atender viajantes ecléticos e exigentes, que demandam que o turismo se reinvente dia após dia.

No Brasil e no exterior, cidades e vilarejos buscam oferecer momentos que perpetuem na memória do visitante com lindas paisagens, restaurantes luxuosos e serviços que levam a experiências incríveis. Tais experiências elevam a qualidade das viagens e criam um fator inevitável: o crescimento pela procura de tais roteiros.

Os destinos tradicionais ainda dominam as vendas, mas os roteiros alternativos, até mesmo pelo fato de agregarem conhecimento cultural, vêm ganhando espaço e em poucos anos representarão uma fatia significativa do mercado.

Posso concluir que o grande segredo das vendas no turismo está na atenção que se dá aos pequenos detalhes, aqueles que conduzem a experiências e que, ainda que simples, marcam a memória para sempre. O turismo nunca foi tão antigo e moderno quanto agora, e atentar-se a isso é o nosso trabalho. ☺

THE GROWTH OF THE ALTERNATE DESTINATIONS

According to studies carried out by the World Travel & Tourism Council (WTTC), tourism exceeds every year the expansion of the global economy, and the prospect is that the sector grows between 3% and 4% in 2019.

One of the main factors that directly influences in this growth is the public and private financial investment in destinations with good tourist potential but that, until recently, didn't have their natural beauties explored.

Most people are stuck on a busy routine. Because of this, many alternate itineraries, composed of small communities and villages, are becoming more attractive because they take tourists away from large urban centers. In Brazil and abroad, cities and villages are engaged in offering remarkable moments to fill visitors' memories with beautiful landscapes, luxury restaurants and services that take to incredible experiences. Such experiences increase the quality of travels and create an inevitable factor: the growth of demand for these itineraries.

The new offers of flight tickets, leaving from cities next to tourists, help to manage the volume of travelers in large airports. The appearance of hotel chains and inns increases the offer of accommodations in the destinations – and with the most varied prices. Add to this our care in supporting eclectic and demanding travelers, who require that tourism reinvent itself day after day.

Traditional destinations still dominate sales, but alternate itineraries, even because of the fact that they add cultural knowledge, are gaining ground and, in a few years, they will certainly represent a significant market share.

I can conclude that the greatest secret of sales in tourism is in the attention paid to small details, the ones leading to experiences and that, even simple, last forever. Tourism has never been so old and so modern as now, and paying attention to this is our task.



LUCIA CELESTINO entrou para o turismo em 1996 e, desde então, atua como agente de viagens. É proprietária da Lummatu, agência localizada em Araçatuba (SP).

LUCIA CELESTINO joined the tourism industry in 1996 and since then has been working as a travel agent. She is owner of Lummatu, a travel agency located in Araçatuba (SP).

FOTO: MILTON GALVANI



“Apesar de terem passado por tempos difíceis, os portugueses sempre mantiveram suas características mais reconhecidas: a de um povo autêntico, afável e acolhedor”

BERNARDO CARDOSO é diretor do Turismo de Portugal no Brasil desde 2015 e o atual presidente da Comissão Europeia de Turismo (ETC) em nosso país.

BERNARDO CARDOSO is director of Tourism of Portugal in Brazil since 2015 and the current president of the European Travel Commission (ETC) in Brazil.

A CRIATIVIDADE DE UM POVO QUE SE REINVENTOU E CONQUISTOU O MUNDO

Portugal é um país que soube se reinventar na última década. Após a crise de 2011, os portugueses foram obrigados a unir esforços para superar uma das piores fases da sua história. A União Europeia chegou a dizer que Portugal quebraria e que sua economia jamais iria se recuperar. O orgulho e a capacidade de trabalho de um povo tinham de voltar a surgir!

A criatividade e a perseverança nos levaram a medidas criativas para sair da crise. A visão negativa do destino tornou-se positiva com a mudança em seu cenário econômico, o que acarretou também uma série de melhorias e crescimento em vários setores.

Apesar de terem passado por tempos difíceis, os portugueses sempre mantiveram suas características mais reconhecidas: a de um povo autêntico, afável e acolhedor. É comum os turistas se surpreenderem pela hospitalidade, vinhos, gastronomia e por terras que ainda hoje parecem não ter sido tocadas pelo tempo, preservando sua originalidade. Em um mundo em que se fala de experiências no turismo, o país agregou sua maior riqueza como ferramenta de promoção: seu povo. Esses são os motivos que nos levaram a ganhar destaque no panorama mundial do setor.

Tendo em conta que hoje o mercado de vendas on-line de pacotes está em torno de 20%, é notável a importância dos agentes de viagens no aumento desses números. Trabalhamos nos últimos quatro anos juntamente com o trade. Nosso programa de capacitação passou por 20 estados brasileiros, iniciativa que também reflete a relação que temos com o Brasil: são mais de dez cidades hoje conectadas com Lisboa, com cerca de 95 voos semanais saindo dos maiores aeroportos do país. Neste sentido, a TAP é a principal companhia que opera essas rotas, as quais estão em constante ampliação.

Portugal ainda tem muito a impressionar, mas é o contato humano que nos faz ser o melhor destino do mundo. Nosso interior intocável, nossas ilhas paradisíacas, nosso céu e nossas praias contam sempre com o que temos de mais especial: os portugueses. 

THE CREATIVITY OF A REINVENTED PEOPLE WHO CONQUERED THE WORLD

“ALTHOUGH THEY HAVE GONE THROUGH DIFFICULT TIMES, THE PORTUGUESE HAVE ALWAYS MAINTAINED THEIR MOST RECOGNIZED FEATURES: AN AUTHENTIC, KIND AND WELCOMING PEOPLE”

Portugal is a country that knew how to reinvent itself in the last decade. After the crisis in 2011, the Portuguese had to join forces to overcome one of the worst phases of its history. The Europe Union even said that Portugal would ruin and that its economy would never recover. The proud and ability to work of a people had to rise again!

Creativity and perseverance led us to creative measures to beat the crisis. The negative perspective about the destination became positive with a change in its economic scenario, which also resulted in a series of improvements and growth in many sectors. Although they have gone through difficult times, the Portuguese have always maintained their most recognized features: an authentic, kind and welcoming people. It's usual that tourists get impressed by the hospitality, wines, gastronomy and for lands that still today seem not to be changed by time, keeping their originality. In a world in which it's common to talk about experiences in tourism, the country has used its most valuable treasure as a tool of promotion: its people. These are the reasons that gave us a place of evidence in the world panorama of the sector.

Considering that today the on-line package sales market is about 20%, it's noticeable the importance of travel agents in the growth of these numbers. We have worked in the last four years together with the trade. Our training program has been present in 20 Brazilian States, an initiative that also reflects the relation that we have with Brazil: there are more than ten cities currently connected with Lisbon, with about 95 weekly flights leaving from the major airports of the country. Thus, TAP is the main airline that operates these routes, which are constantly expanded. Portugal has much more to show, however, is the human contact that makes us be the best destination in the world. Our untouched countryside, our paradisiacal islands, our sky and our beaches always count on what we have of most special: the Portuguese.

Para fechar
BONS NEGÓCIOS.

Aposte em qualidade e sofisticação em São Paulo.



📍 SÃO PAULO (SP)

🏨 MAKSOUZ PLAZA
★★★★★

A partir de:

R\$ **422,00 + 5%**
SGL
EXECUTIVO por pessoa em apto. single.

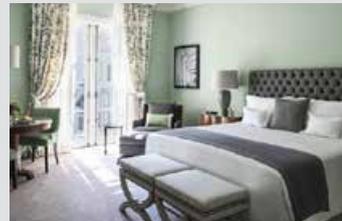


📍 SÃO PAULO (SP)

🏨 INTERCONTINENTAL
SÃO PAULO ★★★★★

A partir de:

R\$ **808,00 + 5%**
SGL
LUXO por pessoa em apto. single.



📍 SÃO PAULO (SP)

🏨 PALÁCIO TANGARÁ
★★★★★

A partir de:

R\$ **1.097,00 + 5%**
SGL
DELUXE por pessoa em apto. single.

Condições gerais: tarifas em reais com base em apartamento single, calculadas em maio de 2019. Ofertas com preços a partir do valor informado, sujeitas a disponibilidade e alterações no momento da confirmação da reserva. Validade: 31/10/2019

RETROSPECTIVA GRUPO TREND: *o que rolou nos últimos meses*

FOTOS: ARQUIVO GRUPO TREND

Presença em eventos do trade, realização de mais uma edição da Reunião Semestral de Vendas, calendário constituído por mais e mais semanas e quinzenas temáticas, comemorações especiais de aniversário, organização de famtours e uma busca e tanto aos grandes talentos do mercado a fim de reforçar seu time de especialistas. Pois é, agente, a rotina do GRUPO TREND é assim mesmo: com mil e um compromissos que têm por objetivo disponibilizar a você vendas cada vez melhores e mais promissoras.

E como informação é a alma de qualquer negócio, por que você não chega mais para conferir de pertinho todos os acontecimentos que movimentaram o dia a dia da holding de maio a agosto deste ano? Em um, dois, três e já!

RETROSPECTIVE OF GRUPO TREND:

WHAT HAPPENED IN THE LAST MONTHS

Presence in trade events, another edition of the Semester Sales Meeting, calendar composed of more and more Themed Weeks and "Fifteen Days of..." promotions, special birthday celebrations, FAMtours and a search for the greatest talents in the market to strengthen its team of experts. That's right, travel agent, GRUPO TREND's routine is like this: with a hundred and one commitments that have as a goal to make available even better and more promising sales to you.

Since information is the soul of a business, why don't you join us to check all these events that changed everyone's daily life at this holding company from May to August of this year? One, two, three, go!



A FESTIVAL OF OPPORTUNITIES

If it involves great meetings, talks, knowledge exchange, trade negotiations and a very close business contact with customers and suppliers, believe it: TREND is there. In this sense, of course, the tour operator wouldn't be out of the 14th edition of the Cataratas Festival, having been very well represented by professionals from its southern region office.

Welcoming visitors to its own booth during the fair, held from June 12 to June 14 at Rafain Palace Hotel & Convention, in Foz do Iguaçu (PR), the TREND team took the opportunity to strengthen business relationships with travel agents and other players of the market, consolidating its brand in this destination of Paraná and getting new partners and products. It should be highlighted that, according to official data, in 2019 the event broke an audience record and had about 9,000 attendees.

UM FESTIVAL DE OPORTUNIDADES

Se tem bons encontros, bate-papo, troca de conhecimento, rodas de negociações e um contato superpróximo com clientes e fornecedores, pode acreditar: a TREND está envolvida. Neste sentido, é claro que a operadora não ficaria de fora da 14ª edição do Festival das Cataratas, tendo sido muito bem representada pelos profissionais de sua regional Sul.

Recebendo os visitantes em um estande próprio no decorrer de toda a feira, realizada de 12 a 14 de junho no Rafain Palace Hotel & Convention, em Foz do Iguaçu (PR), a equipe da TREND aproveitou a oportunidade para estreitar o relacionamento com agentes de viagens e demais players do mercado, consolidando sua marca no destino paranaense e abrindo espaço para novos parceiros e produtos. Vale ressaltar que, segundo dados oficiais, em 2019 o evento bateu recorde de público e contou com aproximadamente 9 mil participantes.

UM ENCONTRO DE TITÃS

Troca de ideias, alinhamento organizacional e até uma dinâmica sob medida para guerreiros: saiba tudo o que rolou na Reunião Semestral de Vendas do GRUPO TREND

É dada a largada rumo ao final de 2019! E, para partir em disparada nesses últimos meses do ano, o GRUPO TREND convocou seu pelotão de Vendas, também conhecido como TREND Sales Team, munido de importantes missões: alinhar estratégias e definir os próximos passos a serem dados por este timaço de profissionais – e, de quebra, dar um fôlego extra à equipe para que este segundo semestre traga resultados arrasadores.

Realizada no último dia 6 de agosto no hotel Mercure Santo André, na Grande São Paulo, nesta mais recente edição da Reunião Semestral de Vendas o que não faltou foi atitude, foco, estratégia, planejamento e momentos de descontração. Contando com a presença do diretor-geral Mauricio Favoretto e das principais lideranças TREND e CVC Corp, o evento reuniu aproximadamente 120 participantes, dos quais 70 eram executivos e promotores de Vendas.

A MEETING OF TITANS

EXCHANGE OF IDEAS, ORGANIZATIONAL ALIGNMENT AND EVEN TAILOR-MADE DYNAMICS FOR WARRIORS: KNOW EVERYTHING THAT HAPPENED AT GRUPO TREND'S SEMESTER SALES MEETING

The race for the end of 2019 is off and running! And to do a great job in these last months of the year GRUPO TREND has called up its Sales platoon, also known as TREND Sales Team, with important missions: to align strategies and define the next steps for this great team of professionals – and also to give the team extra breath so that this second semester can bring awesome results.

Held on August 6 at Mercure Santo André Hotel, in Greater São Paulo, this latest edition of the Semester Sales Meeting was marked by attitude, focus, strategy, planning and moments of relaxation. Counting on the presence of director general Mauricio Favoretto and the main leaders of TREND and CVC Corp, the event gathered about 120 attendees, of which 70 work as Sales executives and promoters.

THIS IS TREND!

To start off on the right foot, the attendees were invited to recharge their batteries with a delicious breakfast. Then, it was Favoretto's turn to welcome the crew and begin the meeting with a brief presentation.

Presentation done, who stepped into the scene to show the scenario of actions in the first semester and announce the good news on the way were the commanders of different departments



NO TOPO, DA ESQUERDA PARA A DIREITA, OS LÍDERES DO GRUPO TREND: ROBERTO ARAÚJO, MAURICIO FAVORETTO, GERONCIO JUNIOR, FERNANDO GIACOMETTI, CRISTIANE JAYME E ANA KUBA. LOGO ABAIXO, FAVORETTO POSA COM GESTORES REGIONAIS E MINISTRA PALESTRA
AT THE TOP, FROM LEFT TO RIGHT, LEADERS OF GRUPO TREND: ROBERTO ARAÚJO, MAURICIO FAVORETTO, GERONCIO JUNIOR, FERNANDO GIACOMETTI, CRISTIANE JAYME AND ANA KUBA. BELOW, FAVORETTO AND REGIONAL MANAGERS AND GIVING A LECTURE



REUNIÃO SEMESTRAL DE VENDAS FAVORECEU A TROCA DE EXPERIÊNCIAS E A INTEGRAÇÃO ENTRE A EQUIPE

SEMESTER SALES MEETING PROVIDED AN EXCHANGE OF EXPERIENCES AND INTEGRATION BETWEEN TEAMS

AQUI É TREND!

Para começar bem o dia, os participantes foram convidados a recarregar as baterias com um delicioso café da manhã. Na sequência, foi a vez de Favoretto recepcionar a turma e dar início ao encontro por meio de uma breve apresentação.

Dadas as boas-vindas, quem entrou em cena para fazer um balanço das ações do primeiro semestre e anunciar as boas-novas a caminho foram os comandantes de diferentes departamentos e áreas de atuação: Fernando Giacometti (Financeiro), Roberto Araújo (Operações), Cristiane Jayme (Atendimento), Geroncio Junior (TI) e Ana Kuba (Marketing e Gestão de Produtos).

Além de capacitações conduzidas pelas locadoras Movida, Unidas e Localiza Hertz e pela rede de hotéis Paradisus by Meliá – todas patrocinadoras do evento juntamente à Avianca Airlines Internacional –, a reunião ainda contemplou uma movimentada rodada de negócios, que voltou todas as atenções para o portfólio do grupo.

Para deixar o time comercial a par das novidades de sua prateleira e esclarecer eventuais dúvidas a fim de impulsionar as vendas, depois do almoço executivos e promotores regionais foram divididos em grupos e direcionados para mesas temáticas, coordenadas por colaboradores que são especialistas em diferentes produtos e serviços – entre eles, hotelaria nacional e internacional, cruzeiros, ingressos, carros, eventos, casas de temporada na Flórida e circuitos.

Finalizadas essas rodas de conversas, os participantes tiveram seus conhecimentos testados por meio de um divertido quiz, iniciativa que concedeu prêmios especiais para os três primeiros colocados.

and areas: Fernando Giacometti (Financial department), Roberto Araújo (Operations), Cristiane Jayme (Support Service), Geroncio Junior (IT) and Ana Kuba (Marketing and Product Management).

In addition to trainings given by Movida, Unidas and Localiza Hertz car rentals and Paradisus by Meliá hotel chain – sponsors of the event together with Avianca Airlines –, the meeting also included a vibrant business round-table, which caught attention to the group's portfolio.

To keep the sales team updated on its inventory and clarify any doubts in order to boost sales, after lunch executives and regional promoters were divided into groups and directed to themed tables, coordinated by employees who are experts at different products and services – including national and international hospitality, cruises, tickets, cars, events, vacation house rentals in Florida and circuits.

After finishing these discussion round-tables, the guests were tested with a fun quiz, an activity that awarded special prizes to the top three.

É CAMPEÃO! É CAMPEÃO!

Ciente de que reconhecimento é uma palavra-chave, o GRUPO TREND prestigiou com uma homenagem os profissionais de Vendas que mais se destacaram nos primeiros seis meses do ano.

Na categoria nacional, Rebeca Ferreira (Norte e Nordeste), Rafael Zilioli (São Paulo Interior) e Sâmia Goulart (Centro-Oeste e Minas Gerais) foram considerados os melhores da temporada, respectivamente nas funções de gestora regional, executivo de Vendas e promotora de Vendas.

Já nos âmbitos locais, Zilioli e Sâmia apareceram mais uma vez como os destaques em suas áreas, ao lado de quatro outros nomes: Fabiane Buffon (Sul), Michelle Gato (São Paulo Capital), Rafael Ferreira (Norte e Nordeste) e Samantha Ansel (Rio de Janeiro e Espírito Santo).

CADÊ O GRITO DA GALERA?

Antes de seguirem para o jantar e como uma maneira de encerrar este dia tão intenso com o time extremamente revigorado, nada mais sugestivo que uma dinâmica em grupo para extravasar. A proposta? Botar todo mundo para fazer o Haka, dança típica dos povos indígenas da Nova Zelândia na qual os membros da "tribo" devem gritar algumas frases a plenos pulmões enquanto fazem movimentos corporais ao melhor estilo GRUPO TREND, isto é, cheios de garra, energia e sangue nos olhos para alcançar as metas.

THEY ARE CHAMPIONS! THEY ARE CHAMPIONS!

Aware that recognition is a keyword, GRUPO TREND honored the most outstanding Sales professionals in the first six months of the year. In the national category, Rebeca Ferreira (North and Northeast), Rafael Zilioli (São Paulo Countryside) and Sâmia Goulart (Central-West and Minas Gerais) were considered the best of the season, respectively in the roles of regional manager, Sales executive and Sales promoter.

At the local level, Zilioli and Sâmia appeared one more time as the highlights in their areas, with four other names: Fabiane Buffon (South), Michelle Gato (São Paulo Capital City), Rafael Ferreira (North and Northeast) and Samantha Ansel (Rio de Janeiro and Espírito Santo).

MAKE SOME NOISE

Before dinner and as a way to end this intense day with an extremely invigorated team, nothing better than a group dynamic to express themselves. What was the challenge? Making everyone dance Haka, a traditional indigenous dance from New Zealand, in which members of the "tribe" must shout a few sentences at the top of their lungs as they move their bodies to the best GRUPO TREND style, that is, fearless, with energy and bravery to reach the goals.



PARTICIPANTES SE DIVERTEM FAZENDO O HAKA, DANÇA HERDADA DOS POVOS INDÍGENAS NEOZELANDESES, PARA RENOVAREM AS ENERGIAS E O EMPENHO EM CONSEGUIR VENDAS SEMPRE MELHORES

ATTENDEES HAVE FUN DOING HAKA, A DANCE INHERITED FROM THE NEW ZEALAND INDIGENOUS PEOPLE, TO RENEW THE ENERGIES AND THE COMMITMENT TO ALWAYS ACHIEVE BETTER SALES



AÇÕES DE ANIVERSÁRIO CONTEMPLARAM VISITAS A AGÊNCIAS DE VIAGENS, DISTRIBUIÇÃO DE BEXIGAS PARA OS COLABORADORES E ATÉ BOLOS TEMÁTICOS

BIRTHDAY ACTIVITIES INCLUDED VISITS TO TRAVEL AGENCIES, DISTRIBUTION OF BALLOONS TO THE EMPLOYEES AND EVEN THEMED CAKES

TÁ DE PARABÉNS, TREND!

A TREND está em festa! E você sabe qual é o motivo? Seu aniversário de 27 anos, é claro, celebrado no dia 23 de julho do jeito que a operadora gosta: lado a lado com você, agente, e à altura do que pede a ocasião. Afinal, para comemorar a data em grande estilo, a empresa promoveu uma megacampanha de vendas, recheada com mais de 300 ações – um número impressionante, com certeza, e que reflete a atenção para com seu único canal de vendas.

Diversos produtos do portfólio fizeram parte deste pacote promocional, que incluiu reduções de tarifas, campanhas com premiações exclusivas (regionais e algumas válidas para todo o Brasil), condições diferenciadas, cortesias e outros mimos adicionais. A decisão de oferecer simultaneamente um conjunto de benefícios tão amplo para a sua base de clientes foi um feito inédito para a companhia.

Reunidas em uma landing page criada exclusivamente para a data, além de contemplar hotelaria nacional e internacional, cruzeiros e aluguel de carros, outro destaque do aniversário foi o anúncio de seis famtours para destinos como Porto de Galinhas, Porto Seguro, Serra Gaúcha, Praia do Forte, Cancún – com hospedagem garantida nos empreendimentos Paradisus by Meliá – e Cabo Verde.

Fora isso, mais duas surpresas: o lançamento do novo site da TREND VIAGENS, totalmente reformulado para proporcionar uma experiência ainda melhor de navegação, e uma confraternização na sede da empresa. O evento foi bastante animado e contou com bexigas, distribuição de bolo para os colaboradores e a presença de Luiz Fernando Fogaça, presidente da CVC Corp, e Mauricio Favoretto, diretor-geral do GRUPO TREND.

Para coroar a celebração, logo após cantarem juntos o “Parabéns para Você”, uma iniciativa chamou a atenção: Favoretto e Fogaça, acompanhados por gerentes regionais, executivos de Vendas e demais membros das diretorias da TREND e da CVC Corp, se dirigiram a um seleto grupo de 50 agências e realizaram um tipo de blitz consultiva. Mais do que atuarem como consultores nessas agências, o objetivo da ação foi agradecer a parceria e estimular as vendas.

CONGRATULATIONS, TREND!

TREND is celebrating! Do you know why? Because of its 27th birthday, of course, celebrated on July 23 in the way that the company is used to do: with you, travel agent, and doing justice to what the event requires. After all, to celebrate this date in style, the company promoted a big sales campaign with more than 300 actions – an impressive number, for sure, and which reflects the attention given to its only sales channel.

Several products of the portfolio made part of this incredible promotional package, which included reduction of rates, campaigns with exclusive prizes (for regional offices and some of them valid for the entire country), special deals, courtesies and other additional gifts. The decision to simultaneously offer such a huge set of benefits to its customer base was an unprecedented achievement of the company.

Gathered on a landing page exclusively created for the date, besides contemplating national and international hotels, cruises and car rentals, another highlight of the birthday was the announcement of six FAMtours to destinations such as Porto de Galinhas, Porto Seguro, Gaucho Highlands, Praia do Forte, Cancun – with guaranteed lodging at Paradisus by Meliá – and Cape Verde.

In addition, two other surprises: the launching of the new TREND VIAGENS website, totally redesigned to provide an even better browsing experience, and a fraternization party at the company's headquarters. The event was pleasant and counted on balloons, distribution of cake to employees and the presence of Luiz Fernando Fogaça, president of CVC Corp, and Mauricio Favoretto, director general of GRUPO TREND.

To top it off, right after singing “Happy birthday to you”, an initiative caught attention: Favoretto and Fogaça, with regional managers, Sales executives and other members of TREND and CVC Corp's board of directors, visited a select group of 50 travel agencies for a blitz. In addition to working as consultants in these agencies, the goal was to thank the partnership and boost sales.

SEMANAS TEMÁTICAS: PROMOÇÕES E EXCLUSIVIDADES DE SOBRA

Produtos e serviços diversificados, de excelência comprovada e apresentados sob condições comerciais bem competitivas. Soou familiar? Claro que sim! A gente se refere ao calendário de semanas e quinzenas temáticas da TREND, uma iniciativa que a operadora adotou lá atrás e que continua trazendo bons resultados para a empresa e para o agente de viagens. E já que tradição é tradição, nos últimos três meses a operadora surpreendeu o mercado com várias oportunidades de negócio. Abrindo a temporada, logo no comecinho de maio foi dada a largada para a Quinzena de Hotelaria Nacional, marcada por mais de 200 ofertas imperdíveis com foco em hotéis e resorts de todo o país.

No final do mês, o destaque da programação foi a semana dedicada às regiões serranas do Brasil, que chamaram a atenção com pacotes promocionais para destinos como Bento Gonçalves (RS), Blumenau (SC), Campos do Jordão (SP), Canela (RS), Gramado (RS), Joinville (SC), Monte Verde (MG) e Teresópolis (RS), entre outros.

Saltando, depois, para junho, a Super15zena Descontos Exclusivos chegou com tudo no dia 17, representada pelas melhores negociações do portfólio nacional por meio de um caderno on-line enviado às agências.

Para começar o mês do jeito que a TREND gosta, no dia 1º de julho foi a vez da Semana Temática Rede de Hotéis Pires conquistar os holofotes. A iniciativa teve como objetivo divulgar tarifas imbatíveis dos empreendimentos hoteleiros localizados na região Sul, direcionados aos segmentos de lazer e corporativo. Por fim, cabe ressaltar também as três Semanas do Carro, com edições em maio, junho e julho. O intuito você já sabe: disponibilizar ao trade tarifas e benefícios especiais oferecidos pelas principais locadoras do mercado e, desta maneira, fomentar o aluguel de automóveis na indústria de viagens.

THEMED WEEKS: SEVERAL OFFERS AND EXCLUSIVITIES

Diverse products and services, with approved excellence and presented under very competitive business conditions. Does it ring any bells? Of course! We are talking about the calendar of TREND's Themed Weeks and "Fifteen Days of...", an initiative that the tour operator took in the past, which keeps bringing results to the company and to the travel agent. Since tradition is tradition, over the last three months the company has surprised the market with several business opportunities.

Opening the season, May started with the Fifteen Days of National Hotels, marked by over 200 can't-miss offers focused on hotels and resorts all over the country. At the end of the month, the highlight of the schedule was the week dedicated to the mountainous regions of Brazil, which caught attention because of promotional packages to destinations such as Bento Gonçalves (RS), Blumenau (SC), Campos do Jordão (SP), Canela (RS), Gramado (RS), Joinville (SC), Monte Verde (MG) and Teresópolis (RS), among others.

On June 17, Fifteen Days of Exclusive Discounts burst onto the scene, represented by the best deals of the national portfolio through an on-line catalogue sent to the agencies.

To start the month the way TREND likes it, on July 1 it was time for the Pires Hotels Themed Week to take place. The goal of this activity was to present unbeatable rates related to hotels located in the southern region, intended to leisure and business segments.

Finally, it's also worth mentioning the three Car Themed Weeks, with editions in May, June and July. You already know the purpose: making available to the trade special rates and benefits offered by the major rental companies of the market and, thus, encouraging the car rental in the travel and tourism industry.



EXEMPLOS DE MATERIAIS DIVULGADOS NAS SEMANAS E QUINZENAS TEMÁTICAS

EXAMPLES OF MATERIALS PRESENTED IN THE THEMED WEEKS AND "FIFTEEN DAYS OF..."



DE VENTO EM POPA: A VEZ É DAS TRAVESSIAS TRANSATLÂNTICAS

A poucos meses da chegada do verão e, consequentemente, do início da temporada 2019/2020 de cruzeiros no Brasil, sabe quem também já está apontando no horizonte prestes a lançar âncora pelo país? Sim, são elas: as travessias transatlânticas. Elas estão vindo com tudo da Europa, trazendo a bordo muitas oportunidades de negócios para você.

Partindo do Hemisfério Norte rumo à América do Sul após o término da estação mais quente do ano na região, que lá vai de junho a setembro, nesse bate e volta intercontinental quem chama a atenção é o custo/benefício oferecido aos viajantes. Isso porque, como as armadoras precisam deslocar seus navios de um destino a outro, nada melhor que pegar uma carona em grande estilo. Segundo dados da CLIA Brasil (Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos), ao somar todas as rotas da categoria pelo mundo, somente no ano passado as travessias atraíram mais de 22 mil brasileiros.

CRUZANDO O OCEANO COM A GENTE

Exibindo amplo portfólio e uma equipe que manda muito bem quando se trata de produtos marítimos, na TREND você ainda encontra:

- o melhor comissionamento do segmento no mercado;
- tarifas extremamente competitivas;
- condições exclusivas, como pagamento em boleto e parcelamento em até dez vezes sem juros.

*CROSSING THE OCEAN WITH US
Having a large portfolio and a very skilled team when it comes to maritime products, you will find at TREND:*

- *the best commissioning of the segment in the market;*
- *extreme competitive rates;*
- *exclusive conditions, such as payment by bank slip and in up to ten installments without interest.*

SEGUINDO A MARÉ

Responsáveis por cerca de 10% das vendas realizadas pelo GRUPO TREND no segmento marítimo, além de estarem em franca ascensão e preparando-se para se posicionarem como tendência, os transatlânticos se mostram como excelentes experiências de viagem, sobretudo para os interessados em um mar sem fim de atrativos, descobertas e atividades.

“De maneira geral, os cruzeiros de travessias têm como público-alvo as mulheres (que respondem por 60% do total de passageiros), viajantes com mais de 50 anos, casais e grupos entre 35 e 50 anos. Neste momento, os destaques do nosso portfólio são dois transatlânticos da Costa Cruzeiros, que fazem o trajeto Europa-Brasil e cujo percurso de 15 a 18 dias contempla paradas em lugares fascinantes. Para garantir cabines disponíveis e valores diferenciados, é recomendado que os agentes de viagens efetuem a reserva com antecedência de, no mínimo, três meses e entrem em contato com nossa equipe de atendimento”, declara Jonas Dahmer, especialista em cruzeiros da TREND.

Ah, e aqui vai uma informação de extrema importância: é necessário adquirir passagem aérea até o local do embarque para as travessias que saem do Velho Continente e têm o Brasil como destino, combinado?



NA PRIMEIRA PÁGINA, À ESQUERDA, VISTA AÉREA PARCIAL DE UM TRANSATLÂNTICO. ACIMA, RECORTE DO PORTO MARÍTIMO DE MÁLAGA, NA ESPANHA

IN THE FIRST PAGE, ON THE LEFT, PARTIAL AERIAL VIEW OF AN OCEAN LINER. ABOVE, SEAPORT OF MALAGA, SPAIN

VICE-VERSA

Agora, caso o passageiro prefira fazer o caminho inverso, saindo do Brasil em um cruzeiro para a Europa, sem problemas. Afinal, a partir de março de 2020 os transatlânticos se lançarão novamente em alto-mar, cumprindo exatamente tal itinerário. Inclusive, anote aí duas opções de travessias oferecidas pela Costa nesse sentido:

- Costa Pacífica: trajeto entre Rio de Janeiro e Barcelona, com parada em destinos como Ilhas Canárias e Málaga, na Espanha, duração de 15 noites e saída programada para o dia 6 de março de 2020;
- Costa Fascinosa: trajeto de 19 noites entre Santos e Gênova, com paradas na Espanha, Marrocos e Itália e saída programada para 14 de abril de 2020.

Em ambos os roteiros, o embarque também pode ser realizado nos portos de Salvador (BA), Recife (PE) e Maceió (AL), combinado?

SAILING AWAY: IT'S TIME FOR TRANSATLANTIC CRUISES

A few months away from the summer and, consequently, from the beginning of the 2019/2020 cruise season in Brazil, what else can we see on the horizon and that is about to moor in the country? There they go: ocean liners. They are coming from Europe and bringing several business opportunities for you. Leaving from the North Hemisphere to South America after the end of the warmest season of the year in the region, which goes from June to September, in this intercontinental journey the highlight is the cost-benefit offered to the travelers. That's because, as the ship owners need to move their ships from one destination to another, nothing better than getting a ride in style. According to data from CLIA Brazil (Brazilian Cruising Lines International Association), when considering all the routes of the category around the world, these cruises attracted more than 22,000 Brazilians only last year.

GOING WITH THE FLOW

Responsible for about 10% of sales at GRUPO TREND in the maritime segment, transatlantic crossings have increased and are becoming a trend, in addition to being excellent travel experiences, especially for those interested in a sea with endless attractions, discoveries and activities.

"In general, crossings have women (corresponding 60% of total passengers), travelers over 50, couples and groups between the ages of 35 and 50 as target audience. Currently, the highlights of our portfolio are two transatlantic ships of Costa Cruise Lines, which travel from Europe to Brazil and whose journey of 15 to 18 days includes stops in fascinating places. To guarantee available cruise ship cabins and good rates, we recommend that travel agents book them at least three months in advance and contact our support team," says Jonas Dahmer, cruise specialist at TREND.

Here we have some extremely important information: it's necessary to buy flight tickets to the boarding place for crossings that leave from the Old Continent and have Brazil as a destination, ok?

VICE VERSA

Now, if your passenger prefers the opposite way, leaving Brazil on a cruise to Europe, no problem. After all, from March, 2020, the ocean liners will sail again, following exactly this itinerary. By the way, take note of two options of crossings offered by Costa in this way:

- Costa Pacífica: route between Rio de Janeiro and Barcelona, stopping at destinations such as the Canary Islands and Malaga, Spain, lasting 15 nights and scheduled to leave on March 6, 2020;
- Costa Fascinosa: route lasting 19 nights between Santos and Genoa, with stops in Spain, Morocco and Italy and scheduled to leave on April 14, 2020. In both itineraries, passengers can also embark in the ports of Salvador (BA), Recife (PE) and Maceió (AL), right?



FAMTOURS SACUDIRAM ÚLTIMO TRIMESTRE DA TREND E CONTEMPLARAM DESTINOS DE NORTE A SUL DO PAÍS

THE LAST QUARTER, FAMTOURS WERE THE ICING ON THE CAKE AND INCLUDED DESTINATIONS FROM NORTH TO SOUTH OF THE COUNTRY

FAMTOURS: SIM OU COM CERTEZA?

Quem gosta de famtour aí levanta a mão! E, como a TREND VIAGENS também é adepta desta prática, somente no último trimestre a empresa participou de um e promoveu outros três de norte a sul do Brasil.

Começando como convidada, entre 25 e 28 de abril representantes da operadora partiram em uma viagem rumo a Fortaleza organizada pela ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis). Repleta de conhecimento, lazer e troca de experiências, os participantes tiveram a oportunidade de desbravar a região e conhecer melhor os hotéis associados à ABIH-CE por meio da realização de um workshop.

Já no dia 24 de maio os papéis se inverteram e foi a vez da TREND conduzir a viagem. A companhia embarcou os 16 agentes de viagens da Bahia que mais efetuaram reservas no Cana Brava All Inclusive Resort no período compreendido de 16 de fevereiro a 16 de maio. O presente foi um famtour por Ilhéus, incluindo hospedagem no próprio resort e um giro pelos principais pontos turísticos locais.

Logo em seguida, no dia 29 do mesmo mês, dez agentes de Cuiabá (MT) puderam voar à capital do Rio Grande do Norte por terem vendido o maior número de pacotes para Natal, os quais contemplavam também aéreo operado pela GOL Linhas Aéreas. A campanha esteve válida entre 1º de abril e 15 de maio. O roteiro integrou visitas a fornecedores, capacitações com os parceiros da Luck Receptivo e do Marsol Beach Resort e um passeio pela famosa Praia da Pipa.

Por último, na semana de 5 a 9 de junho, cinco agentes de viagens de Goiânia (GO) e Anápolis (GO) prestigiaram um famtour divertidíssimo para Gramado (RS) após liderarem as vendas para o destino gaúcho no intervalo de 25 de abril a 25 de maio.

É CAMPEÃ, É CAMPEÃ!

Reconhecida como uma das três operadoras que mais venderam ingressos e produtos vinculados ao Beto Carrero World ao longo de 2018, no último dia 25 de maio a TREND foi destaque na tradicional festa dos "Campeões de Vendas", promovida por este que é o maior parque temático da América Latina e um dos símbolos da cidade catarinense de Penha. Resultado: mais um troféu trazido para casa!

FAMTOURS: YES OR DEFINETELY?

If you like FAMtours raise your hand! And, as TREND VIAGENS is also adept at this practice, only in the last quarter the company participated in one and promoted another three trips from north to south of Brazil.

Starting as a guest, between April 25 and 28 representatives of the tour operator went on a journey to Fortaleza organized by ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (Brazilian Association of Hotels). With so much knowledge, leisure and exchange of experiences, the attendees had the opportunity to explore the region and get to know better the hotels that are associated to ABIH-CE through a workshop. On May 24, the roles were changed and it was TREND's turn to lead the trip. The company sent the 16 travel agents from Bahia who booked the most at Cana Brava All Inclusive Resort between February 16 and May 16. The prize was a FAMtour of Ilhéus, including accommodation at the resort and a visit to the major local tourist attractions. Then, on May 29 ten agents from Cuiabá (MT) could take a trip to the capital of Rio Grande do Norte for having sold the greatest number of packages to Natal, also comprehending a flight operated by GOL Linhas Aéreas. The campaign was valid during the period from April 1 to May 15. The itinerary included a visit to suppliers, training with Luck Receptivo and Marsol Beach Resort's partners and a tour of the famous Pipa Beach. Finally, in the week of June 5 to 9, five travel agents from Goiânia (GO) and Anápolis (GO) attended a very entertaining FAMtour to Gramado (RS) after leading sales to this destination between April 25 and May 25.

WE ARE THE CHAMPIONS!

Recognized as one of the three operators that most sold tickets and products related to Beto Carrero World during 2018, last May 25 TREND was a highlight in the traditional "Sales Champions" party organized by this theme park that is the largest one of Latin American and one of the symbols of Penha city, Santa Catarina State. Result: another trophy brought to the house!

CASA CHEIA: BEM-VINDOS À TREND



FERNANDA SARTORI

Para ocupar posição de destaque no mercado ao longo de 27 anos, uma coisa é certa: contar com um time de feras é requisito fundamental. E é com know-how de sobra no momento de ampliar a equipe e contratar os melhores profissionais que o GRUPO TREND segue crescendo e fortalecendo sua marca nos quatro cantos do país. Somente na regional São Paulo Interior, por exemplo, há novidade em dose dupla no grupo de executivos sob o comando do supervisor André Pedroso. Guarde bem esses nomes: **Fernanda Sartori**, que acumula dez anos de experiência e formações em Marketing e Comunicação Empresarial, passa a ser a responsável pelo atendimento às agências de Campinas, Valinhos, Vinhedo, Piracicaba, Limeira e Rio Claro, e **Henrique Patrício Silva**, administrador de empresas com ênfase em Comércio Exterior cuja atuação será focada no município de Jundiaí e arredores.

Já no time do Rio de Janeiro e Espírito Santo a boa-nova se deve à chegada de **Alexandre Ostrovsky Bruno** à gerência da regional. Há 20 anos no Turismo e trazendo no currículo passagens por importantes empresas do setor, o especialista assume a liderança da célula, reportando-se diretamente a Mauricio Favoretto, diretor-geral do GRUPO TREND.

Ainda no Sudeste do país, quem se junta ao time da gerente Mariana Heckesher com a missão de alavancar as vendas na região do Triângulo Mineiro é o executivo **José Eduardo Bastos**, pós-graduado em Gestão Estratégica em Vendas e com 14 anos de presença no trade. Seguindo para o Norte/Nordeste, o destaque fica por conta da contratação de **Claudia Scheiner Chiozzi**. Esbanjando 19 anos de expertise na indústria de viagens, sobretudo em empresas aéreas como Aerolíneas Argentinas, Copa Airlines, American Airlines e TAP, ela soma esforços ao squad gerido por Rebeca Ferreira.

E não para por aí não, porque no Sul também tem gente nova no pedaço! O executivo **Dimas José Franca de Lima** tem MBA em Gestão Comercial e Vendas e assume as negociações com os agentes de viagens que integram a base de clientes da regional, conduzida por Gustavo Hahn.



JOSÉ EDUARDO BASTOS



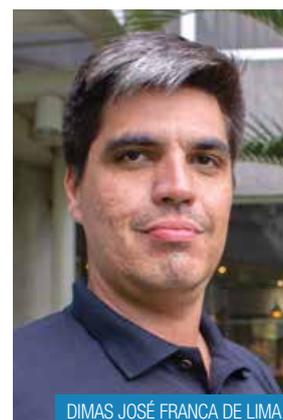
HENRIQUE PATRÍCIO SILVA



CLAUDIA SCHEINER CHIOZZI



ALEXANDRE OSTROVSKY BRUNO



DIMAS JOSÉ FRANCA DE LIMA

FULL HOUSE: WELCOME TO TREND

To be in evidence in the market for 27 years, a thing is right: counting on a team of experts is a crucial condition. And it is with great know-how when it comes to expanding the team and hiring the best professionals that GRUPO TREND keeps growing and strengthening its brand in the four corners of the country.

Only in the regional office of São Paulo Countryside, for example, we have a double dose of news in the team of executives under supervisor André Pedroso's leadership. Keep these names in mind: Fernanda Sartori, who has ten years of experience and a degree in Marketing and Business Communication, is now responsible for the agencies of Campinas, Valinhos, Vinhedo, Piracicaba, Limeira and Rio Claro, and Henrique Patrício Silva, business manager with emphasis in International Business whose activity will be focused on the municipality of Jundiaí and surroundings.

The team of Rio de Janeiro and Espírito Santo receives Alexandre Ostrovsky Bruno for the regional management. For 20 years in Tourism and bringing experiences in important companies of the sector, the specialist takes the leadership of the cell, reporting directly to Mauricio Favoretto, director general of GRUPO TREND.

Still in the Southeast of the country, executive José Eduardo Bastos, with postgraduate degree in Strategic Sales Management and 14 years present in the trade, joins the team of manager Mariana Heckesher with the mission of boosting sales in the Triângulo Mineiro region.

Going to the North/Northeast region, the highlight is the hiring of Claudia Scheiner Chiozzi. With 19 years of travel industry expertise, mainly working in airlines such as Aerolíneas Argentinas, Copa Airlines, American Airlines and TAP, she joins the squad managed by Rebeca Ferreira.

And we've got more novelties, because the South region has also a new executive. Dimas José Franca de Lima holds an MBA in Business and Sales Management and is in charge of negotiations with travel agents who belong to the customer base of the South regional office, which is led by Gustavo Hahn.

SETEMBRO E OUTUBRO *de 2019*

SEPTEMBER AND OCTOBER 2019

FEIRAS E EVENTOS SOBRE TURISMO *TOURISM FAIRS AND EVENTS*

4 A 6 DE SETEMBRO	LA CITA (KISSIMMEE, EUA)
5 DE SETEMBRO	WORKSHOP ROI EM EVENTOS CORPORATIVOS – MENSURAÇÃO DE RESULTADOS E EFETIVIDADE (SÃO PAULO, SP)
10 A 12 DE SETEMBRO	IMEX AMERICA (LAS VEGAS, EUA)
10 A 13 DE SETEMBRO	EQUIPOTEL (SÃO PAULO, SP)
11 A 13 DE SETEMBRO	IBAS – INTERNATIONAL BRAZIL AIR SHOW (GUARULHOS, SP)
21 A 24 DE SETEMBRO	WORLD ROUTES (ADELAIDE, AUSTRÁLIA)
23 A 26 DE SETEMBRO	ILTM NORTH AMERICA (RIVIERA MAYA, MÉXICO)
25 A 27 DE SETEMBRO	47º ABAV EXPO INTERNACIONAL DE TURISMO E 52º ENCONTRO COMERCIAL BRAZTOA (SÃO PAULO, SP)
1 A 4 DE OUTUBRO	IFTM TOP RESA (PARIS, FRANÇA)
5 A 8 DE OUTUBRO	FIT AMERICA LATINA (BUENOS AIRES, ARGENTINA)
9 A 11 DE OUTUBRO	TTG TRAVEL EXPERIENCE (RIMINI, ITÁLIA)
14 A 17 DE OUTUBRO	IGTM – INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (MARRAQUEXE, MARROCOS)
16 A 18 DE OUTUBRO	ITB ASIA (MARINA BAY SANDS, CINGAPURA)
18 E 19 DE OUTUBRO	9º JPA TRAVEL MARKET (JOÃO PESSOA, PB)
24 A 27 DE OUTUBRO	TOURISM EXPO JAPAN (OSAKA, JAPÃO)
30 DE OUTUBRO A 1º DE NOVEMBRO	ILTM CHINA (XANGAI, CHINA)

SEPTEMBER 4 TO 6	LA CITA (KISSIMMEE, USA)
SEPTEMBER 5	ROI IN CORPORATE EVENTS WORKSHOP – RESULTS AND EFFECTIVENESS METRICS (SÃO PAULO, SP)
SEPTEMBER 10 TO 12	IMEX AMERICA (LAS VEGAS, USA)
SEPTEMBER 10 TO 13	EQUIPOTEL (SÃO PAULO, SP)
SEPTEMBER 11 TO 13	IBAS – INTERNATIONAL BRAZIL AIR SHOW (GUARULHOS, SP)
SEPTEMBER 21 TO 24	WORLD ROUTES (ADELAIDE, AUSTRALIA)
SEPTEMBER 23 TO 26	ILTM NORTH AMERICA (RIVIERA MAYA, MEXICO)
SEPTEMBER 25 TO 27	47 TH ABAV INTERNATIONAL TOURISM EXPO AND 52 ND BRAZTOA BUSINESS MEETING (SÃO PAULO, SP)
OCTOBER 1 TO 4	IFTM TOP RESA (PARIS, FRANCE)
OCTOBER 5 TO 8	FIT LATIN AMERICA (BUENOS AIRES, ARGENTINA)
OCTOBER 9 TO 11	TTG TRAVEL EXPERIENCE (RIMINI, ITALY)
OCTOBER 14 TO 17	IGTM – INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (MARRAKECH, MOROCCO)
OCTOBER 16 TO 18	ITB ASIA (MARINA BAY SANDS, SINGAPORE)
OCTOBER 18 TO 19	9 TH JPA TRAVEL MARKET (JOÃO PESSOA, PB)
OCTOBER 24 TO 27	TOURISM EXPO JAPAN (OSAKA, JAPAN)
OCTOBER 30 TO NOVEMBER 1	ILTM CHINA (SHANGHAI, CHINA)

DATAS E EVENTOS IMPORTANTES IMPORTANT DATES AND EVENTS

7 DE SETEMBRO _____	DIA DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL
15 DE SETEMBRO _____	DIA DO CLIENTE
27 A 29 DE SETEMBRO E 3 A 6 DE OUTUBRO _____	ROCK IN RIO (RIO DE JANEIRO, RJ)
4 DE OUTUBRO _____	DIA DA NATUREZA
9 A 27 DE OUTUBRO _____	36º OKTOBERFEST (BLUMENAU, SC)
12 DE OUTUBRO _____	DIA DE NOSSA SENHORA APARECIDA/DIA DAS CRIANÇAS
13 DE OUTUBRO _____	CÍRIO DE NOSSA SENHORA DE NAZARÉ (BELÉM, PA)
23 DE OUTUBRO _____	DIA DO AVIADOR
31 DE OUTUBRO _____	HALLOWEEN

<i>SEPTEMBER 7 _____</i>	<i>BRAZILIAN INDEPENDENCE DAY</i>
<i>SEPTEMBER 15 _____</i>	<i>CLIENT'S DAY</i>
<i>SEPTEMBER 27 TO 29 AND OCTOBER 3 TO 6 _____</i>	<i>ROCK IN RIO (RIO DE JANEIRO, RJ)</i>
<i>OCTOBER 4 _____</i>	<i>NATURE DAY</i>
<i>OCTOBER 9 TO 27 _____</i>	<i>36TH OKTOBERFEST (BLUMENAU, SC)</i>
<i>OCTOBER 12 _____</i>	<i>OUR LADY OF APARECIDA'S DAY/BRAZILIAN CHILDREN'S DAY</i>
<i>OCTOBER 13 _____</i>	<i>THE TAPER OF OUR LADY OF NAZARETH (BELÉM, PA)</i>
<i>OCTOBER 23 _____</i>	<i>AVIATOR'S DAY</i>
<i>OCTOBER 31 _____</i>	<i>HALLOWEEN</i>



ANIVERSÁRIOS DE CIDADES CITY ANNIVERSARIES

2 DE SETEMBRO <i>SEPTEMBER 2</i> _____	BLUMENAU (SC)
3 DE SETEMBRO <i>SEPTEMBER 3</i> _____	ILHABELA (SP)
8 DE SETEMBRO <i>SEPTEMBER 8</i> _____	SÃO LUÍS (MA) E VITÓRIA (ES)
21 DE SETEMBRO <i>SEPTEMBER 21</i> _____	PETROLINA (PE)
2 DE OUTUBRO <i>OCTOBER 2</i> _____	PORTO VELHO (RO)
21 DE OUTUBRO <i>OCTOBER 21</i> _____	CALDAS NOVAS (GO)
24 DE OUTUBRO <i>OCTOBER 24</i> _____	MANAUS (AM)

SÓ NA TREND VOCÊ
ESCOLHE A CASA EM
QUE VAI HOSPEDAR O
PASSAGEIRO DE MANEIRA
RÁPIDA, FÁCIL
E SEGURA.

*De portas abertas para as suas
vendas em Miami e Orlando.*

**ESCOLHA A MELHOR CASA DE TEMPORADA NA
FLÓRIDA COM QUEM TEM PROPRIEDADE NO DESTINO.**

Imóveis de **2 a 15 quartos** para todos os gostos, bolsos e estilos.
E mais: com assistência **24 horas** em português!



Townhouse
Serenity



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **16,00**



Townhouse
Storey Lake



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **19,00**



Townhouse
Champions Gate



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **17,00**



House
Paradise Palms



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **19,00**



Megahome
Sonoma



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **26,00**



Apartamento
VHC Luxury Apartments



Diárias por pessoa, a partir de:

USD **45,00**

Condições gerais: tarifas por pessoa, calculadas de acordo com o número máximo de hóspedes que podem ser acomodados em cada imóvel. A capacidade máxima de cada imóvel está indicada no respectivo ícone, logo abaixo das fotos. Ofertas válidas para a baixa temporada, a incluir taxas e impostos, sujeitas a alteração sem prévio aviso. Consulte período válido.

CONVIDAMOS VOCÊ A CONHECER

FREEPORT



ISSO É BAHAMAS.

Conheça Freeport, o lugar perfeito para relaxar e aproveitar o melhor que a natureza tem para oferecer: três parques nacionais, um dos maiores sistemas de cavernas submersas do planeta e quilômetros de praias de areia branca, cercadas pelas águas mais claras do mundo.

