



Azul

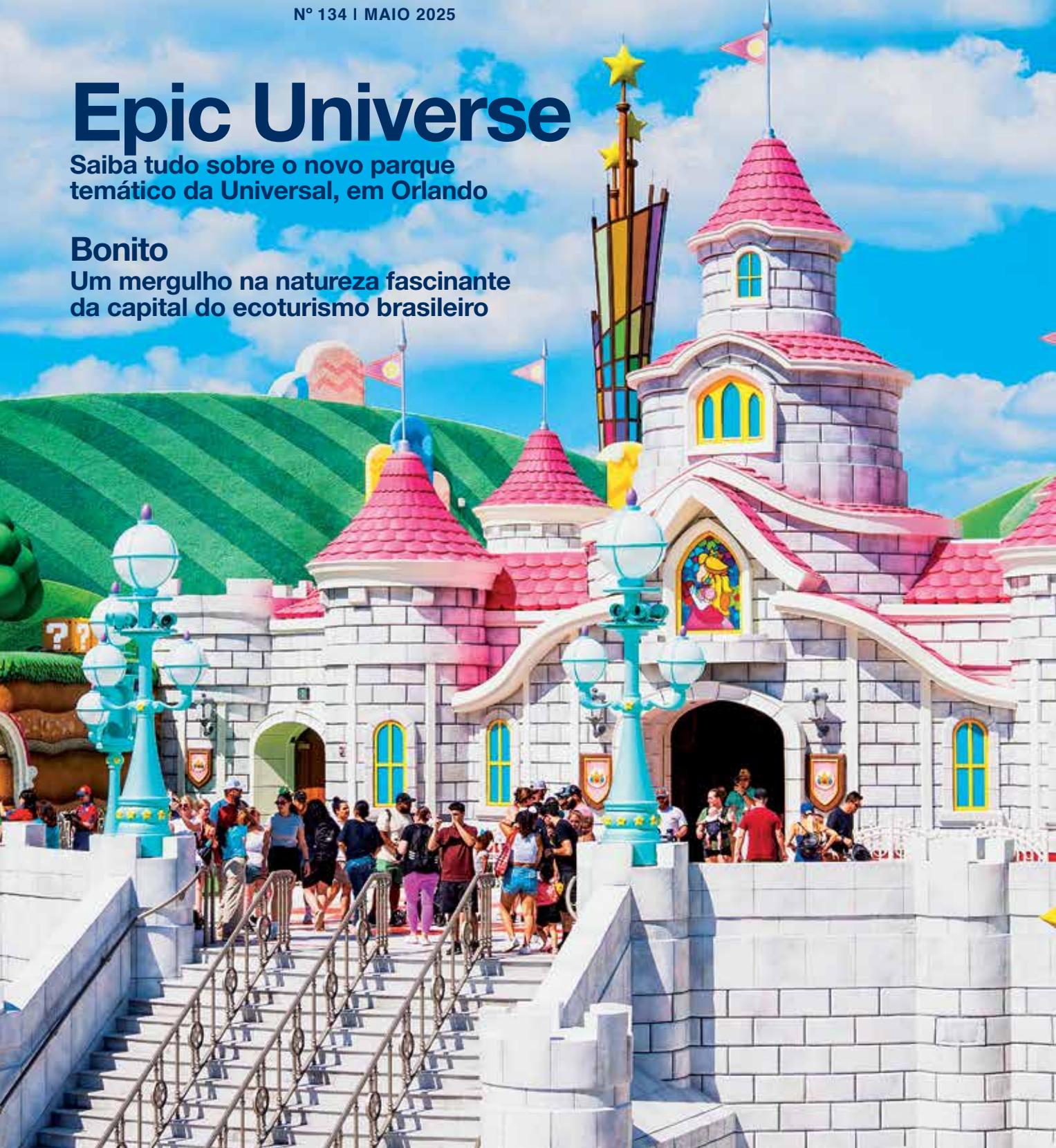
Nº 134 | MAIO 2025

Epic Universe

Saiba tudo sobre o novo parque temático da Universal, em Orlando

Bonito

Um mergulho na natureza fascinante da capital do ecoturismo brasileiro



O céu
do Brasil é
Azul



A companhia
aérea com mais
de 150 destinos.

voeazul.com.br

Azul pra colorir o São João

Cada pedacinho do Nordeste tem um jeito
único de comemorar essa festa.
E só quem voa de São João em São João
pode levar você para conhecer cada um deles
com voos diários e pacotes inesquecíveis.

Reserve já em voeazul.com.br

O céu
do Brasil é
Azul 





OLHA O QUE A SKY TROUXE PARA VOCÊ!

Tá sabendo da novidade? Os novos planos da SKY
agora vêm com Amazon Prime incluso.

Mais filmes e séries, mais futebol, frete grátis
e muito mais para você.

Assine agora: **ASSINE.SKY.COM.BR**



TV via satélite | Fibra óptica | App SKY+



amazon prime



Frete **GRÁTIS** | Prime Video | Música | E mais
na Amazon.com.br

O céu de Parintins é vermelho e azul.



A Azul é patrocinadora do Festival de Parintins
e a única que leva você para lá. Conheça nossos
voos e pacotes de viagem em voeazul.com.br

Azul 



SUMÁRIO



Emerald Gate, portal de entrada do Universal Epic Universe

32



Gruta do Lago Azul

46

14 BASTIDORES E EXPEDIENTE

16 CARTA DO PRESIDENTE

LOUNGE

20 NEWS

22 ESPAÇO KIDS

30 VARIEDADES

DESTINOS

32 ORLANDO

O Epic Universe, novo parque da Universal

46 BONITO

Um paraíso de águas cristalinas no MS

54 CHECKLIST

As maiores festas de São João do Nordeste

Fotos: Vander Mauro e Adriano Kirihara

*Fonte: Kantar Insights Brasil - Pesquisa Nacional - 400 entrevistas por onda (fev'24)
- Homens e Mulheres / 18-60a / Compradores de Presentes do segmento de fragrâncias, beleza e cosméticos em 2023.

oBOTICÁRIO



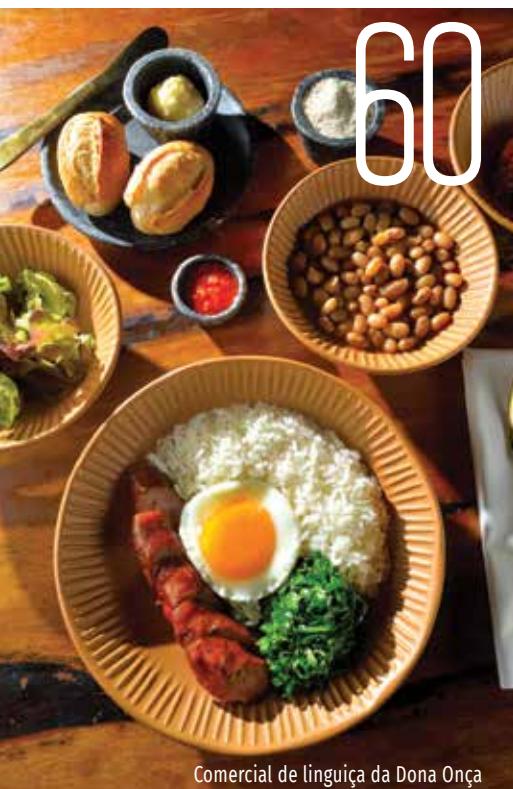
A marca preferida para
*presentear**

COMPRE PELO
SITE E RETIRE
NA LOJA MAIS
PRÓXIMA





SUMÁRIO



60

Comercial de linguiça da Dona Onça



EXECUTIVA

70 ENTREVISTA

Cristiano Viola, da Greystar no Brasil

74 MADE IN BRAZIL

O sucesso da marca de cafés da Coffee++

ESTILO DE VIDA

60 GASTRONOMIA

O novo menu do Bar da Dona Onça, SP

62 MENU

A volta do restaurante Ryo, São Paulo

66 CONCIERGE

O Tivoli Kopke Porto Gaia, em Portugal

68 BELEZA

Perfumes e fragrâncias para o outono



80

Varsóvia, na Polônia

Fotos: Mauro de Holanda, Alexandre Bolane e Divulgação

UNIVERSO AZUL

80 HISTÓRIA DE TRIPULANTE

Uma passeio pelas ruas e praças de Varsóvia

82 APP AZUL

83 ENTRETENIMENTO A BORDO

84 AZUL FIDELIDADE

85 CLUBE AZUL

86 AZUL VIAGENS

87 MAPA DE ROTAS

88 FROTA DE AVIÕES

90 AZUL IN ENGLISH

44 anos de cuidado, amor e carinho.

Com o coração sempre aberto, as Farmácias Pague Menos cuidam de você há mais de 4 décadas, oferecendo saúde, bem-estar e aquele toque especial que só quem se importa pode dar.

Nosso compromisso é simples: levar saúde com amor pra todos os brasileiros.

Visite uma de nossas lojas ou compre pelos canais digitais.

LOJA

paguemenos
.com.br

APP

4002.8282



PARAÍSOS NATURAIS E ARTIFICIAIS

A edição de maio começa com uma novidade quentíssima: nossa revista foi convidada pela Universal Orlando Resort para conhecer, em primeira mão, o Epic Universe, novo parque temático que será inaugurado no dia 22. Na nossa reportagem de capa, contamos os detalhes sobre o novo complexo, dividido em cinco mundos, como Super Nintendo, Dark Universe e a terceira – e maior! – área sobre Harry Potter dos parques da Universal. A natureza também dá seu show de beleza e diversão em Bonito, um dos maiores destinos de ecoturismo do Brasil. Na seção Executiva, Cristiano Viola, diretor de operações da Greystar no Brasil, fala dos edifícios multifamiliares da Ayra, e a história do Café ++, que será oferecido na classe Business nos voos internacionais da Azul. Boa leitura!

Junior Ferraro
CHEFE DE REDAÇÃO



COLABORARAM NESTE NÚMERO



Vander Mauro / Diversão épica p.32
“Fotografar o Epic Universe foi uma experiência incrível. A forma como a tecnologia dá vida às atrações e aos mundos dentro do parque é algo impressionante. Cada área oferece uma imersão única, onde a realidade se mistura com o imaginário.” Onde encontrá-lo: @vmauro19



Manu Sombra / No curso das águas p.46
“Pela segunda vez em Bonito, tenho a sensação de que as opções de passeio não se esgotam em uma única viagem, muito menos em duas. O que você lerá nas próximas páginas é uma amostra-grátis de tudo o que é possível explorar na região.” Onde encontrá-la: @manu.sombra



Adriano Kirihsara / No curso das águas p.46
“Bonito é o tipo de lugar onde a gente se perde no verde e se encontra nas águas cristalinas. Para um fotógrafo, como eu, é daqueles locais em que a beleza nunca se esgota – sempre tem algo a mais para fotografar.” Onde encontrá-lo: @adrianokirihara

+ COLABORADORES TEXTO Anna Paula Ali, Bruno Segadilha, Felipe Seffrin, Flávia G Pinho, Roberta Malta

Siga-nos no Instagram: [revista_azul](#)

Quer falar com a redação? Quer anunciar?
redacao@voeazul.com.br plataformaazul@voeazul.com.br

Azul Linhas Aéreas: Av. Marcos Penteado de Ulhoa Rodrigues, 939 - Alphaville Industrial, Barueri - SP, 06460-040. A revista da Azul não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nos artigos assinados.

As pessoas que não constam do expediente da revista não têm autorização para falar em nome da Azul ou retirar qualquer tipo de material para produção de editorial caso não tenham em seu poder uma carta atualizada e datada, em papel timbrado, assinada por pessoa que conste do expediente.

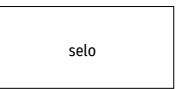


Foto:
Super Nintendo
World no Epic
Universe,
Orlando
Por: Vander
Mauro

Azul

DIRETORA DE MARKETING
Anna Carolina Marcondes

GERENTE-GERAL DE MARKETING
Tariana Cruz

GERENTE DE DESIGN E CONTEÚDO
Caio Bueno

GERENTE SÊNIOR DE COMUNICAÇÃO
Felipe Zboril

ESPECIALISTA DE CONTEÚDO
EDITORIAL
Junior Ferraro

EDITOR DE ARTE
Marcelo Katsuki

TRATAMENTO DE IMAGENS
Everaldo Guimarães

REVISÃO
Paulo Vinicio de Brito

PROJETO GRÁFICO
Fernanda Magliari

TRADUÇÃO
Korn Traduções

PUBLICIDADE

CONTATO COMERCIAL
Kevin Santos
kevin.santos@voeazul.com.br

TIRAGEM
60.000 exemplares



**Azul, eleita a melhor
companhia aérea do
mundo no Tripadvisor**

Fotos: Vander Mauro e Arquivo pessoal

O CÉU É AZUL COM UM TOQUE DE MAGIA.

Embarque para uma Experiência Mágica em voos diários com a Azul e conheça os quatro Parques Temáticos do Walt Disney World Resort na Flórida.

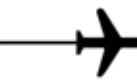


Azul
viagens

WALT Disney World
RESORT | FLÓRIDA

Acesse
o QR code
e planeje
sua próxima
aventura





NOSSO CÉU ESTÁ MAIS AZUL

1

Trabalhamos para garantir voos acessíveis e de qualidade a um número cada vez maior de brasileiros. Um exemplo disso são nossas ações durante o Festival de Parintins. Serão 196 voos extras e 13 mil assentos a mais

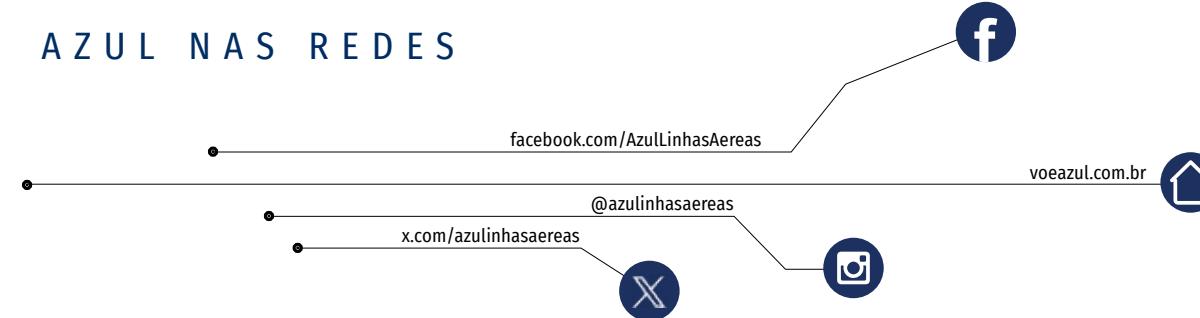
1

lá, seja bem-vindo!

Coneectar o País e reforçar sua cultura e sua brasiliadade sempre foram os principais objetivos da Azul. Ao longo dos nossos 16 anos, trabalhamos de maneira incessante para garantir voos acessíveis e de qualidade a um número cada vez maior de brasileiros. Um bom exemplo disso são as nossas ações durante o Festival de Parintins. Serão 196 voos extras chegando e partindo da "Ilha da Magia", entre o 1º e 1º de julho, totalizando 13 mil assentos a 1 Viagens, nossa operadora de turismo, terá voos conectando Manaus a Parintins, como reforço à a capital e a ilha, onde, antes, só se chegava de , numa viagem de quase 18 horas.

Outra boa notícia é que aumentamos ainda mais a nossa frota em abril. A Azul, companhia aérea que mais investe na aviação regional no Brasil, recebeu no mês passado duas novas aeronaves ATR 72, reforçando nosso compromisso de acessar e conectar cidades do interior e regiões que, historicamente, não contavam com voos regulares. Também em abril incorporamos mais duas aeronaves Embraer 195-E2, que fazem parte de um plano robusto de investimentos de

AZUL NAS REDES



VOAR, SE HOSPEDAR E PONTUAR NOS DOIS PROGRAMAS.

AGORA VOCÊ PODE

ALL, o programa de fidelidade dos hotéis Accor, e o Azul Fidelidade uniram-se para oferecer um **sistema de pontuação simultânea nos dois programas**.

E todos os benefícios exclusivos para você



All X Azul



EDIÇÕES ANTERIORES

REVISTA AZUL DIGITAL

Você pode aproveitar todo o conteúdo da revista de bordo da Azul mesmo quando não estiver voando. Acesse a plataforma digital da publicação e leia as edições anteriores



Ed. 133 - abril 25

Abril chegou trazendo grandes novidades na Azul. Como nosso novo mote “O céu do Brasil é Azul”, uma emocionante campanha do nosso Marketing em parceria com a agência Africa – e você pode conferir uma entrevista exclusiva com Alceu Valença, que canta nosso novo jingle, na seção News. Na seção Executiva, nosso CEO, John Rodgerson, fala sobre esse novo momento da Azul, destacando as conquistas da companhia desde sua fundação, as dificuldades enfrentadas depois da pandemia e da missão de conectar os brasileiros dentro e fora do Brasil. Na reportagem de capa, trazemos a diversidade cultural e histórica de São Luís, bem como as belezas dos Lençóis Maranhenses, além de uma matéria revelando as principais atrações turísticas de Assunção, no Paraguai. E ainda: saiba tudo sobre nossos novos voos diretos para Madri, a partir de Viracopos e Recife. Boa leitura!



Escaneie o QR Code ao lado e acesse as edições digitais da revista da Azul

EDIÇÕES ANTERIORES



Ed. 132 - março 25

Destinos:
• Morro de São Paulo
• Curitiba



Ed. 131 - fevereiro 25

Destinos:
• Alter do Chão
• Serra da Canastra



Ed. 130 - janeiro 25

Destinos:
• Alagoas
• Serra da Canastra



Ed. 129 - dezembro 24

Destinos:
• Sergipe
• Foz do Iguaçu

Fotos: Reprodução



20 NEWS

A cerimônia do PEXX 2024, prêmio de Excelência da Experiência da Azul, que consagra o esforço e dedicação dos Tripulantes da companhia

Foto: Divulgação



**22
ESPAÇO KIDS**

Confira nossa página de passatempos dedicada à diversão das crianças

**30
VARIEDADES**

Vinho do mês, atrações e outras dicas culturais



PRÊMIO DE EXCELÊNCIA

OTokio Marine Hall, em São Paulo, foi novamente palco da cerimônia do PEXX 2024, Programa de Excelência da Experiência da Azul, no dia 14 de abril. Criado em 2013, o programa reconhece e destaca profissionais de todas as áreas da companhia com base no impacto de suas ações e decisões durante todo o ano para a garantia da melhor Experiência Azul aos Clientes. Nesta edição, foram premiados mais de 2 mil Tripulantes em 14 categorias, entre elas, Aeroportos, Azultec (manutenção), Azul Cargo, Azulcenter, Comissários e pilotos.. A plateia lotada de Tripulantes acompanhou a cerimônia de entrega das estrelas douradas, símbolo do PEXX. A premiação foi seguida de um coquetel e um show da cantora Vanessa Moreno, que teve seu mais recente álbum indicado ao Latin Grammy 2023.

Ao longo de 2024, o time do PEXX visitou 100% das bases, acompanhando os indicadores e a performance de todas as áreas avaliadas. Esse acompanhamento é fundamental para assegurar a excelência dos serviços e das operações diante da extensão e da complexidade da malha da companhia aérea. Para isso, o PEXX utiliza uma metodologia própria da companhia, alicerçada nos valores e nas atitudes OPA (Observar, Perceber e Atender), guiando os Tripulantes e mantendo a consistência da aplicação da Experiência Azul em todos os seus serviços e produtos, e a qualquer momento.



Fotos: Divulgação



AZUL LANÇA MAIS UM CARTÃO

Em parceria com o Itaú Unibanco e a Mastercard, a Azul lança o cartão **Azul Itaú Mastercard Skyline**. O novo produto é direcionado a um público que se destaca pelo alto engajamento em programas de fidelidade e pelo interesse em viagens premium. Entre as vantagens estão acesso ilimitado ao Lounge Azul, prioridade no embarque, seguros especiais, concierge 24h, assistência Global de Emergência e isenção de rolhas em restaurantes selecionados. “Todo produto que lançamos tem como objetivo inspirar nossos Clientes a explorarem o mundo com uma jornada especial desde o momento do embarque. Com o Skyline não poderia ser diferente. São vantagens que permitem que cada viagem seja extraordinária e que refletem a essência da nossa marca”, afirma Cristina Yoshida, diretora do Azul Fidelidade.

NA ROTA DO PONTO AZUL

O que é um **Ponto Azul**? Este é o conceito da nova campanha do programa Azul Fidelidade, criada pela agência Africa Creative, com anúncios e ações em diversos pontos e aeroportos do País. A divulgação da campanha mostra que os Pontos Azul dão aos clientes do Azul Fidelidade a oportunidade de viajar pelo mundo, garantir benefícios exclusivos e viver uma experiência mais Azul. A campanha contará também com uma ação de distribuição de pontos, onde será possível ganhar pontos através do QR-Code em algumas peças, quando scaneado e realizado o cadastro.

*Confira o regulamento em voeazul.com.br/ponto-azul



RUMO A PARINTINS

Pelo segundo ano consecutivo a Azul será a companhia aérea oficial do **Festival Folclórico de Parintins**, no Amazonas. Durante o evento, a Azul vai oferecer 196 voos extras chegando e partindo da “Ilha da Magia”, entre 25 de junho e 1º de julho. No total, serão cerca de 13 mil assentos nos voos adicionais da companhia para o destino. As operações serão realizadas com aeronaves ATR e Cessna Grand Caravan, com capacidade para 70 e para nove Clientes, respectivamente. A Azul Viagens, operadora de turismo da Azul, terá voos dedicados conectando Manaus a Parintins, como reforço à malha entre a capital e a ilha. “Para a Azul, é muito importante apoiar mais uma vez uma das maiores manifestações culturais do Brasil. Trata-se de um destino ao qual só se chegava de embarcação, anteriormente, numa viagem de quase 18 horas”, afirma Vitor Silva, gerente-geral de Malha, Planejamento Estratégico e Alianças da Azul.

Descubra Porto



Uma viagem única entre vinícolas, sabores e histórias

Agora, além de voar para Lisboa, a Azul também voa para a cidade do Porto. Prepare-se para fazer uma viagem única entre as vinícolas, experimente os sabores da culinária local e conheça a história da cidade. Vai ser uma experiência inesquecível. O céu de Portugal está ainda mais Azul e espera por você.

Voos diretos a partir de junho de 2025.



Acesse
e saiba mais



Azul 



O BOI NEGRO QUE CONQUISTOU O MUNDO!

Meu nome é Boi Caprichoso. Sangue negro, de berço indígena. Do povo. Do áureo sonho nordestino veio Roque Cid, o criador do Boi Caprichoso. De Crato, chegou na Amazônia junto com os irmãos Pedro, Antônio e Beatriz Cid, atraídos pela suposta prosperidade que o período prometia. Após longa viagem, os irmãos Cid fixaram residência, fizeram amizades e relações de compadrio. Roque Cid foi mestre de obras e adquiriu alguns hectares de terra conseguindo pagar a promessa a São João Batista, grato pela prosperidade. O primeiro curral do Caprichoso foi na frente da casa dele, tradicional gueto negro do primeiro boi da ilha, consoante Tonzinho Saunier.

Boi de crianças sem dinheiro, as quais transformam sacos de sarapilha e caixas de papelão em carapaças de bois que ganham vida em brincadeiras coletivas. Foi assim um dia com os Gonzagas, pescadores da Francesa que trocavam o melhor tamaqui pelo couro do Boi Caprichoso, mantendo a brincadeira enquanto tradição. Do acalanto da avó contadora de histórias às crianças que hoje as ouvem: o futuro é Caprichoso, ou não será!

Boi de Zeca Xibelaõ, de Marujeiro Calango, de Dona

Dora, de Chica Biriteira. No Boi da Estrela, as mulheres foram e são protagonistas. Aqui, já lutamos e seguimos de punhos erguidos contra todos os preconceitos estruturais. O racismo já foi utilizado para invisibilizar a história do “mais querido do povão” em nome de uma suposta rivalidade “saudável”. Utilizando-se de signos e imagens populares, o boi contrário associava-se ao progressismo. Nós – no jogo entre igualdade e diferença – precisávamos ser narrados como o extremo oposto: nascia a falácia do Caprichoso como “elite econômica”.

Contudo, damo-nos o direito de contar a história “vista de baixo”: o Caprichoso sempre foi popular. Seus primeiros brincantes eram pescadores, ribeirinhos, lavadeiras que, anualmente, vendiam a “língua do boi” para arrecadar recursos e pagar a promessa no ano seguinte. Dos Cid, veio Ednelza Cid, uma mulher ousada que acolhia LGBTQIAPN+ expulsos/as de casa e ensinava a arte de uma costureira esmerada, mesmo se ameaçada de ter sua casa incendiada por gente fanática. Nela, boi e amor se entrelaçavam tecendo arte, resistência e sonhos.

A negritude do auto pioneiro, protagonizada por

Fotos: Nathália Brasil e Divulgação



Kelysson Castro, Fábio Modesto e Ádria Barbosa (Gazumbá, Pai Francisco e Catirina), nasceu junto da periferia e não nos deixa esquecer nossas raízes. Moldamos, igualmente, a valorização dos povos indígenas, em que a arte se mescla às lutas da realidade dos originários em marcha. De Davi Kopenawa a Marciele Albuquerque Munduruku, a primeira “cunhã poranga” de fato indígena, o Caprichoso tornou-se, indiscutivelmente, o farol do Festival. A primeira “conselheira de arte” indígena também é nossa: Gilvana Borari.

“Indigenizamos” o “folclore”. Olhamos para a ancestralidade africana no desejo de Catirina e pedimos as bênçãos: do Matupiri ao Quilombo de São Benedito, o percurso refez-se. Assim o Boi Caprichoso resiste. Existe. Baila. Para nós, dinheiro público é algo sério e nós o subvertemos em arte do povo. Prazer, somos o Caprichoso, o Boi de Parintins!



O BOI DO POVO E DAS LUTAS

O Boi-Bumbá Garantido nasceu na Baixa do São José, antigo território conhecido como Baixa da Xanda, um aquilombamento em Parintins. Sua origem está ligada à história de Lindolfo Monteverde, filho de Alexandrina Monteverde, uma mulher preta, ex-escravizada, parteira, erveira, benzedeira e matriarca respeitada na comunidade. A Baixa era um espaço de resistência, onde viviam indígenas, negros, ribeirinhos e retirantes maranhenses, todos unidos pela fé, pelo trabalho e pela cultura.

Foi nesse ambiente que Lindolfo cresceu ouvindo histórias, lendas e toadas trazidas de longe por seus avós maranhenses. Desde criança, sonhava em criar seu próprio boi. Com apenas 11 anos, por volta de 1913, usou a capaça do curuatá — fruto da palmeira inajá — para fazer o seu primeiro boizinho, enfeitando-o com palhas e fitas vermelhas. Brincava com os irmãos e vizinhos no quintal de casa. Ali nascia o Boi Garantido, um brinquedo de criança que viria a se tornar um dos maiores símbolos da cultura popular brasileira.

Em 1920, Lindolfo ficou gravemente doente e fez uma

promessa a São João Batista: se fosse curado, todos os anos faria seu boi dançar em honra ao santo. Curado, cumpriu sua promessa, e o Boi Garantido passou a sair pelas ruas da cidade no dia 24 de junho. O nome “Garantido” vem dessa promessa, como um símbolo de fé e continuidade.

Diferente dos bois da época, o Garantido foi pensado para ser inclusivo. Lindolfo permitiu que mulheres e crianças participassem, quebrando barreiras impostas pelas tradições. A brincadeira deixava o terreiro e tomava as ruas, acolhendo o povo e suas lutas. O vermelho, sua cor, era a cor do manto de São João, lembrando também a cor de Xangô — orixá do fogo e da justiça — e o símbolo da resistência popular.

A Baixa do São José se tornou uma verdadeira escola de mestres, artistas e artesãos. O Boi Garantido cresceu com a força do povo, e sua popularidade aumentou ainda mais na década de 1960, quando surgiu o Festival Folclórico de Parintins.

O Boi Garantido, além de uma agremiação folclórica, é uma manifestação cultural nascida das periferias, das lutas do povo negro, indígena e ribeirinho da Amazônia,

Fotos: Nathália Brasil e Divulgação



unificados no histórico slogan “O BOI DO POVÃO”. Um símbolo de resistência, fé e arte. Em 1982, o coração do Boi — até então preto — passou a ser vermelho, por decisão da eterna madrinha Maria Ângela Faria.

Mestre Lindolfo faleceu em julho de 1979, mas sua memória e nos corações dos torcedores perrechés. A história de Alexandrina e Lindolfo é a história do Boi Garantido: um boi nascido do povo, feito pelo povo e que canta com o povo. Hoje, o Boi do Povo continua sendo arauto de todas as lutas, símbolo da diversidade e da liberdade. Sua bandeira vermelha representa um grito de justiça e sua história segue viva, passando de geração em geração. Porque o Boi do Povão é tradição, identidade e resistência.



VARIÉDADES



por Gianni Tartari,
consultor de vinhos da Azul

MAR DE FRADES ALBARIÑO 2023

Produtor: Mar de Frades
Região: Rías Baixas, Espanha
Preço: R\$ 380,00

A vinícola fica a apenas 1 km do oceano, o que traz uma acidez vibrante e aquele toque salino que só essa proximidade com o mar pode proporcionar. Produzido 100% com uvas Albariño, apresenta uma cor amarelo-limão radiante. No nariz, entrega uma explosão de aromas de frutas de caroço como damasco e nêspera, flores de amendoeira e uma nota salgada no final – é pura expressão da uva Albariño. Esse vinho se conecta perfeitamente com pratos da culinária asiática como sushi, pad thai ou dim sum, além de peixes e frutos do mar. A garrafa tem um rótulo termocromico – ele muda de cor e mostra a temperatura ideal de serviço. cantugrupowine.com.br



DA MPB À DISCO MUSIC

A cantora e compositora norte-americana **Norah Jones** é uma das principais atrações em maio da casa de espetáculos carioca Vivo Rio, parceira da Azul. Com sua mistura sofisticada de jazz, soul e pop, Norah, que já vendeu mais de 50 milhões de gravações em todo o mundo e ganhou vários prêmios Grammy, se apresenta dia 27, cantando sucessos como *Come Away With Me*. Outro astro musical nova-iorquino, Nile Rogers, do grupo disco Chic, toca no palco da casa dia 22. Entre os artistas brasileiros, destacam-se os shows de João Bosco, comemorando 50 anos de carreira, e o pianista e compositor Francis Hime, que sobe ao palco ao lado de grandes convidados. Ingressos e informações no site vivorio.com.br

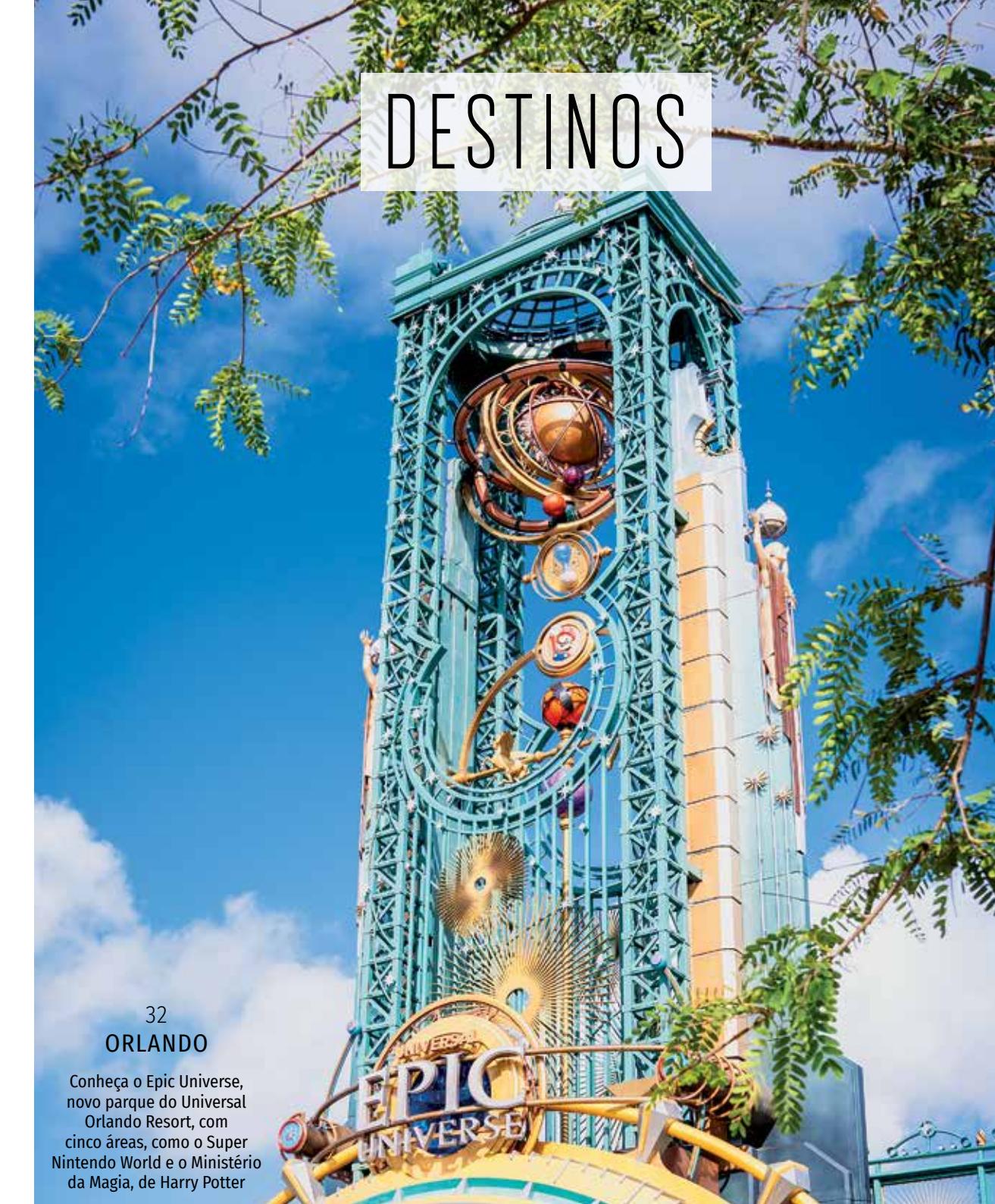


HARMONIAS JAPONESES

De maio a agosto, acontece a terceira edição do **The House of Suntory Experience 2025: Hibiki e Roku Listening Sessions**, com experiências inspiradas nos Listening Bars de Tóquio. Cada jantar de seis etapas combina música, gastronomia, coquetelaria e omotenashi, a arte japonesa da hospitalidade. As curadorias musicais é do DJ e jornalista Camilo Rocha, que harmoniza os jantares do whisky Hibiki com o jazz japonês e os eventos do Roku Gin com a música eletrônica do Japão. Já os drinques foram criados pelo mixologista Alex Mesquita, ativando os cinco sentidos. As experiências acontecem em São Paulo, no Kotchi Bar, em maio, e no Rio de Janeiro, entre junho e julho, no restaurante Elena. Em agosto, haverá sessões também em Brasília. Mais informações no instagram. @thehouseofsuntory_experience

Fotos: Katog e Divulgação

DESTINOS

32
ORLANDO

Conheça o Epic Universe, novo parque do Universal Orlando Resort, com cinco áreas, como o Super Nintendo World e o Ministério da Magia, de Harry Potter

Foto: Vander Mauro

46
BONITO

Rios de águas cristalinas e belos cenários naturais no coração do Brasil

54
CHECKLIST

As mais incríveis festas de São João do Nordeste



DIVERSÃO ÉPICA

Chegou a hora! O Universal Orlando Resort inaugura seu novo parque temático, o Epic Universe, onde cinco mundos oferecem experiências imersivas, cenários impressionantes e tecnologia de ponta em suas atrações

por Junior Ferraro | fotos Vander Mauro

O arco nas ruas de Paris, no The Wizarding World of Harry Potter – Ministry of Magic



EPIC UNIVERSE

Stardust Racer, a maior montanha-russa do parque; abaixo, o carrossel do Celestial Park, com o Helios Grand Hotel ao fundo



O Emerald Gate, portal de entrada do Univdersal Epic Universe

Considerada a capital mundial da diversão, a cidade de Orlando, na Flórida, ganha este mês mais uma razão para manter essa fama em dia. Dia 22 de maio será finalmente aberto para o público o **Universal Epic Universe**, quarto parque temático do Universal Orlando Resort e seu primeiro desde 1999, quando a companhia inaugurou o Islands of Adventure. Em abril, a Azul, que tem voos diários para Orlando partindo de várias cidades brasileiras, foi convidada para conhecer o parque e contar em primeira mão as novidades que os Clientes vão encontrar nesse incrível complexo de entretenimento.

E bota incrível nisso! O Epic Universe levou cinco anos para ser construído, em uma área total de 750 acres – o correspondente a 170 estádios do Maracanã! –, incluindo aí bastidores, instalações para os funcionários e áreas de convidados. Segundo a Universal, o Epic é um novo conceito em entretenimento, um universo que abriga cinco mundos diferentes, com mais de 50 atrações, entre brinquedos, restaurantes, lanchonetes e lojas. O parque fica a poucos quilômetros dos outros três da empresa – Universal Studios Florida, Islands of

Adventure e Volcano Bay –, com estacionamento e também acessível com os ônibus gratuitos que conectam todo o complexo do resort. Preparado para essa experiência épica?

CELESTIAL PARK

É a área central do Epic Universe, logo após o **Emerald Gate**, portal da entrada. Inspirado nos astros, estrelas e constelações, esse mundo é a via de acesso aos outros quatro portais do parque, uma grande e bonita área com lojas, bares e dois restaurantes: o **The Blue Dragon Pan-Asian Restaurant**, que serve culinária oriental, e o **Atlantic**, cercado pelas águas da piscina de Netuno, dando a impressão de que estamos comendo em um aquário.

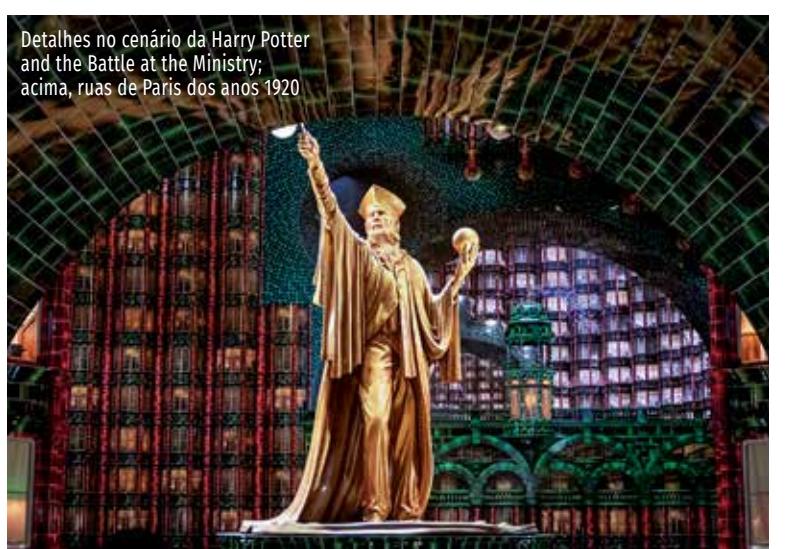
Esse mundo também tem três atrações e uma delas promete ser uma das mais concorridas de todo o parque: a **Stardust Racers**, uma montanha-russa e muita adrenalina. Os carrinhos-foguete percorrem os 3 km da montanha-russa a mais de 100 km por hora, em duas pistas diferentes, dando a sensação de gravidade zero. Os outros brinquedos são o **Constellation Carousel**, que faz você se sentir numa viagem circular na Via Láctea, e o **Astronomica**, onde as crianças brincam entre luzes e jatos de água verticais.



EPIC UNIVERSE



Detalhes no cenário da Harry Potter and the Battle at the Ministry; acima, ruas de Paris dos anos 1920



Salão de entrada da principal atração da área dedicada a Harry Potter



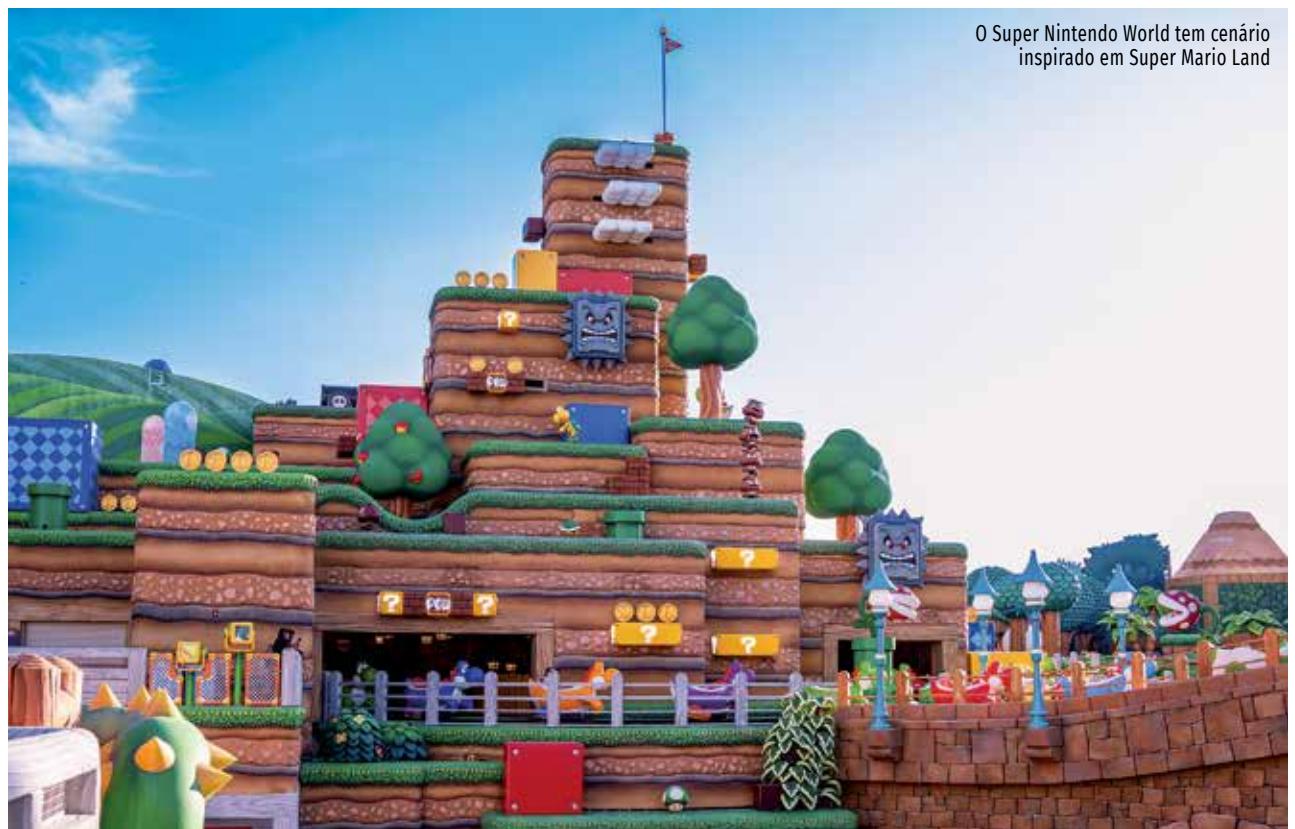
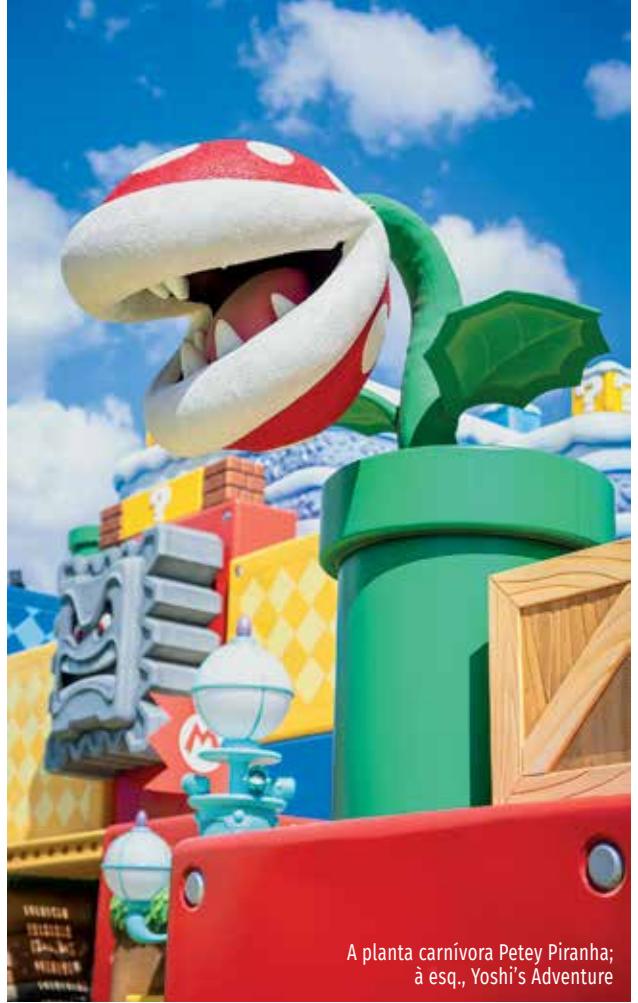
THE WIZARDING WORLD OF HARRY POTTER – MINISTRY OF MAGIC

Aqui a magia acontece logo que se cruza o portal com a mão dourada segurando uma varinha, quando você mergulha nas ruas de Paris da década de 1920. Nesse mundo, vale conhecer as lojas, cafés e restaurantes franceses e visitar um antigo circo no meio da Place Cachée, o Le Cirque Arcanus, onde acontece um show ao vivo sobre as criaturas fantásticas. Ministry of Magic é a terceira área dos parques Universal inspirada na saga de *Harry Potter* – depois de Hogsmeade, no Islands of Adventure, e o Diagon Alley, no Universal Studios –, e é a maior delas.

Ali está a atração *Harry Potter and the Battle at the Ministry*, que já nasce clássica: esse é provavelmente o primeiro brinquedo do mundo em que a área da fila, com quase 800 metros de extensão, é tão bacana quanto a própria atração. Ao passar pela fumaça verde dos túneis do Métro-Floo, você está dentro do imenso Ministério da Magia britânico, com paredes de tijolos verde-escuros e pé-direito altíssimo, repleto de detalhes e estátuas douradas impressionantes. Sim, você se sente dentro de um filme de *Harry Potter* enquanto passa por corredores e salas cheias de referências, quadros falantes e animatronics. A atração em si é uma corrida em um elevador omnidirecional (que se move em todas as direções), que percorre as profundezas do ministério numa batalha contra a vilã Dolores Umbridge e um Comensal da Morte. Imperdível!



O interior do Ministério da Magia, uma das áreas da fila de Harry Potter and the Battle at the Ministry

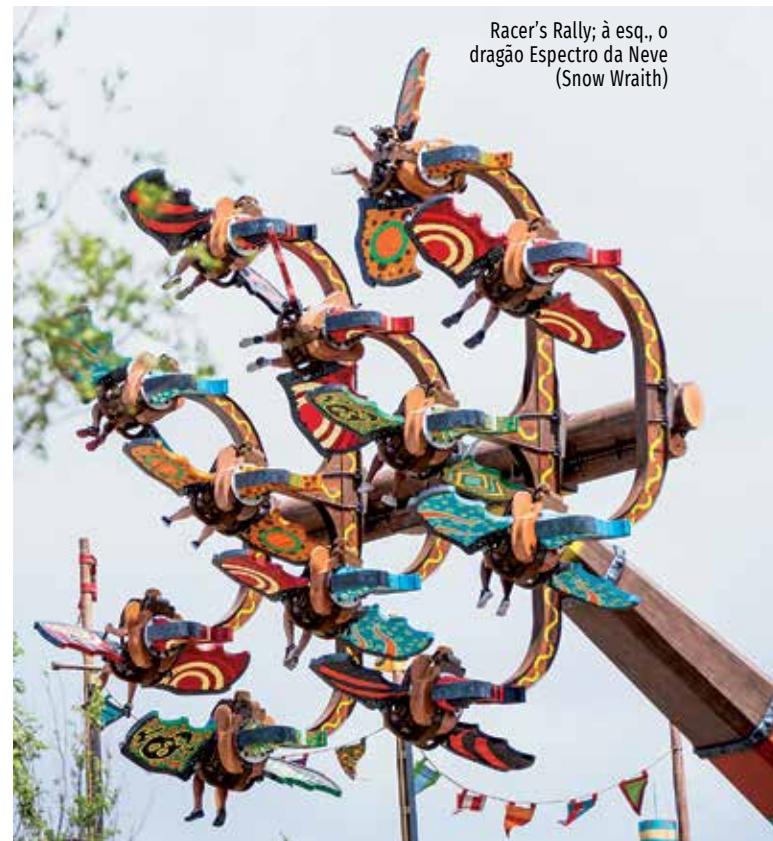


SUPER NINTENDO WORLD

É o mundo mais colorido e interativo do parque, onde você se vê dentro de um jogo eletrônico da Nintendo. Ali estão o castelo e os personagens do *Super Mario Land*, entre lojas, restaurantes e atrações para crianças e adultos. A primeira é o *Yoshi's Adventure*, um passeio a bordo do dinossauro no Reino dos Cogumelos, ideal para crianças pequenas. A outra atração é o divertido *Bowser's Challenge*, uma versão ao vivo do *Mario Kart*, com tecnologia de realidade aumentada. No carrinho, quatro visitantes percorrem o castelo do vilão Bowser destruindo os inimigos e coletando moedas – inclusive debaixo d'água.

O jogo não para por aí: há uma área dedicada ao clássico game *Donkey Kong*, a segunda no mundo – a primeira está no parque da Universal, em Osaka, Japão. Com um cenário tropical, com coqueiros, lojinhas, barris e bananas, surge a imponente fachada da montanha-russa mais inusitada do parque, a *Mine Cart Madness*. Quem jogou *Donkey Kong* – e mesmo quem nunca ouviu falar – vai vibrar com o percurso dentro de um carrinho da mina, que pula quando os trilhos somem.





HOW TO TRAIN YOUR DRAGON – ISLE OF BERK

Uma das maiores áreas do Epic Universe, esse mundo é inspirado na franquia da animação *Como Treinar Seu Dragão*, que em 2025 ganhará sua versão *live-action*, pela Universal Pictures. Como nos filmes originais, o cenário é a ilha de Berk, uma vila viking, onde dragões e seres humanos convivem num mundo colorido e lúdico. Personagens da franquia, como Soluço (Hiccup) e Astrid, e até alguns dragões, como Banguela (Toothless) e Tempestade (Stormfly), aparecem no parque para interagir com os visitantes e sair em fotos. Nas lojas, encontram-se desde camisetas e bolsas vikings até personagens de pelúcia e ovos de dragão.

Uma das atrações principais é o show ao vivo *The Untrainable Dragon*, um musical de 20 minutos com efeitos cênicos incríveis, incluindo um dragão voando por cima da plateia. Entre os brinquedos dessa área destaca-se a **Hiccup's Wing Gliders**, uma montanha-russa familiar cheia de curvas, quedas e até um momento em marcha à ré. Outra atração leve e divertida é o **Dragon Racer's Rally**, em que os visitantes aprendem a montar em um dragão, praticando manobras acrobáticas e giros em alta velocidade.





EPIC UNIVERSE

DARK UNIVERSE

Esse é um mundo inspirado nos antigos filmes de terror da Universal Pictures, com criaturas clássicas como Lobisomem, Drácula, Frankenstein e até o Homem Invisível – que, vira e mexe, circula interagindo com os fãs. Estamos em Darkmoor, uma aldeia sombria assolada pelas criaturas da noite. Há restaurantes temáticos, como o **Das Stakehaus**, uma churrascaria de vampiros, e a **The Burning Blade Tavern**, uma taberna debaixo de um moinho de vento cujas pás pegam fogo. Os visitantes também podem “virar” monstros no **Darkmoor Monster Makeup Experience**, com maquiagem profissional e até alguns acessórios.

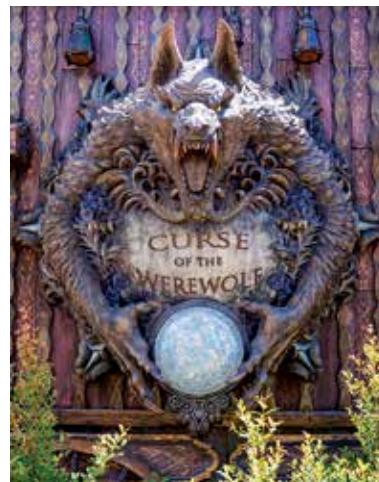
A atração mais empolgante é **Monsters Unchained: The Frankenstein Experiment**. Ali, acompanhamos a saga da dra. Victoria Frankenstein, a tataraneta do famoso cientista, que retomou os experimentos macabros e aprisionou monstros nas catacumbas do castelo. O pior deles, Drácula, consegue escapar e libertar as outras terríveis criaturas. Muitos sustos e emoções com efeitos, projeções e animatronics de última geração. Finalmente, vale uma volta na **Curse of the Werewolf**, uma montanha-russa giratória que passa pelas florestas de Darkmoor, tentando fugir da ameaça do Lobisomem. Dica: o último carrinho é o que mais gira em torno de si mesmo...



The Burning Blade Tavern; à dir., o castelo Frankenstein Manor



Portal do Dark Universe; abaixo
Homem Invisível e montanha-russa
Curse of the Werewolf



OS NOVOS HOTÉIS

Além do Epic Universe, a Universal inaugurou três hotéis próximos do parque. Dois já estão em funcionamento há alguns meses: **Stella Nova** e **Terra Luna Resort**, bem pertinho do complexo, com transporte gratuito tanto para os parques quanto para o Universal CityWalk. Os hotéis, de categoria intermediária, são “gêmeos”, ambos com inspiração cósmica, aquele décor futurista-retrô, com muitas curvas, tons metálicos, paredes brancas e mobiliário arrojado. São 750 quartos confortáveis, além de cafeteria e mercado, bar, restaurante, loja, academia e piscina externa.

Para quem busca uma experiência mais imersiva, a opção é o **Universal Helios Grand Hotel**, localizado dentro Epic Universe. O hotel tem 500 acomodações, entre apartamentos e suítes, mais da metade deles com vista do parque – da cama, você consegue ver atrações do Celestial Park e de outras áreas. Os hóspedes do Helios têm acesso exclusivo e direto ao Epic, a apenas alguns passos do lobby do hotel. A piscina externa é cinematográfica, com 400 cadeiras e 18 cabanas. As opções gastronômicas incluem uma taberna para refeições, um bar na piscina e uma cafeteria com mercado. À noite, vale subir até o rooftop, no 10º andar, onde fica o Bar Helios e sua cúpula estelar. A dica é degustar tapas e tomar coquetéis especiais, com uma vista panorâmica do parque todo iluminado. Uma paisagem noturna tão épica quanto a diversão diurna desse novo universo.

O Helios Grand Hotel e uma das suítes, com vista do parque Epic



Azul viagens

a partir de 10x de **R\$ 1.056,36**
sem juros

ou **R\$ 10.563,69**
à vista por pessoa

UNIVERSAL ORLANDO RESORT
7 noites no Universal Stella Nova Resort + passagens aéreas + Universal Orlando 3-Park Explorer + 1-Day Universal Epic Universe Ticket Saída em 24/08/2025 (de Campinas)

*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio
azulviagens.com.br / 4003 1181

Viajar é viver histórias que ficam para sempre.

Embarque para Madrid com as melhores condições.


Madrid

★★★
Vértice Roomspace Madrid
10X R\$ 779,14 por pessoa
ou R\$ 7.791,47 à vista

Saindo de São Paulo (VCP)
7 dias / 6 noites
Ida: 09/09/25
Volta: 15/09/25

 10% de desconto comprando com seu cartão Azul Itaú



Utilize os pontos do programa de fidelidade da Azul

As ofertas apresentadas são válidas por pessoa, em hotéis nas categorias especificadas em apartamento duplo, sendo as passagens aéreas sujeitas à disponibilidade e às regras tarifárias. Os valores publicados não incluem as devidas taxas, como taxas de turismo cobradas por algumas cidades, taxas de embarque cobradas pelos aeroportos e impostos. Eventuais exceções constam na oferta. Eventual gratuidade para criança, se aplicável, será válida exclusivamente na hospedagem. Valores das ofertas internacionais estão convertidos conforme câmbio de 22/04/2025. Valores, datas e condições de pagamento estão sujeitos a alterações, sem aviso prévio. Para obter mais informações sobre as condições, consulte a central de atendimento (4003-1181), www.azulviagens.com.br, <http://tudoazul.azulviagens.com.br> ou seu agente de viagens. As imagens são meramente ilustrativas.

 João Pessoa (JPA) Saindo de São Paulo (CGH) Ida - 25/05/25 Volta - 01/06/25	 Foz do Iguaçu (IGU) Saindo de Belo Horizonte (CNF) Ida - 11/06/25 Volta - 14/06/25	 Mabu Thermas Grand Resort (FOR) Saindo de Uberlândia (UDI) Ida - 24/08/25 Volta - 30/08/25	 Carmel Magna Praia Hotel 7 dias / 6 noites 10X R\$ 236,84 por pessoa ou R\$ 2.368,49 à vista
 Linha Verde (SSA) Saindo de Belo Horizonte (CNF) Ida - 17/08/25 Volta - 23/08/25	 Maratona de Campo Grande (CMG) Saindo de Cuiabá (CGB) Ida - 04/07/25 Volta - 07/07/25	 Hotel Novotel Campo Grande 4 dias / 3 noites 10X R\$ 160,34 por pessoa ou R\$ 1.603,49 à vista	 Pousada Alto da Floresta Noronha 4 dias / 3 noites 10X R\$ 490,85 por pessoa ou R\$ 4.908,50 à vista
 Bariloche (BRC) Saindo de Porto Alegre (POA) Ida - 22/06/25 Volta - 26/06/25	 Balneário Camboriú Saindo de São Paulo (VCP) Ida - 22/06/25 Volta - 25/06/25	 Sagres Praia Hotel 4 dias / 3 noites 10X R\$ 84,34 por pessoa ou R\$ 843,42 à vista	 Hotel Laghetto Vivace Canela 5 dias / 4 noites 10X R\$ 130,68 por pessoa ou R\$ 1.306,80 à vista

Na hora de planejar sua próxima viagem, conte com sua operadora de turismo especializada em experiências completas.



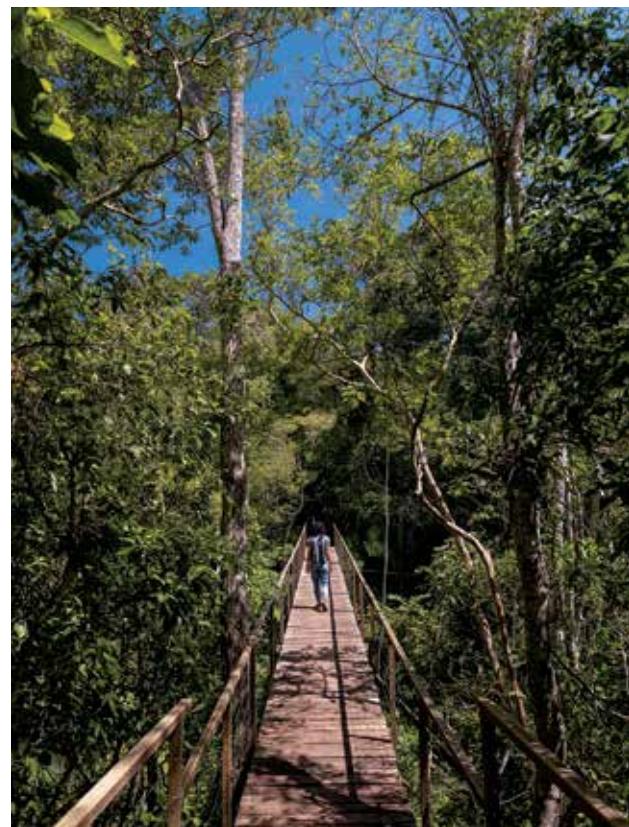
Azul
viagens

NO CURSO DAS ÁGUAS

Em Bonito, no Mato Grosso do Sul, o turismo sustentável recompõe paisagens e mostra como é possível ser um forte aliado da preservação ambiental

por Manu Sombra | fotos Adriano Kiriara

Sucuri, considerado o rio mais cristalino do Brasil, tem 1,8 Km de extensão



Visto do alto, o rio mais cristalino do Brasil lembra uma serpente azul no verde da mata. Com menos de 2 km de extensão, o Sucuri nasce e termina dentro da mesma fazenda — e certamente lidera o ranking dos rios mais fotografados do País. Na era das *selfies* e das capinhas de celular à prova d'água, essa fama não se desgasta. Muito pelo contrário. Isso ajuda a mantê-lo vivo, como uma joia em exposição no meio do Cerrado.

Na Fazenda São Geraldo, as flutuações têm limite diário de visitantes e regras rígidas, como usar neoprene e colete, não pisar no leito nem tocar na vegetação. Quem se deixa levar pela correnteza sente como se mergulhasse em um aquário sinuoso, onde cardumes de piraputangas e de curimbatás fazem contato visual com as pessoas. Na região já foram catalogadas mais de 300 espécies de animais — mas as famosas cobras aquáticas nem sempre dão as caras. “Já fiz cerca de 5 mil flutuações e devo ter visto surus em umas 150”, estima o guia turístico Miguel Cardoso, acrescentando que elas são inofensivas e costumam aparecer mais no trecho onde o Sucuri deságua no rio Formoso.

Assim como em outros destinos de Bonito, no Mato Grosso do Sul, os passeios de flutuação no rio Sucuri ocorrem dentro de uma Reserva Particular do Patrimônio Natural

(RPPN), um tipo de unidade de conservação permanente que pode ser explorada para fins de pesquisa e de visitação. Criada em 1999, a RPPN São Geraldo tem 642 hectares e preserva fragmentos de Cerrado com influência de Mata Atlântica, onde pequenos “vulcões” de águas límpidas brotam em meio a jardins subaquáticos e samambaia gigantes.

FLORESTAS DE PÉ

A cidade reconhecida como a capital brasileira dos destinos de natureza encontrou no ecoturismo um modelo de negócio que, em vez de destruir paisagens, regenera e mantém florestas de pé. É assim também na Estância Mimosa, uma RPPN de 272 hectares de mata quase que totalmente reflorestada (cerca de 64% da área total da fazenda), onde trilhas por terra, escadarias e tablados de madeira encontram cachoeiras, piscinas naturais e paradas para banho no rio Mimoso. Quatro mirantes oferecem uma visão privilegiada da Serra da Bodoquena, situada na borda Sudoeste do Complexo do Pantanal.

Essa transição de biomas favorece o avistamento de diferentes espécies, do pequenino udu-de-coroa-azul, ave símbolo de Bonito, à imponente harpia, considerada a maior águia do mundo, que chega a atingir mais de dois metros de envergadura. “Já observamos muitos rastros de onça-parda, mas elas costumam ter hábitos noturnos”,



explica Guilherme Maciel, gerente de turismo da Estância Mimosa, que, em 1999, abandonou a pecuária e a extração de madeira e, de lá para cá, vem recebendo turistas do mundo todo. Próximo da sede, seriemas e jacarés à beira de um lago dão as boas-vindas.

Conhecer a região a fundo implica atravessar os limites municipais até as vizinhas Bodoquena e Jardim. A culinária com influência paraguaia, indígena, da colonização espanhola e das levas bandeirantes, forma um caldeirão de sabores exóticos, como o da carne de jacaré servida com feijão-tropeiro. Ao longo dos passeios, é comum ouvir histórias da Guerra do Paraguai (1864-1870) e dos traumas vividos naquele que foi o maior conflito armado da América Latina. É imperativo contratar receptivo ou alugar um carro, já que os atrativos estão quase todos na zona rural. Expedições no mato reservam momentos únicos, como uma surpreendente revoada de araras ou a possibilidade de ter a perspectiva de um pássaro a partir do alto de um precipício — neste caso, com uma corda presa à cintura.

Na Boca da Onça Ecotour, em Bodoquena, experimentar o maior rapel de plataforma do Brasil pode ser um sinal de coragem ou de pragmatismo, já que a outra opção para continuar na trilha de 4,5 km é descer o Cânion do rio Salobra por uma escadaria. Quem escolhe o rapel pode até se intimidar com os 90 metros de descida, mas, já nos primeiros segundos em suspensão, é possível que a adrenalina se transforme em puro relaxamento..

Quem visita a fazenda também tem a oportunidade de conhecer a maior queda-d'água do Mato Grosso do Sul, a Cachoeira Boca da Onça, com 156 metros de altura. Cenários que parecem ter saído de um sonho surpreendem ao longo do caminho. Um dos mais impactantes é o Buraco do Macaco, uma fenda esculpida na rocha que revela, no meio da paisagem, um pequeno lago cristalino de tonalidade turquesa, onde só é possível chegar atravessando a nado por dentro de uma caverna submersa.

DE NASCENTES A GRUTAS

Na Serra da Bodoquena, os caminhos traçados pela água ganham diferentes graduações de verde e de azul e uma transparência explicada pela forte presença de carbonato de cálcio. Mergulhos em nascentes são experiências disputadas, como na fazenda Ceita Corê, que, além de banhos de



cachoeira no rio Chapena e de cavalgadas no mato, oferece a chance de desafirmos a correnteza do lençol freático que brota na superfície, formando o rio Chapeninha.

Mas nenhuma outra cabeceira é mais procurada que a Nascente Azul. Aberto a visitação desde 2008, o atrativo surgiu da necessidade de salvar a área então depredada pela criação de gado, que por pouco não matou o curso do rio. Com sete metros de profundidade, a nascente é um dos poucos lugares da região que oferecem mergulho livre e prática de apneia, além de passeios de flutuação e um balneário perfeito para quem viaja com crianças.

Quem quiser conhecer as águas profundas da Bodoquena sem precisar se molhar pode descer uma escadaria de 300 degraus, adornada por raízes suspensas e estalactites, onde só é permitido mesmo contemplar. Na Gruta do Lago Azul, espécie de marco zero do turismo em Bonito, a presença de minerais e a refração solar imprimem um azul intenso no rio subterrâneo. Tombada em 1978 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), a gruta



Passeio noturno nas Grutas de São Miguel; à esquerda, Nascente Azul

recebeu, em 1992, uma expedição franco-brasileira de mergulhadores que não descobriu sua profundidade, mas encontrou fósseis de tigre-dente-de-sabre e de preguiça-gigante, em uma espécie de cemitério pré-histórico submerso.

Foi depois daquela expedição que o turismo regional teve seu grande *boom*. Era o ano da ECO 92, conferência da ONU sobre meio ambiente realizada no Rio de Janeiro, e a chegada dos pesquisadores despertava na cidade sua vocação mais óbvia. Hoje, a natureza é escutada como em poucos lugares do País, provando que o desenvolvimento sustentável também move montanhas.

Bonito não dorme nem quando o sol se põe. Nas Grutas de São Miguel, a aventura noturna começa na altura das copas das árvores, a partir de uma ponte pênsil de 180 metros, e termina em câmaras subterrâneas, onde estalactites e estalagmitas contam, em gotas petrificadas, uma história de milênios. Nesse silêncio quebrado pelo grito das corujas, o tempo escreve sua crônica na pedra enquanto nós somos meros leitores de passagem. ▶



Pousada Arte da Natureza; abaixo, piraputanga recheada com farofa de moqueca do Bacuri Cozinha Regional



Caipiré (limão, erva de tereré e gin) do Pantanal Grill Gourmet; à direita, língua de jacaré do Juanita Restaurante



SERVIÇOS

RECEPTIVO

[BONITO WAY](#)
@bonitoway

ONDE FICAR

[MARRUÁ HOTEL](#)
@marruahotel

[POUSADA ARTE DA NATUREZA](#)
@pousadaartedanatureza

ONDE COMER

[JUANITA RESTAURANTE](#)
@juanitarestaurante

[BACURI COZINHA REGIONAL](#)
@bacuricozinharegional

[PANTANAL GRILL GOURMET](#)
@pantanalgrillgourmet

PASSEIOS

[FAZENDA CEITA CORÊ](#)
@fazendaceitacore

[GRUTA DO LAGO AZUL](#)
@gratalagoazul

[RIO SUCURI ECOTURISMO](#)
@riosucuri

[BOCA DA ONÇA ECOTOUR](#)
@bocadaoncäecotour

[GRUTAS DE SÃO MIGUEL](#)
@grutasdesaomiguel

[ESTÂNCIA MIMOSA ECOTURISMO](#)
@estanciamimosa

[NASCENTE AZUL](#)
@nascenteazul

COMO IR

A Azul leva você a Bonito com voos a partir de várias cidades do País. Consulte as opções no site ou por telefone. MAIS INFORMAÇÕES: 4003 1118 / [VOEAZUL.COM.BR](#)

Azul viagens

BONITO
a partir de
10x de

R\$ 191,73
sem juros

ou R\$ 1.917,32
à vista
por pessoa

*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio

[azulviagens.com.br](#) / 4003 1181



CHECKLIST

AZUL PARA COLORIR O SÃO JOÃO

Saudades de um quentão, das comidas, de dançar quadrilha e um bom forró? Confira as principais festas de São João do Nordeste para você conhecer com a Azul

por Bruno Segadilha



**Azul
viagens**

a partir de 10x de
R\$ 437,53
sem juros
ou

R\$ 4.375,33
à vista por pessoa

*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio
azulviagens.com.br / 4003 1181

SÃO JOÃO EM CAMPINA GRANDE

3 noites no Hotel Ibis Styles + traslado do aeroporto/ hospedagem + ingresso no Camarote Azul para O Melhor São João do Mundo + passagens aéreas de ida e volta.

Saída em

05/06/2025

(de Viracopos)

Fotos: Marco Pimentel e Divulgação

CAMPINA GRANDE

PARAÍBA

Todos os anos a cidade do interior paraibano aposta alto para disputar com Caruaru, em Pernambuco, o título de maior São João do Mundo. Os números impressionam. A edição deste ano, realizada entre 30 de maio e 6 de julho, terá 38 dias de duração, cinco a mais do que no ano passado, e mais de 150 atrações. Entre os artistas confirmados estão nomes como Luan Santana, João Gomes, Jorge & Mateus, Alok, Alceu Valença, Elba Ramalho, Priscila Senna e Mari Fernandez. O Parque do Povo, onde é realizado o evento, foi ampliado e agora ocupa uma área de 40 mil metros quadrados. Pudera. Segundo a Prefeitura do município, no ano passado, as festividades atraíram 2,9 milhões de pessoas e a expectativa é de que esse número seja ainda maior este ano. Além dos shows, o espaço abriga barracas de comidas e bebidas típicas e trios, que embalam os turistas com forró pé de serra.

**Azul
viagens**

a partir de 10x de
R\$ 391,26
sem juros
ou

R\$ 3.912,64
à vista por pessoa

*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio
azulviagens.com.br / 4003 1181

CARUARU

PERNAMBUCO

Tudo começou com pequenas festas de rua, realizadas pelos moradores da região na década de 1970. Nos anos seguintes, eles conseguiram patrocínio para um evento com bebidas e carro de som, o que animou as típicas quadrilhas e cirandas. Desde então o São João de Caruaru tomou corpo e, atualmente, disputa com Campina Grande, na Paraíba, o título de maior do mundo. Este ano, a festa, cujo tema é "De Fazenda a Capital do São João", começa com a caravana do São João na Roça, no dia 25 de abril, no Sítio Lajes. Ela vai percorrer 13 comunidades rurais da cidade até chegar à área central do município, onde o evento segue até o dia 28 de junho. Entre as atrações confirmadas para o palco do Pátio de Eventos Luiz Gonzaga estão Solange Almeida, Zé Neto e Cristiano, Ivete Sangalo, Banda Seu Desejo e Batista Lima.



CHECKLIST



3

FORTALEZA
CEARÁ

Uma festa repleta de tradições e diversidade cultural. Assim são as celebrações do São João na capital cearense. As ruas e praças da cidade se transformam em grandes arraiais e são decoradas com bandeirinhas coloridas, balões e fogueiras. O evento também é marcado por uma forte religiosidade, com missas e procissões em honra a São João Batista. Entre as atrações estão as quadrilhas juninas, que levam às quadras e pracinhas uma explosão de cores e beleza. Cada ano traz um novo tema apresentado pelas quadrilhas estilizadas, que é como são chamados os grupos que trazem figurinos luxuosos, coreografias, trilha sonora própria, cenários e até alegorias para ajudar a contar uma história. A disputa de coreografias típicas é destaque também no Arraiá do Ceará, realizado no North Shopping Jóquei, com 14 grupos concorrendo pelo título de campeão. O arraiá também conta com cidade cenográfica, comidas típicas e brincadeiras temáticas.

Azul viagens
a partir de 10x de
R\$ 429,60
sem juros
ou
R\$ 4.296,00
à vista por pessoa
*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio
azulviagens.com.br / 4003 1181

SÃO JOÃO EM FORTALEZA
7 noites no Hotel Praia Centro + passagens aéreas de ida e volta + traslados de ida e volta do aeroporto
Saída em
19/06/2025 (de Congonhas)

azulviagens.com.br / 4003 1181



4

SÃO LUÍS
MARANHÃO

Durante o São João, a capital maranhense se transforma em um verdadeiro palco de cores, sons e sabores. A decoração dos espaços públicos, que traz elementos da cultura popular e do folclore, como o bumba-meu-boi, já se tornou tradição. É possível observar esse espetáculo popular em lugares como as ruas Portugal, Djalma Dutra, da Estrela e da Alfândega, próximo à feira da Praia Grande, além da Praça dos Carneiros, perto da Casa do Maranhão. Outro destaque é a participação de figuras como o Cazumba, personagem folclórico que sai às ruas com uma máscara ou "careta", como chama a tradição, para brincar de dançar. Este ano, o evento será realizado entre os dias 20 e 26 de junho, em arraiás espalhados na cidade, em locais como Cidade Operária, Maiobão e Lagoa da Jansen. Entre as atrações, artistas locais como Edilson Gusmão, Boi de Axixá e Tambor de Crioula 30 de Outubro.

Azul viagens
a partir de 10x de
R\$ 481,70
sem juros
ou
R\$ 4.817,08
à vista por pessoa
*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio
azulviagens.com.br / 4003 1181

SÃO JOÃO EM SÃO LUÍS
3 noites no Hotel Blue Tree Towers + passagens aéreas de ida e volta + traslados de ida e volta do aeroporto
Saída em
12/06/2025 (de Confins)



5

JOÃO PESSOA
PARAÍBA

Considerada uma das festas mais tradicionais do Nordeste, o São João da capital paraibana destaca-se pelo Festival de Quadrilhas Juninas no Ponto de Cem Réis, na região central, além das apresentações nos bairros. Grandes atrações locais e nacionais completam as noites de festa, que costumam receber milhares de pessoas para dançar o autêntico forró pé de serra. As atividades culturais são realizadas em diversos polos espalhados na cidade e incluem feiras de artesanato, onde os visitantes podem encontrar itens como bordados e rendas regionais, além de festas menores, organizadas por moradores de diferentes bairros. Outro destaque são as comidas típicas, como milho verde, canjica e pamonha. Os shows são realizados no Parque da Lagoa, enquanto a disputa de quadrilhas acontece no estádio Almeidão.

Foto: Thiago Noze, SeturMa e Daniel Silva/Divulgação



CHECKLIST

Azul viagens

**SÃO JOÃO
EM RECIFE + CARUARU**

3 noites no Mar Hotel Conventions + passagens aéreas ida e volta + traslado do aeroporto/ hospedagem + traslado de ida e volta até Caruaru para curtir as Festas de São João.

R\$ 224,83
sem juros ou
R\$ 2.248,38
à vista por pessoa (de Viracopos)

*valores sujeitos a alteração sem aviso prévio

azulviagens.com.br / 4003 1181



B RECIFE PERNAMBUCO

Com sua rica história e agitada vida cultural, a capital pernambucana tem atrativos para encantar visitantes muito além do Carnaval. Prova disso é a animada comemoração junina realizada na cidade, com vários dias de festa e uma extensa programação que inclui shows e arraiás. O evento é realizado em diferentes regiões e bairros, entre eles o Sítio Trindade, que abriga algumas das festas mais concorridas, além da Avenida Rio Branco. Durante a época, a importante via ganha uma enorme cidade cenográfica, além de barraquinhas com comidas e produtos típicos. A festividade também conta com cortejo de sanfoneiros, procissões para santos juninos, além de festa para Xangô e exposição de culinária afro-brasileira.

Fotos: Marcos Pastich PCR / Divulgação

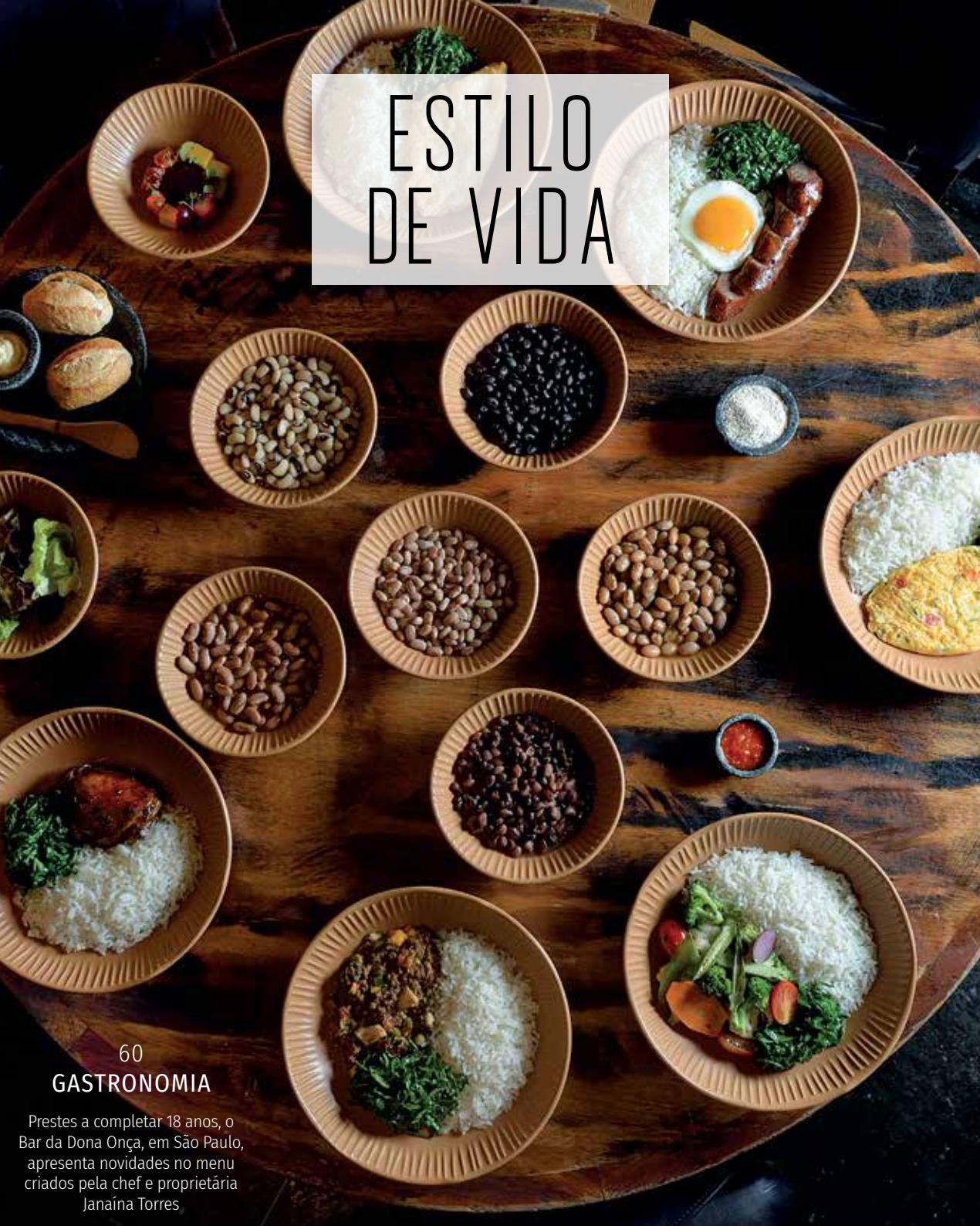


Foto: Mauro Holanda

60 GASTRONOMIA

Prestes a completar 18 anos, o Bar da Dona Onça, em São Paulo, apresenta novidades no menu criados pela chef e proprietária Janaina Torres

62 MENU

O menu de outono do Ryo Gastronomia, em São Paulo

66 CONCIERGE

O charme histórico do Tivoli Kopke Porto Gaia, em Portugal

68 BELEZA

Uma seleção de perfumes para aproveitar o outono



PF de carne moída, do menu "1,2, feijão com arroz"

FESTA À BRASILEIRA

Apontada como a melhor chef do mundo, Janaína Torres celebra os 18 anos do Bar da Dona Onça com menu de clássicos no jantar e cardápio de arroz com feijão no almoço por Roberta Malta

De um cortiço na zona central de São Paulo ao topo da gastronomia mundial, a trajetória de Janaína Torres parece roteiro de novela. Aos 11 anos, já zanzava nas ruas apregoando os sanduíches, coxinhas e iogurtes feitos por ela. Aos 14, conseguiu o primeiro carimbo na carteira de trabalho, como recepcionista e datilógrafa numa gráfica. Mesmo sem ter terminado o ensino fundamental, digitava com destreza proporcional à necessidade de ajudar nas despesas da casa em que vivia com a avó materna, bordadeira de profissão. Com 16, complementava o salário de atendente de shopping com os quitutes que arrumava em sacolas de marca para despistar os seguranças e vendia para as colegas. No cardápio, faziam sucesso os sanduíches de frango, atum e queijo branco com tomate, no pão sírio. Medo do trabalho, nunca teve. Das intempéries da vida, tampouco. Não por acaso, aos 50 anos, carrega o título de melhor chef do planeta pelo

The World's 50 Best Restaurants e comemora duas décadas de carreira e a maioridade de seu primeiro restaurante, o Bar da Dona Onça, com um menu degustação no jantar e um cardápio de PFs durante o almoço.

Se o título mudou pouca coisa na cabeça dessa paulistana que sempre levantou a bandeira da cozinha brasileira, ele trouxe mais força para que a chef mostrasse ao mundo o que de melhor há no nosso tabuleiro. Tailândia, Peru, Espanha, França – Janaína levou o Brasil para as mesas mais sofisticadas da cena internacional. Só em 2014, mais de 20 países a receberam sob a chancela “À Brasileira”, projeto-conceito de fomento à cultura alimentar nacional.

Hoje, quem visitar o restaurante pioneiro na revitalização do Centro de São Paulo vai se deparar com uma farra culinária. Servido de segunda a sexta no jantar, o menu comemorativo dos 18 anos do Bar da Dona Onça – “Celebrar,

Fotos: Marujo de Holanda, Marcus Steinmeyer e 7inSet/Divulgação

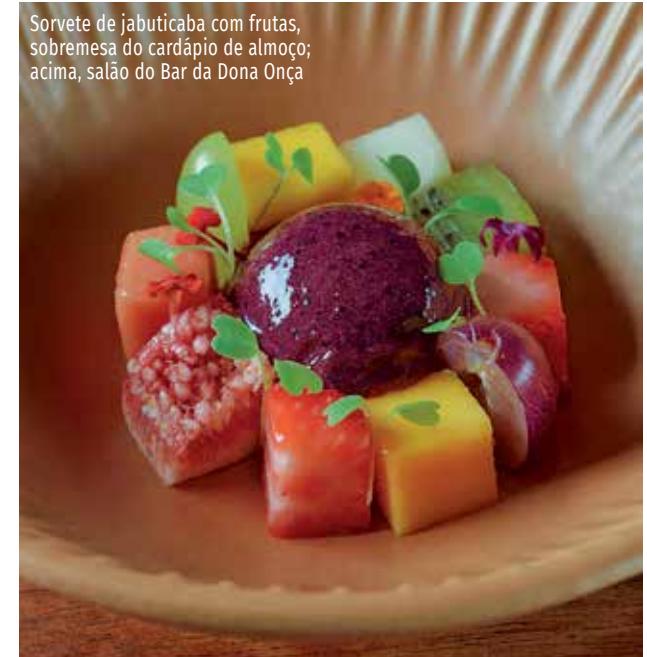
“Ousar e Amar” – começa com uma tábua de charcutaria brasileira, que reverencia o trabalho de pequenos produtores. Na sequência, os clássicos da casa enchem o coração dos antigos frequentadores e seduzem os que estão chegando. Canapé de carne de onça, pão com frango frito, coxinha, bolinho de espinafre e pastel levam o comensal para um lugar afetivo, com jeito de festa infantil.

A imigração italiana chega à mesa no ravioli recheado com queijos artesanais do interior paulista, criando um novo território de sabor no prato. A noite segue com a tradicional galinhada e o filé ao molho de pimentas brasileiras com purê de mandioca. Sempre com a roupagem modernista que Janaína explica como o ato de “trazer as melhores técnicas da cozinha popular para os nossos ingredientes”.

Na hora do almoço, a novidade é o menu “1, 2, feijão com arroz”, lançado em 1º de maio, Dia do Trabalhador. A proposta celebra o clássico PF brasileiro, como ferramenta de saúde, pertencimento e identidade nacional. Arroz e



Sorvete de jabuticaba com frutas, sobremesa do cardápio de almoço; acima, salão do Bar da Dona Onça



File com pimentas brasileiras e purê de mandioca, do menu “Celebrar, Ousar e Amar”; acima, a chef Janaína Torres



feijão vêm acompanhados de itens que aquecem o coração, como carne moída, omelete, pescado ou sobrecoxa de frango, além de salada, farinha, entrada e sobremesa. Tudo por R\$ 69, que podem ser pagos com qualquer tíquete-refeição. Na despensa do bar, há 32 tipos de grãos de diversas regiões do País, que vão variar na mesa semanalmente.

E os festejos não param por aí. Em meio a tantos acontecimentos, Janaína comprou o Star City, restaurante que encerrou suas operações na Santa Cecília após 70 anos de funcionamento. A abertura do novo estabelecimento, que terá seu nome traduzido para o português – Estrela da Cidade –, está prevista para o ano que vem. Uma padaria e um mercado também estão nos planos para 2026. Tudo à moda da casa: à brasileira.

BAR DA DONA ONÇA bardadonaonca.com.br



MENU



Seleção de sashimi do omakase de outono

Balcão para oito clientes;
acima, o chef Edson Yamashita

UMA VOLTA ESPETACULAR

Considerado um dos melhores restaurantes de culinária japonesa de São Paulo – já chegou a receber duas estrelas do renomado *Guia Michelin* em 2022 –, o **Ryo Gastronomia** reabriu suas portas há poucos meses, após uma reforma de dois anos. A volta foi mais do que bem-vinda: tanto no almoço quanto no jantar, o restaurante serve seu rebuscado omakase (menu degustação), elaborado pelo premiado chef Edson Yamashita – a casa também oferece opções à la carte e mantém seu caprichado serviço de delivery, com combinados e pratos quentes.

Os omakases são sazonais – atualmente o Ryo serve o menu de outono inspirado nas colheitas do período. “No Japão, o outono é a época mais completa do ano, quando ainda é possível colher ingredientes da terra e os pescados costumam ficar mais gordos e, por isso, mais saborosos. Então dá para misturar terra, água e outras proteínas, como o wagyu”, conta o chef, que começou sua trajetória na cozinha ainda com 13 anos, no aclamado Shin Zushi, que pertence a sua tia.

O omakase traz dez etapas, dos snacks aos pratos principais, servidas pelo chef e sua equipe no balcão para até oito clientes. Entre as receitas inspiradas estão carapau na brasa servido com creme de mandioquinha; milho confitado com cogumelo Eryngui e um creme de tofu; massa com tinta de lula, creme de mexilhão, lula e karasumi; e denver steak de wagyu, purê de cebola, picles de echalote, caldo de músculo, emulsão de salsinha. Edson ainda serve uma seleção requintada de sushis, com peixes como garoupa, olhete e atum bluefin. A elegante sobremesa reúne sorvete de cumaru, espuma de coco, ameixa assada com mel, óleo de figo e ameixa desidratada. [@ryogastronomia](#)

Fotos: Kenzo Sanematsu, Tomás Rangel, Helena de Castro e Divulgação.



O DRINQUE PERFEITO JIM BEAM BLACK 7 ANOS

Acaba de chegar ao Brasil o Jim Beam Black Aged 7 Years, com maturação declarada de sete anos em barris novos de carvalho americano tostados. O resultado é um Bourbon maduro e aromático, com notas marcantes de caramelo e baunilha, que equilibram complexidade e suavidade. “Em cada gole você vivencia sete anos de cuidadosa maturação e uma tradição transmitida por mais de dois séculos”, afirmam Fred e Freddie Noe, 7^a e 8^a gerações da família Jim Beam. A dica é apreciar puro, com gelo ou em releituras de coquetéis clássicos, como a versão Black Old Fashioned.

ITALIANO DE SUCESSO

CAMPINAS Marca de sucesso do restaurateur Juscelino Pereira, o **Piselli** ganhou sua quinta unidade, dentro do Shopping Iguatemi, no interior paulista. Logo na entrada, há um espaço que mescla café, boulangerie e pâtisserie, para os clientes que desejam uma refeição rápida e informal, além de doces assinados pela pâtissière Amanda Lopes. Já o menu traz as receitas mais pedidas nas outras unidades, bem como pratos como o Don Corleone (foto), um wagyu façon Rossini, com foie gras selado, creme de trufas e batata rosti, ou o Gnocchi Funghi e Formaggi, com seleção de cogumelos nobres e creme de queijos. [@restaurantepiselli](#)



MINEIRO EM DOSE DUPLA

TIRADENTES Um dos mais concorridos restaurantes da cidade histórica mineira, o Tragaluz, faz 25 anos. Para comemorar a data, os sócios inauguraram, em fevereiro, outra casa, o **Lagar Tragaluz**, e devem abrir uma unidade em Belo Horizonte, no Shopping Diamond, ainda este mês. “O Lagar pretende reforçar a identidade mineira, mas também valorizar alimentos de outros estados e países”, diz o chef Felipe Rameh, responsável pelo cardápio da nova casa. Entre os pratos destacam-se a panelinha de cogumelos com ovo, queijo curado e pão da casa (foto); o bacalhau à lagareiro; e o risoto de beterraba, queijo de cabra e mel. Não deixe de provar a mousse de chocolate meio amargo com azeite Lagar ou a clássica Goiabada Tragaluz. [@lagartiradentes](#)



ALMA PORTENHA

RIO DE JANEIRO A Praça General Osório ganha um restaurante com espírito argentino. Trata-se do **Bodegón**, casa típica de Buenos Aires, com decoração temática e menu rico em receitas portenhelas, com mais de 150 rótulos de vinhos argentinos para harmonizar com a comida. Além de entradas interessantes, como o Albóndiga – almôndega de pernil de cordeiro em molho de tomates frescos –, o cardápio oferece uma seção de milanesas, como a carne empanada e finalizada com aioli cítrico de ciboulette e folhas de baby rúcula, uma ala de empanadas fritas e outra de sanduíches e choripanes, como o clássico com linguiça artesanal, chimichurri da casa e aioli de mostarda Dijon. Prove também o Arroz Maradona, com chorizo curado, cebola roxa, alho, cebolinha, salsa e batata palha. [@bodegonrio](#)



Novo Cartão Azul Itaú Mastercard

skyline

FEITO PARA
APROXIMAR
VOCÊ DE
GRANDES
BENEFÍCIOS



**GANHE ATÉ 5,2
PONTOS POR
DÓLAR GASTO
EM COMPRAS
DO DIA A DIA¹.**



**PEÇA
AGORA
O SEU!²**

¹Promoção válida para compras internacionais realizadas no Cartão Itaú Azul Mastercard Skyline de Clientes que sejam também assinantes ativos do Clube Azul. Consulte condições. ²Aprovação sujeita à análise de crédito.



**O céu
do Brasil é Azul** 



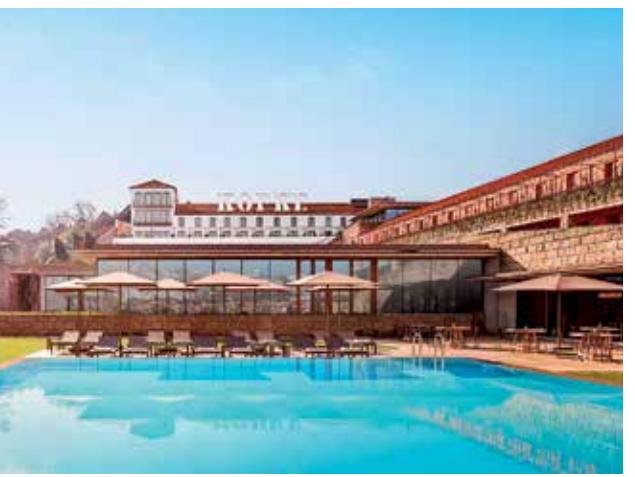
CONCIERGE



Guest Room De Luxe com vista para o Rio Douro; abaixo, a piscina na área externa

MARGENS PLÁCIDAS

VILA NOVA DE GAIA Uma experiência que une luxo, conforto e tradição. Essa é a proposta do **Tivoli Kopke Porto Gaia**. Localizado às margens do rio Douro, na cidade portuguesa de Vila Nova de Gaia, o empreendimento está instalado nas caves centenárias da Kopke, a mais antiga casa de vinho do Porto do mundo. O empreendimento ocupa uma propriedade de 20 mil metros quadrados, com terraços que remetem às icônicas vinhas do Douro e oferecem vistas privilegiadas da cidade do Porto, do rio Douro e da emblemática Ponte Luís I. Aconchego é a palavra de ordem ali. Por isso as suítes e as áreas comuns são decoradas em estilo contemporâneo e industrial, com elementos em tons terrosos e vínicos, combinados a tecidos de lã e couro. Os corredores e quartos possuem imagens históricas captadas pelo fotógrafo Domingos Alvão, famoso por retratar em preto e branco a vida nas vinhas do Douro. Além disso, a Fundação Abanca mantém uma exposição permanente com réplicas de obras de artistas icônicos, como Picasso e Salvador Dalí. Na área ficam a academia e o Tivoli Spa, que oferece massagens e terapias personalizadas e tem cinco salas de tratamento, sauna e banho turco, além de uma piscina hidrodinâmica com fototerapia. A propriedade abriga, ainda, um imenso jardim com espaço de cultivo de ervas aromáticas e acesso direto ao histórico “Caminho Romântico”, que leva os hóspedes ao calçadão ribeirinho



Fotos: Anita Soares e Divulgação

RELAX ALL INCLUSIVE

NATAL A capital potiguar acaba de ganhar seu mais novo empreendimento *all inclusive*. Trata-se do **Costeira Palace Beach Resort**, hotel que oferece uma ampla oferta de acomodações e serviços de luxo. Ao todo são 360 apartamentos, divididos em três categorias, e um enorme complexo de lazer, que inclui piscinas para adultos e para o público infantil, bar molhado e hidromassagem. O resort conta também com um parque aquático com cascatas e tobogãs e um deque de madeira com mais de 300 metros lineares. A gastronomia também é destaque ali, com três restaurantes: o Jacumã, com cozinha contemporânea, o Atlântico, que serve buffet livre, e a pizzaria Maresias.

costeirapalace.com.br



CHARME NA SERRA

PETRÓPOLIS Como parte de seu projeto de expansão, o Grupo Promenade inaugura seu mais novo empreendimento. Localizado na Fazenda Marambaia, em Petrópolis, na região serrana do Rio de Janeiro, o **Lofts by Casa Marambaia** oferece 15 acomodações decoradas em estilo contemporâneo e com pátios disponíveis de jardins exclusivos. Do total, quatro acomodações oferecem vista do rio que passa na propriedade, sala de TV, closet e banheira de hidromassagem. Outro destaque é a Marambaia Meeting, uma bem equipada sala de reuniões para até 100 pessoas, adaptável a diversas configurações de eventos, como conferências, workshops ou reuniões corporativas. loftsmarambaia.com.br

ADORÁVEL REFÚGIO

GRAMADO A Livá Hotéis & Resorts chega ao Rio Grande do Sul com a inauguração do **Poehma Lago Negro**. Localizado a poucos minutos do Centro de Gramado, o empreendimento segue a linha de um hotel butique. São 28 apartamentos com decoração que mistura itens contemporâneos – com móveis modernos e minimalistas – e elementos rústicos, a exemplo da lareira e do sistema de calefação. O hotel tem uma boa estrutura para quem viaja em família, com comodidades como espaço infantil, brinquedoteca e espaço de leitura, além de sauna, academia, spa e piscina. O empreendimento oferece ainda experiências e atividades físicas em meio à natureza. poehma.com.br





AROMAS DA ESTAÇÃO

DAS NOTAS AMADEIRADAS ÀS ESPECIARIAS,
SELECIONAMOS SETE PERFUMES PARA VOCÊ ENCONTRAR
SUA FRAGRÂNCIA IDEAL PARA O OUTONO!

por Anna Paula Ali

1. Clash desodorante colônia, 100 ml, O Boticário - R\$ 119,90 - boticario.com.br
2. Perfume Diva Suprema desodorante colônia, 100 ml, Eudora - R\$ 109,90 - eudora.com.br
3. Perfume 212 VIP Black Elixir 100 ml, Carolina Herrera - R\$ 799 - carolinaherrera.com.br
4. Perfume Vénus Feminino Eau de Parfum 30 ml, Nina Ricci - R\$ 499 - amobeleza.com.br
5. Madeleine 862 La Pistacherie Eau de Parfum 75 ml, O.U.I Paris - R\$ 349 - ouiparis.com
6. I Want Choo Le Parfum 100 ml, Jimmy Choo - R\$ 1.049 - vizcaya.com.br
7. Paradoxe Virtual Flower 90 ml, Prada - R\$ 1.099 - sephora.com.br

Fotos: Divulgação *Preços pesquisados em abril de 2025



EXECUTIVA

70
ENTREVISTA

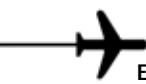


Cristiano Viola, da Greystar no
Brasil, fala sobre o mercado
imobiliário no País

74
MADE IN BRAZIL



Criada há pouco mais de quatro anos, a
Coffee++ vem conquistando o mercado
brasileiro de cafés especiais



NOVO CONCEITO EM MORAR

Cristiano Viola, diretor de operações da Greystar no Brasil, explica o propósito da marca Ayra, focada em empreendimentos multifamily de alto padrão

por Felipe Seffrin

Não é flat, prédio residencial ou hotel. “É um pouquinho disso tudo, mas de um jeito diferente”, explica Cristiano Viola, diretor de operações da Greystar no Brasil. A operadora americana de apartamentos chegou por aqui há cinco anos e, desde o final de 2023, tem lançado empreendimentos sob a marca Ayra, exclusiva para o mercado brasileiro. O diferencial da nova marca vai além do design refinado dos prédios e abrange o conceito *multifamily*: edifícios residenciais multifamiliares, com *core* de comunidade e gestão profissional, com uma ampla variedade de espaços de lazer e curadoria de atividades para os moradores. Tem até máquina de chope e aula de ioga.

Com a experiência de quem trabalhou por 20 anos em hotelaria, incluindo redes de luxo como Ritz-Carlton, Emilia, Marriott e Hilton, Cristiano Viola tem a missão de liderar as operações do Ayra no Brasil e fazer da marca um ativo relevante para a Greystar, que administra mais de US\$ 200 bilhões em imóveis em quase 200 mercados mundo afora.

Quem é a Greystar?

Somos uma empresa que começou há 30 anos, nos Estados Unidos, quando o nosso presidente, Bob Faith, fez a primeira aquisição de unidades residenciais e trouxe uma visão profissional para esses ativos. Naquela época, a gestão profissionalizada dos ativos residenciais não existia. Então ele teve um olhar para transformar essas unidades em ativos que gerassem retornos consistentes e que se valorizassem ao longo dos anos.

Qual é a chave para buscar essa valorização?

Com visão de negócio, cuidando do dia a dia das pessoas. Cuidar de uma pessoa quando ela vai para a academia, durante algumas horas, é uma coisa. Quando ela vai para o hotel e dorme por três dias, é outra. Agora, você estar ali no *daily basics* du-

rante um, dois, três anos é muito representativo. Então, a partir do nosso DNA de operações, a Greystar começou a entregar experiências únicas, a trazer inovação para o dia a dia, sempre antecipando tendências.

Como começou a expansão global da companhia?

Nos últimos dez anos, a gente começou a fazer essa abertura, entendendo que o nosso modelo de negócio já tinha sido supertestado nos Estados Unidos. A necessidade de morar é como comer, então, vai sempre existir essa demanda. Temos um negócio de retorno consistente no longo prazo, então começamos a replicar nosso modelo mundo afora. Atualmente, estamos na Ásia, na Austrália, em quase todos os países da Europa, no Canadá, na América do Sul...

Existem diferenças entre os mercados?

Aqui, no Brasil, por exemplo, a gente está desenvolvendo um modelo um pouco mais customizado, com uma demanda de apartamentos mobiliados que lá fora não é tão convencional.

Como foi a chegada da empresa ao Brasil?

Chegamos aqui em 2019, por meio de uma *joint venture* com Cyrela, SKR e CPP Investments, entendendo que eles, para fazerem o investimento em sete empreendimentos, precisavam de um operador robusto, com chancela internacional e expertise já comprovada.

E o que levou à criação da marca Ayra?

O nome Greystar é muito conhecido no ambiente executivo, porque a gente opera várias classes de ativos globalmente. Então, para cada tipo de ativo nós criamos marcas e vamos posicionando-as nos diferentes países, de acordo com o público com quem queremos conversar. Fizemos vários testes até chegarmos à criação do Ayra aqui no Brasil.

Foto: Divulgação

Cristiano Viola, diretor de operações da Greystar no Brasil, aposta no conceito *multifamily*





ENTREVISTA

32

anos de Greystar

850 mil

contratos de locação no mundo

+ US\$ 200 bilhões

em imóveis

5

anos da marca Ayra no Brasil



Ayra Pinheiros e Ayra Higienópolis (acima) foram os primeiros lançamentos em São Paulo



Foto: Divulgação

Ayra Pininfarina tem assinatura do famoso estúdio italiano de design da Ferrari

Qual o conceito por trás do Ayra?

O Ayra representa nosso conceito *multifamily* no Brasil. Corporativamente, *multifamily* é uma palavra que funciona bem dentro do segmento executivo imobiliário, mas as pessoas, em geral, não entendem – e nem têm que entender. Então criamos a marca Ayra para traduzir essa experiência, que é um modelo único, mas que se parece com vários outros negócios: edifícios residenciais multifamiliares, onde você tem um *core* de comunidade e uma gestão profissional.

Qual a diferença de um Ayra para outros empreendimentos residenciais?

Nós temos profissionais oriundos da hotelaria de alto luxo no dia a dia dos residentes, ativando essas comunidades, olhando para esse negócio no longo prazo. Isso é diferente de um prédio, onde você tem uma gestão de um síndico, com vizinhos que têm visões diferentes sobre o ativo. Nós somos os únicos proprietários. Então somos majoritários nas decisões e estamos ali

olhando para o engajamento dos nossos clientes, as pessoas que moram ali no dia a dia.

Quais foram os primeiros imóveis entregues e qual o valor médio?

Nós abrimos o primeiro ativo, que é o Ayra Pinheiros, no final de 2023. Ele é a nossa *flagship*, um ativo performado, ocupado, traduzindo esse conceito do *multifamily* que nos ajudou muito a posicionar nossa marca. Hoje, temos uma demanda praticamente orgânica, que vem até nós para alugar esse apartamento e viver essas experiências. De-

pois, temos outros dois ativos, que são o Ayra Higienópolis, inaugurado no final do ano passado, e o Ayra Pininfarina, que está prestes a ser inaugurado. O valor do ticket médio está em torno de R\$ 160 por m².

Qual o cronograma dos próximos lançamentos?

O Ayra Moema será inaugurado no meio do ano. Ele fica a mais ou menos cinco quarteirões do Aeroporto de Con-

gonhas. Então, ali vamos implantar uma operação em 360°. O nosso *core business* é o *long stay* (contratos acima de 12 meses), mas ali a gente vai flexibilizar mais, entendendo a demanda de pessoas que querem estar perto do aeroporto. Depois, a gente abre o Ayra Perdizes e, no ano que vem, inauguramos o Ayra Vila Madalena e o Ayra Brooklyn.

Qual a diferença dos empreendimentos Ayra para outros imóveis de alto padrão?

Todos os nossos prédios são concebidos com alto padrão de acabamentos e design, mas, de fato, a gente não consegue nem comparar com os outros. No Ayra Higienópolis, por exemplo, temos 30 espaços de lazer: cinema aberto, cinema fechado, aula de ioga, eventos, várias salas de *coworking*, ativações de festas, jazz no lobby. Então a gente acaba criando aí um nicho específico com os nossos produtos.

Por que investir tanto em áreas comuns?

Essas áreas são complementares à experi-

ência de morar. Nossos apartamentos são muito eficientes, há muita engenharia e arquitetura para que as plantas sejam 100% eficientes, o que é diferente quando você faz um prédio para vendas. Mas entendemos que as pessoas podem utilizar as áreas comuns como um complemento da casa delas.

Como isso funciona na prática?

Atualmente, a gente chega ao coworking dos nossos prédios e está todo mundo trabalhando junto, se conectando. Ou tomando café, fazendo ioga juntos.

Então, se torna uma comunidade superengajada, né? Diferentemente de antigamente em São Paulo, quando você pegava o elevador e não cumprimentava o vizinho porque nem o conhecia direito. Então, é de fato um conceito de comunidade na qual você mora de um jeito mais eficiente e o prédio inteiro é a sua casa. Tem até máquina de chope que eles podem acessar.

Qual o perfil dos moradores da marca no Brasil?

A gente tem uma quantidade bem expressiva de profissionais autônomos, donos de negócios, criadores de *startups*, influenciadores e nômades digitais. Temos um perfil jovem, de 28 a 40 anos, majoritariamente mulheres. Temos uma quantidade grande de divorciados, que precisam tomar uma decisão rápida de mudança. E temos o que a gente chama de “recalculando a rota”, pessoas que estão se reposicionando na vida e aproveitando a flexibilidade de contratos rápidos com a gente.

Como está a evolução dos negócios no Brasil?

A gente está só começando. Temos mais ou menos 10 mil unidades catalogadas, com um potencial ilimitado. A nossa operação começou no Chile há 5 anos e lá já temos 100 mil unidades. É essa a escala que queremos crescer no Brasil com os empreendimentos *multifamily*.

Existe a perspectiva de se criarem empreendimentos para a classe média?

Sem dúvidas. A gente quer descer um pouco a pirâmide, sim, para escalar ainda mais o negócio. A classe média hoje está com mais dificuldades de comprar um apartamento, tem maior propensão ao aluguel... Então, a gente tem vários projetos endereçados. Estamos trabalhando para, em breve, lançar outra marca e levar toda a experiência que a gente tem no segmento de alto padrão para a classe média.

A ideia é seguir no mercado imobiliário de São Paulo ou expandir as operações no Brasil?

Quando a gente fala de São Paulo, 10 mil unidades é praticamente nada, né? A gente poderia ficar aqui nos próximos anos, só fazendo prédios em São Paulo, que teria demanda para isso. Porém, a gente já vê outras cidades com bastante potencial. Possivelmente, o Rio de Janeiro vai ser a próxima capital onde vamos chegar. Temos uma demanda latente muito grande de empreendimentos *multifamily* em várias cidades do Brasil. ▶



MADE IN BRAZIL



Drip da marca Coffee ++: cafés especiais em porções individuais

CAFÉ CORRENDO NAS VEIAS

Leo Montesanto, da terceira geração de uma família lendária no ramo e fundador da Coffee++, quer “cafequizar” o brasileiro por Flávia G Pinho

Nasci embaixo de um pé de café.” Assim o mineiro Leo Montesanto, 41 anos, começa a contar sua história de empreendedor. Hoje, esse louro de cabelos desalinhados e fala direta é um influenciador famoso, com mais de 53 mil seguidores no Instagram, conhecido por ser o fundador do e-commerce Coffee++, especializado em produtos especiais de alta pontuação. O que pouca gente sabe é que seu último sobrenome, Tavares, carrega mais de sete décadas de tradição no mundo do cafeiro. Ele é neto de Aprígio Tavares, comerciante de café que, nos anos 1980, assumiu uma pequena empresa para salvá-la da falência, chamada Três Corações. Seu pai, Ricardo Tavares, tornou-se uma lenda ao transformar a Três Corações em uma das mais relevantes do setor antes de vendê-la, em 2000.

Como era tradição nas famílias de comerciantes, Leo aprendeu tudo o que sabe na lida. Acompanhou a trajetória do pai e do avô bem de perto, mas nunca teve permissão para ocupar sequer o lugar de mero espectador. “Quando tinha 5 anos, o motorista já me buscava na escola, às sextas-feiras, e me levava

para a empresa, onde eu recebia a missão de vender uma geladeira de picolés. Assim aprendi a fazer comércio.” O problema é que, na adolescência, o garoto já se sentia assombrado pela fama da família. Sonhava em empreender, mas como se destacar sendo comparado a um deus e a um semideus do agronegócio? “Como não tinha condições de brilhar no meio daqueles dois, tomei pavor de café e fui caçar meu lugar no mundo”, conta.

Depois de abrir um lava-jato na capital mineira, aos 16 anos, Leo voltou a trabalhar com a família aos 19, mas ainda longe do café – fundou a transportadora Montesanto Logística para prestar serviço à Sucos Mais, empresa que o pai havia acabado de criar. Dois anos depois, quando a indústria foi vendida à Coca-Cola, o negócio de Leo só não naufragou porque Ricardo Tavares convenceu o filho a transportar café. “Cheguei a ter quatro caminhões e um terminal no porto de Santos. Faturava R\$ 20 milhões por ano, mas ainda achava que a empresa não tinha futuro. Quando dizia isso ao meu pai, ele perguntava se eu estava usando drogas”, conta, achando graça da lembrança.

O ano de 2015 foi decisivo na trajetória de Leo Montesan-



Cuidados no campo e no beneficiamento garantem a alta pontuação dos cafés



Grão, moído, drip e cápsula: portfolio completo



Fotos: Divulgação

to – foi quando um dos sócios do pai o desafiou a assumir a gestão de uma das fazendas cafeeiras do grupo, a Primavera, com 500 hectares, na região de Chapada de Minas. Alçado ao posto de CEO aos 31 anos, ele se viu no comando de 119 funcionários e 23 tratoristas. Muitos tinham mais tempo de casa que ele tinha de vida e torceram o nariz ao descobrir que seriam chefiados pelo filho do patrão. “Minha cara de playboy não ajudava em uma fazenda. Eles me olhavam e pensavam: ‘O que esse menino vem fazer aqui?’ Admiti que não sabia nada e, em três meses, rodei 25 mil quilômetros e visitei mais de 40 fazendas de café, com uma lista de perguntas no bolso”, revela.

Leo voltou para casa convicto de que era preciso implementar mudanças drásticas para aumentar a produtividade. Seu novo modelo de gestão, focado na cultura de alta performance, foi replicado nas cinco fazendas do grupo, que somam 3 mil hectares de café, e enfrentou muita reação negativa. Com o tempo, o número de funcionários da Primavera caiu para os atuais 49, além de sete tratoristas, que mantêm a produtividade sem turno dobrado nem hora extra. Simultaneamente, Leo dava início a outra transformação, dessa vez no campo. Investiu no plantio de novas variedades de café arábica que vinham se destacando em premiações internacionais. No Cup of Excellence 2018, considerado o concurso mais importante em escala global, a Primavera já tinha um prêmio para chamar de seu – seu café Geisha foi considerado o melhor do mundo.

O prêmio, segundo Leo, foi um divisor de águas. Ele se desligou oficialmente da empresa do pai em 2019 (atualmente, o Grupo Montesanto Tavares está em processo de recuperação judicial), vestiu novamente a roupa de empreendedor e decidiu que era hora de realizar o sonho do avô. “Ele queria ver o brasileiro tomando aqueles cafés especiais que só iam para exportação. Virou minha missão.”



MADE IN BRAZIL

1.500

sacas mensais de café
são comercializadas pela
Coffee ++

25

funcionários trabalham
na planta industrial, em
Piumhi (MG)

R\$ 79,90

é o preço da embalagem
de 250 g do café Geisha

84,18%

é a taxa anual de
crescimento da
Coffee ++



Fotos: Divulgação



Leo Montesanto:
missão de "cafequizar"



Fundada em outubro de 2020, em plena pandemia do Coronavírus a Coffee++ nasceu com DNA digital. Meses antes do lançamento da marca, Leo levou algumas dezenas de influenciadores a fazendas cafeeiras, para que fizessem imersões e entendessem como se produzem cafés especiais, do campo à xícara. As postagens foram gerando curiosidade do público, que correu assim que o e-commerce entrou no ar – foram mais de 800 pedidos em 24 horas. Logo a seguir, vieram os compradores das redes de varejo. Pouco mais de quatro anos depois, os cafés da Coffee++, comercializados em grãos, moídos, em cápsulas ou *drip* (porção individual que permite coar o café diretamente na xícara), estão em mais de mil pontos de venda Brasil afora, em 15 estados.

Como é de praxe no universo dos cafés especiais, quem adquire os produtos da marca, todos com pontuação acima de 84, segundo critérios internacionais da Specialty Coffee Association (SCA), fica sabendo tudo sobre o produto, da região onde foi produzido ao perfil sensorial. O Clássico entrega notas de chocolate ao leite, frutas secas e doce de leite, enquanto o Geisha remete a aromas de flor de jasmim, carambola madura e limão. Dois lançamentos estão prestes a chegar à loja: o Intenso parte do mesmo blend do Clássico, mas Leo elevou a torra para que sobressaíssem as notas de chocolate, enquanto o café Solos Vulcânicos traz a identidade de um *terroir* singular, por ter sido cultivado na região de Poços de Caldas (MG), sobre a cratera de um vulcão ex-

tinto há milhões de anos. Quem assina a linha 1953 recebe em casa, mensalmente, microlotes de cafés com pontuação acima de 88 pontos, além de um nanolote surpresa. O nome do plano de assinatura não foi escolhido por acaso – em 1953, o avô de Leo documentou sua primeira compra de grãos e deu início à saga dos Tavares.

Mais do que vender café, Leo se propõe a mostrar ao público brasileiro todo o potencial da bebida. Daí o termo que ele adora usar: “cafequizador”. “Sinto-me na obrigação de ensinar que café é uma fruta doce. Portanto, não tem por que a bebida ser amarga. Basta mostrar uma foto dos grãos tradicionais antes da torra para que as pessoas entendam por que provoca tanta azia e queimação”, diz. Parte do conteúdo Leo divulga por meio de suas redes sociais, mas sua missão vai ganhar outra escala este ano – a partir de maio, durante dois meses, uma experiência de degustação harmonizada, desenhada por ele, será oferecida aos passageiros da classe executiva nos voos internacionais da Azul. O mês de maio foi escolhido porque no dia 24 é comemorado o Dia Nacional do Café. “Montei uma carta com três cafés, que serão preparados diante dos clientes e podem ser harmonizados até com sobremesas. Não adianta servir algo extraordinário se você não explica exatamente o que é.” ▶

© coffeemais.com

O QUE É UM PONTO AZUL NA SUA REVISTA?

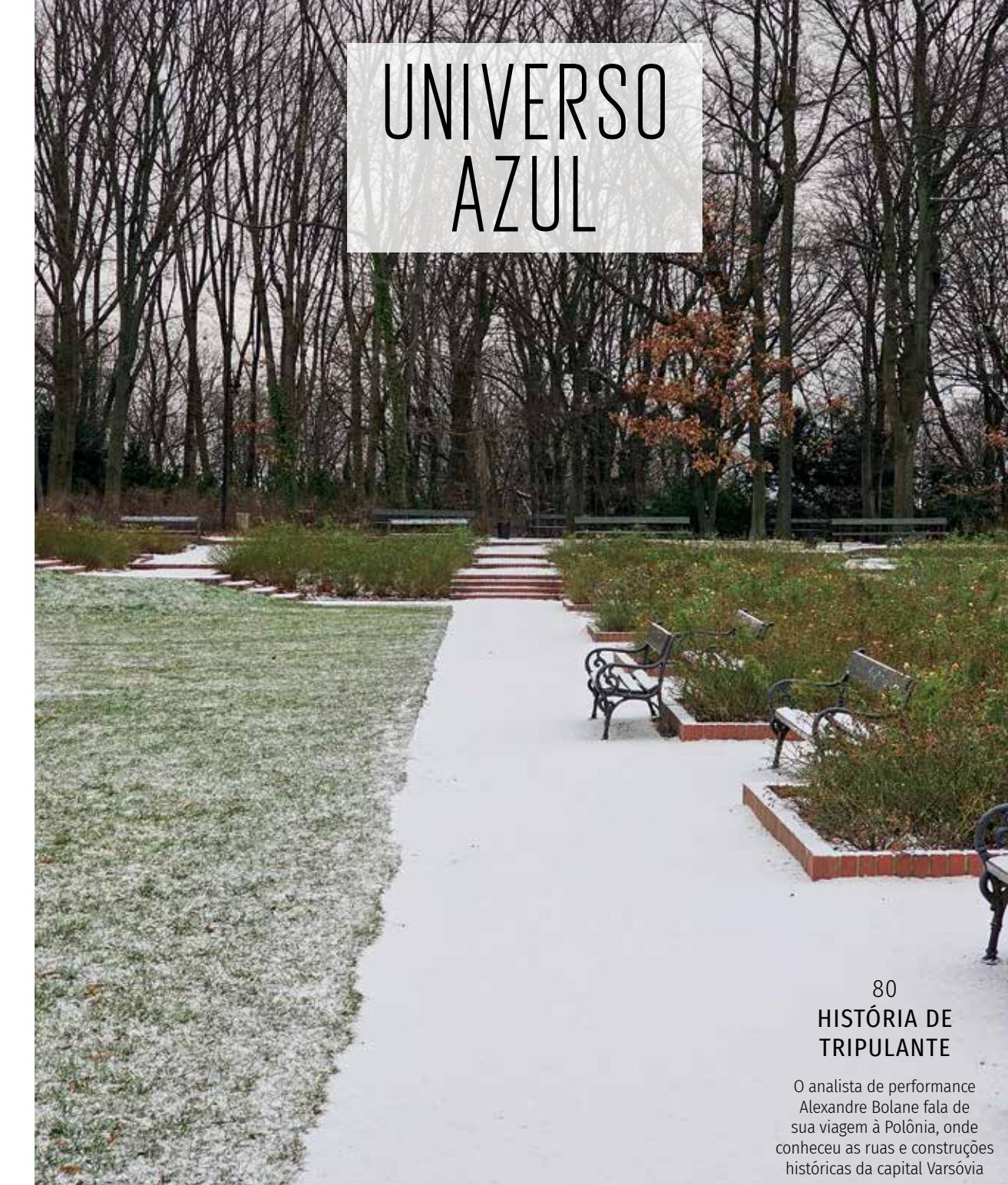


ESCANEIE
PARA
DESCOBRIR

Azul | Fidelidade



Foto: Alexandre Bolane/Arquivo Pessoal

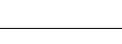


UNIVERSO AZUL

80 HISTÓRIA DE TRIPULANTE

O analista de performance Alexandre Bolane fala de sua viagem à Polônia, onde conheceu as ruas e construções históricas da capital Varsóvia

82 EXPERIÊNCIA AZUL



Todas as informações que você precisa para um voo tranquilo

83 ENTRETENIMENTO A BORDO

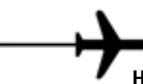


Filmes, séries e variedades na SKY ao vivo e as novas produções do cinema no A330

88 NOSSA FROTA



Conheça melhor as modernas aeronaves das Azul



FÉRIAS NA POLÔNIA

Um passeio pelas ruas, praças e construções históricas da capital Varsóvia, centro cultural e de entretenimento do país



Cidade Velha de Varsóvia

Sempre tive curiosidade de conhecer a Polônia. Desde os tempos de escola, nas aulas de história, aprendi sobre sua importância política e cultural. O país foi berço de nomes como Chopin e Nicolau Copérnico e abriga construções históricas que são patrimônios históricos da Unesco. Em dezembro do ano passado, decidi passar o ano novo por lá ao lado da minha mãe. Saímos do aeroporto de Guarulhos, em São Paulo, passamos um dia na Turquia, e seguimos para nosso destino.

Nossa viagem começou pela capital Varsóvia. Banhada pelo rio Vístula e abraçada por um cenário verdejante, a cidade é um ponto central de cultura e entretenimento do país. Começamos pela Cidade Velha, com suas ruelas, praças e casas coloridas. Destaque para como construções como o Castelo Real, antigo palácio real polaco, e a Catedral São João. Construído no século 14, o templo católico sediou as cerimônias de coroação de monarcas e já abrigou relíquias da coroa. Imperdível também é o Parque Lazienki. Formalmente estabelecido como o jardim privado em 1772, abriga palácios, pavilhões, cafés, e até um teatro na ilha.

Já o Palácio da Cultura e Ciência é um dos símbolos da Varsóvia moderna. O edifício tem 42 andares, 237 metros de altura e 3 mil salas. O prédio, que durante anos foi considerado o mais

alto do país, abriga museus, um cinema e teatros. Reservamos, ainda, um tempo para conhecer Auschwitz, região que abrigou vários campos de concentração durante o nazismo. O lugar tem um memorial e um museu com objetos e imagens de um dos momentos mais tristes da história.

Não posso deixar de lembrar da comida, que foi uma grata surpresa. Sou vegetariano, e fiquei com receio de não ter opções por lá, mas descobri que quase todos os restaurantes ofereciam pratos sem carne. Os preços eram super em conta e cheguei a pagar R\$ 3 em um shot de vodca em um restaurante e R\$ 30 reais um prato principal. Fiquei inseguro, também, com a língua, pois achei que seria difícil me comunicar por lá. Apesar disso, consegui conversar em inglês na maioria dos lugares. Quando ninguém sabia falar uma segunda língua, tirava foto dos nomes em polonês e mostrava para as pessoas, que entendiam o meu “método”.

Foi muito bom observar a alegria nas pessoas em um país que já sofreu tanto e se reconstruiu. Além disso, me senti acolhido, via que as pessoas ficam felizes de receber gente de fora. Com certeza, essa é uma viagem que ficou na memória.

Alexandre Bolane
Analista de performance

Fotos: Gettyimages e Arquivo pessoal



Aqui, seu produto chega a mais de 47 países.

A Azul Cargo conecta sua empresa ao mundo com:

- Parcerias estratégicas em 47 países
- Integração com players de logística e e-commerce
- Frota com aeronaves que emitem menos CO2



Descubra nossas soluções logísticas:

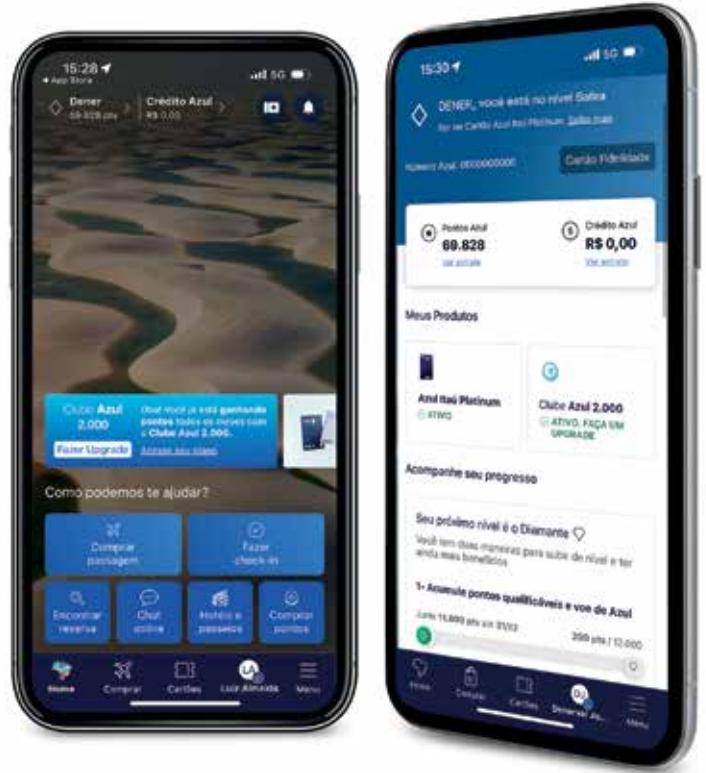


Azul cargo
Express



APLICATIVO DA AZUL

Tudo o que você precisa para uma viagem tranquila na palma da sua mão



► Encontre sua reserva e faça o seu check-in

Administre todos os detalhes como bagagem, marcar ou reservar assentos e adicionar Espaço Azul.

► Cartão de embarque

Não quer gastar seus dados ou sua internet não está legal? Seus cartões de embarque ficam disponíveis em modo offline.

► Antecipação de voo

Quer chegar mais cedo em casa? Você pode antecipar o seu voo diretamente no aplicativo em até 6 horas.*

► Ônibus Azul

Informações sobre horários e pontos de partidas.

► Tarifa congelada

Faça uma reserva mesmo sem os pontos e só pague próximo da viagem.

O APLICATIVO AZUL ESTÁ DISPONÍVEL GRATUITAMENTE PARA USUÁRIOS IOS E ANDROID.

EXPERIÊNCIA AZUL



Web check-in

No site da Azul é possível fazer o *check-in* de forma rápida e simples a partir de 72 horas antes de seu embarque.



Aeroporto

A Azul recomenda que você chegue ao aeroporto pelo menos uma hora antes de seu embarque, no caso de voos nacionais. E duas horas antes, em viagens internacionais.



Bagagem

Fique atento à franquia de bagagem de sua passagem. Consulte voeazul.com.br/bagagem para mais detalhes. Lembre-se: a bagagem de mão deve pesar até 10kg e não pode conter objetos cortantes e inflamáveis.

SAIBA MAIS EM VOEAZUL.COM.BR
FOR MORE INFORMATION, VISIT VOEAZUL.COM.BR



FALE COM A GENTE CONTACT US

Call Center: 4003-1118
Azul Fidelidade: 4003-1141
Azul Viagens: 4003-1181
Azul Cargo: 4003-8399

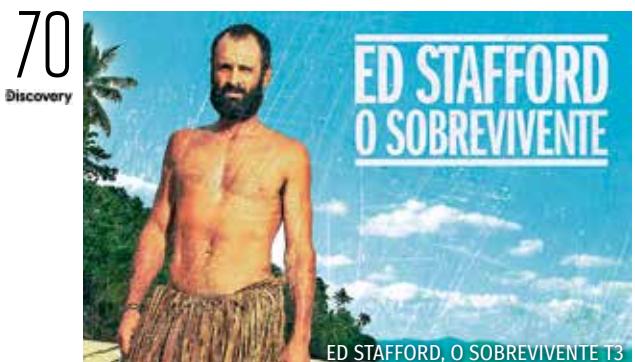
TV AO VIVO

Filmes, séries e programas para você ver nos voos da Azul

SKY DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO



50
Discovery Kids



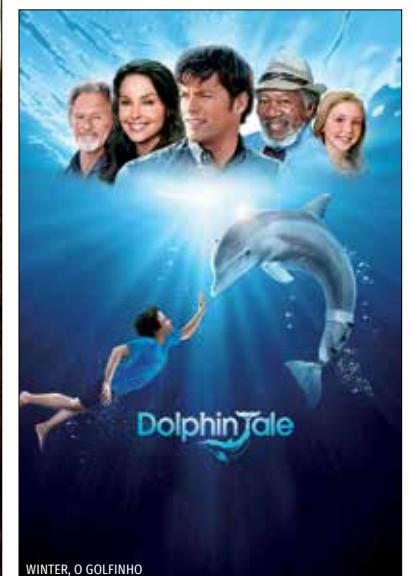
70 Discovery
42 MULTISHOW
TÔ DE GRAÇA T7

FILMES A BORDO

Confira as melhores produções do cinema em nossos voos



Fotos: Divulgação

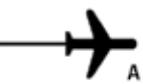


WINTER, O GOLFINHO



AS CONFESSÕES DE SCHMIDT





AZUL FIDELIDADE



Azul Fidelidade

O Azul Fidelidade é o programa de fidelidade oficial da Azul que te faz viajar mais.

Nossos Clientes ganham pontos:

- A cada voo da Azul
- Comprando produtos nos varejistas e lojas parceiras
- Transferindo pontos de bancos e programas parceiros
- Assinando o Clube Azul e de muitas outras maneiras

Existem quatro níveis no Azul Fidelidade para você:

- Básico
- Topázio
- Safira
- Diamante

E o que valem seus Pontos Azul?

- Resgate de voos
- Viagens completas
- Hotéis
- Centenas de produtos no Shopping Azul
- Azul pelo Mundo (use seus pontos para viajar com companhias aéreas parceiras)

NOSSAS COMPANHIAS AÉREAS PARCEIRAS

Você também ganha pontos Azul ao voar com cada uma delas.

OUTRAS FORMAS DE ACUMULAR PONTOS

Comprar pontos Transferir pontos Renovar pontos

ACABOU? NÃO MESMO. TEMOS MAIS PARCEIROS

Ganhe pontos mesmo sem voar e transforme suas compras em pontos Azul.

CADASTRE-SE E CONFIRA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE O AZUL FIDELIDADE
OU ACESSE [VOEAZUL.COM.BR/FIDELIDADE](http://voeazul.com.br/fidelidade)



Clube Azul

Ganhe pontos todos os meses em sua conta e aproveite vantagens e promoções exclusivas para assinantes.



ENTRE PARA O CLUBE AZUL

Acesse o site voeazul.com.br/clube

Escolha seu plano

CONHEÇA NOSSOS PLANOS	Clube1.000	Clube2.000	Clube5.000	Clube10.000	Clube20.000
Pontos ganhos por mês	1.000 pontos	2.000 pontos	5.000 pontos	10.000 pontos	20.000 pontos
Promoções exclusivas					
Maior validade dos pontos	3 anos	3 anos	3 anos	Não expiram	Não expiram
Bônus nas transferências do seu cartão de crédito	5% após 6 meses 10% após 12 meses	5% após 6 meses 10% após 12 meses	5% após 6 meses 10% após 12 meses	5% após 6 meses 20% após 12 meses	5% após 6 meses 20% após 12 meses
Transfira e receba pontos free entre contas	 (após 6 meses de adesão)				
Upgrade de categoria	-	-	-	Safira	Diamante
Total de pontos acumulados em 12 meses	12.000 pontos	24.000 pontos	60.000 pontos	120.000 pontos	240.000 pontos
Quantidade de Destino Favorito	1	1	1	2	2
Pontos Bônus acumulados com Destino Favorito	50%	50%	50%	100%	100%
Pagamento (anual ou mensal)					

ASSINE O CLUBE AZUL E RECEBA ATÉ 240 MIL PONTOS EM UM ANO

BENEFÍCIOS DOS PLANOS

Acúmulo de pontos mensalmente

Maior validade dos pontos

Bônus extra ao transferir pontos do cartão de crédito

Escolha seu destino favorito e ganhe até o dobro de pontos por viagem

Clubes 10.000 e 20.000 com upgrade de categoria em nosso programa de fidelidade

CONHEÇA MAIS VANTAGENS NO SITE [VOEAZUL.COM.BR/CLUBE](http://voeazul.com.br/clube)



AZUL VIAGENS



A Azul Viagens é a operadora de turismo da Azul. São mais de 100 lojas no Brasil e no exterior, além de atendimento 24 horas. Aproveite a experiência completa de viagem para mais de 100 destinos nacionais e internacionais. Somos a operadora seletiva da Disney e parceiros da Universal e SeaWorld, entre outros parques na Flórida.

PRODUTOS

Aqui a gente cuida de toda a sua viagem

Experiência Completa (Aéreo + Hotel) | Resorts | Traslado | Aluguel de carro | Passeios
Ingressos | Cruzeiros | Assistência Viagem | Chip Internacional

CONHEÇA ALGUNS DOS NOSSOS PARCEIROS



CANAIAS DE VENDAS

Site:
azulviagens.com.br

Lojas Azul Viagens:
azulviagens.com.br/lojas

Agências de Viagens:
autorizadas em todo o território nacional

Call Center das 7h às 22h:
4003 1181

LOJAS AZUL VIAGENS

São Paulo
 Araçatuba - Centro
 Araçariguama - Centro
 Barretos - North Shopping Barretos
 Barueri - Centro Comercial Alphaville
 Bauru - Jardim Aeroporto
 Botucatu - Centro
 Campinas - Shopping Parque das Bandeiras
 Campinas - Shopping Dom Pedro
 Campinas - Cambuí
 Campinas - Galleria Shopping
 Cotia - Shopping Granja Viana
 Dracena - Centro
 Franca - Shopping Franca
 Guarulhos - Shopping Internacional
 Guarulhos
 Indaiatuba - Shopping Jaraguá
 Itu - Itu Plaza Shopping
 Jau - Vila Nova
 Jundiaí - Max Shopping
 Jundiaí - Unit Mall
 Limeira - Centro
 Marília - Banzato
 Mococa - Centro
 Mogi-Guacu - Guacu Mall Shopping
 Osasco - Shopping Pátio Osasco
 Paulínia - Paulínia Winner Mall Shopping
 Piracicaba - NeoVitta Mall
 Presidente Prudente - Vila Santa Helena
 Ribeirão Preto - Novo Shopping Ribeirão
 Ribeirão Preto - Ribeirão Shopping
 Rio Claro - Claret
 Santa Bárbara do Oeste - Shopping Tivoli
 Santo André - Grand Plaza Shopping
 Santos - Shopping The Blue
 São Bernardo do Campo - Shopping São Bernardo Plaza
 São Caetano do Sul - Santa Paula
 São Carlos - Centro
 São José do Rio Preto - Riopreto Shopping Center
 São José dos Campos - Center Vale Shopping
 São Paulo - Jardins

São Paulo
 São Paulo - Mooca
 São Paulo - Morumbi
 São Paulo - Plaza Sul Shopping
 São Paulo - Shopping Eldorado
 São Paulo - Shopping Villa Lobos
 São Paulo - Tatuapé
 Sorocaba - Shopping Iguatemi Esplanada
 Valinhos - Shopping Valinhos
Mato Grosso do Sul
 Campo Grande - Royal Park
Minas Gerais
 Araxá - Centro
 Belo Horizonte - Buritis
 Belo Horizonte - Castelo
 Belo Horizonte - Minas Tênis Clube
 Belo Horizonte - Minas Shopping
 Belo Horizonte - Shopping Cidade
 Belo Horizonte - Belvedere
 Belo Horizonte - Boulevard Shopping
 Betim - Centro
 Betim - Partage Shopping
 Contehineir Lafaiete - Centro
 Contagem - Eldorado
 Contagem - Shopping Contagem
 Divinópolis - Centro
 Divinópolis - Pátio Shopping Divinópolis
 Governador Valadares - Centro
 Ipatinga - Horto
 Itabira - Centro
 Lagoa Santa - Santos Dumont
 Montes Claros - Shopping Ibituruna
 Pará de Minas - Centro
 Patos de Minas - Centro
 Poços de Caldas - Partage Poços de Caldas Shopping
 Sete Lagoas - São Geraldo
 Uberaba - Shopping Uberaba
 Uberlândia - Uberlândia Shopping
 Uberlândia - Center Shopping
 Varginha - Jardim Petrópolis
Pernambuco
 Caruaru - Caruaru Shopping
 Recife - Shopping Recife
 Recife - Galeria João Roma
Piauí
 Teresina - Aeroporto
Rio de Janeiro
 Niterói - Niterói Plaza Shopping
 Rio de Janeiro - Copacabana
 Rio de Janeiro - Shopping Rio Downtown
 Rio de Janeiro - Shopping Tijuca
Rio Grande do Norte
 Natal - LH Mall
Rio Grande do Sul
 Caxias do Sul - Shopping Villagio Caxias
 Porto Alegre - Shopping Bourbon Country
Santa Catarina
 Chapecó - Centro
 Florianópolis - Centro
 Joinville - América
Tocantins
 Palmas - Plano Direito Sul
Flórida
 Orlando - 7061 Grand National Dr
Paraguai
 Assunção - Paseo Quimbaya, local 5

Alagoas
 Maceió - Galeria Intercity
Amazonas
 Manaus - Nossa Senhora Das Graças
Bahia
 Salvador - Pituba
Ceará
 Fortaleza - Shopping Ouro Verde
Distrito Federal
 Brasília - Setor Sudoeste
Espírito Santo
 Vitória - Praia do Canto
Goiás
 Anápolis - Jundiaí
 Aparecida de Goiânia - Shopping Buriti
 Catalão - Setor Central
 Goiânia - Marista
 Itumbiara - St. Central
 Jataí - Centro
 Rio Verde - Centro
 Trindade - Vila Padre Eterno
Maranhão
 São Luis - São Luis Shopping

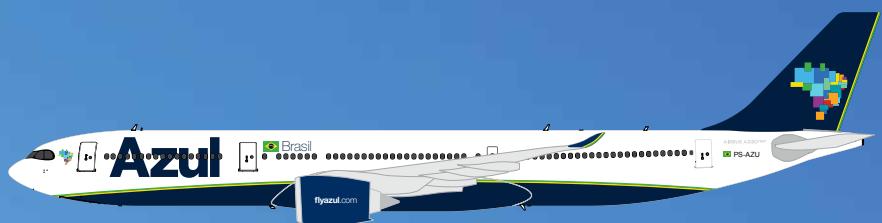
Mato Grosso
 Cuiabá - Jardim Cuiabá
 Rondonópolis - Vila Aurora
 Sorriso - Park Shopping Sorriso
Pará
 Belém - Parque Shopping Belém
Paraíba
 Campina Grande - Catolé
 João Pessoa - Tambáu
Paraná
 Cascavel - Shopping Catuai Cascavel
 Curitiba - Shopping Curitiba





NOSSA FROTA

COM ELAS O CÉU FICA MAIS AZUL



Conheça os
modelos das **mais**
de 150 aeronaves
que fazem parte
da nossa frota



AIRBUS A330CEO

Total de aeronaves: **4**
Comprimento: **59 m**
Envergadura: **60,3 m**
Alcance médio: **12.300 km**
Total de assentos: **264 | 235**
Capacidade de cargas: **5 a 13 ton**



AIRBUS A321NEO

Total de aeronaves: **6**
Comprimento: **44,5 m**
Envergadura: **35,8 m**
Alcance médio: **5.600 km**
Total de assentos: **214**
Capacidade de cargas: **até 8 ton**



AIRBUS A320NEO

Total de aeronaves: **49**
Comprimento: **37,6 m**
Envergadura: **35,8 m**
Alcance médio: **6.850 km**
Total de assentos: **162 | 165 | 174**
Capacidade de cargas: **até 4 ton**



EMBRAER E195 E2

Total de aeronaves: **20**
Comprimento: **41 m**
Envergadura: **35,12 m**
Alcance médio: **5.550 km**
Total de assentos: **136**
Capacidade de cargas: **até 8 ton**



EMBRAER E195

Total de aeronaves: **45**
Comprimento: **38,65 m**
Envergadura: **28,72 m**
Alcance médio: **2.593 km**
Total de assentos: **118**
Capacidade de cargas: **até 1,5 ton**



ATR72-600

Total de aeronaves: **40**
Comprimento: **27,17 m**
Envergadura: **27,05 m**
Alcance médio: **1.528 km**
Total de assentos: **68 | 70 | 72**
Capacidade de cargas: **até 5 ton**



CESSNA GRAND CARAVAN

Total de aeronaves: **27**
Comprimento: **11,50 m**
Envergadura: **15,90 m**
Alcance médio: **1.983 km**
Total de assentos: **9**
Capacidade de cargas: **até 700 kg**



AIRBUS A321NEO

Total de aeronaves: **2**
Comprimento: **44,5 m**
Envergadura: **35,8 m**
Alcance médio: **5.600 km**
Capacidade de cargas: **até 8 ton**

*Capacidade de carga das aeronaves pode sofrer alterações.

Além dessas aeronaves, a Frota Azul também possui duas aeronaves Pilatus PC-12/45 para auxílio operacional



EPIC FUN

Epic Universe, Universal's new theme park in Orlando, opens five worlds to its visitors, with immersive experiences, breathtaking scenery and attractions with cutting-edge technology

by Junior Ferraro

photos Vander Mauro

Considered the world capital of entertainment, the city of Orlando, Florida, now gains another reason to maintain its reputation. On May 22, Universal Epic Universe will finally open to the public, Universal Orlando Resort's fourth theme park and its first since 1999, when the company opened Islands of Adventure. In April, Azul, which has daily flights to Orlando from several Brazilian cities, was invited to visit Epic and provide first-hand information about the new features that customers will find in this incredible entertainment complex.

And incredible it is! Epic Universe was built on a total area of 750 acres – the equivalent of 170 Maracanã stadiums. It took over five years to build and a billion-dollar investment, the exact figure of which Universal will not disclose. What the company does say is that Epic is more than a theme park: it is a new concept in

CELESTIAL PARK

It is the central area of the Epic Universe, just past the imperious emerald portal at the entrance. Inspired by the stars

and constellations, this world is an access route to the park's four other portals, a large and beautiful area with shops, bars and two restaurants: The Blue Dragon Pan-Asian Restaurant, which serves oriental cuisine, and the Atlantic, surrounded by the waters of the Neptune Pool, which will make you feel like you're eating inside an aquarium.

This world also has three attractions, one of which promises to be one of the most popular in the park: Stardust Racers, a roller coaster with two tracks and lots of adrenaline. The rocket cars travel the 3 km of the roller coaster at over 100 km per hour, crossing with the other track and giving people the sensation of being at zero gravity. The other rides are the Constellation carousel, which makes you feel like you are on a circular journey through the Milky Way, and the Astronomica, where children play among lights and vertical water jets.

The Wizarding World of Harry Potter - Ministry of Magic

THE WIZARDING WORLD OF HARRY POTTER — MINISTRY OF MAGIC

Here, the magic happens as soon as you cross the portal with the golden hand holding a wand when you immerse yourself in the streets of Paris in the 1920s. In this world, you must visit the French shops, cafés, and restaurants, as well as an old circus in the middle of Place Cachée Square, Le Cirque Arcanus, where a live show about fantastic creatures takes place. The Ministry of Magic is the third area of the Universal Parks inspired by the Harry Potter saga – after Hogsmeade, in Islands of Adventure, and Diagon Alley, in Universal Studios – and it is the largest.

There's the Harry Potter and the Battle at the Ministry attraction, probably the first ride in the world where the queue area, almost 800 meters long, is as cool as the attraction itself. As you pass through

the green smoke of the Metrofloo tunnels, you enter the immense British Ministry of Magic, with dark green brick walls and very high ceilings, full of impressive details and golden statues. Yes, you feel like you're in a Harry Potter movie as you walk through corridors and rooms full of references, talking pictures and animatronics. The attraction itself is a ride in an omnidirectional elevator, which travels through the depths of the ministry in a battle against the villain Dolores Umbridge and a Death Eater. A must-go!

SUPER NINTENDO WORLD

It is the park's most colorful and interactive world, where you see yourself inside a Nintendo video game. It is where you will find the castle and characters from Super Mario Land, among shops, restaurants and attractions for children and adults. The first is Yoshi's Adventure,

a ride aboard the dinosaur in the Mushroom Kingdom, ideal for young children. Another ride is the incredible Bowser's Challenge, a live version of Mario Kart with augmented reality technology. Four visitors ride a cart and travel through the villain Bowser's castle, destroying enemies and collecting coins – including underwater.

The game doesn't stop there: There is an area dedicated to the classic game Donkey Kong, the second in the world – the first is in the Universal Park in Osaka, Japan. With a more tropical setting, with coconut trees, little shops, barrels and bananas, the imposing facade of the park's most unusual roller coaster, Mine-Cart Madness, appears. Anyone who has played Donkey Kong – and even those who have never heard of him – will be thrilled with the journey inside a mine cart that jumps when the tracks disappear.



Emerald Gate, Universal Epic Universe entrance



Harry Potter and the Battle at the Ministry

Super Nintendo World



The Viking Village at Isle of Berk



HOW TO TRAIN YOUR DRAGON – ISLE OF BERK

One of the largest areas of the Epic Universe, this world is inspired by the animated franchise How to Train Your Dragon, which will gain its live-action version in 2025. As in the original films, the setting is the island of Berk, a Viking village where dragons and humans live together in a colorful and playful world. Characters from the franchise, such as Hiccup and Astrid, and even some dragons, such as Toothless and Stormfly, are there in the park to interact with visitors and take photos. In stores, you can find everything from Viking t-shirts and bags to plush characters and dragon eggs.

One of the main attractions is the live-action The Untrainable Dragon, a 20-minute musical with incredible stage effects, including a dragon flying over the audience. Among the rides in this area, a must-go is Hiccup's Wing Gliders, a family roller coaster full of curves, drops and even a moment of reverse gear. Another light and fun attraction is the Dragon Racer's Rally, where visitors learn to ride a dragon, practicing acrobatic maneuvers and high-speed spins.

DARK UNIVERSE

This is a world inspired by old Universal Pictures horror films, with classic creatures like the Werewolf, Dracula, Frankenstein and even the Invisible Man – who, from time to time, walks around interacting with fans. We are in Darkmoor, a gloomy village plagued by creatures of the night. There are themed restaurants, such as Das Stakehaus, a vampire steakhouse, and The Burning Blade Tavern, which is under a windmill with blades that catch fire. Guests can also “become” monsters at the Darkmoor Monster Makeup Experience, featuring professional makeup and accessories.

The most exciting attraction is Monsters Unchained: The Frankenstein Experiment. In this attraction, we follow the saga of Dr. Victoria Frankenstein, the great-great-granddaughter of the famous scientist, who resumed the macabre

Frankenstein Manor at Dark Universe



experiments and imprisoned monsters in the castle's catacombs. The worst of them, Dracula, manages to escape and free the other terrible creatures. You will face jump scares and plenty of emotion with state-of-the-art projections and animatronics. Finally, you must visit the Curse of the Werewolf, a rotating roller coaster that passes through the forests of Darkmoor, trying to escape the threat of the Werewolf. Here is a tip: The last cart is the one that rotates the most around itself...

THE NEW HOTELS

In addition to Epic Universe, Universal opened three hotels near the park. Two have been in operation for a few months now: Stella Nova and Terra Luna, which are near the complex and come with free transportation to all the parks and Universal City Walk. The mid-range hotels are “twins,” with cosmic-inspired, retro-futuristic décor, many curves, metallic tones, white walls, and bold furniture. There are 750 comfortable rooms, a cafeteria and market, a bar, a restaurant, a shop, a gym and an outdoor pool.

The option for those looking for a more inclusive experience is the Universal Helios Grand Hotel, located inside Epic Universe. There are 500 high-standard

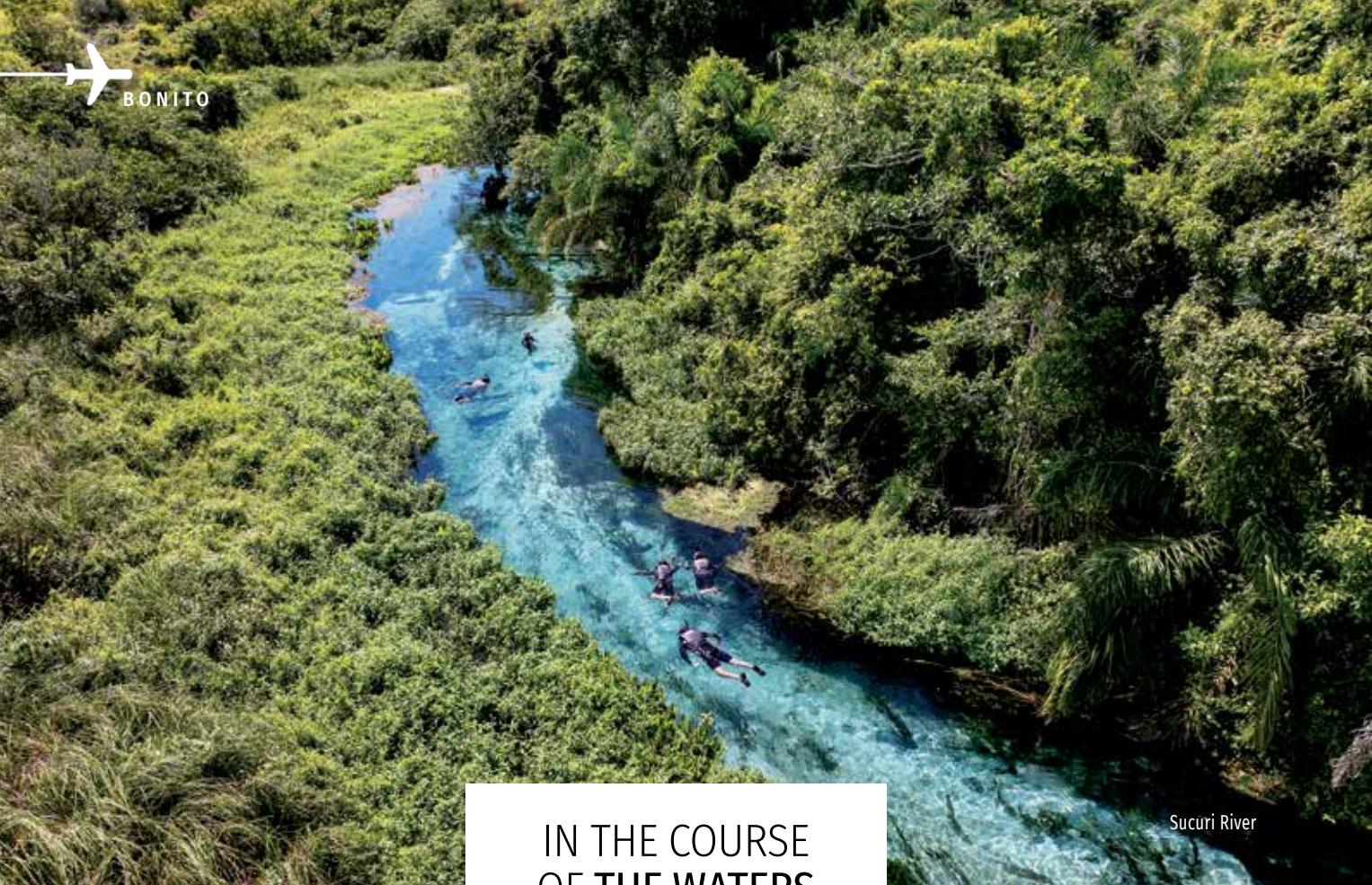
accommodations between apartments and suites, more than half of them with a view of the park, where you can see the rides at Celestial Park from your bed. In fact, Helios guests have exclusive and direct access to Epic, just a few steps from the hotel lobby. The outdoor pool is cinematic, with 400 lounge chairs and 18 cabanas. Dining options include a tavern, a poolside bar and a café/market. At night, you should go up to the rooftop on the 10th floor, where you'll find the Helios Bar and its stellar dome, where you can enjoy light dishes or special cocktails with a panoramic view of the park all lit up. A nighttime vision as epic as the daytime fun of this new universe. ▲

Azul viagens
UNIVERSAL
ORLANDO RESORT
7 nights at Universal
Stella Nova Resort +
airfare + Universal
Orlando 3-Park
Explorer + 1-Day
Universal Epic
Universe Ticket
Departure on
08/24/2025
(from
Campinas)

from
10 installments
R\$ 1.056,36
without interest
or
R\$ 10.563,69
in cash
per person

*Prices subject to change without notice

azulviagens.com.br / 4003 1181



IN THE COURSE OF THE WATERS

Seen from above, the clearest river in Brazil resembles a blue snake in the green of the forest. Less than 2 km long, the Sucuri starts and ends on the same farm — and certainly leads the ranking of the most photographed rivers in the country. In the age of selfies and waterproof phone cases, this reputation doesn't wear off; quite the opposite: This helps keep it alive, like a jewel on display in the middle of the Cerrado.

At Fazenda São Geraldo, the floats have a daily limit on visitors and strict rules, such as wearing neoprene and a life jacket and not stepping on the riverbed or touching the vegetation. Those who let themselves be carried away by the current feel as if they were diving into a winding aquarium, where schools of piraputangas and curimbatás make eye contact with people. Over 300 species of animals have been cataloged in the region — but the famous aquatic snakes don't always show up. "I've been on about 5,000 floats, and I must have seen anacondas in about 150 of them," estimates tour guide Miguel Cardo-

In Bonito, Mato Grosso do Sul, sustainable tourism restores landscapes and shows how one can be a strong ally of environmental preservation

by Manu Sombra
photos Adriano Kiriha

so, who makes sure to point out that they are harmless and tend to appear more in the stretch where the Sucuri flows into the Formoso River.

As in other destinations in Bonito, Mato Grosso do Sul, the floating tours on the Sucuri River take place within a Private Natural Heritage Reserve (RPPN), a type of permanent conservation unit that can be explored for research and visitation purposes. Created in 1999, the RPPN São Geraldo has 642 hectares and preserves fragments of Cerrado with influence from the Atlantic Forest, where small "volcanoes" of clear water spring up amid underwater gardens and giant ferns.

STANDING FORESTS

The city recognized as the Brazilian capital of nature destinations has found in ecotourism a business model that regenerates and keeps forests standing instead of destroying landscapes. This is also the case at Estância Mimosa, an RPPN with 272 hectares of almost entirely reforested forest (around 64% of the farm's total area), where dirt trails, staircases and wooden platforms lead to waterfalls, natural pools and stops for swimming in the Mimosa River. Four viewpoints offer a privileged view of the Serra da Bodoquena, located on the southwest edge of the Pantanal Complex.

This transition between biomes favors the sighting of different species, from the tiny blue-crowned udu, the bird that is the symbol of Bonito, to the imposing harpy eagle, considered the largest eagle in the world, with a wingspan of over two meters. "We have seen many puma tracks, but they tend to be nocturnal," explains Guilherme Maciel, tourism manager at Estância Mimosa, which abandoned livestock

farming and logging in 1999 and has since been welcoming tourists from all over the world. Near the headquarters, seriemas and alligators on the edge of a lake welcome you.

Getting to know the region in depth involves crossing the municipal boundaries to neighboring Bodoquena and Jardim. The cuisine, influenced by Paraguay, Indigenous People, Spanish colonization and the Bandeirantes, forms a melting pot of exotic flavors, such as alligator meat served with feijão tropeiro. During the tours, you will definitely hear stories about the Paraguayan War (1864-1870) and the traumas experienced in what was the largest armed conflict in Latin America. You must hire a receptionist or rent a car, as most attractions are in rural areas. Expeditions through the woods offer unique moments, such as being surprised by a flock of macaws or having a bird's perspective from the top of a cliff — in this case, with a rope tied to the waist.

At Boca da Onça Ecotour, in Bodoquena, trying the largest platform rappel in

Brazil can be a sign of courage or pragmatism, as the other option to continue along the 4.5 km trail is to descend the Salobra River Canyon via a staircase. Those who choose rappelling may be intimidated by the 90-meter descent, but the first few seconds in the air will transform adrenaline into pure relaxation.

Visitors to the farm also have the opportunity to see the largest waterfall in Mato Grosso do Sul, Cachoeira Boca da Onça, which is 156 meters high. Scenarios that seem to have come out of a dream will surprise you along the way. One of the most impressive is Buraco do Macaco, a crack carved into the rock revealing a small, crystal-clear, turquoise lake in the middle of the landscape, which can only be reached by swimming through a submerged cave.

FROM SPRINGS TO CAVES

In Serra da Bodoquena, the paths traced by the water gain different shades of green and blue and a transparency aspect explained by the strong presence

of calcium carbonate. Spring diving is a popular experience, such as at the Ceita Corê farm, which, in addition to bathing in the Chapena River waterfall and horseback riding through the woods, offers you the chance to challenge the water currents that spring up on the surface and form the Chapaninha River.

But no other headwater is more popular than Nascente Azul. Open to visitors since 2008, the attraction arose from the need to save the area, which was being destroyed by cattle farming and almost destroyed the course of the river. At seven meters deep, the spring is one of the few places in the region that offers free diving and snorkeling, as well as floating tours and a perfect spa for those traveling with children.

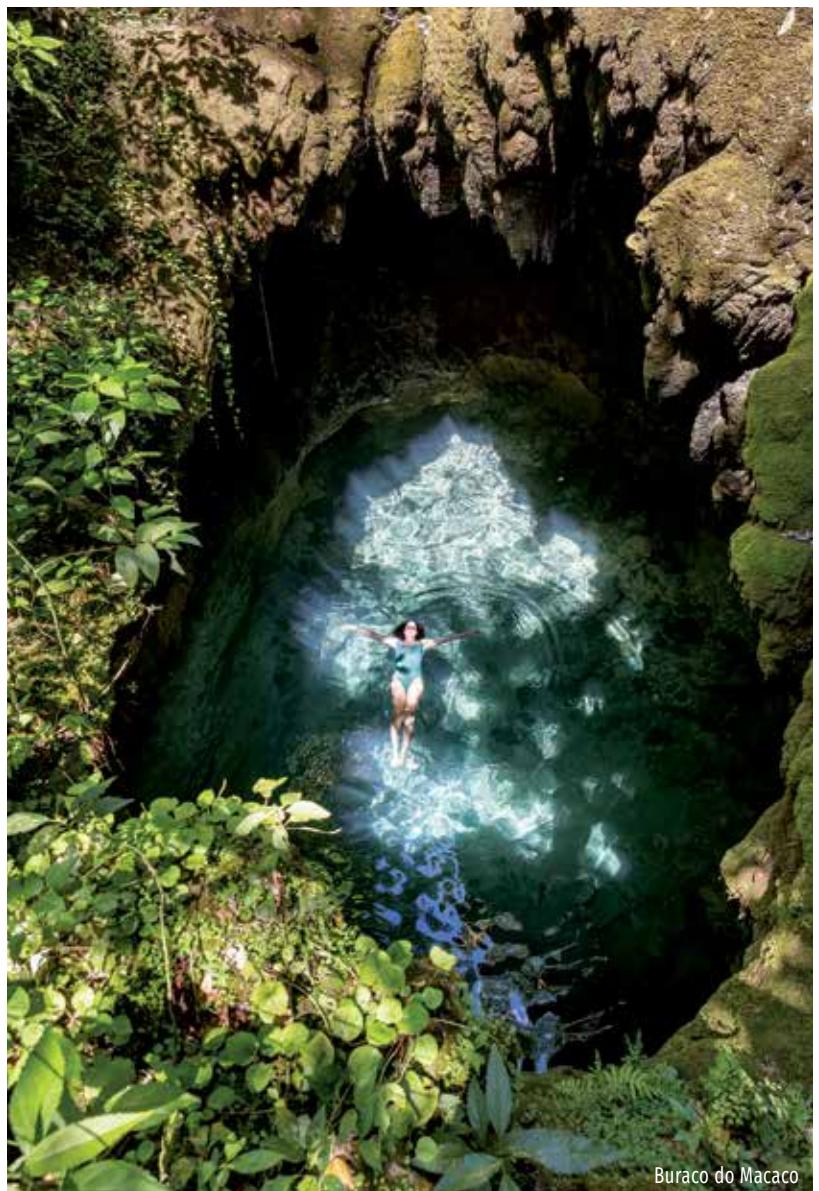
Those who want to explore the deep waters of Bodoquena without getting wet can go down a 300-step staircase adorned with hanging roots and stalactites, where only contemplation is permitted. In the Gruta do Lago Azul, a sort of zero point for tourism in Bonito, the presence of minerals and solar refraction give the



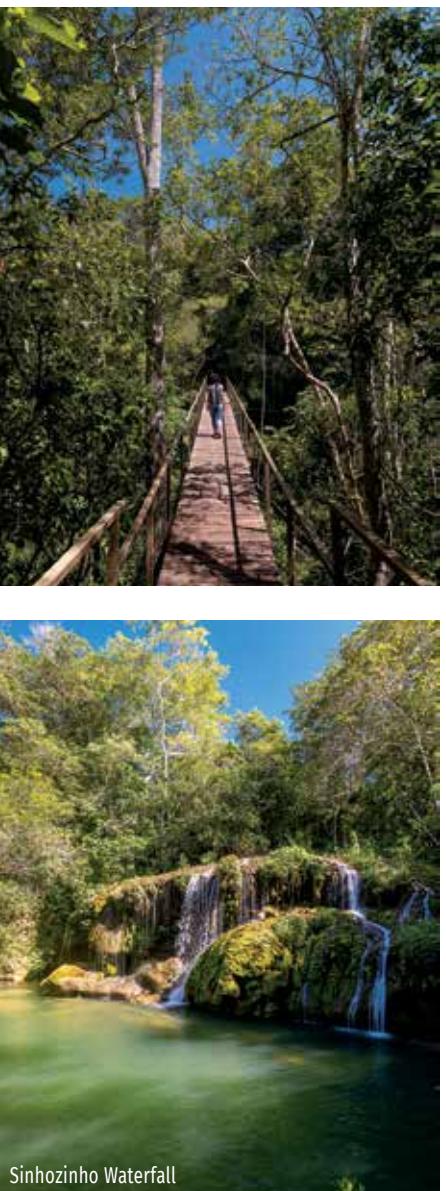
Nascente Azul



Caves of São Miguel



Buraco do Macaco



Sinhozinho Waterfall

underground river an intense blue color. Listed in 1978 by the National Institute of Historical and Artistic Heritage (IPHAN), the cave received a French-Brazilian expedition of divers in 1992 who did not learn how deep it is but found fossils of a saber-toothed tiger and a giant sloth in a kind of submerged prehistoric cemetery.

It was after that expedition that regional tourism experienced a big boom. It was the year of ECO 92, a UN environmental conference held in Rio de Janeiro, and the arrival of the researchers awakened the city's most obvious vocation. Today, na-

ture is listened to like in few other places in the country, proving that sustainable development can also move mountains.

Bonito doesn't sleep even when the sun goes down. In the São Miguel Caves, the nighttime adventure begins at tree-top height along a 180-meter suspension bridge, which ends in underground chambers where stalactites and stalagmites tell a story spanning millennia in petrified drops. In this silence broken by the cry of owls, time writes its chronicle in stone while we are nothing but mere passing readers. ▶

Azul viagens

from 10 installments

R\$ 191,73 without interest
or R\$ 1.917,32 in cash per person

BONITO
3 nights at Marruá Hotel including breakfast + airfare
Departure on 08/07/2025 (from Campinas)

*Prices subject to change without notice
azulviagens.com.br / 4003 1181

Photo: Disclosure

NEW CONCEPT IN LIVING

Cristiano Viola, Greystar's Chief Operating Officer in Brazil, explains the purpose of the Ayra brand, focused on high-end multifamily developments.

by Felipe Seffrin

It's not a flat, a residential building or a hotel. "It's a little bit of all of these, but in a different way," explains Cristiano Viola, Greystar's Chief Operating Officer in Brazil. The American apartment operator arrived here five years ago and, since the end of 2023, has been launching projects under the Ayra brand, exclusive to the Brazilian market.

The new brand's differential goes beyond the refined design of the buildings and encompasses the multifamily concept: multi-family residential buildings, with a community core and professional management, with a wide variety of leisure spaces and curated activities for residents. There's even a beer machine and yoga classes.

With the experience of having worked for 20 years in the hotel industry, including luxury chains such as Ritz-Carlton, Emilian, Marriot and Hilton, Cristiano Viola has the mission of leading Ayra's operations in Brazil and making the brand a relevant asset for Greystar, which manages more than USD 200 billion in real estate in almost 200 markets around the world.

Who is Greystar?

We are a company that started 30 years ago in the United States when our president, Bob Faith, first acquired residential units and brought a professional vision to these assets. At that time, professionalized management of residential assets did not exist. So, he focused on transforming these units into assets that generated consistent returns and appreciated over the years.

What is the key to achieving this appreciation?

With a business-driven mindset, focused on

people's daily lives. Taking care of someone for a few hours while they're at the gym is one thing. Taking care of them while they spend three days at a hotel is another. But being part of their daily routine for one, two, or even three years — that's truly meaningful. So, through our operations DNA, Greystar began to deliver unique experiences, bringing innovation to everyday life and always anticipating trends.

How did the company's global expansion begin?

In the last 10 years, we started to open up, understanding that our business model had

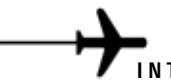
already been extensively tested in the United States. The need to live is like eating, so there will always be this demand. We have a business that provides consistent returns over the long term, so we started replicating our model around the world. Today, we are in Asia, Australia, almost every European country, Canada, and South America.

Are there differences between markets?

Here in Brazil, for example, we are developing a slightly more customized model, demanding furnished apartments that are not so conventional abroad.



Cristiano Viola, Greystar's Chief Operating Officer in Brazil



How was the company's arrival in Brazil?

We arrived here in 2019 through a joint venture with Cyrela, SKR, and CPP Investments, understanding that they needed a robust operator with international approval and already proven expertise to invest in seven projects.

And what led to the creation of the Ayra brand?

The Greystar name is well known in the executive suite because we operate across multiple asset classes globally. So, for each type of asset, we create brands and position them in different countries according to the audience we want to talk to. We carried out several tests until we created Ayra here in Brazil.

What is the concept behind Ayra?

Ayra represents our multifamily concept in Brazil. Corporately, multifamily is a word that works well within the executive real estate segment, but people in general do not understand it and do not have to understand it. So, we created the Ayra brand to translate this experience, which is a unique model that is similar to many other businesses: multi-family residential buildings, where you have a community core and professional management.

What is the difference between an Ayra and other residential developments?

We have professionals from the luxury hotel industry working with residents daily, activating these communities, and looking at this business in the long term. This is different from a building, where a property manager manages it, with neighbors who have different views on the asset. We are the sole owners, so we have a majority stake in decisions and are there looking at the engagement of our customers, the people who live there daily.

What were the first properties delivered, and what was the average value?

We opened the first asset, which is Ayra Pinheiros, at the end of 2023. Our flagship, a high-performance, busy asset, is translating this multifamily concept that has helped us

a lot to position our brand. Today, we have a practically organic demand, people coming to us to rent this apartment and live these experiences. Then, we have two other assets: Ayra Higienópolis, which opened at the end of last year, and Ayra Pininfarina, which is about to open. The average ticket price is around BRL160 per m².

What is the schedule for upcoming releases?

Ayra Moema will open in the middle of the year. Approximately five blocks from Congonhas Airport, we will implement a 360° operation there. Our core business is long stay (contracts over 12 months), but we will be more flexible there, understanding the demand of people who want to be close to the airport. Then, we opened Ayra Perdizes, and the following year, we opened Ayra Vila Madalena and Ayra Brooklyn.

What makes Ayra developments different from other high-end properties?

All of our buildings are designed with a high standard of finishes and design, but we cannot even compare them to others. At Ayra Higienópolis, for example, we have 30 leisure spaces: an open cinema, a closed cinema, yoga classes, events, several coworking rooms, party activations, and jazz in the lobby. So, we end up creating a specific niche with our products.

Why invest so much in common areas?

These areas are complementary to the living experience. Our apartments are very efficient; there is a lot of engineering and architecture, so the plans are 100% efficient, which is different when you build a building for sale. But we understand that people can use the common areas to complement their homes.

So, how does it all work in practice?

Today, we arrived at the coworking space in our buildings, and everyone was working together and connecting. Or drinking coffee, doing yoga together. So, it becomes a super-engaged community, right? This differs from the old days in São Paulo when you would take the elevator and not greet your

neighbor because you did not know them well. So, it is a community concept where you live more efficiently, and the entire building is your home. There's even a beer machine that they can access.

What is the profile of the brand's residents in Brazil?

We have many self-employed professionals, business owners, startup creators, influencers, and digital nomads. We have a young profile, aged 28 to 40, mostly women. We have a large number of divorced people who need to make a quick decision to move. And we have what we call "recalculating the route," people who are repositioning themselves in life and taking advantage of the flexibility of quick contracts with us.

How is business evolving in Brazil?

We are just getting started. We have approximately 10 thousand cataloged units with unlimited potential. Our operation began in Chile 5 years ago, and we already have 100,000 units there. This is the scale we want to grow in Brazil with multifamily developments.

Is there a prospect of creating ventures for the middle class?

Without a doubt. We want to move down the pyramid a little to scale the business further. Today's middle class is having more difficulty buying an apartment; they are more inclined to rent, so we have several projects addressed. We are working to launch a new brand soon and bring all the experience we have in the high-end segment to the middle class.

Is the idea to follow the São Paulo real estate market or expand operations in Brazil?

When we talk about São Paulo, 10 thousand units is practically nothing, right? We could stay here for the next many years, just building buildings in São Paulo, which would have demand for that. However, we already see other cities with a lot of potential. Rio de Janeiro will possibly be the next capital we arrive at. We have a substantial latent demand for multifamily developments in several cities in Brazil. ▶

SÃO LEOPOLDO MANDIC

Medicina Mandic

Vestibular 2025.2

Prova on-line: 04/06

Hospital Próprio

Programa de Internacionalização

Nota Máxima no MEC

O céu da Argentina está mais Azul.



Mendoza e Bariloche esperam por você.

Seja pelas **vinícolas e paisagens** de Mendoza ou pelo **turismo de aventura** na Patagônia, a Azul tem o destino perfeito para sua temporada de inverno na Argentina.

Voos a partir de junho de 2025.



Azul The Azul logo features the word "Azul" in a bold, white, sans-serif font next to a graphic element consisting of a grid of small, white squares of varying sizes.