

ALMANAQUE

FUTURO

FOZ DO IGUAÇU, 07 DE DEZEMBRO DE 2022

ESPECIAL TURISMO, DESENVOLVIMENTO AMBIENTAL
NEGÓCIOS E NOVOS EMPREENDIMENTOS

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



Foz do Iguaçu: que cidade é esta?

O que é, o que é? Um lugar cheio de paisagens naturais e monumentos criados pelo homem, ou uma cidade envolvida com as atividades que movimentam a economia, a exemplo de muitas outras pelo mundo? Como Foz do Iguaçu se define, entre possuir belos atrativos e ser uma “cidade turística”? Onde está a linha que separa uma coisa da outra? Quem conhece o assunto acredita que mais da metade do caminho já foi superado, mas ainda falta.

Qual a definição de uma “cidade turística”? Antes, é preciso discernir o conceito que há sobre as cidades e as suas particularidades, independentemente de como são constituídas socialmente. As distinções são muitas: as “Cidades Naturais” se desenvolveram com o tempo, diferente das “Cidades Planejadas” constituídas a partir de projetos e planos diretores. Há a classificação por atividades econômicas, como “Cidades Industriais”, ou “Comerciais”, ao concentrarem fontes geradoras de receita. Existem “Cidades Portuárias”, “Educativas”, “Logísticas”, “Religiosas”, “Históricas”, e, as “Cidades Turísticas”, cujos núcleos urbanos estão em sintonia com os visitantes, para desfrutarem de suas belezas naturais, culturais, arquitetônicas, com gastronomia típica, onde realizam feiras, exposições, comemorações regionais e que atendam motivações ecológicas, rurais, ou estejam destinadas aos fins comerciais e de negócios.

Não é apenas o potencial dos atrativos que define se uma cidade é “turística”, mas também o envolvimento da população. É assim que, em geral, conceituam a distribuição de subsídios financeiros para desenvolver o segmento, como o setor de hospedagem, com hotéis diversificados; receptivos eficientes; um suporte de guias; e a infraestrutura municipal, por meio de sinalização, transporte público, centros de atendimento a todas as necessidades, incluindo saúde; e uma política orçamentária desenvolvimentista.

O leitor deve fomentar opinião de como Foz do Iguaçu se situa nesse contexto, mas há um pensamento comum de que a cidade é um importante “destino”, porém precisa caminhar ainda até alcançar uma plenitude turística, se encaixando entre os centros que dividem uma importante economia no Planeta, geradora de muitos empregos e riquezas, causando acelerada distribuição de renda. No atual estágio, em Foz, o Turismo e o Comércio se entrelaçam, comungando o sucesso um do outro e também se socorrendo, como aconteceu no período da pandemia.

O que seria a Foz do Iguaçu plenamente turística? Segundo os que estudam o assunto, não falta muito para se chegar lá; a “cidade plenamente turística” existirá quando a comunidade entender a essencialidade da economia, com mais pessoas produzindo negócios voltados exclusivamente ao setor, consolidando o elo comercial, com aprimoramento da mão de obra dos serviços, indústria do artesanato e a criação de um calendário de eventos próprios, em todas as épocas do ano, uma maior aproximação da população com os visitantes e, por fim, um orçamento público eficiente, capaz de causar transformações.

Olhando para a Foz do Iguaçu no início dos anos 80, é possível afirmar que houve uma transformação no segmento do Turismo próxima dos 100%, com avanços em boa parte dos ramos que formam essa grande árvore imaginária. O que falta é reforçar as raízes e saber aparar as arestas; cada ação requer o emprego da habilidade, conhecimento e o tempo certo.

A cidade contempla, em verdade economia em cinco segmentos importantíssimos, o Turismo, Logística, Educação, Saúde e Comércio, porém o Turismo se destaca pela capacidade de investimentos e em grande parte no setor privado o que se traduz em fortalecimento da atividade. Isso chama a responsabilidade da área pública no papel de fomentar o desenvolvimento. Se por um lado, o empresariado investe e ainda paga impostos, anseia por infraestrutura, segurança e promoção do destino.

Há vários fatores que poderiam impulsionar com mais qualidade o crescimento regional, sobretudo com a retomada de um projeto que não é novo e sempre vive expectativas: o “Polo Turístico Internacional Iguassu”, no âmbito do Mercosul. O conjunto de iniciativas preconiza o afastamento das atividades de fiscalização, tirando-as das cabeceiras das pontes, integrando três cidades em países diferentes, unindo esforços, com acessos multilaterais e nada menos que três aeroportos com estrutura para voos de todos os portes. O que são hoje, cidades sufocadas pelas fronteiras, praticamente sitiadas por leis e regras sufocantes, somariam um extraordinário Hub de lazer e negócios, atraindo investimentos de todo o mundo.



Um breve relato sobre a história do turismo regional

Seriam cinco os períodos fundamentais e o atual estágio é considerado a sexta etapa em que se registra desenvolvimento no setor.



Desde os primórdios há interesse pela geografia e paisagens naturais da região de Foz do Iguaçu, considerada o berço da civilização Guarani. Em busca do Tekoá, os povos nativos encontraram uma terra repleta de dádivas, com grandes rios, solo fértil, clima agradável em todas as temporadas, caça, pesca e cercada por gigantescas quedas d'água, o que lhes servia como proteção natural. O paraíso estava situação no encontro dos rios Iguaçu e Paraná.

Com forte espiritualismo, os nativos acreditavam que havia um propósito para tudo o que lhes era oferecido e, por isso, contemplavam a natureza com muitos agradecimentos.

As incursões colonizadoras, levaram para a Europa notícias de um novo mundo repleto de riquezas, recantos paradisíacos, com ouro e prata abundantes e até as míticas fontes da juventude. A Foz do Rio Iguaçu tornou-se rota para quem pretendia alcançar Assunção, a primeira cidade mais ao Norte e Oeste, formada depois da expulsão dos espanhóis de Buenos Aires. As rotas eram percorridas por terra, no transcontinental e milenar caminho de Peabiru, e, por mar, até o Estuário do Prata e depois subindo o Rio Paraná. O acesso foi assim utilizado durante séculos, até a formação dos primeiros povoados em “terras avançadas”.

Puerto Victória, hoje Puerto Iguazú, na Argentina, foi a maior cidade da região entre os séculos XIX e XX, onde foi planejado um formidável entreposto comercial para o extrativismo da erva-mate. Olhando para a proteção ambiental e também o potencial turístico, os argentinos emanciparam a área das Cataratas no ano de 1900. Buenos Aires se despontava como a cidade mais atraente para os europeus abaixo da Linha do Equador. As relações entre brasileiros e argentinos demandaram a demarcação da fronteira e em 1903, quando foram erguidos os marcos. As populações passaram a se cumprimentar por meio de acenos, na distância entre as margens do Rio Iguaçu, fechando assim o “primeiro período” de reconhecimento do Turismo com atividade.

Alberto Santos Dumont, uma personalidade mundial, visitava a capital da Argentina e interessou-se em confirmar o esplendor que tanto ouvia falar sobre as Cataratas do Iguaçu. Lhe foi mostrada uma folha de “daguerreotipo” produzida pelo pesquisador e naturalista Moisés Santiago Bertoni. Dumont resolveu empreender viagem para conferir de perto as maravilhas. Sabendo de sua visita, moradores de Foz do Iguaçu foram busca-lo do outro lado do rio. É assim o início do “segundo período”.

Na época, era necessário organizar expedições para se chegar até as Cataratas do Iguaçu e antes, pedir permissão ao proprietário da área, um uruguaio de nome Jesus Val. Muitos ainda se espantam em saber que foi Santos Dumont quem brigou pela emancipação da área, atravessando as selvas paranaenses até Curitiba, para encontrar o presidente do Estado Afonso Camargo. O resultado foi o decreto 653, declarando a área de “utilidade pública” em 1916. Anos depois, sob força de uma caneta presidencial, Getúlio Vargas criou o Parque Nacional do Iguaçu, em 1939. Os argentinos já contavam com a reserva federal quatro anos antes.

E foi nos anos 30 que a atividade do turismo passou a gerar inclusive receita em Foz, com a implantação de uma “taxa de visitação”. Como uma parcela da arrecadação era revertida para a construção da Santa Casa de Misericórdia, o responsável pela obra, o padre Guilherme Maria Thiletzek, se encarregava de imprimir até os materiais publicitários para a divulgação dos atrativos, e, com isto, elevar os repasses. Depois de assumir a prelaia é que se tornou um “monsenhor” e deu nome ao hospital.

Por volta daqueles tempos começaram a pousar os aviões na cidade e com isto, foi construído o primeiro aeroporto (1941), próximo de onde é hoje o centro de Foz. Eleanor Roosevelt desembarcou na pista de grama, em 1944 e quando viu as Cataratas do Iguaçu exclamou a célebre frase “Poor Niagara!”. A visita ocorreu na plenitude da Segunda Guerra Mundial; Franklin Delano Roosevelt morreria meses depois.

A rede hoteleira foi recebendo estabelecimentos familiares e espaços mais luxuosos como o Hotel Cassino (1938) e o belíssimo Hotel das Cataratas (1958). No mesmo espaço de tempo, o Parque Nacional recebeu obras estruturantes como o Portal, residências e a administração, ao lado da Usina no Rio São João.

O “terceiro período” nasceu nos anos 60, com a inauguração oficial da Ponte da Amizade (1965); foi aberta a BR 277 (1968/69) e houve o início de várias obras de infraestrutura como o traçado da BR 469. Antes, para se chegar até as Cataratas, utilizava-se a Estrada Velha; vários trechos pavimentados com pedras rejuntadas ainda existem, encobertos pelo mato.

Os anos 70, 80 e 90, em verdade, pontuam o “quarto período”, importante na propagação dos atrativos, a começar pela indústria cinematográfica, ajuda eficiente em convencer realidades, políticos poderosos e celebridades a desfilar pelos cartões postais. O Aeroporto Internacional foi inaugurado em 1974, como suporte à construção de Itaipu Binacional, iniciada em 1975. A cidade passou a hospedar autoridades e visitantes de quase todos os continentes. O setor de Turismo passou a se organizar por meio de várias entidades patronais e sindicatos, com a chegada de mais empresas de receptivos, hotéis, bares, restaurantes e serviços.

Com Itaipu, Foz deu um salto populacional, nasceram novos bairros e isso implicou em um novo plano urbanístico, com a abertura de várias avenidas importantes. Foi quando explodiu o turismo de compras, fortalecendo as cidades fronteiriças no Paraguai e Argentina, ocasionando muito movimento nas zonas primárias. Em 1982 formou-se o reservatório da usina, dando origem ao Lago de Itaipu; em 1985 passou a funcionar a Ponte Tancredo Neves; o Parque Nacional foi reconhecido pela UNESCO como Patrimônio Natural da Humanidade (1986). Na mesma década passaram a funcionar o Ecomuseu e o Centro de Recepção de Visitantes em Itaipu. Os cassinos se firmaram no Paraguai e Argentina; o Centro de Convenções recebia eventos feiras e congressos; surgiram os primeiros atrativos temáticos, como o Parque das Aves (1995).

Antes da virada do milênio, os atrativos de Foz eram reconhecidos e comercializados em todas as partes, e a cidade se destacava como um dos maiores polos hoteleiros do país. Mas a linha que separa os períodos históricos no Turismo ainda estava por se ressaltar. Isso foi acontecer em 1999, com um certame que privatizou os serviços de visitação no Parque Nacional do Iguaçu. Os anos que se seguiram foram de superação de metas e quebras de recordes.



Como Foz se encontrou com a organização e partiu para a superação.

A privatização dos serviços no Parque Nacional do Iguaçu foi mais que um divisor de fases; foi a consolidação após um século de trabalho no setor do Turismo. Mas não fosse o diálogo no setor, o sucesso não seria tão consagrado.

Quem chegava aos portões do Parque Nacional do Iguaçu, precisava passar pelas guaritas onde funcionavam as bilheterias. Podia-se entrar com os veículos depois de pagar pelos ingressos. Enormes filas se formavam ao longo da BR 469, em épocas de temporada. O local era cercado de pequenos estabelecimentos fornecendo água, lanches, artesanato e o serviço de câmbio, além de um ponto de táxi. O vai e vem de automóveis, vans e ônibus causavam enorme transtorno aos usuários e também à fauna e flora. Era comum os visitantes estacionarem ao longo do percurso de dez quilômetros no interior do Parque. Uns descansavam, admiravam as matas, aproveitando a sombra das árvores, desfrutando um tereré e alguns ousavam acender o fogo e fazer churrasco, o que era rapidamente repellido pela Polícia Florestal.

As notícias de animais atropelados eram comuns, a começar pelas onças-pintadas, cuja espécie é ameaçada de extinção. Caçadores também se aproveitavam das facilidades e se embrenhavam nas matas.

Chegando próximo das quedas, havia pequenas estruturas do tipo “choupanas”, lidas para a venda de bebidas e sorvetes. O mesmo ocorria nas proximidades do hotel e em todo o perímetro das trilhas de acesso às quedas. Os serviços eram lidos, tais como a fotografia, filmagens, vendas de capas, sorvetes e acesso ao elevador. Ao final do trecho, os veículos estacionavam, sem critérios ou controle. Perto daquele local as pessoas se banhavam em piscinas naturais antes do Santo Floriano. Havia garrafas e copos e lixo espalhado por todos os lados, uma visão que em nada era compatível com as belas lições aplicadas pela Natureza.

A estrutura também era muito deteriorada, com corrimãos apodrecidos, piso liso sem proteção ou onde os visitantes pudessem se amparar; assim as pessoas se avolumavam nas passarelas, mesmo em épocas de cheias no Rio Iguaçu. O desleixo e falta de cuidados eram frequentemente noticiados, o que incomodava e muito as autoridades. Cabia ao IBDF – Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal a administração da área. O órgão, mais tarde, deu origem ao IBAMA.

Quando surgiram as primeiras notícias sobre uma possível privatização dos serviços no Parque Nacional do Iguaçu houve alvoroço e muitos se posicionaram publicamente contra. Debates aconteceram em toda a cidade e grupos chegaram a organizar movimentos de bloqueio na BR 469.

A empresa Cataratas S/A venceu o certame de licitação e passou a administrar os serviços em 1999. Por meio de diplomacia, a concessionária foi aos poucos acalmando a situação. Várias reuniões foram realizadas com a comunidade enquanto as obras avançavam. No compasso de apresentação dos projetos, mostrando o potencial de organização e geração de empregos, a empresa foi conquistando parceiros, logo, orgulhosos com as estruturas de recepção, ônibus personalizados perfazendo os percursos: shopping de souvenirs agradando a clientela, lanchonetes, cafés e restaurantes, a exemplo da imponente estrutura conhecida como Porto Canoas, um grande deck a se tornar referência gastronômica internacional.

Mas não foi apenas com altas somas de investimentos e obras físicas que a concessionária convenceu. Foi preciso adotar uma série de decisões que por fim, ajudaram a mudar a cara do destino, inclusive com a promoção de eventos culturais, esportivos. Houve além do mais, grande impacto comunitário, em toda a área lindeira do Parque Nacional do Iguaçu.

O sucesso foi medido ao longo dos anos: na quebra de recordes de visitação. E, em 2011, em ação promovida pela Gestão Integrada, com Secretaria Municipal de Turismo e Projetos Estratégicos de Foz do Iguaçu, ICMBio, Cataratas S/A, Itaipu Binacional e parceiros, aconteceu a escolha das Cataratas do Iguaçu como uma das Sete Maravilhas Mundiais da Natureza. Os números foram crescendo até superarem os dois milhões de visitantes em 2019.

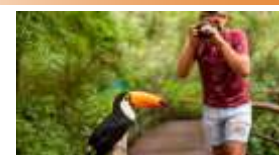
Os ótimos resultados não foram sorte ou acaso e sim, fruto de muita organização, trabalho e diálogo. Segundo a opinião da maioria dos pesquisados para a realização desta matéria, vários fatores foram primordiais, a começar pelas pessoas certas nos lugares certos, e, no devido tempo, a sintonia causou um dinamismo exemplar nas múltiplas ações impostas pelo segmento do Turismo. Foi quando a iniciativa privada e setor público conseguiram ineditamente um mesmo compasso, com todos os órgãos associativos, entidades de classe, autarquias, além dos poderes Legislativo, Executivo trabalhando com um mesmo objetivo, somando-se a isso, a presença expressiva de Itaipu Binacional em várias demandas.

Foz do Iguaçu deu passos largos nesse período, fortalecendo o COMTUR, criando o Fundo Iguaçu de Divulgação, reorganizando a Secretaria de Turismo mais próxima da EMBRATUR e Ministério do Turismo, revitalizando ferramentas importantes na captação de eventos, como é o caso das atividades do Visit Iguassu.

Ao passar do tempo, o sucesso foi atraindo vários investimentos como o Parque das Aves, Dreams Park Show, Movie Cars; Blue Park e um belo complexo de contemplação e lazer foi construído no Marco das Três Fronteiras, com outros investimentos de porte em projetos de implantação. Na área Sul da cidade, como exemplo, houve uma revolução com a construção a segunda travessia com o Paraguai, a Ponte da Integração. O local recebeu uma roda gigante com cerca de 80 metros de altura, a Yup Star, uma das maiores da América Latina.

Houve também considerável aumento de leitos na hotelaria com a reforma e construção de novos hotéis; a abertura de shoppings e lojas francas, em verdade filiais de empresas existentes em Ciudad del Este, responsáveis por grandes marcas mundiais e de qualidade.

Para muitos o que se conquistou em duas décadas foi bem além do esperado. Um sonho que ao acaso, como em todo o Planeta, acabou ofuscado pela pandemia, mas depois dela, em rápida recuperação.





SHOPPING **catuaí** **PALLADIUM**

FOZ DO IGUAÇU
DESTINO DO MUNDO

SHOPPING CATUAÍ PALLADIUM
DESTINO DA SUA MARCA

VISITE OS MAIORES *FREE SHOPS* DO BRASIL

cellshop
FOZ DO IGUAÇU

duty free

DUTY FREE  **PARIS**

ABRA SUA LOJA EM UM DOS **MAIORES SHOPPINGS DO PARANÁ**

☎ (45) 9 8822-2498 ☎ (45) 3939-0000

✉ COMERCIAL@CATUAIPALLADIUM.COM.BR

📍 AVENIDA DAS CATARATAS, 3570 VILA YOLANDA - FOZ DO IGUAÇU/PR

O Parque Nacional e os próximos 30 anos

Consórcio Urbia Cataratas inicia gestão da visitação turística de um dos mais importantes atrativos do Planeta

Na última quinta-feira, 1º de dezembro, ocorreu a cerimônia que marcou o início de operação da Urbia Cataratas, a nova concessionária que atuará em uma das mais importantes unidades de conservação no país, o Parque Nacional do Iguaçu, que abriga as Cataratas do Iguaçu, o maior conjunto de quedas d'água do mundo. Realizado no Centro de Visitantes, o evento contou com lideranças do setor de turismo e autoridades.

A unidade é Patrimônio Mundial Natural e passou por uma licitação de concessão em março deste ano. O consórcio Urbia Cataratas venceu o pregão, com a previsão de atuação a partir de 1 de dezembro de 2022, assumindo a gestão de visitação. O Parque Nacional do Iguaçu é a segunda unidade de conservação mais visitada do país.

O contrato prevê a prestação dos serviços públicos de apoio à visitação, revitalização, modernização, operação e manutenção dos serviços turísticos, incluindo o custeio de ações de apoio à conservação, proteção e gestão. A proposta do Consórcio foi de mais de R\$375 milhões de outorga ao governo federal, e, tem como desafio proporcionar um turismo consciente e de qualidade, aliado ao contato das pessoas com a natureza, fomentado pelos valores da conservação, além de promover o desenvolvimento econômico da região.

Durante os próximos cinco anos da concessão, o Consórcio Urbia Cataratas investirá mais de R\$ 500 milhões em infraestrutura, operação e novos atrativos na unidade. Em 2019, antes da pandemia, o PNI recebeu dois milhões de visitantes. Há a previsão de aplicação de 6% de toda a receita do parque, ao longo dos 30 anos, em projetos de pesquisa, planos de manejo de espécies, ações de educação ambiental, iniciativas de integração com os municípios lindeiros, monitoramento e também divulgação.

“A Urbia tem como objetivo contribuir para melhorar a experiência dos visitantes do Parque que, hoje, já é um dos principais destinos para turistas brasileiros e de outros países. Por meio da parceria com o Grupo Cataratas, queremos ampliar os serviços existentes no local e seguir em melhoria contínua, criando um ambiente único e integrado com questões de sustentabilidade, que é um dos pilares da gestão de parques da Urbia”, afirma Roberto Capobianco, presidente da Urbia e do Grupo Construcap.

A Urbia Cataratas, criada como sociedade de propósito específico (SPE) - modelo de organização empresarial pelo qual se constitui uma nova empresa com um único objetivo -, será responsável pela gestão dos mais de 95 mil hectares, versus 14,2 hectares, em relação à concessão anterior, e corresponde às áreas das seguintes

zonas de manejo: Zona Primitiva, Zona de Uso Extensivo, Zona de Uso Intensivo, Zona Histórico-Cultural, Zona de Recuperação e Zona de Uso Especial.

“Atuamos há 20 anos no Parque Nacional do Iguaçu e conseguimos nesse período consolidar o Parque como um dos principais Parque Nacionais do Brasil, com a segunda maior visitação anual. Temos agora o desafio de aumentar a integração dos núcleos de visitação, tornando as experiências mais imersivas dentro do Parque e investir em novas atividades e, por consequência, duplicar o número de visitantes nos próximos anos. Somando a nossa expertise com a da Urbia, temos a convicção que juntos ofereceremos mais entretenimento, educação e iniciativas de conservação”, destaca Pablo Mórbis, CEO do Grupo Cataratas, empresa que ajudou a consolidar o atrativo como referência na conservação da natureza e no turismo sustentável no Brasil.

Sobre o Consórcio Urbia Cataratas

O Grupo Cataratas, reúne seis atrativos em Foz do Iguaçu, Rio de Janeiro e Fernando de Noronha. O compromisso com a sustentabilidade e a conservação estão no seu DNA, sendo eleita por três vezes como a companhia mais sustentável na área de Turismo e Hotelaria no Brasil (Revista Exame – Guia Exame de Sustentabilidade). É a principal empresa de turismo sustentável do país, à frente da concessão do PNI desde 1999, é reconhecido pelos serviços voltados ao ecoturismo em suas áreas de atuação, os principais Parques Nacionais do Brasil. A empresa é destaque na gestão de atrativos de bem-estar animal.

Criada em 2019, a Urbia, é uma empresa que nasceu com o propósito de valorizar, cuidar e preservar o patrimônio histórico e ambiental, enquanto oferece lazer qualificado, entretenimento e cultura a todos os usuários. A dedicação da empresa se concentra em criar, a cada dia, um mundo melhor com mais diversidade, inclusão e cidadania. Ao todo, possui em seu portfólio quatro contratos de concessões especializadas na gestão de parques públicos da capital paulista e da região sul do país, dentre os quais estão: Parque Ibirapuera, Parque Nacional Aparados da Serra e Serra Geral, Parque da Cantareira e Horto Florestal.

Juntas, as duas principais concessionárias de Parques Nacionais do país e que formam o Consórcio Urbia Cataratas, somando experiência em gestão, grandes projetos de engenharia, além da expertise em educação ambiental e sustentabilidade. A concessionária implementa um projeto robusto, moderno, inspirado nas melhores referências mundiais para encantar ainda mais os visitantes do Parque Nacional do Iguaçu e promover o desenvolvimento econômico da região.



Pablo Mórbis
(presidente do conselho e CEO do Grupo Cataratas),
Marcelo Skaff (diretor de operações),
Adelio Demeterko (diretor de operações)
e Samuel Lloyd (diretor comercial Grupo Construcap)



Pablo Mórbis:
“Atuamos há 20 anos no Parque Nacional do Iguaçu e conseguimos nesse período consolidar o Parque como um dos principais Parques Nacionais do Brasil”.



O evento foi realizado no
Centro de Visitantes do
Parque Nacional do Iguaçu

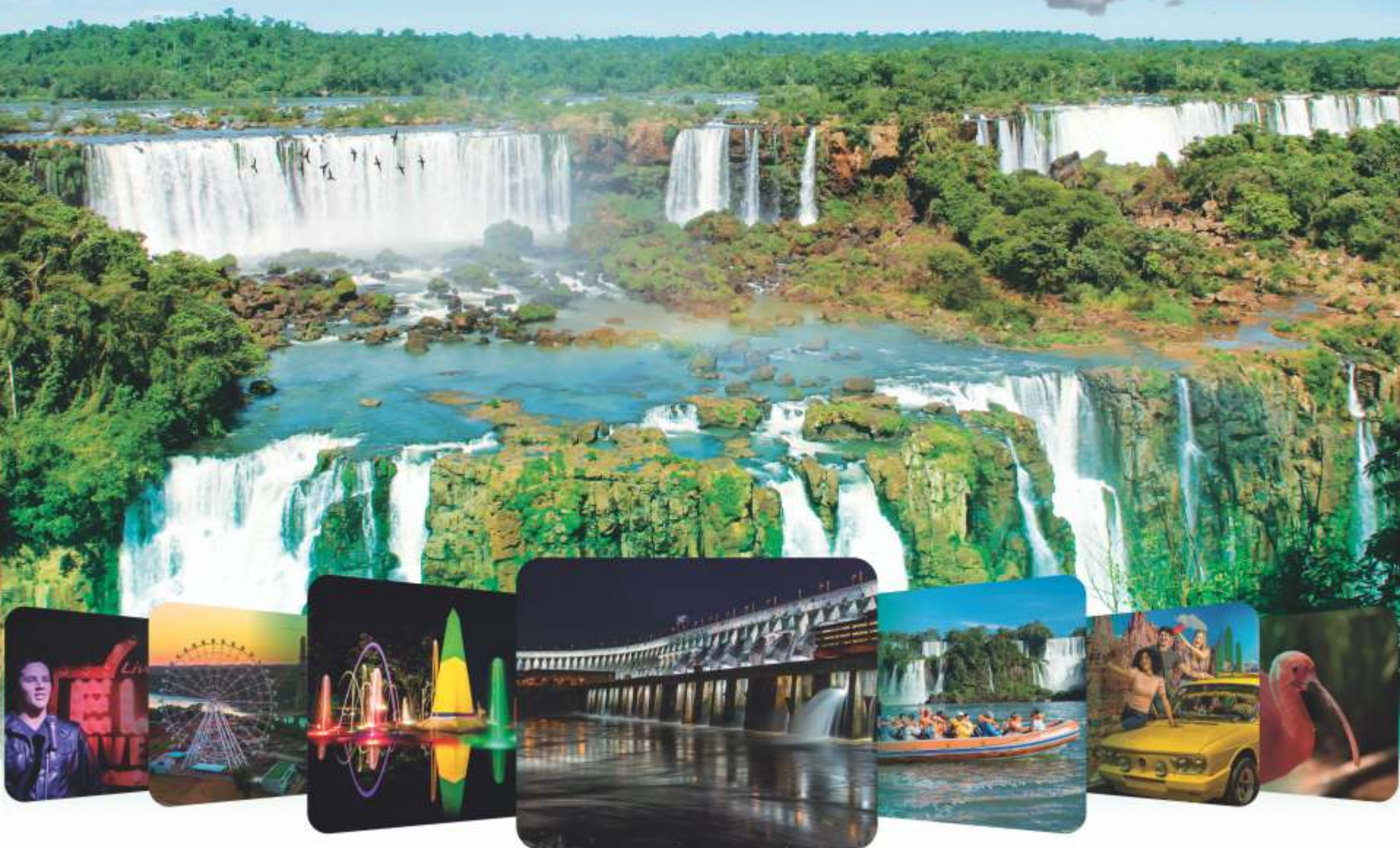


Novos concessionários
com o trade turístico de Foz
Fotos de Marcos Labanca





Visit Iguassu,
**exaltando o que
Foz tem de melhor!**



Há 15 anos divulgando
e promovendo Foz do
Iguaçu pelo mundo.



© @visit.iguassu © iguassu.com.br

Visit Iguassu, o escritório de marketing
e promoção do Destino Iguaçu.

Wonder Park, um olhar diferente para o turismo brasileiro

Por Jin Petrycoski

Em 1958, através de um decreto de Juscelino Kubitschek, o Brasil pela primeira vez em sua história atentou-se ao turismo brasileiro. Desde então, diversas políticas nacionais procuram fomentar o desenvolvimento desse setor. Contudo, os esforços e iniciativas conjuntas dos players do setor não foram suficientes para estabelecer o Brasil como um destino de alta procura para o turismo mundial. Vale salientar que o Brasil, em sua totalidade, atrai menos turistas que uma única região do Vietnã. Os motivos para esse atraso no desenvolvimento dessa esfera (infraestrutura, segurança, logística, entre outras) são amplamente conhecidos. Adicionalmente, os destinos turísticos do Brasil criaram uma cultura de exploração do turista, não do turismo; divergindo muito das direções e tendências exigidas por viajantes espalhados pelo globo. Esta combinação de fatores e maneira de conduzir o setor infelizmente limitou a exposição dos turistas a atrativos de baixa qualidade em comparação aos vistos no exterior, além de criar uma nivelção baixa.

Por outro lado, os destinos nacionais têm uma oportunidade única de aproveitar os exemplos de sucesso internacionais e os avanços tecnológicos para (mesmo que tardiamente) apresentar para os seus visitantes um produto que efetivamente vale a pena experienciar.

Nos seis anos que morei nos Estados Unidos, tive uma oportunidade extraordinária de interagir em primeira mão com as metodologias e práticas utilizadas pelo entretenimento Americano. Visivelmente, toda atração de sucesso (indiferente do tamanho) tem entrega, ou seja, o visitante recebe até mais do que se estava esperando. Existe uma forma sutil de envolver os seus clientes na temática da atração, do atendimento, experiência, interações, tudo isso para criar uma memória afetiva com o produto. Para eles, a missão é simples, o turismo nada mais é que um dos poucos momentos no ano que nossa sociedade possui para aproveitar sem as preocupações dos problemas rotineiros da vida. Por isso, precisam, sem poupar esforços, retirar o visitante do seu habitual através de uma mistura de imersões.

A riqueza dos detalhes, na minha opinião, é tão importante quanto o produto em si, o visitante precisa sentir que aquela atração foi desenvolvida especificamente para “teletransportar” ele para aquele tema, mas não somente isso, para sentir que naquele momento ele faz parte do tema. Resumidamente, a imaginação presente desde a infância conduz os visitantes ao deslumbramento, e está a cargo do atrativo abrir essa possibilidade. Assim, as pessoas com todo o prazer irão completar o ciclo desejado dessa “transação”.

Intricadamente a isso, existe um movimento liderado pelo Wonder Park Foz que busca satisfazer os anseios dos turistas com uma missão coesa, que se trata em elevar o sáforo do turismo no Brasil.

O Wonder Park está desenvolvendo atrativos de padrões internacionais para o Brasil, levando os visitantes a uma atmosfera fantástica e extraordinária. Acompanhando as tendências, todos os atrativos estão sendo desenvolvidos para serem completamente instagramáveis, além de proporcionar interações dentro do atrativo com um storytelling envolvente.

O Movie Cars já é o primeiro atrativo do seu segmento no mundo, possuindo uma imersão totalmente diferente de um clássico museu de automóveis. A quantidade inimaginável de detalhes é difícil de encontrar em qualquer destino turístico do Brasil, mas o Movie Cars vai além, pois permite inúmeras surpresas nostálgicas ao longo do circuito.

Mantendo o padrão criado pelo Movie Cars Entertainment o complexo do Wonder Park Foz lança outro atrativo único no Brasil, o Wonder Water Show. Sendo a maior e mais encantadora fonte de águas dançantes do país, ela proporciona uma magia que poucos lugares no mundo (Las Vegas, Dubai, Chipre) tem a oportunidade de experienciar. A dificuldade de instalação, programação e roteiro artístico continua sendo um enigma para parque, porém o resultado deste produto é algo nunca visto nas noites da tríplice fronteira.

Space Station estará previsto para o final do primeiro semestre de 2023 e com ele será quebrado um paradigma, a exploração da tecnologia dentro do setor turístico. Hoje o Brasil, em sua maioria, é considerado um país turístico de contemplação de sua riquíssima natureza. Contudo, o Space Station proporcionará uma experiência incomum aos brasileiros. Dentro da sua estação espacial que necessitou fazer uma parada em Foz, os visitantes irão viajar para dentro do mundo da ficção científica. Todas as salas do circuito possuem tecnologias integradas, e algumas missões para serem resolvidas, telas touch interativas e um atrapalhado, porém gentil robô com inteligência artificial que literalmente andarà pela cabine do capitão e conversará com os tripulantes durante toda a viagem interestelar.

Com esses atrativos e outros em desenvolvimento, o Wonder Park Foz está criando com todo cuidado uma maneira diferente de se olhar o turismo, com conceitos atuais de fora, mas com uma identificação incondicional Iguazuense, vamos dividir momentos felizes com todos.



Jin Petrycoski é Sócio-proprietário do Wonder Park

Wonder Park Foz: Nasce o novo Parque Temático de Foz do Iguaçu

Parque temático com atrativos únicos, localizado na Rodovia das Cataratas, inaugura o maior e mais extraordinário Show de Águas do Brasil.

O Wonder Park Foz, empreendimento turístico dos empresários paranaenses Paula e Ricardo Guerra (Grupo Guerra) e de Jin Petrycoski (Grupo Atlas), inaugurou no início de dezembro o Wonder Water Show, o maior e mais extraordinário Show das Águas do Brasil.

O Wonder Park Foz tem como proposta expandir o segmento de parques temáticos em Foz do Iguaçu e foi concebido para ser um lugar mágico. Entrar no Wonder é como cruzar um portal e adentrar em um mundo onde tudo é possível, a diversão é a regra e onde o deslumbramento é capaz de alcançar a todos. Planejado em cada detalhe para oferecer experiências individuais e coletivas ao mesmo tempo, com atrações surpreendentes e um padrão de qualidade elevado, o Wonder Park foi criado para proporcionar momentos inesquecíveis para toda a família.

Das novas atrações, destaca-se o "Wonder Water Show", que foi criado como uma homenagem à região que abriga as Cataratas do Iguaçu, os rios Paraná e Iguaçu, Aquífero Guarani e também importantes rios urbanos, como Monjolo e M'Boicy. A partir da água como elemento principal, toda a apresentação foi planejada para despertar o lado lúdico do público, em um espetáculo que sincroniza o movimento da água, luz, projeção e música, com trilhas sonoras já conhecidas e também autorais. O enredo sincroniza músicas em homenagem ao cinema, em uma inspiração em fontes de cidades turísticas ao redor do mundo. Dos detalhes técnicos, a fonte tem um jato central que chega a quase 30 metros de altura, além de círculos centrais, laterais e mais um arco de fundo, com jatos de água e iluminação led. A atração é exibida à noite, o que proporciona também mais opções de passeios para os turistas.

Além disso, especialmente lançado para este período, também destaca-se o Natal Show, que soma-se ao Movie Cars (atrativo inaugurado em 2021) e inicia uma nova etapa do empreendimento turístico. O Movie Cars, um atrativo que une duas paixões, o cinema e o automobilismo, proporciona uma experiência inesquecível. Mais de 50 carros de filmes, séries e desenho animado estão expostos em mais de 20 cenários instagramáveis dignos de grandes sets de cinema, com iluminação profissional e trilha sonora que ajudam a compor um passeio surpreendente. Depois do visitante experimentar o sucesso e sentir o glamour da vida de grandes celebridades pode viajar no tempo e conhecer a hamburgueria temática com cores vibrantes, iluminação especial e trilha sonora de época. O cardápio é repleto de hambúrgueres, todos nomeados com referência no cinema e de pratos diferenciados para todos os gostos.

Novos investimentos e atrativos

Para 2023, o Grupo ainda vai inaugurar mais dois atrativos: o Space Station e o Champions.

O Space Station é a primeira estação espacial brasileira que materializa o sonho de qualquer criança: viajar ao espaço. Foi criado para transformar este sonho em realidade, em um passeio repleto de interatividade e emoção. Enquanto se encanta com os avanços da humanidade durante o século XX e conhece a história de várias missões espaciais, o visitante vive a sua própria aventura passando em câmeras de descontaminação e descompressão, interagindo com mesas de painel de controle e inteligência artificial, aprendendo como é possível viajar longas distâncias, conhecendo extraterrestres capturados durante a jornada e se deparando com uma grande e inusitada surpresa no final.

O outro atrativo em desenvolvimento é o Champions, em que os amantes da velocidade vão querer passar bem devagar. Unindo o passado e o presente, o Champions vai surpreender com os veículos vencedores de grandes campeonos mundiais do automobilismo. De Fangio a Hamilton, o legado esportivo dos grandes campeonos poderá ser experimentado através de cenários incríveis, reavivando as memórias e revivendo as conquistas que marcaram as carreiras dos maiores corredores do planeta.

No Champions o lugar mais alto no pódio é um tributo exclusivo ao grande piloto brasileiro André Ribeiro, o único a vencer a prova de Fórmula Indy no Brasil. Veículos originais e exclusivos que ganharam corridas importantes no planeta garantem momentos únicos para os amantes do automobilismo. A emoção é tanta que dá para ouvir o ronco dos motores.



O "Wonder Water Show", único espetáculo deste porte no Brasil, tem a água como elemento principal em sincronia com luz, projeção e música.



Serviço: Site do Wonder Park Foz: www.wonderparkfoz.com.br. Mais detalhes sobre as atividades e atrações do parque, novos investimentos e compra de ingressos.

Em 45 anos Itaipu recebeu 25 milhões de visitantes

O número contempla as duas margens e foi alcançado em novembro. A atividade de Turismo é uma grande vitrine para demonstrar os compromissos com a geração de energia e cuidados com o meio ambiente

Os principais atrativos de Foz do Iguaçu são exemplos do que foi capaz a Natureza e também o homem. Em lados opostos e extremos da cidade, as atrações do Parque Nacional do Iguaçu (Sul) e Itaipu Binacional (Norte), dividem a preferência dos visitantes e turistas.

Desde que começou a ser construída, a hidrelétrica chama a atenção do mundo e desperta grande curiosidade em todos os continentes; em 1977, poucos anos após o início das obras, Itaipu iniciou a agenda de visitas presenciais. Mas foi a partir de 1993, com a inauguração do CRV – Centro de Recepção aos Visitantes, é que houve o início a uma complexa operação para demonstrar a usina em todos os seus principais aspectos, das unidades geradoras à crista da barragem; o vertedouro, o gigantismo em cada detalhe, ensinando sobre a produção de energia e conservação ambiental. Em 2002, Itaipu passou a programar passeios para a contemplação da Iluminação Monumental, em projeto desenvolvido por um dos gênios da cenografia, Peter Gasper.

As atrações turísticas de Itaipu Binacional recebem centenas de milhares de turistas ao longo do ano, sobretudo em finais de semanas e feriado prolongado, o que mantém em franca movimentação toda uma equipe que hoje é responsável pelo Complexo Turístico Itaipu (CTI). Dentre os passeios mais procurados estão “Itaipu Panorâmica”, as visitas técnicas, o Refúgio Biológico Bela Vista e a Itaipu Iluminada; os brasileiros formam a maioria dos turistas, mas desde o início do programa há o registro de visitantes de quase todos os países visitantes, com destaque para Argentina, Paraguai, Uruguai, Alemanha, Estados Unidos e China.

Como em outros atrativos e em todo o setor do Turismo, a pandemia de covid-19 causou um recuo nas visitas, mesmo assim a usina de Itaipu recebeu 285.401 visitantes em 2021. Antes, a média de visitação era 50% maior se comparado ao período mencionado. Já em 2022 a reação superou as expectativas, fechando o mês de novembro com 554.332 visitantes, nas duas margens, sendo 372.126 brasileiros e 182.206 de outros países.

As ações de Itaipu colaboram, em verdade, com outras demandas importantes e que favorecerão o segmento do Turismo. A Binacional investe pesado em obras estruturantes em Foz e Região, realiza grandes eventos em todas as áreas de atuação e propõe demonstrar suas ações como aconteceu recentemente no COP 27 e na EXPODUBAI, cuja participação rendeu o Prêmio Live, de grande repercussão internacional, impactando cerca de 260 milhões de pessoas. Por onde Itaipu expõe suas atividades, leva junto as “boas-vindas” aos que esperam um dia conhecer Foz e seus belos magníficos atrativos, como as Cataratas do Iguaçu.

Com um retrospecto tão vitorioso, Itaipu colheu mais outro resultado espetacular, além dos sucessivos recordes de geração de energia: fecha 2022 superando a marca de 25 milhões de visitantes, o que consagra todos os esforços em atuar num dos principais segmentos da economia mundial, o Turismo.



A marca de 25 milhões de visitantes foi alcançada neste final de 2022. Foto de Rubens Fraulini/Itaipu Binacional



A magia em realizar os eventos natalinos

Luzes, adereços, shows e apresentações teatrais emocionam milhares de pessoas todas as noites e a programação segue até os primeiros dias de 2023

A Itaipu Binacional programou mais uma bela festa de Natal e, certamente, enche os olhos do público que visita o Gramadão da Vila A. Os eventos ocorrem de 3 de dezembro de 2022 a 5 de janeiro de 2023, com todas as atrações são gratuitas e abertas ao público.

Papai Noel chegou em 3 de dezembro, quando houve o acendimento da iluminação. O musical “Eu acredito no Natal” emocionou a todos, com o desempenho da orquestra, atores, cantores, acrobatas e bailarinos.

O Coral de Itaipu brilhou mais ainda a peça, reprisada no dia 04. Outra atração será a Felchak Produções e Eventos, de Guarapuava (PR), que volta à cidade prometendo um “espetáculo de Natal como Foz nunca viu”, nos dias 17 e 18 de dezembro, às 20 horas. Serão cinco palcos, que ficarão distribuídos pelo gramado, 125 artistas interagindo em cenários diferentes e figurinos exclusivamente preparados para emocionar aqueles que acompanharem a “Vila Encantada de Natal”.

Quem vai ao Gramadão é recepcionado pelos artistas circenses da Troupe Luz da Lua, vestidos com roupas típicas de Natal e que interagem esbanjando alegria, principalmente para as crianças.

O clima de fraternidade se dá também pela decoração, com dez arcos iluminados, formando um singelo portal de entrada, quando os visitantes recebem as boas-vindas.

As cem árvores naturais do entorno do Gramadão receberam cerca de 2.000 cordões de microlâmpadas de led; a árvore de Natal decorativa chega aos 25 metros de altura. Outras estruturas de metal, de cinco metros de diâmetro cada, serão montadas para que o público passe por elas, como se estivessem no interior de bolas de decoração de árvores natalinas. Um letreiro com a frase “Feliz Natal” é o cenário que ajuda a espalhar as fotos de milhares de visitantes.

A iniciativa é uma parceria da Itaipu Binacional, Prefeitura Municipal, Fundo Iguaçu, Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (Sindhotéis) e do Núcleo da Avenida Brasil.



O Gramadão, palco dos festejos Natalinos de Itaipu e também de Foz recebeu milhares de visitantes nas primeiras noites de programação
Fotos de Fabiane Ariello

Produção de energia e cuidados com o meio ambiente somados a educação e turismo consciente

Itaipu Binacional sempre foi e é notícia quando bate recordes mundiais de geração de eletricidade, mas passou a destacar-se na compensação ambiental, cujos resultados são também muito admirados; as pessoas querem ver isso de perto.

Quando a usina, uma das maiores obras já construídas pelo homem foi concebida, chamou também a atenção na área do Meio Ambiente. Pelo gigantismo, foram necessárias providências robustas, muitas das quais inovadoras, em verdade houve o estabelecimento de um pacto ambiental antes mesmo da construção.

Nos anos 70, época em que Itaipu surgiu, havia um frequente balanço sobre a extinção da Mata Atlântica e com isto, muitas lamentações sobre as dificuldades em repor flora e fauna. Mas o Plano de Manejo Ambiental para a construção da hidrelétrica previa inúmeras ações de compensação e Itaipu, afinal, seria a iniciativa que menos agrediria a natureza, ocuparia a menor quantidade de terras alagadas e em contrapartida, produziria mais energia que as demais. Essa informação gerou certa inquietude e incredulidade, logo, um interesse em acompanhar as demandas de perto.

A lista de ações ambientais era grande, ao passo em que o concreto ia moldando a barragem: áreas para refúgios foram cuidadosamente escolhidas, onde seriam acomodados animais resgatados; incrementou-se um extenso plantio de mudas, bem como houve o preparado para a reprodução de espécies que garantiriam a biodiversidade. Os hotéis de Foz passaram a receber levas de jornalistas e ambientalistas e Itaipu se encarregou de abrir acesso para que todas as ações fossem acompanhadas.

Com o enchimento do reservatório aconteceu a Operação Mymba Kuera, que comemorou 40 anos em 2022. Foi quando os animais resgatados foram

levados para os Refúgios Biológicos e deu-se início a um formidável programa de recomposição ambiental.

Hoje a usina é bem diferente daqueles tempos; há jardins por todas as partes, ocupados por animais e aves. O que era canteiro de obras foi convertido em cartões postais. Mostrar aos visitantes como Itaipu está sendo competente frente à natureza é uma missão importantíssima e que produz muitos resultados. Escolas frequentam as áreas de visitas no Refúgio; a mensagem ambiental é levada a cerca de 90 mil alunos da rede pública em 55 municípios; o Canal da Piracema atende a transposição dos peixes, mas também realiza grandes eventos esportivos, além do mais, a empresa também sedia eventos globais para a preservação da água, o bem mais preciso no Planeta. Mais de 24 milhões de árvores foram plantadas, garantindo a existência de um magnífico corredor da biodiversidade, ligando o Parque Nacional do Iguaçu à reserva de Ilha Grande; a Mata Atlântica se recompõe com iniciativas assim.

No campo da reprodução animal, está o programa das Harpias, comemorado em todo o mundo, e, recentemente mais dois filhotes de onças passaram a integrar o refúgio. O fato é que a proteção ambiental é um foco a cada dia mais crescente no segmento de Turismo e o que faz Itaipu, o mundo todo quer ver.

A hidrelétrica que já produziu mais de 2,8 bilhões de megawatts-hora, o que seria suficiente para abastecer o mundo inteiro por 45 dias, é a que também mais produziu energia renovável no planeta; respeitando o meio ambiente, com lições e ações para um futuro melhor para todos. Quem visita Itaipu, reconhece.



A tarefa de reflorestar, na Binacional, está ajudando a recompor a Mata Atlântica
Foto de Sara Cheida/Itaipu Binacional



Áreas de visitação do Refúgio Biológico Bela Vista são exemplos de proteção e contemplação
Na foto de Rubens Fraulini/Itaipu Binacional. a onça Nena



Filhotinhos de Nena, são os mais novos integrantes do Refúgio Bela Vista.
A reprodução de animais de várias espécies é um sucesso e atrai técnicos e biólogos de vários países.
Foto de Fabiana Stamm/Itaipu Binacional

Itaipu é um exemplo em cuidados com o meio ambiente e no turismo de sustentabilidade.
Foto da usina (acima) de Caio Coronel





A P R E S E N T A:

NATAL SHOW

O MAIOR E MAIS EXTRAORDINÁRIO
SHOW DE ÁGUAS DO BRASIL.

WWW.WONDERPARKFOZ.COM.BR



DE
03
DEZ.
A
08
JAN.

Rodoviária de Foz do Iguaçu estima receber 100 mil passageiros neste fim de ano

Expectativa é de que dezembro seja o melhor mês pós pandemia

A Tarobá Concessões, empresa que administra a Rodoviária Internacional de Foz do Iguaçu, tem uma expectativa otimista para o fim deste ano. A concessionária espera que cerca de 100 mil viajantes passem pelo terminal até o dia 31 deste mês. As previsões são de que o movimento seja até 15% superior ao registrado no ano passado, quando houve um total de 44.750 embarques e 41.046 desembarques. As viagens pelo Brasil estão aquecidas nesse que é um período tradicionalmente marcado por grande demanda. “O crescimento também pode ser atribuído à ótima relação custo-benefício oferecido pelas empresas de transporte rodoviário com tarifas muito mais atraentes em comparação ao transporte aéreo”, diz o gerente da Rodoviária, Edilson da Silva.

Durante todo o mês de dezembro, a estimativa é de que as 21 empresas de transporte que operam as linhas intermunicipais e interestaduais utilizem 2.700 ônibus. Da Rodoviária saem, em média, 81 ônibus diariamente para destinos nacionais e também para Buenos Aires, na Argentina e Assunção, no Paraguai. As cidades mais procuradas nesse período são Curitiba, Cascavel, Londrina, São Paulo, Rio de Janeiro, Balneário Camboriú e Florianópolis.

Comodidades – Para aliviar o tempo de espera pelo embarque ou para quem acaba de chegar de viagem, o local oferece uma série de comodidades, entre elas os chuveiros instalados nos banheiros masculinos e femininos. São duas opções disponíveis: R\$ 10,00 apenas para o uso da ducha e R\$ 15,00 com direito à toalha, sabonete e shampoo. Na Rodoviária há restaurantes e cafeterias que

servem de lanches à comida caseira. Se a mala ficou pequena, dá para comprar uma maior na loja especializada que oferece vários modelos e tem até mantas para quem não quer passar frio no ônibus.

Há também guarda-volumes, casa de câmbio, agência de envio e recebimento de dinheiro do exterior e ainda uma sala VIP com cafezinho, internet, biscoitos, água, tomadas, ar condicionado e sossego até a hora de embarcar. Para completar, é possível deixar seu carro estacionado com toda a segurança. O estacionamento é automatizado e conta com câmeras de monitoramento 24 horas. A novidade que entrou em operação no início deste mês é um terminal de autoatendimento para compra de serviços de banheiro e pagamento do estacionamento nos cartões de crédito ou débito e no PIX.



Retomando as atividades na pós pandemia a Rodoviária de Foz deve fechar o ano com o movimento 15% maior em relação ao mesmo período do ano passado



Serviço de reserva online melhora experiência do usuário no estacionamento do Aeroporto de Foz do Iguaçu

O Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu, administrado pela CCR Aeroportos, disponibiliza um sistema de reserva de vagas de estacionamento. Ofertado pela Tarobá Construções, empresa responsável pela operação do estacionamento, o serviço possibilita aos clientes a compra antecipada de suas estadias, bem como a entrada e saída automática por meio de QR-Code.

Além de agilidade, conforto e segurança, ao utilizar o serviço de reserva antecipada de vaga, os clientes têm desconto no valor da diária, saindo a partir de R\$24,90 – preço promocional exclusivo para reservas realizadas pelo site www.aeroestar.com.br e válido até 31 de dezembro de 2022.

Ao sair do estacionamento, com localização estratégica, a poucos metros do terminal, os usuários também podem fazer o pagamento via QR-Code, direcionando a câmera do smartphone para o código de barras do ticket de estacionamento. Com essa facilidade, os clientes podem deixar o estacionamento sem a necessidade de validar o ticket na caixa do aeroporto.

É necessário realizar um cadastro com os dados pessoais, do veículo e do cartão de crédito pelo site www.aeroestar.com.br. Após a realização da compra, o usuário receberá por e-mail a confirmação, juntamente com o código (QR Code), para ser utilizado no acesso ao estacionamento.



Tarobá Construções, uma empresa de 30 anos e infinitas possibilidades

Por Renato Camargo

Heráclito de Éfeso, nascido por volta de 540 a.C., em sua Teoria do Devir, explicou que tudo o que existe está em constante transformação. E é nessa sabedoria antiga e conhecida que baseamos o nosso trabalho na Tarobá Construções. Em 1992, fizemos os primeiros serviços para a Itaipu Binacional e em 2022, celebramos um importante contrato com o Centro Empresarial Torre Marechal para a gestão do estacionamento do moderno edifício. Portanto, 30 anos se passaram. O que mudou nessas três décadas?

A nossa atuação passou a ser marcante e dinâmica. Fazendo uma retrospectiva, percebemos o quanto o nosso leque de atividades está mais robusto. Acima de tudo somos uma empresa local atendendo importantes serviços ligados ao turismo como por exemplo a gestão do Estacionamento do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu e da Rodoviária Internacional de Foz do Iguaçu. No caso do estacionamento avançamos com a reserva online e muito mais opções de pagamento para melhorar a experiência do usuário. Já na rodoviária nosso esforço é no sentido de modernizar cada vez mais o terminal que recebe passageiros vindos de todo o País.

Dentro desse contexto temos ainda a construção do Residencial Tancredo, empreendimento com 36 apartamentos que iremos entregar em 2023. E mais: ampliamos horizontes ao levar para Taubaté, no interior do estado de São Paulo, localizado na região do Vale do Paraíba, a 130 quilômetros da capital, a experiência que adquirimos com a administração da Rodoviária Internacional de Foz do Iguaçu. A gestão da Rodoviária do município acaba de completar um ano e isso é motivo de orgulho, afinal é uma empresa iguaçuense levando o seu jeito de trabalhar para outros lugares com seriedade e inovação vibrante, sem deixar de lado a simpatia e humildade.

Aumentamos o portfólio da Tarobá Construções, porém, não recuamos em dois fatores principais: a reputação da nossa empresa e o propósito de oferecer, sempre, o melhor atendimento aos clientes.

E será assim ainda mais. É por isso que eu, juntamente com o meu irmão e sócio, José Pimenta Camargo Neto e toda a nossa equipe dedicamos nossos esforços para fazer da Tarobá, um grupo empresarial disruptivo e alinhado ao contemporâneo e que no entanto permanece fiel à sua essência. Uma empresa que não para de se transformar. Afinal, retomo Heráclito, “nada é permanente, exceto a mudança”.



Renato Pena Camargo é Sócio-diretor Tarobá Construções



A tarefa de acompanhar, observar, coletar, tratar, analisar e monitorar os dados da atividade turística

O observatório de Turismo de Foz do Iguaçu existe há 8 anos e tem como função o acompanhamento, observação, coleta, tratamento, análise, geração e monitoramento de dados e informações sistemáticas e padronizadas sobre atividade turística.

A estrutura do Observatório é composta pela gestão estratégica, coordenação técnica e operacional. A gestão estratégica é representada pelo COMTUR e é responsável por validar o planejamento anual de ações, e avaliar inputs durante o exercício, visando às recomendações da INSTO – Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável – e respeitando os prazos necessários para formação de equipes para atender as demandas.

A coordenação técnica é de responsabilidade da SMTU, que deve coordenar atividades voltadas à produção, sistematização e intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades e empreendimentos turísticos instalados no Município, integrando universidades e institutos de pesquisa públicos e privados (Lei 4.291/14).

A coordenação operacional cabe à UNIOESTE, especificamente ao curso de Turismo. Esta tem a atribuição de coordenar as operações do Observatório de Turismo atendendo as especificações da coordenação técnica e promovendo a execução junto às instituições parceiras. Além disso, faz a intermediação do ingresso de alunos para colaborar em projetos do observatório de turismo durante o estágio obrigatório.

Dentre as entidades parceiras citam-se universidades, entidades do terceiro setor, que atuam conforme conveniência, disponibilidade ou interesse em um objetivo específico. Neste momento, a Paraná Turismo, representação regional de Foz do Iguaçu, colabora ativamente com as entregas do observatório de turismo.

Dados do Turismo

Mensalmente a DVEET – Divisão de Estatísticas e Estudos Turísticos – levanta a ocupação registrada pelos meios de hospedagem da cidade. A mesma pesquisa é feita junto aos principais atrativos turísticos de Foz e aos principais locais de entrada de visitantes no município: Aeroporto e Rodoviária Internacionais.

A coleta de números igualmente é feita após feriados prolongados. Uma permanente Pesquisa de Demanda do Destino começará também a ser realizada pela Secretaria ainda no mês de dezembro, seguindo pelos meses de 2023. O objetivo é obter informações para a caracterização da demanda turística doméstica e internacional, pertinentes à gestão pública e privada do destino.

Além dos servidores da Secretaria, alunos do curso de Turismo da Unioeste – Campus Foz participarão deste trabalho.

A Conferência Municipal de Turismo e as expectativas perante o segmento

O evento foi realizado em junho, mas o setor quer vencer o tempo e fundamentar definitivamente um Plano Municipal de Turismo que dê sustentação às atividades nos próximos 15 anos.

Foz se preparou para dar um caráter deliberativo aos assuntos relacionados ao setor de Turismo, o que mais rapidamente responde à recuperação, depois da crise causada pela pandemia de covid-19.

O Turismo é uma atividade que concentra grande número de profissionais especializados e isso requer, de certa forma, muita organização no sentido de oportunizar debates e realizar o que predispõe uma conferência: a avaliação de novas diretrizes para consolidar e ampliar o segmento.

Na avaliação dos participantes, os espaços de debate coletivo proporcionaram bons resultados e houve a representatividade, tanto de trabalhadores, empregadores, no caso os empresários e poder público, com a presença de Executivo, membros do Legislativo e mais o Curso de Turismo da Unioeste, com muita dedicação em apoiar a organização.

Em Foz, a economia do setor abraça diretamente milhares de empresas, sendo hotéis de todos os portes e categorias, receptivos, operadores, companhias aéreas, táxis, transportadores individuais, guias, parques temáticos, bares, restaurantes, comerciantes de artesanato e arte regional, músicos, e mais os atrativos, geradores de muitos postos de trabalho; paralelamente há toda uma rede de suporte e negócios que se especializam setorialmente, com suporte à realização de ventos, documentações, alimentação, bem como a fomentação de itens industrializados. Se o setor vai mal, tudo isso sofre; se prospera, o desenvolvimento causa uma formidável e imediata distribuição de renda. Atento a isso, o poder público municipal, tenta a todo o custo administrar as necessidades que pautam o crescimento, com a prefeitura, por meio da Secretaria Municipal de Turismo atuando em cada uma das ramificações da área e a Câmara, adaptando e criando legislação que dê vazão às necessidades. Foz, também se organiza por meio de vários incrementos como o COMTUR – Conselho Municipal de Turismo, um órgão consultivo normativo e deliberativo, que reúne cerca de 37 entidades. As Conferências quando são realizadas, abarcam todas essas frentes.

A 4ª Conferência Municipal de Turismo foi realizada em 16 de julho desde ano, apontando as ações que devem ser prioritárias. O evento foi precedido por pré-conferências que envolveram cerca de 340 pessoas e que se comprometeram a levantar e apontar os temas, por muito considerados como “problemas” à serem debatidos. Na primeira pré-conferência, foram levantadas as áreas à serem discutidas, num total de oito, e, o que foi considerado como “problema” em cada uma dessas áreas. Foram considerados um total de 24 problemas. Nas outras quatro pré-conferências, foram debatidas as causas desses problemas. Ao final, foram selecionados os 12 problemas prioritários.

Foram vários os temas discutidos em quatro grupos distintos, que receberam os votos dos participantes, ao todo 43 votaram. O Grupo 1 trabalhou “Infraestrutura & Meio

Ambiente”, com debates sobre “Carência de áreas públicas para lazer” (20 Votos); Deficiência do transporte público (19 Votos); Pouco aproveitamento dos recursos naturais para o lazer (16 Votos).

O Grupo 2 debateu o tema “Governança & Legislação”, pontuando a Democratização o acesso da população aos atrativos turísticos (18 Votos); a falta de visibilidade do poder público sobre a dimensão do turismo da cidade (16 Votos) e a Falta de transparência entre comunidade, gestores públicos e privados (16 Votos)

Grupo 3 deu foco às prerrogativas quanto ao Mercado de Trabalho & Economia, e os conferencistas avaliara Desvalorização do profissional de turismo (25 Votos); Adaptação do funcionamento do comércio local ao turismo (21 Votos) e Baixa permanência do turista (21 Votos). O Grupo 4, responsável por Cultura & Informação e Comunicação analisou o Pouco aproveitamento da diversidade cultural (22 Votos); Carência de dados sobre o turismo/monitoramento (19 Votos); Informação/comunicação turística para o visitante (15 Votos).

A temática inicial da Conferência predispuña incorporar a sociedade, de forma democrática, transparente, geral e irrestrita, ao processo de discussão de políticas públicas voltadas ao Turismo e suas transversalidades; fornecer, ao Poder Público, às entidades ligadas ao setor e à comunidade subsídios à elaboração participativa do Plano Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu; apresentar aos munícipes e interessados a conjuntura atual, as perspectivas do setor de turismo de Foz do Iguaçu e as temáticas para discussão e construção de propostas que posteriormente subsidiarão o processo de elaboração de um Plano Municipal de Turismo; promover o debate, apoiar a experimentação de novas ideias e disseminar a cultura de inovação e visão empreendedora para fomentar a cadeia de valor do turismo na retomada do setor e, finalmente, aprimorar e propor mecanismos de articulação e cooperação institucional com a sociedade civil.

Com base nas discussões e votações, além de toda uma participação na elaboração de medidas definitivas, está em vias de elaboração o conteúdo do novo Plano Municipal de Turismo que deverá ser disponibilizado no primeiro semestre de 2023. O prazo foi adiado em acordo com os participantes, levando em conta as muitas prerrogativas em discussão e que merecem uma análise mais detalhada. A Conferência de Turismo era a muito esperada pela cidade.



Cataratas Day

No dia 11 de novembro de 2011 as Cataratas do Iguaçu foram escolhidas uma das 7 Maravilhas da Natureza. Desde então a data é comemorada, tanto no Parque Nacional do Iguaçu brasileiro quanto no argentino, com o Cataratas Day.

Do lado brasileiro a comemoração é feita com entrada gratuita para os moradores de Foz do Iguaçu.

Este ano, retornando o que já vinha sendo feito antes da pandemia de Covid-19, no domingo dia 06 de novembro, a Prefeitura Municipal disponibilizou transporte gratuito com saída de seis pontos distintos da cidade – dos bairros Itaipu C, Itaipu A, Três Lagoas, Porto Meira, Conjunto Libra e do centro da cidade. Para quem se inscreveu na iniciativa, também não houve custo para entrar no Parque.

No dia 11 de novembro, a gratuidade de entrada no Parque Nacional do Iguaçu novamente se repetiu, agora para quem foi diretamente até o local. Da mesma forma, o estacionamento no Parque foi gratuito para os moradores da cidade.

Ao todo, 2400 iguaçuenses aproveitaram a oportunidade para finalmente conhecerem as Cataratas, ou voltarem a visitar nosso principal atrativo turístico na.

Planejamento Estratégico

O processo de elaboração do Planejamento Estratégico 2022-2024 da Secretaria Municipal de Turismo representa um marco na ampliação do escopo de atuação da pasta pública, que passa a integrar a inovação e atração de investimentos como sua responsabilidade para o desenvolvimento do Município.

O Planejamento foi construído, especialmente em suas etapas iniciais, de forma democrática e abrangente, contando com o engajamento e colaboração de todos os servidores da SMTU. O processo contribuiu para o desenvolvimento do pensamento estratégico, o qual revelou e norteou as prioridades de atuação dos próximos anos da Secretaria.

A construção deste Planejamento Estratégico contou com a facilitação de A Ponte Desenvolvimento Consultoria em Desenvolvimento, que conduziu os encontros e debates que culminaram em sua elaboração.

O objetivo deste documento é nortear as ações e os investimentos da Secretaria Municipal de Turismo e Projetos Estratégicos entre os anos de 2022 e 2024, para fortalecer sua atuação institucional e agregar valor a toda sociedade iguaçuense.

Assim como afirma o Ministério do Turismo (2020), “o planejamento estratégico é um processo de gestão de análise, criação de alternativas e tomada de decisão sobre a identidade da organização, sua atividade e razão de existir”.

No município de Foz do Iguaçu, essa ferramenta é relevante uma vez que permite uma maior sinergia entre os atores turísticos e estratégicos, além da captação de investimentos alinhados com os objetivos de crescimento da cidade.

Secretaria Municipal de Turismo faz um balanço das participações em eventos no ano de 2022

Entre Capacitações, Feiras, Roadshows, Workshops nacionais e internacionais foram 36 participações realizadas pelo órgão, além de ações de mídia em veículos especializados.

O objetivo das participações em eventos é aproximar Foz do Iguaçu do seu mercado consumidor através de agendas com operadoras de viagem, agências de turismo emissivo, companhias aéreas e em alguns casos até do público final. Em eventos como a Feira Internacional de Turismo da América Latina, sediada em Buenos Aires, em que as pessoas podem acessar o espaço mesmo apenas como visitantes, o consumidor final pode conferir as novidades de Foz do Iguaçu.

Mercado Internacional

A Secretaria de Turismo tem trabalhado os eventos pilares da promoção do destino e uma das principais ferramentas é o relacionamento com a EMBRATUR, que disponibiliza em seu stand nas feiras internacionais, espaço para os “co-expositores”. Destinos turísticos, hotéis, agências, bureaus e outras figuras do mercado nacional podem se inscrever e usar o espaço da Agência Brasileira de Promoções Internacionais do Turismo para promover seus produtos. Foz do Iguaçu se destaca pelo trabalho realizado na Secretaria de Turismo por manter atualizados os itens que são obrigatórios para a participação em parceria com o órgão nacional, atendendo pontos como materiais em língua estrangeira, site atualizado e outros indicadores que ranqueiam os possíveis co-expositores.

Uma das evidências do resultado positivo destes esforços é a nota divulgada pelo Ministério do Turismo, de acordo com uma pesquisa realizada pela Booking.com: Foz do Iguaçu está na 3ª posição entre as escolhas dos estrangeiros no Brasil.

A Secretaria de Turismo marcou presença em todos os eventos primordiais para assegurar a imagem do destino entre as demais opções e começar pela FITUR 2022 – FEIRA INTERNACIONAL DE TURISMO de 19 a 23 de janeiro de 2022. Madri – Espanha.

O calendário de participações segue com a participação na VITRINA TURÍSTICA ANATO 2022 de 17 a 28 de fevereiro de 2022. Bogotá – Colômbia

BTL 2022 – BOLSA TURISMO LISBOA TRAVEL MARKET 2022 de 16 a 20 de março de 2022. Lisboa – Portugal

BRAZIL EXPERIENCE ROADSHOW EMBRATUR ETAPA AMÉRICA DO SUL I de 12 a 18 de Junho de 2022, Montevidéu - Uruguai, Assunção - Paraguai e Buenos Aires - Argentina

BRAZIL EXPERIENCE ROADSHOW EMBRATUR ETAPA AMÉRICA DO SUL II de 14 a 16 de junho de 2022. Santiago - Chile e Bogotá, Colômbia.

ROAD SHOW TRAVELAWAY – DIO VIAGENS de 01 a 04 de agosto de 2022. Concepción, Santiago e Viña Del Mar - Chile

WORKSHOP DIO VIAGENS “UNA NUEVA MIRADA” - EMBAIXADA DO BRASIL EM LIMA E CAPACITAÇÕES EM OPERADORAS DE TURISMO de 16 a 19 de agosto de 2022

BRAZIL EXPERIENCE ROADSHOW EMBRATUR ETAPA EUROPA de 13 a 20 de setembro de 2022. Londres – Reino Unido, Paris – França, Frankfurt – Alemanha, Madrid – Espanha e Lisboa – Portugal

WTM LONDON 2022 de 07 a 09 de novembro de 2022. Londres - Reino Unido

ROADSHOW VBRATA REINO UNIDO & IRLANDA de 01 a 11 de novembro de 2022. Londres, Brighton, Manchester Reino Unido e Dublin Irlanda

FITPAR – FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE PARAGUAY de 11 a 12 de novembro de 2022. Assunção - Paraguai

ROAD SHOW TRAVELAWAY – DIO VIAGENS de 01 a 04 de agosto de 2022. Concepción, Santiago e Viña Del Mar - Chile

WORKSHOP DIO VIAGENS “UNA NUEVA MIRADA” - EMBAIXADA DO BRASIL EM LIMA E CAPACITAÇÕES EM OPERADORAS DE TURISMO de 16 a 19 de agosto de 2022

Mercado Nacional

No mercado nacional o destaque foi a parceria com operadoras de turismo, como ações realizadas com a Azul Viagens, FOCO Operadora, Abreu, Agaxtur, BWT entre outras, foram essenciais para aumentar a presença do destino Foz do Iguaçu, nas regiões nordeste e centro-oeste. Estas ações incluíram “roadshows”, feiras e capacitações. Tudo para manter atualizados os agentes que comercializam o destino Foz, e, fortalecer a marca e a presença da cidade.

Já as feiras nacionais tiveram outra função estratégica, além de serem os principais pontos de encontro entre os atores do mercado do turismo nacional, para fortalecer o relacionamento, a marca e presença; apresentação de novos produtos e atualizações. Tais eventos foram importantes principalmente no contexto pós pandemia, em movimentar o turismo rodoviário. A participação em eventos em regiões mais próximas a Foz do Iguaçu, como a Feira AVIRRP no interior de São Paulo, Feira UGART em Porto Alegre (RS) e a BNT em Itajaí (SC), foi fundamental. Uma das iniciativas foi também atuar com os agentes que trabalham excursões, que são opções com custos mais baixos e com boa adesão.

As ações realizadas nacionalmente pela Secretaria de Turismo iniciaram na 17ª edição da LACTE de 08 a 09 de março de 2022. São Paulo. E seguiram o calendário com a participação na 24ª Feira AVIRRP de 18 a 19 março de 2022. Ribeirão Preto;

6ª Feira De Negócios Turísticos UGART de 25 a 26 de março de 2022. Porto Alegre, RS;

Workshop PRIDE HOLIDAYS, 10 de março de 2022. Foz do Iguaçu, PR;

WMT - Workshop Masterop Travel, 25 e 26 março de 2022. Maceió-AL;

WTM LATIN AMERICA de 05 a 07 de abril de 2022. São Paulo, SP;

Fórum Eventos 23 e 24 de maio de 2022. São Paulo, SP;

27º BNT Mercosul, 27 e 28 de Maio de 2022. Itajaí, SC;

9ª edição Shopping de Viagens AGAXTUR 24 a 31 de Maio e de 01 a 14 de setembro de 2022. São Paulo, SP;

20ª Feira EBS 01 e 02 de junho de 2022. São Paulo, SP;

ABROAD MICE, 1ª edição no 07 de junho em Curitiba, PR. 2ª edição 23 de junho no Hilton Copacabana - Rio de Janeiro, RJ. 3ª edição 13 de setembro no Hotel Royal Palm, Campinas, SP;

Expo Turismo Paraná, 09 e 10 Junho de 2022. Curitiba, PR;

Speed Meeting Mice em 03 de agosto de 2022 no Rio de Janeiro, RJ; em 23 de agosto Campinas, SP; 14 de agosto Curitiba, PR; 19 de outubro Belo Horizonte, MG e em 22 de novembro, São Paulo, SP.

1ª edição do Festival de Turismo de Alagoas, 05 e 06 de agosto de 2022. Maceió, AL;

7ª Rodada de Negócios da FOCO Operadora de Turismo, 25 a 28 de agosto de 2022. João Pessoa, PB;

Road Show Maravilhas do Sul - Primeira Etapa: 30 de agosto a 01 de setembro de 2022, nas cidades de Goiânia-GO, Uberlândia-MG, Ribeirão Preto - SP;

Segunda Etapa: 13 a 15 de setembro de 2022, nas cidades de Juiz de Fora - MG, Duque de Caxias e Rio de Janeiro - RJ;

Terceira Etapa: 12 a 16 de novembro de 2022, nas cidades de Brasília e Taguatinga – DF, Cuiabá - MT.

Quarta Etapa: 05 a 09 de dezembro de 2022, nas cidades de Curitiba-PR, Campinas – SP e Vitória - ES

1º WORKSHOP NACIONAL ABREUTUR 09 de agosto, São Paulo - SP

49ª ABAV Expo Internacional de Turismo, de 21 a 23 de setembro de 2022. Recife - PE

Agente Tá On Azul Viagens, de 01 de setembro a 11 de outubro; Campinas (SP), Porto Alegre (RS), Foz do Iguaçu (PR), Curitiba (PR), Goiânia (GO) e Belo Horizonte (MG)

11ª edição da BTM, 20 e 21 de Outubro. Fortaleza, CE;

Roadshow BWT, de 08 a 10 de novembro. Balneário Camboriú (SC), Joinville (SC) e Curitiba (PR);

Festival de Turismo de Gramado, de 03 a 06 de novembro. Gramado, RS;

Festival das Cataratas, de 30 de novembro a 02 de dezembro. Foz do Iguaçu, PR;

Ações de Mídia

Foram executadas também ações de mídia, com o objetivo de divulgar o Destino para o trade turístico e público final em jornais e revistas especializadas como o Jornal Diário do Turismo no período de setembro a dezembro de 2022 (redes sociais e mídia impressa); Revista Panorama do Turismo – Abril de 2022; Revista Panrotas – Abril, Junho, Julho, Setembro; Revista Agente Urgente – Setembro; Revista Brasil Travel News – Março, Abril e Maio de 2022 (redes sociais e mídia impressa)



**2,8 BILHÕES DE
MEGAWATTS-HORA**

MEGA PRESERVAÇÃO-HORA

ITAIPU PROTEGE MATAS CILIARES, RIOS E ANIMAIS DA MATA ATLÂNTICA.

Itaipu já produziu mais de 2,8 bilhões de megawatts-hora, suficientes para abastecer o mundo inteiro por 45 dias. E é também a usina que mais produziu energia renovável no planeta. Um trabalho que respeita o meio ambiente e inclui ações para um futuro melhor para todos. E ganha também um megarreconhecimento.



**SEDE 2024 DOS PRINCIPAIS EVENTOS
DO MUNDO SOBRE ENERGIA LIMPA.**



DEIXAR SEU CARRO NO ÚNICO ESTACIONAMENTO OFICIAL DO AEROPORTO DE FOZ DO IGUAÇU PODE SER AINDA MAIS ECONÔMICO!

Faça sua reserva
antecipada pelo site
www.aeroestar.com.br
e ganhe um
super desconto!

~~de R\$40,00~~
POR **R\$24,90*** POR DIA



*Promoção válida para reservas efetuadas ao menos 24 horas da data de ingresso no estacionamento. Reserva válida exclusivamente pelo site www.aeroestar.com.br.

30 anos

tarobá
CONSTRUÇÕES LTDA.

MAIS SEGURO, MAIS RÁPIDO E MAIS PRÁTICO.

INFORMAÇÕES:  (45) 99968-2153

A consolidação do Marco das Fronteiras como atração imperdível

A contemplação que há no encontro dos rios Iguaçu e Paraná e a vista com o Paraguai e a Argentina sempre foi enigmática. O curso das águas impressiona, sobretudo quando são muito volumosas em algumas épocas do ano e, o local, o limite de três países, inspira pela beleza e tranquilidade o que causa uma sensação ímpar nos visitantes, encantando pelo visual, hoje complementado com gastronomia, lazer, arte, história e cultura.

Para se alcançar tanto êxito foi necessário transpor enormes obstáculos sendo que alguns ainda estão imersos em dificuldades e imposições. A região, para muitos, nada mais era que “o fim do caminho”, na versão de uma estrada que não dava em nada. Provou-se o contrário.

Localizada no setor sul da cidade, a área onde está o Marco das Três Fronteiras teve importância histórica nos ciclos desenvolvimentistas, desde os períodos da colonização. Serviu como ponto de travessia entre Foz, Puerto Franco (PY) e Iguazú (AR), com o trânsito de catraias, balsas e outras embarcações até meados dos anos 80, época da edificação da Ponte da Fraternidade, também batizada com o nome do presidente Tancredo Neves, em 1985. Até os dias atuais, é possível ver ferryboats realizando a travessia até a margem paraguaia.

A importância da área sempre foi relevante, porém de certa forma descartada. No final da década de 70 imaginavam um centro de convenções funcionando lá, e, cerca de vinte anos depois, foi construído o Espaço das Américas (1997), que apesar de uma obra imponente, não funcionou como se esperava. Chegou a abrigar grandes eventos, com a intenção de sediar o Mercosul, mas não emplacou por diversos motivos. A importância turística sempre foi de certa forma relegada; havia além do “obelisco”, plantado por Cândido Rondon em 1903, uma área de estacionamento com piso poliédrico, acessos íngremes ao Rio Iguaçu, e uma pequena loja de artesanato, que dava suporte aos visitantes; fora isso, o restante era convertido em barrancos, mato e a bandidos de plantão, prontos para abordar os turistas. Nada disso aparecida nos magníficos cartões postais e nos registros fotográficos, muitos dos quais exalando romantismo e a linda paisagem. Isso, por si, matinha viva a ideia de trabalhar um atrativo.

Em 2013 parte da área, pertencente à União, foi repassada ao município de Foz, e começou-se a imaginar uma nova atração turística, ou algo que sinalizaria um novo ciclo para o local. Em 2015, a prefeitura lançou um edital de licitação para a exploração do Marco, vencida pela Cataratas S/A, que imediatamente iniciou as obras de uma “vila de entretenimento”, um

empreendimento cenográfico impressionante, baseado nas Missões Jesuíticas. Projeto algum poderia ser tão original e integrado regionalmente a começar pelo resgate histórico.

E assim surgiu um impressionante parque temático, de grande valor agregado ao turismo regional. A obra foi realizada em etapas, e, aos poucos, foram sendo entregues o estacionamento, portal de entrada, banheiros, áreas de comércio, bares, loja de souvenirs, bilheteria; um parque infantil, e um completo serviço de alimentação e bebidas, com área de apoio aos visitantes. Tudo foi concebido valorizando os colonizadores e os povos ancestrais, o que resultou em belos espetáculos de dança e águas.

O projeto resultou em enorme sucesso, mas deparou-se com o fato de ser literalmente espremido pelas grandes obras estruturantes realizadas no setor Sul da cidade, encravado entre a segunda ponte com o Paraguai e acessos como a Perimetral. Além do mais, a área do Espaço das Américas não foi concedida como o esperado, o que de certa forma frustra o projeto original a contemplar muito mais aos visitantes.

O fato é que em pouquíssimo tempo, toda a área no entorno do atrativo foi modificada. Hoje, por exemplo, uma enorme ponte de concreto estaiada enverga a paisagem sobre conjunto arquitetônico missioneiro, perfazendo um contraste histórico inusitado; as obras acumulam montanhas de terra, pedras e maquinário, sitiando os visitantes que desembarcam dos ônibus impressionados com a movimentação, com ares de desconforto, o que preocupa não só os concessionários como também as autoridades do município.

Não resta dúvidas que inauguradas a Ponte da Integração e a Perimetral Leste, o local que abriga o complexo turístico no Marco das Três Fronteiras será muito melhor, ainda mais com o avanço do projeto de propõe a revitalização do Espaço das Américas, propiciando outras atividades, até mesmo esportivas. Mas isso requer a atenção redobrada dos parceiros públicos, para que o atrativo não sufoque e continue marcando a seu destino histórico.





Alexandre Marchetti/Itapu Binacional

PESQUISA PAIXÃO & INOVAÇÃO

JUNTOS
TRANSFORMAMOS O
FUTURO COM MUITO
CONHECIMENTO



UDC
CENTRO
UNIVERSITÁRIO

CENTRO E VILA A
E FACULDADES UDC MEDIANEIRA-UDC MONJOLO



WWW.UDC.EDU.BR

Visit Iguassu e seus 15 anos como Instituto de Promoção Turística de Foz

Dois focos bem traçados em uma mesma instituição: a captação e apoio a eventos; e a promoção e marketing do Destino Iguaçu. Este é o papel do Visit Iguassu, Instituto que está celebrando 15 anos de estratégias que geram negócios para a cidade.

A entidade é mantida por associados. Felipe Gonzalez, Presidente do Visit Iguassu, explica que se associam empresas que impactam diretamente na cadeia produtiva do turismo. "Atualmente temos 120 associados da rede hoteleira, gastronomia, atrativos turísticos, receptivos, shoppings, comércio, organizadora de eventos e diversos segmentos de fornecedores de serviços para eventos (montadoras, segurança, cenografia, brindes, recepção, sonorização e audiovisual, etc)", comenta o presidente.

Até recentemente, empresas de grandes centros como São Paulo, Curitiba ou Porto Alegre escolhiam Foz do Iguaçu para realizar seus eventos, mas traziam equipamentos, montadoras de stands e pessoal das cidades de origem. Gonzalez explica que um dos objetivos do Visit Iguassu é justamente mostrar que aqui temos empresas que atendem satisfatoriamente todas as demandas do setor de eventos. "Nós apoiamos as empresas que queiram trazer eventos para Foz do Iguaçu, e incentivamos que usem a estrutura e a expertise da cidade, construída ao longo do tempo", pontua o presidente.

Além da contribuição dos associados, o Visit Iguassu, dá um destaque importante na composição de sua receita para uma taxa batizada como "room tax" que literalmente significa "taxa de quarto" ou apartamento. A taxa é cobrada do cliente que aluga um apartamento no hotel.

Quem explica sobre a taxa é a diretora executiva do Visit Iguassu, Elaine Tenerello. "Não é um imposto. Os funcionários do hotel informam ao turista sobre a taxa e perguntam se eles aceitam participar, pois a contribuição é espontânea e facultativa. A maioria aceita", conta a diretora, que complementa

explicando os fins da contribuição. "A taxa forma o fundo de investimentos para ações de divulgação do Destino, captação de eventos, apoio a atividades de promoção e apoio a eventos que sejam realizados na cidade e use a mão de obra, empresas e serviços da cidade".

Hoje, o Visit Iguassu continua realizando sua missão de promover a cidade, a região trinacional em nome de seus associados, focando nos dois principais nichos do turismo mundial, o de lazer (visitors) e o de eventos (MICE - meeting, incentive, congress & events). Além das feiras específicas que visam o setor de eventos, congressos e meetings, o Visit Iguassu também criou eventos próprios que trazem à cidade empresas que organizam ou realizam eventos associativos e corporativos.

Embora os eventos sejam captados para Foz do Iguaçu, os participantes têm à disposição produtos e serviços dos associados nos três lados da Fronteira. A gastronomia local, trinacional, étnica é um grande atrativo oferecido pelos associados do Visit Iguassu.

A marca Visit Iguassu - Com a predominância do mundo digital e da internet, órgãos de divulgação turística de países, estados e cidades adotaram nas suas URLs a palavra "visit" seguida de seus nomes. Assim quem busca informações não precisa gastar muita energia na pesquisa. Basta adivinhar e tentar: Visit Usa, Visit Istambul, Visit Brasília ou Visit Tokio, sempre em inglês para que todo mundo entre rapidamente no site de qualquer lugar do planeta. Assim, o Instituto de Promoção Turística do Iguaçu, que era denominado Iguassu Convention & Visitors Bureau, tornou-se o Visit Iguassu.



Congresso Latino-americano de Hidráulica, evento captado pelo Visit Iguassu, com presença de mais de 2 mil pessoas. Créditos: Assessoria de Imprensa Visit Iguassu

A política e o Visit Iguassu

Por Felipe Gonzales

Como instituição, emplacamos campanhas e até assumimos como mote da entidade a frase: "O turismo faz parte de nossas vidas". Somos um braço representativo do setor privado, o Visit Iguassu busca incessantemente demonstrar isso para que a atividade receba a sua real importância para a economia da região.

A cidade de Foz do Iguaçu e a região da tríplice fronteira é dependente do turismo. O setor diretamente emprega grande parcela da população e beneficia a região como um todo. É evidente perceber que mercearias, supermercados, shoppings, oficinas mecânicas, farmácias ou qualquer outro estabelecimento comercial, não possuem o mesmo fluxo de negócios sem o visitante, já que é da atividade turística que seus clientes dependem. Portanto, se você mora ou tem negócio em Foz do Iguaçu, Ciudad Del Este ou Puerto Iguazú, sim, o turismo faz parte da sua vida!

Assim, entidades como o Visit Iguassu lutam pela atividade e pelo setor e, essa luta exige posicionamento político. E aqui passamos longe de posições partidárias ou mesmo direcionadas a A ou B. São posições estratégicas e bem definidas, voltadas para a defesa de pautas de interesse do setor, que se refletem automaticamente nos interesses da população.

Desta forma, o turismo de Foz aglutina no Visit Iguassu uma força política empresarial, atuante, que deve ser tratada com muito cuidado e respeito, pois é o setor empresarial que entrega produto e serviço, que investe e emprega grande parte da população. Politicamente, impomos isso, apresentando uma cadeia produtiva séria, qualificada e sempre pronta para entregar ao mercado as suas exigências.

A pandemia nos deu aula de como esse papel bem definido pode gerar frutos, mesmo em momentos de crise. A todo momento, como entidade, estivemos atentos aos pleitos quando da definição dos protocolos para precauções de contenção do contágio na retomada da atividade turística. Atuamos junto aos órgãos responsáveis para consolidar uma união com a iniciativa privada para investir em campanhas de turismo para atração de visitantes de curtas e médias distâncias, para que o turismo voltasse a produzir o que sempre fez de melhor para nossa cidade: emprego e renda, dando dignidade à nossa população.

Essa iniciativa buscou amenizar os danos causados pela quase estagnação que a pandemia trouxe para o setor de turismo e eventos. Na época, falávamos da pressa e de ações imediatas e hoje avaliamos que esse papel não só foi necessário, como imprescindível para o que assistimos atualmente: um destino em crescimento, com números novamente positivos e, sobretudo, um turismo mais maduro em busca de mais espaço e reconhecimento.

Desta forma, nosso papel político é construído e fortalecido todos os dias junto aos nossos associados e integrados a uma gestão estratégica de Destino, de parceria público-privada que nos permite atuar em diversas áreas, com entrega de ações e mensuração de resultados para o Destino Iguaçu. Assim seguimos, atuantes e antenados naquilo que beneficia o setor e nossa cidade de modo geral.



Felipe Gonzalez é Presidente do Visit Iguassu

VISITAR O MARCO *é Show*



marco3fronteiras

marco3fronteiras.brasil

marco3fronteira

marcodastresfronteiras.com.br

+55 (45) 3132 4100

MARCO
DAS TRÊS
FRONTEIRAS
FOZ DO IGUAÇU



Visit Iguassu tem balanço positivo em 2022

Entidade vai encerrar ano com um impacto econômico no setor de Eventos na casa dos R\$ 90 milhões. Já em mídia, o retorno é classificado como elevado.

Principal entidade privada de promoção turística de Foz do Iguaçu, o Visit Iguassu, que é Convention Bureau da cidade, completa 15 anos de atuação como Instituto de Promoção Turística e vai fechar o ano de 2022 com um balanço mais positivo no pós-pandemia. Para se ter uma ideia, somente em eventos captados e apoiados pela entidade, estiveram no destino 46.080 pessoas. Turistas de negócios que renderam um impacto econômico superior a R\$ 92 milhões de reais, com mais de 110 mil room nights (diárias) geradas.

O cálculo se baseia no perfil do segmento MICE 2022 (Meeting, Incentive, Congress & Events), lançado pela Embratur — o estudo aponta que o gasto médio do turista brasileiro de negócios e eventos é de US 77,39 (aproximadamente R\$ 420); já o turista internacional de negócios e eventos na casa dos US 304,57 (aproximadamente R\$ 1.650). Dos mais variados segmentos, esses eventos tiveram suas sedes e muitas hospedagens distribuídas em hotéis associados ao Visit Iguassu e acabaram refletindo no setor de hospedagem da cidade como um todo, o mesmo aconteceu com uma ampla cadeia de serviços. Um setor que gera mais que movimento turístico na cidade, gera emprego e renda para milhares de pessoas.

“Não existe qualquer receio em afirmar que Foz do Iguaçu é o Destino ideal para eventos. A movimentação que tivemos em 2022, demonstra que a nossa oferta de produtos e serviços estão devidamente qualificadas para receber as mais diversas tipologias de eventos. Os organizadores encontraram aqui, todo o necessário para o sucesso de seus congressos e eventos” avalia Felipe Gonzalez, Presidente do Visit Iguassu.

Para a Diretora Executiva do Visit Iguassu, Elaine Tenerello, as políticas de apoio da instituição dão segurança para os clientes, organizadores e promotores de eventos. “Nosso papel é demonstrar a infraestrutura local e, para isso, muitas vezes oportunizamos a vinda desses profissionais com antecedência para que possam comprovar e realizar contatos comerciais. Com apoio de nossos associados, isso acontece frequentemente e os números provam o resultado positivo”.

Retorno de mídia

E se o impacto financeiro em eventos é grande, o retorno de mídia em busca do turista de lazer também é considerável para este ano. Com ações envolvendo influenciadores, famosos e programas televisivos, o Destino Iguaçu ganhou espaço e fez volume nas mídias sociais e principais meios de comunicação do Brasil.

Agora em novembro, foram ao ar os dois episódios do programa “Vai Pra Onde Moção?”, da Multishow apresentado por Bruno De Luca e sua noiva, Stéfany Vidal. Os dois programas foram marcados pela experiência dos dois na Terra das Cataratas.

Esse atendimento faz parte de um projeto junto ao departamento de Comunicação do Visit Iguassu que em parceria com os associados da entidade, promove ações para que esses ilustres visitantes venham conhecer Foz do Iguaçu e região. São duas frentes que atendem jornalistas, veículos e programas, através de Press Trips, além do programa Influencers Experience, criado para receber influenciadores e celebridades no Destino Iguaçu.

Esse trabalho busca identificar potenciais convidados e trazê-los para apresentar os passeios na região trinacional, as experiências diferenciadas que os hotéis, atrativos e restaurantes podem proporcionar aos visitantes. O objetivo é apresentar Foz do Iguaçu e região com suas diversas atrações, de uma maneira leve e descontraída. Assim, o papel do Visit Iguassu é sempre demonstrar através dessa vivência, que o Destino é receptivo a todos os tipos de viagens. Para que isso aconteça, um estudo de programação é feito e adaptado ao perfil do convidado e público a ser atingido. Ele leva em conta a participação da maior gama possível de associados da instituição, dentro do tempo que cada grupo de convidados possui. Dessa forma, é possível apresentar um bom panorama e despertar no espectador da ação um desejo de visitar a região.

Em conjunto com o convidado, a vinda de um influencer, um ator ou um veículo de comunicação nem sempre abrange toda a cadeia de empresas associadas e atrativos, mas por ser uma ação que evidencia o Destino Iguaçu, gera retorno para todos. Isso porque, o público-alvo atingido virá em busca da experiência vivida pelo famoso. Adaptando sua vinda a seus gostos, tempo de permanência e claro, poder aquisitivo.

Alguns Famosos que estiveram no Destino Iguaçu

Juliana Silveira, esposo e filho - alcance de mais de 2 milhões de pessoas; Claudia Raia e Jarbas Homem de Mello - Mais de 25 milhões de pessoas alcançadas com a ação; Marcella Rica e Vitória Strada - Resultado: 4,6 milhões de pessoas alcançadas; Mel Fronckowiak - 1 programa sobre o Destino Iguaçu no “Mel Na Estrada” com mais de 1 milhão de pessoas alcançadas entre programa e publicações sobre Foz do Iguaçu.

Alguns Influenciadores:

Gabriel Simas e Marcelo Klein - 350 mil pessoas alcançadas com as publicações; Gabe Zanqui e Bob - 400 mil pessoas alcançadas com as publicações em stories, feed, reels e youtube; Caio Travels - 1,6 milhão de pessoas alcançadas com as publicações.

Ainda em 2022, estão programadas mais 3 ações de grande impacto das mídias sociais.

Veículos de comunicação

Programa Seu Destino — Record Campinas e região - Pela segunda vez em Foz do Iguaçu, a equipe veio a Foz com apoio do Visit Iguassu para as gravações do primeiro programa da segunda temporada de 2022. Como já havia vindo à Foz em 2016, a apresentadora Helen Guimarães, entrou em contato com a equipe. A pretensão era fazer apenas o programa de estreia, o que acabou se transformando em 5 episódios apresentando um cenário mais completo, envolvendo Foz do Iguaçu e algumas atrações do lado paraguaio.

Melhor da Tarde — Band Nacional - Uma das apresentadoras mais carismáticas da TV brasileira veio com sua equipe para gravar uma série de reportagens especiais sobre o Destino Iguaçu. Cátia Fonseca, apresentadora do programa Melhor da Tarde, exibido diariamente para mais de dois milhões de pessoas pela Rede Bandeirantes de Televisão (BAND), visitou os principais pontos turísticos de Foz do Iguaçu, com o turismo e a gastronomia trinacional.

O destaque da produção foi o envolvimento da equipe de comunicação do Visit Iguassu com a produção do programa. Entre primeiro contato, reuniões de pauta e produção local, foram mais de dois meses para que tudo fosse extremamente alinhado e com o melhor aproveitamento.

Mais uma vez, entre combinado e o que foi ao ar, o resultado mais que dobrou, com 3 programas já exibidos e mais um que deve vir ainda em dezembro.

Parcerias institucionais

Além das ações próprias, o Visit Iguassu auxilia seus associados e também projetos como o encabeçado pela Embratur, com profissionais de imprensa da Colômbia, Chile e Argentina que passaram por cidades próximas à capital paranaense, finalizando o roteiro com dois dias em Foz do Iguaçu.

Ao todo foram 5 veículos, que levaram aos seus públicos um pouco da vivência no destino trinacional. O Visit Iguassu participou no atendimento e na montagem do roteiro, que buscou apresentar um cenário turístico completo.

Mais voos e mais visitantes

Se o foco da entidade é trazer mais visitantes para conhecer a região trinacional, o apoio a novos voos é imprescindível. Em novembro, a cidade recebeu o primeiro de dois famtours organizados pela Azul Linhas Aéreas para trabalhar a promoção dos voos ligando Foz do Iguaçu à Montevideu, marcado para iniciar em 20 de dezembro. Com apoio do Visit Iguassu, 12 profissionais uruguaios estiveram em Foz do Iguaçu para uma familiarização turística, um modelo de atendimento que visa potencializar as vendas com atualização do portfólio desses agentes e operadores.

O mesmo irá acontecer em dezembro com uma ação semelhante com para o novo voo internacional a chegar na cidade. Em parceria com a JetSmart, um press trip com jornalistas e influenciadores chilenos vai trabalhar na promoção do voo que estreia entre Santiago e Foz do Iguaçu.

Uma cidade cada vez mais preparada para eventos

Por Elaine Tenerello

Em Foz do Iguaçu é impossível falar de turismo sem observá-la pelo prisma de eventos. Um setor que movimenta de maneira significativa uma cadeia que vai da infraestrutura, transporte, comércio e serviços e que é famosa por dar sustentabilidade à cadeia produtiva em período considerado de baixa temporada do turismo de lazer. Além disso, o visitante de eventos merece destaque, pois é responsável por um gasto médio até 4 vezes mais do que o turista de lazer. Este ano, considerando apenas os eventos captados e apoiados pelo Visit Iguassu, o impacto econômico mensurado ultrapassou R\$ 90 milhões.

Um número considerável e que demonstra que estamos preparados para receber os congressos e convenções dos mais variados segmentos. Com uma infraestrutura elogiada pelos organizadores e clientes, a cidade ganha cada dia mais know how como sede para eventos nacionais, internacionais e mundiais.

Mas, apesar do Destino oferecer uma cesta de oportunidades, esbarramos em gargalos que vão além do limite empresarial resolver. Como entidade, representante de empresas do setor turístico da região trinacional, o Visit Iguassu, que é o Convention Bureau, é parte do processo construtivo de um esforço de anos para a consolidação de um destino turístico competitivo, reunindo no corpo de associados produtos e serviços de qualidade, a altura dos grandes centros. Isso já é uma realidade em Foz do Iguaçu, o que ainda é sonho, é uma cidade assistida em incentivos públicos para o incremento de voos e novos investimentos privados.

Quem opta por realizar evento em Foz do Iguaçu, esbarra num acesso aquém do merecido. São eventos de pequeno, médio e grande porte que veem seu público se sujeitar a custos aéreos fora do normal. Sabemos dos impactos causados pela pandemia, acompanhamos estudos de mercado e cenário que são realizados no mundo todo e temos conhecimento que a situação será gradativa, ano após ano, atingiremos melhores resultados. Mas também assistimos estados do Nordeste dando bons exemplos com políticas de incentivos fiscais mais arrojadas e colhendo frutos de uma administração atenta às necessidades do setor aéreo.

Estamos vivendo um novo ciclo para Foz do Iguaçu, as obras de infraestrutura espalhadas pela cidade, com grande investimento público se unindo ao investimento privado, projetam uma nova imagem para a principal cidade turística paranaense. As novas concessões, Parque Nacional do Iguaçu e Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu, os novos atrativos inaugurados nos últimos dois anos, os novos hotéis, os free shops, dão mote a um futuro promissor, mas que precisa de uma atuação mais efetiva nas políticas de incentivo fiscal do Estado, para o qual as forças empresariais e institucionais estão em constante alinhamento.

Como instituição privada promotora do turismo da região, o Visit Iguassu trabalha para que o setor de eventos seja propulsor, gerando sustentabilidade para a cadeia do turismo. Para isso, através das políticas de apoio, com critérios claros e definidos, focamos constantemente na atração de novos eventos para a cidade, inclusive, com a criação de eventos próprios, como o Iguassu Meeting Planners Experience — IMPE, o Iguassu Corporate Experience — ICE, e o Iguassu Meeting Experience - IME, onde convidamos representantes de grandes empresas realizadoras de congressos e convenções para que tenham uma experiência imersiva, seguindo a jornada dos seus clientes, visando o Destino Iguaçu como futura sede de seus próprios eventos.

Nosso trabalho aproxima os players do mercado de turismo e eventos da nossa cidade e da nossa região. Somos agentes facilitadores para que o processo decisório seja mais assertivo e demande menos tempo. Graças à confiança e credibilidade dos nossos associados, que somam 120 empresas, apresentamos a esses profissionais um destino preparado, com muita atratividade, infraestrutura e serviço. Apontamos uma região em constante crescimento e lutamos de forma apolítica e apartidária para que o Estado do Paraná se torne mais competitivo no quesito conectividade e malha aérea.



Elaine Tenerello é Diretora Executiva do Visit Iguassu.





**Educação
Pesquisa
Conservação
e Entretenimento**

**um novo atrativo
pensado para o futuro**



ÚNICA, ELEGANTE E ACOLHEDORA

Somos conhecidos e reconhecidos pela credibilidade, tradição e o tão famoso padrão Bourbon de excelência e qualidade. O que nos dá muito orgulho. Ver nossa cultura e valores marcando um lugar especial no coração dos nossos hóspedes.

Temos a brasilidade de uma rede genuína que se expressa com uma das mais poderosas linguagens do amor: o acolhimento. Com generosidade, carinho e cuidado, fazemos parte da vida de milhares de pessoas.

São mais de 20 destinos no Brasil, Paraguai e Argentina.



BOURBON DESTINATION CLUB

CLUBE DE FÉRIAS DA BOURBON

A forma mais fácil de garantir sua viagem anual de férias com a Bourbon Hotéis & Resorts. São mais de 4.300 opções de hotéis e resorts pelo mundo com a RCI, além de benefícios exclusivos.



INSTITUTO BOURBON DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

TRANSFORMANDO A VIDA DE MAIS
DE 2000 PESSOAS DE 5 A 80 ANOS

Acreditamos na educação como chave para transformar o mundo. Em parceria com educadores, gestores e pesquisadores somamos esforços para preparar crianças e adultos para a vida em todas as suas dimensões.



🌐 www.bourbon.com.br
 📞 São Paulo: (011) 2219-4700
 Demais Localidades: 0800 701 8181
 ✉️ centraldereservas@bourbon.com.br

FOZ

*Preparada
pra
você*

O Natal Águas e Luzes consolida Foz do Iguaçu como um destino para as festas de fim de ano. Além de todas as inúmeras atrações da cidade, a parceria entre diversas instituições proporciona encantamento e uma programação cultural cheia de magia para moradores e visitantes. Foz do Iguaçu, uma cidade preparada para você e preparada para fazer do seu Natal e de sua família um momento inesquecível!

Confira a programação completa em:
www.natalaguaseluzes.com.br

Natal Águas e Luzes

DE FOZ DO IGUAÇU
2022



Realização:



Promoção:



Yup Star completa um ano proporcionando a contemplação do magnífico horizonte da Região

Neste dia 15 de dezembro, a Yup Star, uma das maiores rodas gigantes da América Latina aniversaria o seu primeiro ano de operações, tornando-se um importantíssimo incremento na valorização dos atrativos do setor de turismo.



Fotos Eliane Schaefer

Quando a roda gigante foi anunciada, meses antes da inauguração, a população não formava opinião quanto à importância da iniciativa, e, tampouco a maneira que isso seria incorporado ao visual da cidade. Não se mensurava, por exemplo, o show de luzes que pode ser visto em quase todas as regiões de Foz, inclusive pelos moradores dos edifícios no centro da cidade e regiões mais altas.

A Gramado Parks é que administra a roda-gigante, bem ao lado da Ponte Internacional da Integração, Marco das Fronteiras e de onde se pode avistar até mesmo as obras da Perimetral Leste, a margem paraguaia e argentina. Com 88 metros e roubando a cena a Yup Star é muito prestigiada pelos moradores e Foz e cidades da Região, até mesmo além das fronteiras.

As 36 cabines, totalmente climatizadas, acomodam 288 pessoas durante o giro que dura cerca de 20 minutos e proporciona um passeio muito seguro, obedecendo a todas as regras de segurança. O Complexo, muito frequentado, ocupa uma área de 5 mil metros quadrados, entreterendo por meio do centro de visitantes, com alimentação, lojas de souvenirs e áreas confortáveis de descanso.

O projeto é bem robusto, contempla um master plan no valor de R\$ 200 milhões e que deverá incluir um resort de multipropriedade conceituado como Aqvan Resort, abrigando 360 apartamentos e com previsão entre 2023/24. A Gramado Parks, que atua no segmento de hospitalidade e entretenimento é responsável por outros importantes atrativos, como o Snowland, Acquamotion e Yup Star Rio de Janeiro; é um exemplo de atração de negócios para Foz, pois milhares de pessoas já foram conferir de perto o emocionante passeio. É interessante destacar que os visitantes levam até mesmo os pets para realizar o passeio.



Foto Divulgação

Transporte Público ganha opção eficiente e rápida de mobilidade para turistas em Foz

Empresas que em geral operam o sistema precisam compreender as necessidades de usuários acostumados ao transporte nos polos emissores; em cidades de todo o mundo.

O transporte público de Foz do Iguaçu, administrado pela VISAC – Viação Santa Clara, tem sido uma opção de mobilidade rápida, barata, moderna e eficiente para os turistas que visitam a cidade.

É possível se deslocar para qualquer ponto gastando apenas R\$ 5 no dinheiro e R\$ 4,50 com o Cartão Cidadão. Muitos visitantes optam pela compra do cartão.

Desde o início dos trabalhos em março deste ano, a VISAC vem investindo para oferecer mais qualidade, segurança e conforto aos usuários iguaçuenses e também aos turistas. Para isso, os ônibus contam com ar-condicionado, wifi, entrada USB para recarga de smartphones e todos monitorados por câmeras. Cerca de 20% da frota é composta de veículos zero quilômetro que chegaram a menos de um mês em Foz. Outro diferencial da empresa em relação à frota, tem sido os modelos articulados.

A VISAC colocou à disposição dos passageiros ônibus com capacidade para transportar 160 pessoas. Eles também têm sido verdadeiros divulgadores das belezas e atrativos da Tríplice Fronteira, envelopados com as mais belas imagens de Foz do Iguaçu, como as Cataratas, Itaipu, Catedral, aves e animas nativos e, além de estruturas físicas como a nova Ponte que liga do Brasil ao Paraguai.

Modernidade

A VISAC disponibilizou opção de recarga de créditos do Cartão Cidadão via Whatsapp pelo número (45) 9970-0173. Há vários casos em que as reservas são realizadas no exterior ou nas cidades de origem dos visitantes. A empresa também lançou o aplicativo para smartphones CLIVEBUS que permite aos passageiros acompanhar os ônibus em tempo real e monitorem os horários de chegada e partida de toda a frota.

Pelo CLIVEBUS também é possível pesquisar rotas, consultar as linhas e verificar o tempo da viagem com base na própria localização. Mais 12 mil pessoas já utilizam o aplicativo.

É possível conferir essas e outras novidades no site da concessionária e prestadora de serviços: www.visac.com.br ou nas nossas redes sociais: https://www.instagram.com/visac_foz/



Foto Derles B. Pichoff



#Visite ITAIPU

Passe Comunidade

No Turismo Itaipu, morador de Foz do Iguaçu não paga o valor do ingresso nos passeios Itaipu Panorâmica, Itaipu Refúgio Biológico e Itaipu Iluminada.



FAÇA SUA RESERVA PELOS NÚMEROS:

(45) 3576-7000 | (45) 99131-9119

ITAIPU PANORÂMICA



ITAIPU ESPECIAL



ITAIPU PANORÂMICA: Uma experiência de tirar o fôlego. Engenharia, conhecimento e muita diversão, num roteiro que percorre toda a estrutura externa da barragem, com passagem pelos grandiosos condutos forçados e uma paisagem única, de toda a imensidão do lago de Itaipu, vistos desde o topo da barragem. **Nas paradas do Mirante Vertedouro e Central, você garantirá imagens incríveis!**

ITAIPU ESPECIAL: Além de todo o encanto da Itaipu Panorâmica, você terá a experiência de conhecer o coração da usina! **Visite o interior da barragem, desça até o eixo de uma das unidades de geração e impressione-se com a capacidade e engenhosidade da gigante obra. É muita energia!**

ITAIPU REFÚGIO BIOLÓGICO: Em contato direto com a natureza, **divirta-se e descubra que toda a grandiosidade de Itaipu também se demonstra na preservação e conservação da fauna e flora.** Uma caminhada em meio a mata, onde você irá conhecer espécies de animais e plantas, que compõe os programas promovidos pela usina.

ITAIPU ILUMINADA: Uma noite de música, poesia e emoção! A **visita noturna rememora as noites de trabalho no canteiro de obras, vividas pelo personagem principal de Itaipu, o barrageiro.** Com um show musical, a trilha sonora prepara o cenário para o momento em que mais de 740 refletores revelam toda a grandiosidade da barragem.

ITAIPU REFÚGIO BIOLÓGICO



ITAIPU ILUMINADA



SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS:

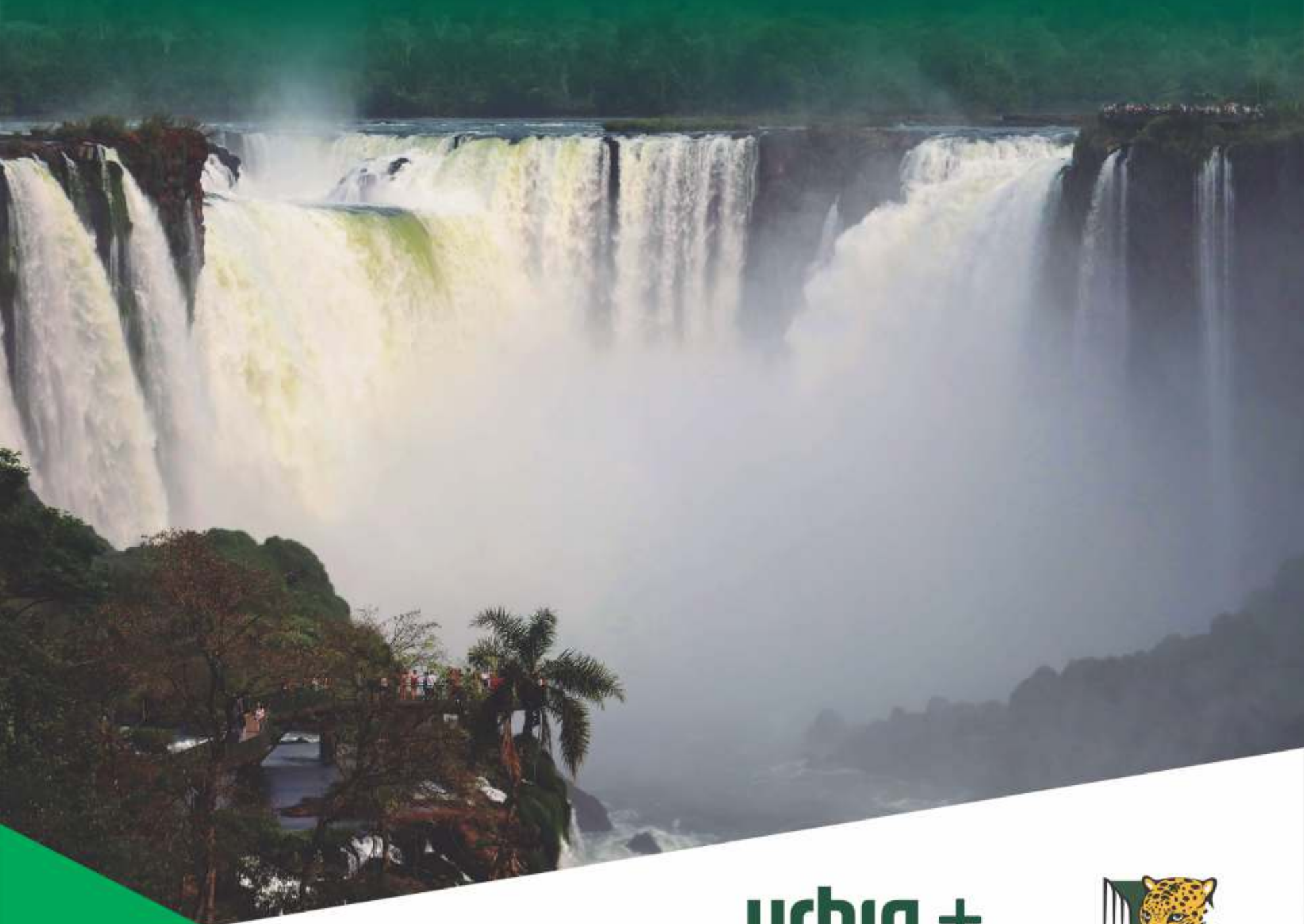
@turismoitaipu



urbia + CATARATAS

UM NOVO FUTURO COMEÇA AGORA!

+ Atrações, aventuras, cultura e serviços.



**urbia +
CATARATAS**

