

Estação Itaipu

Newsletter semanal de Foz do Iguaçu – edição nº 73/Novembro 2013

FOZ DO
IGUAÇU
Destino do Mundo



Siga-nos no Twitter
e no Facebook



PARCERIA

Rede Mabu e Conscienciologia inauguram hotel em abril de 2014



A rede de hotéis Mabu aliou-se à Associação Internacional para Expansão da Conscienciologia para **explorar uma unidade em construção no bairro Cognópolis**, em Foz do Iguaçu. O Mabu Interludium Iguassu Convention deve ser inaugurado em abril de 2014, num investimento de R\$ 17 milhões.

Com **6.400 metros quadrados de área construída** – em área total de 24.200 m² –, o hotel terá cem apartamentos, **restaurante para 200 pessoas**, duas grandes salas de eventos e mais três salas de apoio, piscinas de adulto e crianças, quadra poliesportiva, fitness e área ecológica.

O gerente de Novos Negócios da rede Mabu, Juliano Macedo, afirma que o **empreendimento será voltado principalmente para negócios e eventos**. As vendas internacionais

do novo hotel já foram abertas no mercado internacional, com foco principalmente nos Estados Unidos e Europa. No Brasil, devem começar no início do ano que vem.

Cognópolis

Criado em maio de 2009, o bairro Cognópolis tem aproximadamente **7 milhões de metros quadrados**, incluindo áreas de preservação ambiental. Do total, **1,6 milhão de m²** pertencem à Conscienciologia que, além de instituições voltadas a estudos, implantou nove condomínios residenciais, onde já foram construídas mais de cem moradias. O termo conscienciologia foi criado em 1981, pelo médico e pesquisador **Waldo Vieira**, para nomear as pesquisas da consciência e suas diversas formas de manifestação.



TOP DE MARKETING

"Múltiplo Leminski" garante prêmio para a Itaipu

O case "Itaipu como você nunca viu: reposicionamento do Ecomuseu como atrativo turístico e cultural" garantiu à Itaipu

Binacional o **prêmio Top de Marketing da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil** – Seção Paraná (ADVB-PR), na categoria Hotelaria, Turismo e Cultura.



A entrega do prêmio foi em solenidade no Teatro Positivo, em Curitiba, na noite de quarta-feira (20). Itaipu foi representada pelo gerente da Divisão de Imagem Institucional, **Daniel Reis (foto)**. Também subiram ao palco representantes da agência Imam, de Curitiba, que produziu a campanha vitoriosa.

A campanha surgiu a partir da iniciativa de **trazer para o Ecomuseu de Itaipu a exposição Múltiplo Leminski**, que mostra as várias facetas do artista curitibano Paulo Leminski.

O resultado da campanha surpreendeu até os organizadores da mostra: desde a abertura, em 12 de julho, até o encerramento, em 17 de novembro, **a exposição foi vista por 128.873 visitantes, o melhor resultado na história do Ecomuseu**, criado há 26 anos.



CURTAS

Espanha e EUA - Foz do Iguaçu encerrou na quinta-feira (21) a participação na EIBTM Barcelona, maior feira do mundo no segmento Mice (sigla em inglês para reuniões, incentivo, congressos e feiras).

Também na quinta-feira, terminou o Roadshow World Meets in Brazil, uma ação de promoção turística nas cidades americanas de Los Angeles, Chicago e Nova Iorque. Foz do Iguaçu foi o único destino presente, ao lado de operadoras, hotéis e companhias aéreas brasileiras.

Na EIBTM Barcelona, que tem foco no desenvolvimento de negócios e reuniu mais de 15 mil profissionais, participaram de forma cooperativa, no estande do Brasil – administrado pela Embratur – outros destinos nacionais, como Natal, Recife, São Paulo, Fortaleza e São Luís.

Iluminação da barragem - A partir desta sexta-feira (22), o espetáculo da Iluminação da Barragem da Itaipu Binacional volta a ser realizado normalmente. O atrativo, uma das atrações de turismo da usina, foi suspenso no feriadão (dias 15 e 16), por causa de danos no sistema de som, provocados por um temporal.



Apresentada às sextas e sábados, às 20h (no horário de verão, às 21h), a Iluminação da Barragem tem um público médio de 300 pessoas por dia. Para o feriadão, eram esperadas 1.000 pessoas.

Shoppings – Demorou muitos anos para Foz do Iguaçu ganhar seu primeiro shopping – o JL Cataratas, inaugurado em 2007. Em compensação, até 2016 terá mais dois, ambos de grande porte.

Um deles é o Palladium, do grupo curitibano Tacla, que terá 200 lojas, cinco restaurantes, praça de alimentação com 22 lanchonetes, 12 lojas âncoras, seis salas de cinema multiplex e estacionamento para dois mil veículos.

A menos de dois quilômetros do JL Cataratas, o shopping anunciado pelo grupo Catuaí, do Norte do Paraná, terá 191 lojas (nove âncoras), um supermercado, praça de alimentação com 26 lanchonetes e três restaurantes, seis cinemas e um centro de diversão. Os dois shoppings representarão um investimento total superior a R\$ 400 milhões.



CAMPANHA

"Foz, bem-vindo ao inesquecível" encerra em Campo Grande

Depois de passar por Porto Alegre (RS), Joinville e Florianópolis (SC), Curitiba (PR), e Campinas e Ribeirão Preto (SP), a campanha "Foz do Iguaçu, bem-vindo ao inesquecível", chega a Campo Grande (MS), onde será encerrada este ano. A exemplo das outras cidades, haverá um workshop e, em seguida, ações em shopping.

O workshop está marcado para a próxima quarta-feira (dia 27), no Grand Park Hotel, com apresentação do Destino Iguaçu aos agentes de viagem de Campo Grande.

De 28 de novembro a 12 de dezembro, um quiosque no Shopping Campo convidará o público a conhecer Foz do Iguaçu. No quiosque são exibidos vídeos sobre o destino, enquanto recepcionistas dão informações e distribuem material promocional da cidade e das empresas parceiras.

Em 2012, quase 10 mil visitantes do Mato Grosso do Sul visitaram o Parque Nacional do Iguaçu. Com uma população de 2,449 milhões – segundo os dados do IBGE (2010), o Estado tem um amplo potencial a ser explorado.

Vizinhos de 1.000 km

A campanha "Foz do Iguaçu, bem-vindo ao inesquecível" faz parte do plano de promoção do Destino Iguaçu nos municípios localizados em um raio de aproximadamente mil quilômetros, origem da maior parte dos turistas que visitam a região.

O plano de promoção é uma iniciativa da Gestão Integrada do Turismo de Foz do Iguaçu, formada pela Secretaria Municipal de Turismo, Iguassu Convention & Visitors Bureau, Comtur, Itaipu Binacional e Fundo Iguaçu.

TURISMO

Pesquisa nacional reconhece boas práticas de Foz do Iguaçu

O ranking do Índice de Competitividade do Turismo Nacional 2013, que avaliou este ano 109 destinos turísticos do Brasil, será divulgado no próximo dia 2 de dezembro, em Brasília. Foz do Iguaçu ainda não sabe em quais critérios teve avaliação positiva, mas já comemora pelo menos o reconhecimento a duas práticas consideradas bons exemplos pelos avaliadores do Sebrae e do Ministério do Turismo.

A primeira delas é o Programa Integrado de Educação Turística. Desenvolvido em parceria por várias instituições, o programa promove ações entre a comunidade para melhorar a percepção sobre a importância do turismo para Foz do Iguaçu e região e sobre o papel de cada

pessoa para o desenvolvimento da atividade.

Também mereceu destaque a questão do transporte coletivo de Foz do Iguaçu, pela padronização dos pontos de ônibus.

Mais rigor

Segundo o secretário municipal de Turismo, Jaime Nascimento, este ano o critério de avaliações do Índice de Competitividade do Turismo Nacional sofreu alterações. Há mais exigências na pontuação dos destinos em áreas como marketing, infraestrutura, sustentabilidade e outros pontos. É, portanto, difícil prever como ficará Foz do Iguaçu na pesquisa atual.

Na última avaliação, feita em 2011 e divulgada em 2012, Foz do Iguaçu ficou em primeiro lugar entre as não capitais no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Nacional.

