

PLANO DE TRABALHO
ABRIL/2026 A SETEMBRO/2026



PROGRAMA 2 - MARKETING E PROMOÇÃO

Objetivo

Promover de forma estratégica e integrada os destinos, produtos e serviços turísticos do Paraná nos mercados nacional e internacional, por meio de ações coordenadas de marketing e comunicação. O programa visa fortalecer o posicionamento e a marca do destino, ampliar sua visibilidade e atratividade, estimular o consumo da oferta turística paranaense e apoiar a geração de demanda qualificada. Busca, ainda, alinhar esforços institucionais e do trade turístico, potencializando resultados, consolidando a imagem do estado como destino competitivo e diversificado e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do setor.

Justificativa

A realização de ações de promoção e ativação de marketing justifica-se pela necessidade de ampliar a visibilidade e o posicionamento competitivo do Paraná em um mercado turístico altamente dinâmico. Essas iniciativas permitem comunicar de forma estratégica os diferenciais do destino, estimular o interesse do público e converter intenção em consumo. Além disso, favorecem o engajamento direto com o mercado, potencializam parcerias, qualificam a presença institucional e contribuem para o aumento do fluxo turístico, da permanência média e da geração de receita, com efeitos positivos sobre toda a cadeia produtiva do turismo.

3	Projeto Promoção Comercial do Turismo			
	Objetivo Ampliar a visibilidade e a atratividade do Paraná por meio da execução integrada de ações de comunicação, visando difundir de forma estratégica os produtos, serviços e destinos turísticos, fortalecer o posicionamento da marca Paraná e estimular a comercialização no mercado nacional e internacional.		Prazo Abril/2026 a março/2027	
	Justificativa A realização de ações de comunicação é fundamental para fortalecer o posicionamento do Paraná como destino competitivo e ampliar o reconhecimento institucional do Viaje Paraná. Em um ambiente altamente concorrencial, a comunicação estratégica permite difundir de forma qualificada os diferenciais do destino, engajar públicos prioritários e influenciar na decisão de viagem. Para a instituição, consolida sua atuação como articuladora do setor, amplia a efetividade das ações promocionais e potencializa resultados em visibilidade, geração de demanda e apoio ao desenvolvimento do turismo estadual.		Responsável Diretoria de Marketing	
ORÇAMENTO ESTIMADO R\$120.000,00				
	AÇÃO	META	INDICADOR	SETOR RESPONSÁVEL
3.1	Produzir e distribuir matérias jornalísticas para a imprensa geral e especializada	Produzir pelo menos 150 matérias jornalísticas ao	Matérias publicadas	Coordenação de Comunicação

PLANO DE TRABALHO
ABRIL/2026 A SETEMBRO/2026



		longo do ano		
3.2	Produzir, postar e gerenciar as redes sociais do Viaje Paraná	Aumentar em, no mínimo, 06% o número de seguidores do perfil	Relatório da plataforma	Coordenação de Comunicação
3.3	Criação, confecção e distribuição de materiais promocionais, impressos ou digitais.	No mínimo 2 novos materiais gráficos.	Produto criado e distribuído	Coordenação de Comunicação

4	Projeto de Marca e Imagem Turística			
	Objetivo Fortalecer a imagem e a identidade do Paraná por meio de ações estratégicas de marketing que valorizem seus atributos culturais, naturais e turísticos, articulando iniciativas regionais com campanhas de alcance nacional e internacional. Busca-se, com isso, qualificar o posicionamento do destino, ampliar sua visibilidade e apoiar a promoção comercial do turismo.			Prazo Abril/2026 a março/2027
	Justificativa Justifica-se pela necessidade de consolidar uma identidade turística forte e coerente para o Paraná, capaz de sustentar sua competitividade em diferentes escalas de mercado. Ao integrar ações de marketing que valorizem os territórios e suas singularidades, fortalece-se o turismo regional, promovendo distribuição de fluxo e desenvolvimento local. Simultaneamente, a articulação com estratégias de alcance nacional e internacional amplia a visibilidade do destino, qualifica sua inserção comercial e potencializa a atração de visitantes, investimentos e oportunidades de negócios em toda a cadeia do turismo.			Responsável Diretoria de Marketing
ORÇAMENTO ESTIMADO R\$473.000,00				
	AÇÃO	META	INDICADOR	SETOR RESPONSÁVEL
4.1	Participação em eventos de interesse turístico.	Participar por meio de contratação direta de no mínimo 5 eventos de interesse turístico	Contratos firmados e executados	Coordenação de Comunicação
4.2	Realização de ações de marketing, como ativações promocionais, degustações,	Realização de ao menos 8 ações de marketing.	Contratos executados.	Diretoria de Marketing

PLANO DE TRABALHO
ABRIL/2026 A SETEMBRO/2026



	palestras, montagem de quiosque, entre outros.			
--	--	--	--	--