Governo reforça união com empresários para fortalecer turismo de inverno no Paraná

26/07/2024
Notícias

O crescimento dos serviços de turismo e os atrativos que o Estado oferece para a estação mais fria do ano foram tema nesta quinta-feira (25) do Seminário Inverno Paraná 2024. O Governo do Paraná também lançou neste ano um conteúdo especial de atrativos de inverno. Para visualizar, clique AQUI.

O encontro teve apresentação de cases, como o do Rio Grande do Sul e de Portugal. Também foi lançado o Festival de Inverno do Centro Histórico de Curitiba, que reúne diversas atrações entre restaurantes e empreendimentos participantes. O evento é organizado pelo Sebrae e pela Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes).

Um dos exemplos foi a união do empresariado de Gramado e Canela, cidades do Rio Grande do Sul que recebem cerca de 3 milhões turistas durante o inverno. As ações foram destacadas pelo presidente executivo do Gramado e Canela Convention Visitors Bureau e líder de negócios da GMS Inteligência Territorial, Enzo Arns.

Ele citou grandes eventos organizados pelo empresariado, como o Festival de Cinema, o Festival de Inverno e a Páscoa. “Turismo não é somente lazer e descanso. Turismo é negócio, é um gerador de emprego e renda. Os empresários descobriram que, se trabalharem juntos, podem fazer uma cidade de 40 mil habitantes receber 10 milhões de habitantes em apenas uma época do ano”, disse.

O vice-governador Darci Piana participou do evento e destacou o potencial do Estado para se tornar um destino de inverno. O turismo do Paraná cresceu 4,8% de janeiro a maio deste ano, segundo dados do IBGE. “Não se faz turismo apenas com o governo. O turismo se faz com uma ação conjunta entre governo e iniciativa privada, cada um com sua parcela de responsabilidade”, disse. “Essa união e a parceria de instituições, como o Sebrae e todo o sistema de turismo do Paraná, fazem com que os serviços cresçam e o setor atue com eficiência”.

A estratégia do Estado para apresentar o Paraná em âmbitos regional, nacional e

internacional é a aproximação com o setor privado. Um exemplo é o projeto pelo qual os empresários podem usufruir de espaços da Secretaria do Turismo (Setu) para expor seus produtos (desde gastronomia até hotelaria e serviços) em feiras e eventos, com grande circulação de pessoas. Outra é acessar novos programas para potencializar produtos de inverno.

INCENTIVOS AO TURISMO

Foram criadas três leis novas com esse objetivo.

Uma delas é o **Mais Viagens**, que prevê o repasse de recursos para os municípios para promoverem viagens dentro do Estado, visando incentivar o desenvolvimento do turismo interno.

O **Mais Infraestrutura** busca qualificar a infraestrutura turística, melhorar a qualidade dos produtos e contribuir para a expansão do setor no Paraná.

Já o **Mais Eventos** fomenta eventos regionais e geradores de fluxo turístico no Estado.

“Para que o turismo funcione, é essencial a participação do setor privado, mostrando o que pertence ao Paraná, como a bala de banana, os hotéis e pousadas, os passeios”, ressaltou o secretário estadual do Turismo, Márcio Nunes.

Na palestra “Paraná, muito mais do que você imagina”, o secretário ressaltou que a atividade impulsiona a geração de emprego, considerada o maior programa social do mundo. “O Paraná tem muitos atrativos espalhados, mas os mais conhecidos são Curitiba e Região Metropolitana, Litoral e Foz do Iguaçu. E poucos pontos destes são conhecidos”, disse.

“Um dos nossos principais atrativos, as Cataratas do Iguaçu, foi eleito pelos turistas, através do site TripAdvisor, como o melhor destino para se visitar no mundo, superando até mesmo o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro”, complementou Nunes.

DOM PARA A ÁREA – Andressa Juk Precoma, proprietária de uma agência de viagens com sede em São José dos Pinhais, sempre trabalhou na área administrativa e a mudança de vida se deu quando organizou uma excursão para comemorar o aniversário dos seus pais. Agora se dedica ao turismo. “Há 20 anos, não tínhamos noção do que era o turismo. Hoje temos até um brilho nos olhos porque há aquele sentimento de pertencimento que cresceu com a valorização do turismo”, disse.

Rosangela Missawa também mudou de vida recentemente. Ela já morou no Japão e em Bali (Indonésia), formada em designer e já atuou como psicoterapeuta. A atuação como guia de turismo começou ao dar dicas de viagens para as amigas. Atualmente, ela trabalha com a produção de roteiros de viagens personalizados em ações nacional e internacional, pois fala quatro línguas. “Essa campanha de inverno é uma porta que se abre, principalmente para os estrangeiros. O Paraná tem um grande potencial que as pessoas ainda não sabem”, afirmou.

PRESENÇAS – Também participaram do evento o diretor-presidente do Viaje Paraná, Irapuan Cortes; o gerente do Sebrae Regional de Curitiba, Joailson Antonio Agostinho; o presidente da Abrasel no Paraná, Luis Fernando Mennuci; o presidente da ACP, Antonio Gilberto Deggerone; o presidente da Abav, João Alceu Rigon Filho; o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), Paulo Iglesias; o presidente da Sindicato de Hospedagem e Alimentação (SEHA) e coordenador do G5 do Turismo do Paraná, Jonel Chede Filho; o superintendente do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, Paulo César Nauiack; a presidente do Curitiba Convention & Visitors Bureau, Gislaine Queiroz; e a presidente da Rede Empresarial do Centro Histórico, Maria Bonamigo.