

Viaje Paraná apresentou o Estado em mais de 100 eventos de mercado em 2025

03/01/2026

Notícias

Participar das programações é uma forma efetiva de ampliar o contato com operadoras mundiais e inserir o Paraná nos maiores centros de discussões sobre turismo no mundo, trazendo resultados positivos ao turismo paranaense.

Em 2025, o Viaje Paraná – órgão de promoção vinculado à Secretaria do Turismo (Setu-PR) – deu um salto na presença em grandes programações e encontros voltados ao trade. De janeiro a dezembro, o Estado marcou presença em mais de 100 eventos, no Brasil e no Exterior, impactando diferentes públicos e mercados com as belezas do turismo paranaense.

Foram feiras e eventos nacionais e internacionais, convenções, encontros de mercado, exposições segmentadas ao redor do Brasil e ações estratégicas para o setor. Participar das programações é uma forma efetiva de ampliar o contato com operadoras mundiais e inserir o Estado nos maiores centros de discussões sobre turismo no mundo, trazendo resultados positivos ao turismo paranaense.

Entre os resultados, estão parcerias e acordos estratégicos, como a divulgação de destinos e atrativos em um telão na Gran Vía de Madrid e em totens publicitários de lojas, agências e nos aeroportos de Barajas (Madrid) e El Prat (Barcelona). A ação de promoção é fruto de uma reunião na FITUR de Madrid realizada no início de 2025 com o Grupo Viajes El Corte Inglés – líder do ramo da venda de viagens na Espanha.

Esse mesmo itinerário também foi feito por um grupo de agentes de viagens espanhóis, que vieram até o Estado conhecer o roteiro para vendê-lo melhor na Europa. “Aproximar o Paraná do trade e dos responsáveis pelas vendas de pacotes aos turistas é fundamental para o bom posicionamento do Estado no setor. Esse trabalho tem sido feito com perfeição e estratégia pelo nosso órgão de promoção durante este ano”, disse Leonaldo Paranhos, secretário estadual do Turismo.

CONVENÇÕES E CAPACITAÇÕES – Desse total de programações, quase 80 foram focadas na capacitação de profissionais do turismo e no contato direto com operadoras, agências e empresas. Ao todo, 12.665 profissionais brasileiros e estrangeiros foram impactados sobre os potenciais paranaenses, número 40% maior que o registrado em 2024, que foi cerca de nove mil pessoas.

“Os resultados são visíveis no setor: somos o quarto maior portão de entrada de estrangeiros no Brasil; os hotéis paranaenses registram altas taxas de ocupação mês a mês; novos voos estão operando sem escala no Estado; entre tantos outros exemplos que comprovam o sucesso da estratégia de mostrar como o Paraná está preparado para receber turistas”, disse Irapuan Cortes, diretor presidente do Viaje Paraná.

A realização de Convenções no Estado foi uma estratégia implantada neste ano pelo Viaje Paraná – inspirada em ações que ocorrem em outros estados. Os eventos reúnem quase todo o time das operadoras que conheceram in loco os principais destinos e atrativos do Paraná. Foram dez Convenções durante o ano em Foz do Iguaçu e Curitiba.

Os encontros reuniram profissionais das Operadoras Abreu; Visual/Rextur; BWT; Cativa; Trend; Azul Viagens; EHTL; Schultz; Entur (Escola de Negócios do Turismo); e BeFly.

“O ano de 2025 ficou marcado como o que mais vendemos o Paraná a nossos clientes, com o trabalho em conjunto com o Viaje Paraná. Na nossa Convenção, os colaboradores aprenderam mais sobre os produtos paranaenses e como posicionar eles no mercado. Os resultados nós estamos vendo na prática, com mais visibilidade da empresa, dos roteiros e do Paraná perante o Brasil e o mundo”, disse Adonai Arruda Filho, diretor geral da BWT Operadora.

Por meio de outras ações, em eventos menores espalhados ao redor do Brasil e do Exterior, o Viaje Paraná impactou cerca de seis mil profissionais de 13 estados brasileiros e três países. Em parceria com a Europlus Operadora, foram seis eventos impactando mais de 210 agentes de cinco estados diferentes. Segundo Lucilene Luna, gerente de produtos da empresa, as capacitações deram conhecimento e confiança aos colaboradores, gerando aumento nas ofertas dos pacotes.

“Tivemos um crescimento de 29% nas vendas do destino Paraná neste ano. Os destinos que mais se destacaram foram Curitiba, com aumento de 14% na comercialização de pacotes, e Foz do Iguaçu, com aumento de 36% nas vendas.

Além desses, diversos outros destinos paranaenses também registraram evolução significativa”, disse.

FAMTOURS E ROADSHOWS – Também fazem parte da estratégia as Famtours – chamadas de viagens de familiarização –, itinerários organizados para que profissionais do setor conheçam atrativos, produtos e serviços de destinos presencialmente. Neste ano, foram oito ações nesta modalidade no Estado com apoio do Viaje Paraná. A Famtour Portas Abertas, da operadora FRT, envolveu mais de 200 profissionais de diversos estados brasileiros, que visitaram o Paraná por meio de cinco ações.

“Crescemos 16% no número de pernoites vendidas no Paraná com relação ao ano de 2024. As ações trouxeram pessoas de todas as regiões do Brasil ao Estado, ampliando a visibilidade paranaense ao redor do País e reforçando a credibilidade dos agentes na hora de vender esse destino”, contou Christina Marfará, gestora de produtos nacionais da FRT.

Há também os RoadShows, modalidade de evento itinerante, que passa por diversos locais impactando vários públicos. Em abril, o Viaje Paraná participou do Roadshow Festival Brasil, no México, percorrendo Cidade do México, Guadalajara e Monterrey, apresentando o Estado àquele mercado em potencial.