

1º trimestre do ano é marcado por 15 eventos voltados à promoção do turismo estadual

31/03/2026

Notícias

De 1º de janeiro até 31 de março, o Viaje Paraná, órgão de promoção do turismo estadual, participou de 15 feiras e programações do setor e capacitou mais de 6 mil profissionais. Os dados mostram expansão das ações e da presença paranaense no mercado, quando comparados com resultados de anos anteriores.

Mais de 6 mil profissionais do turismo foram impactados no primeiro trimestre do ano por ações de promoção do Viaje Paraná, órgão vinculado à secretaria estadual do Turismo. As iniciativas ocorreram em 15 feiras e programações do setor. Os dados representam expansão de 102% em comparação com o número de capacitados no mesmo período do ano passado, que foi de 2,9 mil profissionais.

Se comparado com o primeiro ano de atividade do Viaje Paraná (2024), o aumento é de 171%, quando 2,2 mil profissionais do setor tiveram acesso às ações de promoção do turismo estadual. Outro avanço no ano de 2026 foi nas programações de mercado nacionais e internacionais, superando o ano passado (12 eventos no período) e também 2024 (7 eventos).

“Hoje, o Paraná é uma referência no posicionamento de mercado e no contato com o trade do setor, sendo um importante player quando se trata de atrair viajantes, investimentos e atenção das operadoras”, disse Irapuan Cortes, diretor-presidente do Viaje Paraná.

As promoções do setor em nível nacional foram na Convenção de Vendas CVC em João Pessoa (PB); Encontro de Gestores em Curitiba; Convenção Rextur/Visual em Porto Seguro (BA); Fórum Panrotas em São Paulo (SP); duas edições do Home Office Tur, em Atibaia e Itapeverica da Serra (ambas em SP); Workshop Masterop Travel em Gramado (RS); e na Rodada de Negócios Foco Operadora, em Bento Gonçalves (RS).

No Exterior foram feitos contatos diretos com profissionais do turismo na Fitur

Madri (Espanha); Meeting Esto es Paraná em Madri (Espanha); ITB Berlim (Alemanha); Showcase Paraná Experience (Alemanha); BTL (Portugal); e Meeting Isto é Paraná Lisboa e no Porto (ambas em Portugal).

Os Meetings são ações do Viaje Paraná, em protocolo de intenções com a **TAP**, promovendo diálogo individual com agentes de viagens que vão aproveitar o voo direto entre Curitiba e Lisboa (Portugal), a partir do mês de julho, para potencializar as vendas de pacotes para o Estado

OUTROS EVENTOS - Em diversos outros eventos que o Viaje Paraná participou com estandes de divulgação do turismo milhares de pessoas foram impactadas, conhecendo mais sobre atrativos e destinos paranaenses. Em algumas programações, o Estado reuniu coexpositores paranaenses do setor, que somaram cerca de 30 empresários somente em 2026.

“O turismo é feito pela iniciativa privada. Quando participamos desses eventos conseguimos apresentar o potencial do Estado e mostrar que os nossos destinos estão abertos para receber turistas, atendê-los com qualidade e oferecer uma variedade de atrativos únicos às empresas”, acrescentou Irapuan.

FOCO NO EXTERIOR - A maior parte das participações foi em eventos no Exterior, todas na Europa. O foco é ampliar a marca e presença do turismo estadual no velho continente, que conta com mercados potenciais que têm crescido no ramo das viagens de lazer e corporativas. Prova disso é que, em 2025, o Paraná recebeu mais de 1,064 milhão de turistas estrangeiros, de janeiro a dezembro.

No ranking dos 10 países que mais enviaram turistas estrangeiros ao Paraná no ano passado, quatro deles são europeus: Espanha, Reino Unido, Alemanha e França. Com exceção do trade francês, as outras três nações já foram visitadas pelo Viaje Paraná através de feiras e eventos de capacitação neste ano.

A Europa foi o segundo continente que mais enviou viajantes ao Estado (10% do total), atrás apenas da América do Sul – líder isolada. Segundo cálculos do Viaje Paraná, com base em valores dos tickets médios de gastos de viajantes estrangeiros no Brasil divulgados pela Embratur, estima-se que turistas europeus injetaram US\$ 143 milhões no Estado ao longo de 2025.

A ESTRATÉGIA MICE - O Brasil encerrou o ano passado como um dos principais países para o Turismo de Negócios e Eventos (MICE), atingindo o top 15 dos melhores destinos mundiais para este segmento, segundo o Ranking ICCA. Para 2026, a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur)

projeta um crescimento ainda maior dessa atividade, puxado por destinos em ascensão neste aspecto, como Curitiba e Foz do Iguaçu.

O Paraná observa o movimento do mercado e também tem pautado suas estratégias na promoção dessa vertente. Nas feiras, eventos e capacitações deste ano, o Viaje Paraná tem divulgado de maneira enfática os destinos, hospedagens e locais próprios para o segmento, mostrando como o Estado tem vocação para as viagens corporativas e recepção de programações e grandes shows.