De olho no mercado asiático, Estado vai promover turismo do Paraná em feira na China

21/05/2026
Notícias

Atrativos e destinos paranaenses são apresentados pela primeira vez em feira na China. O país é um dos maiores emissores de turistas estrangeiros para o mundo, com uma média de 150 milhões de viajantes por ano. Com um dos maiores tickets médios de gastos em viagens no ano passado, apenas os turistas chineses injetaram US$ 20 milhões no Paraná em 2025.

De olho nas movimentações do mercado e em todos os indicadores positivos que podem ser alcançados, o Viaje Paraná vai até Xangai na próxima semana para ampliar a divulgação e o contato com o trade oriental. Será uma participação na feira ITB China, entre os dias 26 e 28 – será a primeira vez que o Estado promove o potencial do seu turismo no país asiático.

Um dos maiores emissores de turistas no mundo é a China, com cerca de 150 milhões de viajantes anuais. Segundo a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), somente neste ano, o volume de buscas por informações de viagens ao Brasil aumentou 130% entre os chineses, o maior índice de crescimento entre os mercados internacionais monitorados.

Dados oficiais da agência também apontam que, em 2025, mais de 100 mil chineses visitaram destinos brasileiros e muitos deles optaram pelo Paraná, reflexo observado nas visitas à atrativos. Naquele ano, o Parque Nacional do Iguaçu – onde ficam as Cataratas do Iguaçu, uma das Sete Maravilhas Naturais do Mundo – recebeu mais de 2 milhões de turistas, sendo mais de 21 mil chineses.

De acordo com o diretor-presidente do Viaje Paraná, Irapuan Cortes, os principais atrativos e destinos apresentados na feira serão as Cataratas do Iguaçu e outros passeios em Foz do Iguaçu, a Grande Reserva da Mata Atlântica, além de maior destaque para opções de natureza.

“Os asiáticos gostam muito da América do Sul pela cultura e natureza singulares,

então é um mercado que o Paraná precisa estar antenado, ainda mais com a movimentação econômica que pode ser gerada no Estado, porque o turista estrangeiro injeta moeda estrangeira", disse Cortes.

Segundo Marcelo Martini, diretor de Operações do Viaje Paraná, a participação no evento também será um momento oportuno para o encontro com agências e operadoras asiáticas. Outro foco estará nas companhias aéreas, que podem ampliar o alcance e chegada de estrangeiros ao Paraná.

"Através de conexões internacionais, uma boa parcela de turistas chineses chegou diretamente ao Estado no ano passado, mas é um meio de acesso que ainda pode ser aprimorado. Teremos encontros com companhias aéreas durante a ITB China, justamente para apresentar a boa conectividade e infraestrutura do Paraná, apto a receber mais turistas em nossos principais aeroportos, de Foz do Iguaçu e Curitiba", explicou.

CONEXÃO FACILITADA – Com o anúncio de que visitantes do país asiático não precisam mais de visto para entrar no Brasil para estadias de até 30 dias, a expectativa da vinda de turistas de lá é ainda maior. Segundo dados divulgados pela Embratur, os turistas chineses tiveram um dos maiores tickets médios de gastos em viagens no ano passado, com US$ 5,2 mil por pessoa. Segmentando essa conta, cerca de US$ 20 milhões foram injetados na economia do Paraná em 2025 através apenas dos viajantes chineses.

"Esse público costuma fazer roteiros mais longos, com mais tempo para aproveitar a viagem. É importante também o setor de serviços do Estado estar preparado para essa demanda oriental. Um restaurante ter uma aba do cardápio traduzida para outros idiomas, por exemplo, já é um grande diferencial no atendimento", completou Cortes.

QUALIFICAÇÃO - Profissionais que buscam atuar na recepção de turistas chineses precisam estar qualificados. Atualmente, o Brasil tem 325 agências e empresas credenciadas pelo Programa ADS China, coordenado pelo Ministério do Turismo (Mtur). Cerca de 20 delas são paranaenses de diferentes municípios, demonstrando a capacidade do Estado em atender às exigências do mercado internacional.

O ADS China regulamenta e qualifica a recepção de turistas do país asiático em grupos organizados, fortalecendo a parceria entre países no setor. O processo de credenciamento exige das agências interessadas o cumprimento de uma série de critérios rigorosos, aceitação de diretrizes do programa, além de uma comprovação de estrutura para atender os turistas estrangeiros.