

PÚBLICA

Perfil do Setor de Turismo

no Paraná

Panorama das
Atividades Características
do **Turismo**


SEBRAE

Este material é uma produção do Sebrae – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – 2024 ©

DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente: Vitor Roberto Tioqueta

Diretor Técnico: César Reinaldo Rissete

Diretor de Administração e Finanças: José Gava Neto

Unidade de Gestão Estratégica

Gerência: Agnaldo Gerson Castanharo

Equipe Técnica do Núcleo de Inteligência e Conhecimento

Elmo Silveira de Souza

Fernanda Robes

Keylla Thais Signorelli

Marcel Luiz Michalovsky Oliveira

Maria Alice Ferreira Nunes

Tais Mara Hortelã

Vitor Felipe Moraes Ponestk

Walter Muller Garcia Xavier

Unidade de Competitividade Setorial

Gerente: Weliton Monteiro Perdomo

Coordenadora do Setor de Turismo: Patricia Albanez

Dúvidas, sugestões e melhorias deverão ser encaminhadas ao e-mail

pr-nic@pr.sebrae.com.br

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada deste material, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n. 9.610).

Informações e Contatos

Sebrae/Paraná

Rua Caeté, 150 – Prado Velho

CEP 80220-300 – Curitiba – PR

www.sebraepr.com.br

CAPÍTULOS

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 01 | Como surgiu o Turismo?
 PAG 05 | 10 | Perfil do Turista Paranaense
 PAG 31 |
| 02 | E como é definido o Turismo
 PAG 07 | 11 | Permanência no Destino e Perfil dos Viajantes
 PAG 35 |
| 03 | A importância do Turismo
 PAG 08 | 12 | Impactos Econômicos e Empresariais
 PAG 37 |
| 04 | Mortalidade
 PAG 17 | 13 | Perfil dos Turistas do Litoral Paranaense
 PAG 38 |
| 05 | Maturidade
 PAG 19 | 14 | CADASTUR
 PAG 40 |
| 06 | Perfil do Empresário
 PAG 21 | 15 | Segmentos de Turismo no Paraná
 PAG 44 |
| 07 | Empregos
 PAG 23 | 16 | Tendências
 PAG 48 |
| 08 | Saldo de Empregos
 PAG 24 | | |
| 09 | Vias de Acesso
 PAG 28 | | |



O panorama contempla as **Atividades Características do Turismo (ACTs)** que são aquelas diretamente relacionadas ao consumo dos turistas ao longo de sua viagem, envolvendo desde a decisão e compra até o retorno. No Brasil, o IBGE identifica nove ACTs. Essas atividades incluem **setores como transporte, hospedagem, alimentação e lazer**, que recebem diretamente os gastos dos turistas, sendo fundamentais para mensurar o impacto econômico do turismo.

01 COMO SURTIU O TURISMO?

É difícil determinar um ponto exato para a origem do turismo como o conhecemos hoje, já que sua prática é tão antiga quanto a história da humanidade. Desde os tempos remotos, as pessoas se deslocavam por diferentes motivos, como as peregrinações religiosas e a participação em competições esportivas, como os Jogos Olímpicos na Grécia Antiga.

Na Roma Antiga, surgiram os primeiros indícios de hospitalidade organizada, com locais destinados a oferecer refeições e entretenimento. Durante a Idade Média, as estalagens eram focadas principalmente em atender peregrinos, uma vez que as viagens eram difíceis e os feudos eram autossuficientes. Com a dissolução do feudalismo na Idade Moderna, esses estabelecimentos começaram a evoluir, oferecendo serviços especializados para viajantes.

O conceito de restaurante moderno teve seu início em Paris, em 1765, quando Boulanger abriu um estabelecimento que servia sopas chamadas "restaurants". Em 1782, Beauvilliers inaugurou o primeiro restaurante à la carte, com cardápio variado e atendimento especializado, influenciando o surgimento de novos estabelecimentos.

A partir daí, os restaurantes ganharam popularidade, tornando-se símbolo de status social e atraindo um público mais diversificado, incluindo mulheres, especialmente após inovações de figuras como César Ritz no final do século XIX.

A Revolução Industrial foi um marco para o turismo. A evolução dos meios de transporte, como as ferrovias, tornou as viagens mais acessíveis, permitindo deslocamentos a longas distâncias e incentivando o surgimento de negócios relacionados à hospitalidade. Carros-restaurantes nas viagens de trem marcaram o **início do turismo organizado como negócio**.



No século XIX, o turismo deu um grande salto com a criação da **primeira agência de viagens do mundo**, fundada por Thomas Cook no Reino Unido. Essa agência, que funcionou por 178 anos, **iniciou a profissionalização do turismo**, e Thomas Cook é muitas vezes chamado de "pai do turismo". Seu modelo inspirou a criação de outras agências na Europa e na América do Norte.

Já no século XX, a globalização e o avanço das tecnologias de transporte e comunicação impulsionaram ainda mais o turismo. As viagens internacionais tornaram-se mais frequentes, conectando culturas e promovendo o intercâmbio global. **Hoje, o turismo é uma das indústrias que mais cresce, movendo economias e conectando pessoas ao redor do mundo.**

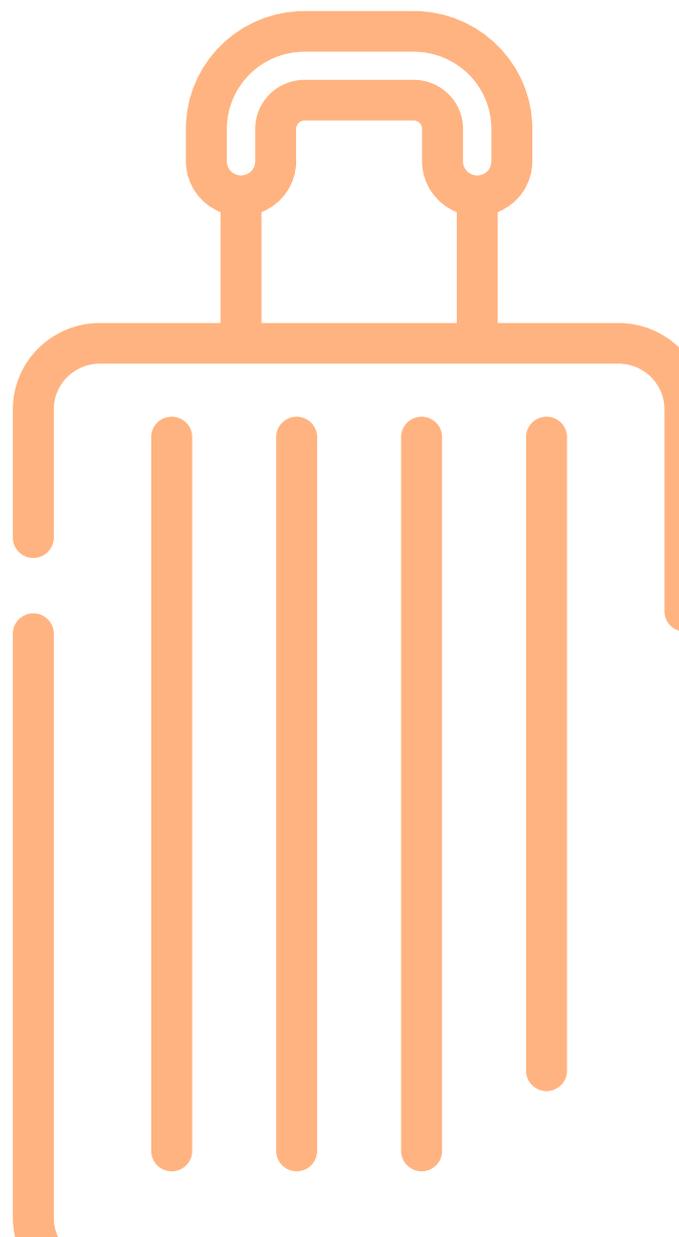


02 E COMO É DEFINIDO O TURISMO?

O turismo pode ser entendido como um fenômeno multidimensional que engloba aspectos sociais, culturais e econômicos, e envolve o deslocamento de indivíduos para locais fora de seu ambiente habitual, seja dentro de seu próprio país ou para destinos internacionais. Essa prática não apenas se refere às viagens em si, mas também às atividades realizadas pelos indivíduos nos locais de destino e às despesas associadas, como transporte, hospedagem e consumo de bens e serviços.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo de forma abrangente, considerando-o como uma atividade que vai além do simples ato de viajar. Ele abarca tanto turistas, que são aqueles que pernoitam no destino, quanto excursionistas, que realizam visitas sem pernoitar. Ambos os grupos contribuem para a movimentação econômica nas regiões visitadas, integrando assim o turismo ao setor terciário da economia.

As motivações para o turismo são variadas e refletem as múltiplas necessidades e desejos dos indivíduos. Elas podem incluir desde o lazer e recreação até a busca por saúde e bem-estar, mostrando a amplitude e a complexidade dessa atividade que, ao mesmo tempo, oferece experiências pessoais enriquecedoras e exerce uma influência significativa na economia global.



03 A IMPORTÂNCIA DO TURISMO

O turismo, como atividade econômica, tem se tornado cada vez mais essencial na geração de receitas e no desenvolvimento das regiões. Movimentando uma ampla gama de serviços, como transporte, hotelaria e alimentação, o setor não só contribui diretamente para a economia, mas também cria um grande número de empregos. Além disso, o turismo impulsiona setores indiretos, como o comércio formal e informal, e estimula atividades nos circuitos econômicos locais, promovendo um crescimento econômico sustentável.

De acordo com um estudo de Mariana Aldrigui sobre o impacto do turismo em outras atividades econômicas, o impacto do turismo se estende a 21 atividades diretamente relacionadas ao setor, além de 191 atividades compartilhadas e 142 indiretas. Em períodos de mercado aquecido, outras 217 atividades também se beneficiam, totalizando 571 atividades com algum envolvimento no turismo.

A recepção de turistas exige uma infraestrutura adequada, e os investimentos em melhorias como redes de transporte, energia elétrica e comunicação são essenciais para o sucesso da atividade. Esses investimentos não só atendem às demandas dos visitantes, mas também beneficiam a população local, que se vê favorecida com um ambiente urbano aprimorado.

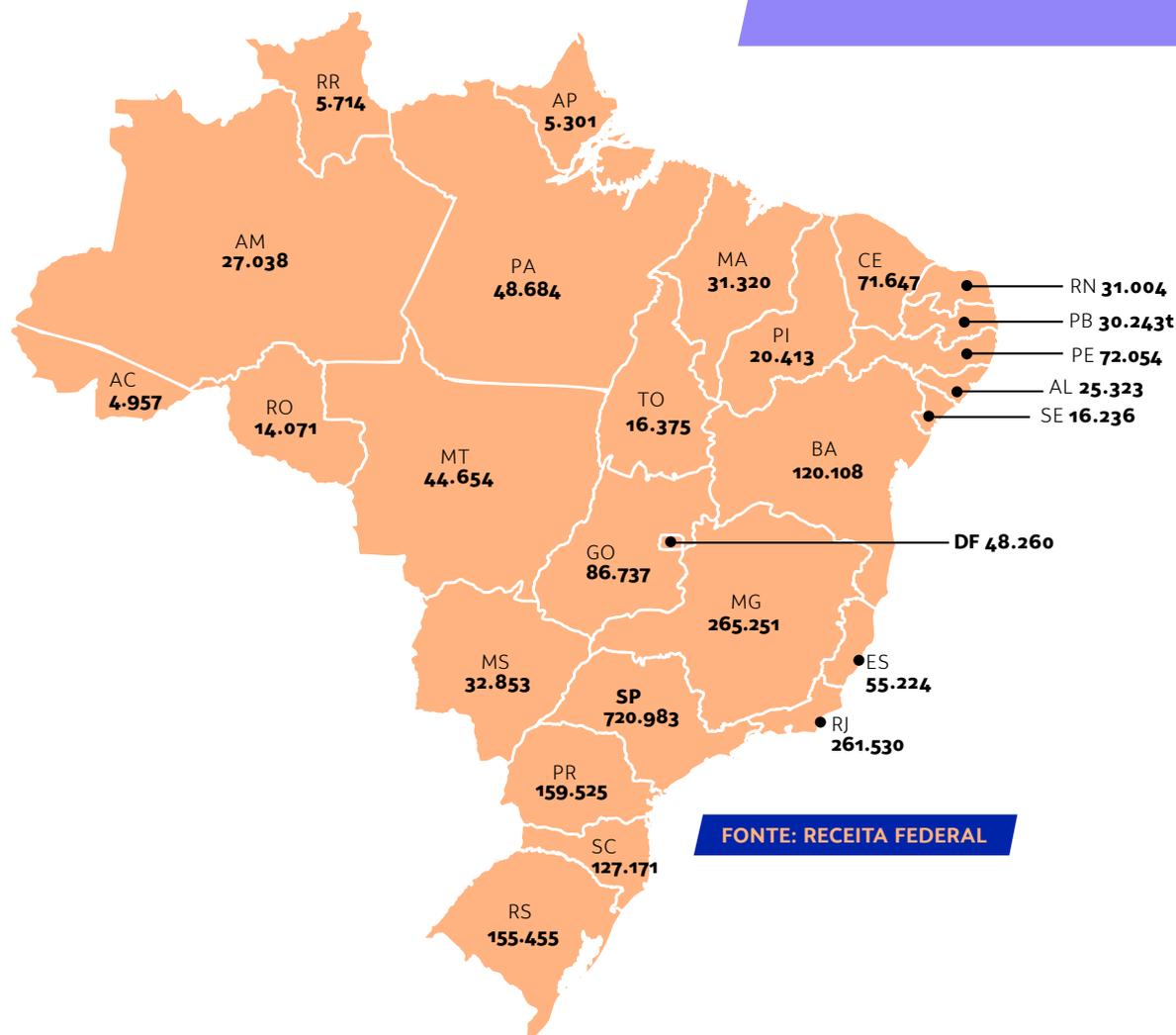
Além disso, o turismo estimula a conservação de sítios históricos, monumentos e praças, assim como a criação e manutenção de espaços de grande circulação, gerando impactos positivos tanto para os visitantes quanto para os moradores.

VAMOS AOS NÚMEROS?



Nos últimos 80 anos, o turismo se consolidou como uma das atividades econômicas de maior crescimento no mundo. No **Brasil**, esse setor é representado por **2.498.134 empresas voltadas para atividades turísticas**, refletindo sua importância no desenvolvimento econômico. O **Paraná**, em particular, desempenha um papel significativo nesse cenário, com **159.525 empresas atuantes no setor de turismo**, representando **6,39%** do total de empresas no país.

EMPRESAS DE SERVIÇOS VOLTADOS PARA O TURISMO



O estado do **Paraná** tem se destacado tanto pelo número de empresas quanto pelo crescimento das atividades turísticas. Em 2023, o Paraná registrou a abertura de

27.150

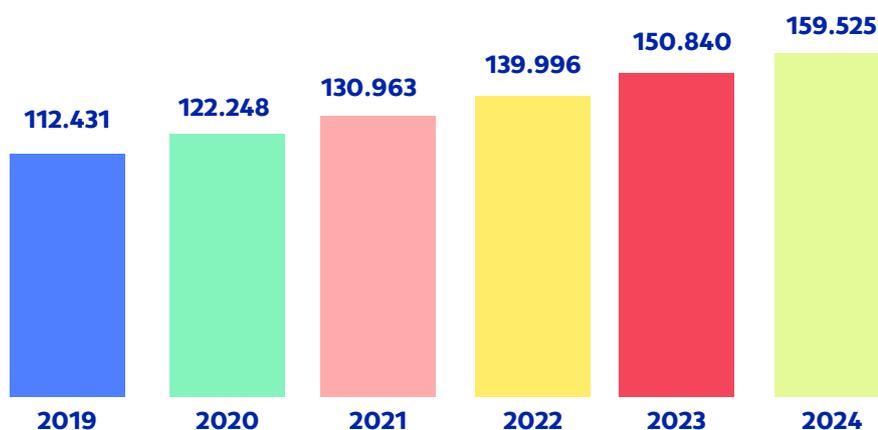
novas empresas ligadas ao turismo, demonstrando o vigor econômico do setor.



Essa expansão acompanhou o crescimento geral da atividade turística no estado, que teve um aumento de **10%** em relação ao ano anterior, sendo o **maior índice da região Sul** e o **quarto maior do Brasil**, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A pesquisa empresarial divulgada em dezembro de **2023**, realizada pelo Sebrae em parceria com a Fecomércio e a Secretaria de Estado do Turismo (SETU), reforça esse cenário positivo. Segundo o estudo, **58,2%** das empresas do setor de turismo no **Paraná** esperam expandir seus negócios nos próximos seis meses (novembro de 2023 a abril de 2024), enquanto **36,6%** têm expectativas de manter suas atividades. Esse otimismo reflete a confiança do setor em continuar crescendo e adaptando-se às demandas do mercado.

EMPRESAS ATIVAS



FONTE: RECEITA FEDERAL

O início de **2024** também foi promissor para o turismo paranaense. Nos primeiros cinco meses do ano, o setor cresceu **4,8%**, colocando o estado entre os cinco com melhor desempenho no **Brasil**, superando a média nacional de **1,1%**. Além do crescimento na atividade, o **Paraná** registrou um aumento de **10,1%** na receita nominal entre janeiro e maio de **2024**, o que o posicionou na **quarta posição nacional**, à frente da média brasileira, que foi de **9,6%**.

Em termos de turismo internacional, o **Paraná** se destacou como o **quarto estado mais procurado por turistas estrangeiros em 2023**, registrando um aumento de **51,4%** em relação a **2022**. Ao todo, **791.504 turistas internacionais visitaram o estado**, em comparação com **522.832** no ano anterior, segundo a Secretaria de Estado do Turismo (Setur). O número de chegadas de turistas internacionais pelos aeroportos também saltou **203%**, passando de **8.380** em **2022** para **25.458** em **2023**.

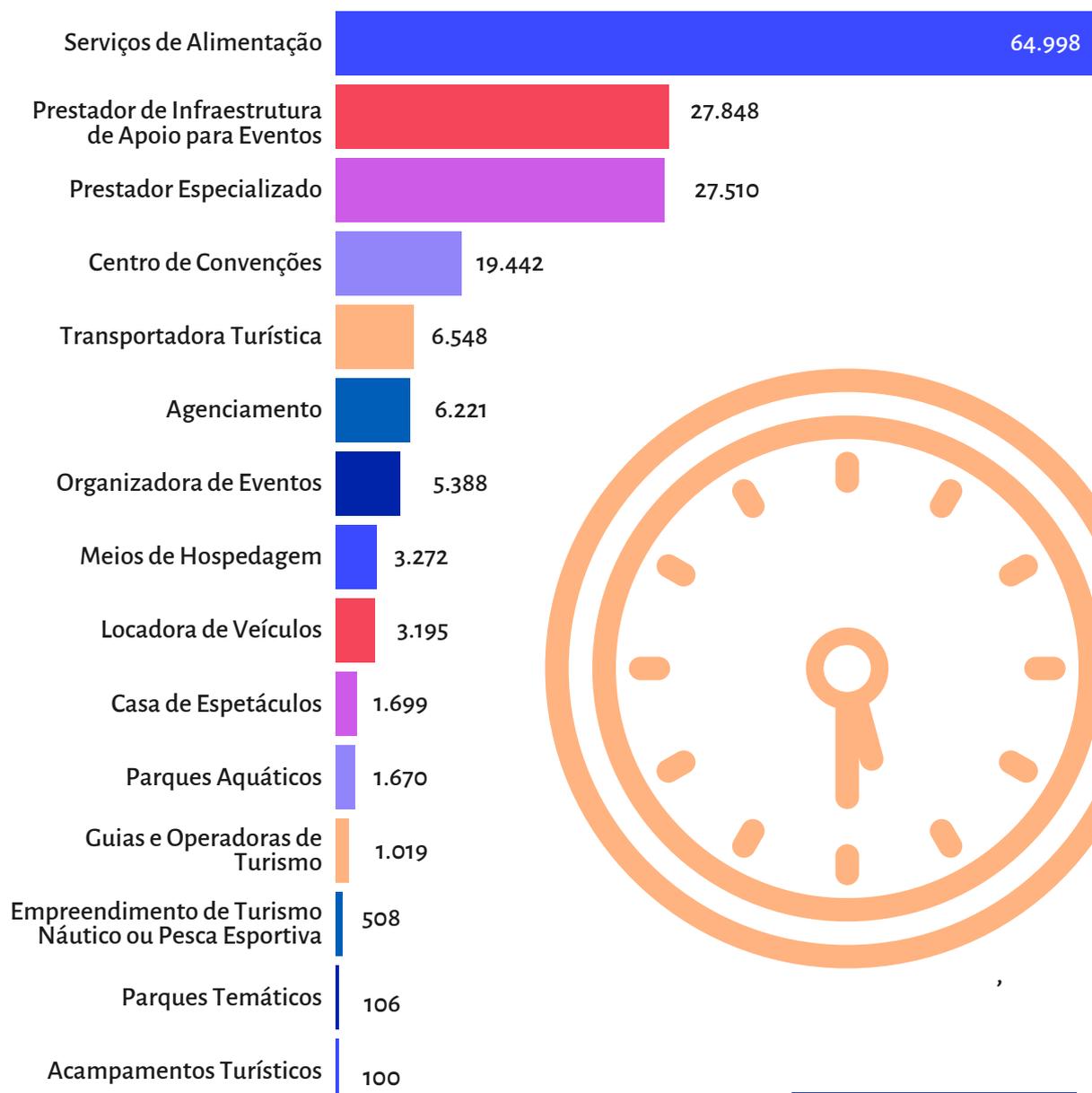
Os principais emissores de turistas internacionais para o **Paraná** foram **Paraguai, Argentina, Estados Unidos, Chile, Espanha, Alemanha, França, Reino Unido, Uruguai e Colômbia**. Esses números, aliados ao crescimento do número de empresas e atividades relacionadas ao turismo, reforçam o papel do **Paraná** como um importante destino turístico no **Brasil**, tanto no cenário nacional quanto internacional.

Além do número expressivo de empresas voltadas para o turismo no **Paraná**, é interessante analisar a distribuição das atividades e o porte das empresas no setor. De acordo com dados da Receita Federal, as atividades características do turismo no estado revelam uma diversificação significativa.

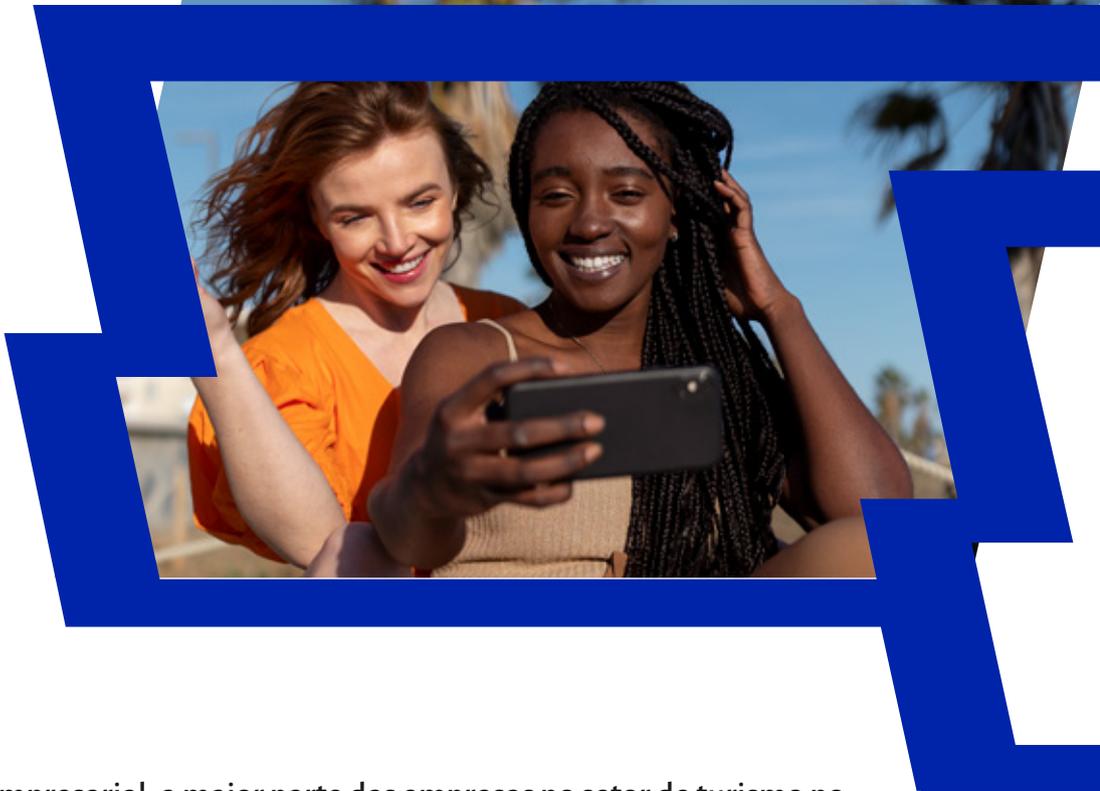
Os **serviços de alimentação**, que abrangem restaurantes, bares e cafeterias, destacam-se com **40,18%** das empresas, refletindo a importância desse segmento para a experiência do visitante. Em seguida, os prestadores especializados, como **guias turísticos** que representam **17,46%**, enquanto a infraestrutura de **apoio para eventos**, incluindo centros de convenções e empresas de organização de eventos, corresponde a **17,24%**.

Esses segmentos são cruciais para a estruturação do turismo, pois oferecem suporte direto ao visitante e promovem o desenvolvimento de eventos e congressos, consolidando o **Paraná** como um destino atraente tanto para o turismo de lazer quanto para o de negócios.

NÚMERO DE EMPRESAS POR ATIVIDADE CARACTERÍSTICA DO TURISMO

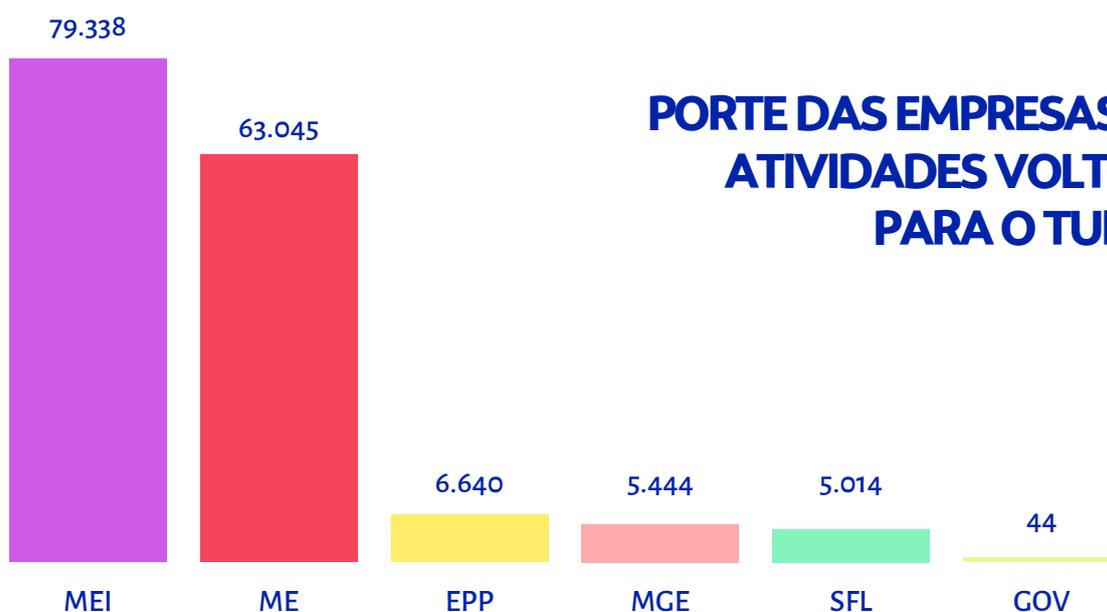


FONTE: RECEITA FEDERAL



Em termos de porte empresarial, a maior parte das empresas no setor de turismo no **Paraná** é de **Pequeno Porte**, com uma forte presença de **Microempresas Individuais (MEI)**. Esse cenário evidencia o papel essencial do empreendedorismo local na dinâmica do turismo estadual.

As **Microempresas e Empresas de Pequeno Porte** também são predominantes, refletindo uma estrutura empresarial amplamente sustentada por pequenos e médios negócios. Em contraste, as **Médias e Grandes Empresas** têm uma presença menor, mas ainda significativa, desempenhando um papel importante na infraestrutura turística. Além disso, há um número considerável de empresas **Sem Fins Lucrativos** e algumas diretamente ligadas ao **Governo**, que colaboram no desenvolvimento do setor.

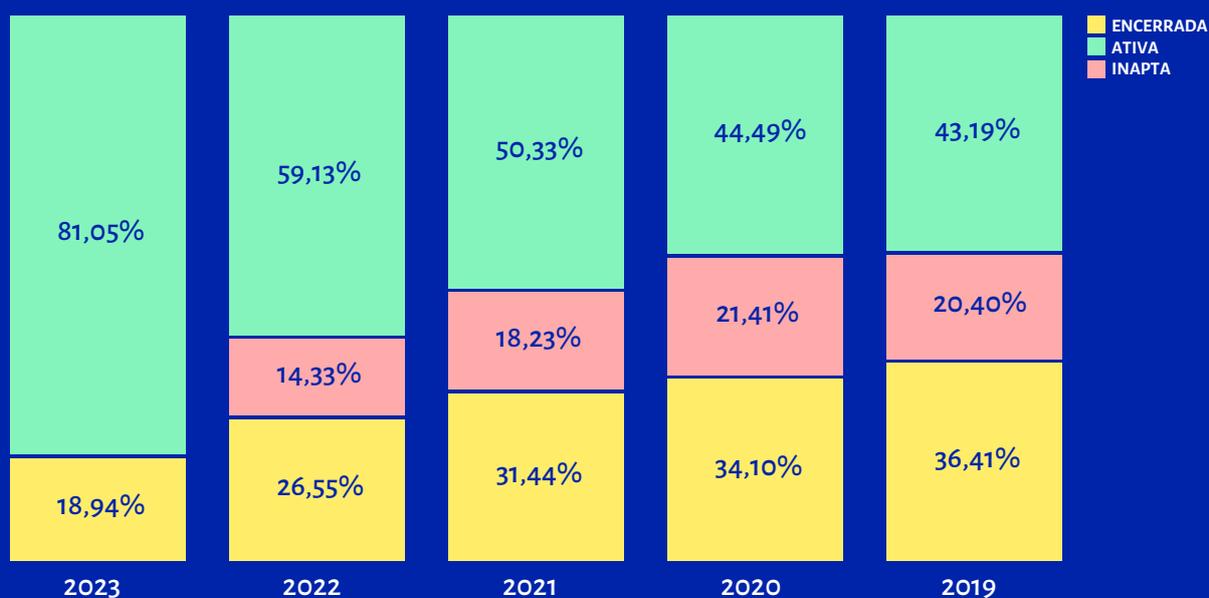


FONTE: RECEITA FEDERAL

Esses dados mostram que o turismo no **Paraná** é majoritariamente composto por pequenos negócios, alinhando-se com a tendência nacional em que a maioria das empresas do setor é pequena ou média. Segundo a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), cerca de **90% das empresas de turismo no Brasil são pequenas e médias**, uma característica que se reflete também no estado do **Paraná**.

Ainda assim, a presença de grandes empresas e o apoio governamental são fundamentais para consolidar a infraestrutura necessária ao desenvolvimento contínuo do turismo. De acordo com o Ministério do Turismo, o investimento em infraestrutura e a promoção de eventos internacionais são cruciais para aumentar a atratividade de destinos turísticos.

SITUAÇÃO CADASTRAL DAS EMPRESAS ABERTAS NOS ÚLTIMOS 05 ANOS



FONTE: RECEITA FEDERAL

Nos últimos cinco anos, a análise da situação cadastral das empresas voltadas para o turismo no **Paraná** revela um panorama de recuperação gradual após a pandemia. Entre as empresas abertas em **2019**, **43,19%** permanecem ativas, enquanto **36,41%** foram encerradas e **20,40%** estão inaptas (declaradas inativas pela Receita Federal por não cumprirem suas obrigações fiscais, impossibilitando a empresa de operar legalmente até que a situação seja regularizada), refletindo um ambiente mais estável antes da crise. Para as empresas criadas em **2020**, **44,49%** continuam ativas, apesar do impacto da pandemia.



Nos anos subsequentes, observa-se uma melhora significativa. Em **2022**, por exemplo, **59,13%** das empresas abertas continuam em operação, com um percentual menor de encerramentos e inaptidão. Para **2023**, o cenário é ainda mais positivo, **81,05%** das empresas estão ativas, indicando uma recuperação robusta e adaptação ao novo cenário econômico.

Esses dados demonstram a capacidade do setor de turismo no **Paraná** para se adaptar e se recuperar ao longo dos anos. A recuperação dos negócios iniciados em **2023** sugere uma tendência positiva e um ambiente de negócios mais favorável. Segundo o relatório do World Travel & Tourism Council (WTTC), a recuperação do turismo é apoiada por uma crescente confiança dos consumidores e a implementação de políticas de apoio econômico. O aumento das empresas ativas e a redução das inaptas e encerradas refletem esses esforços e a resiliência do setor.

04 MORTALIDADE

Nos últimos cinco anos, o setor de turismo no Paraná apresentou uma taxa de mortalidade empresarial de **46,22%**, refletindo os inúmeros desafios enfrentados pelas empresas do segmento. A vulnerabilidade do setor ficou evidente, principalmente diante das crises econômicas e das mudanças impostas pelos períodos de instabilidade.

Negócios como agências de viagem, hospedagens e serviços de transporte foram particularmente impactados por restrições e alterações nos hábitos de consumo, o que dificultou a sobrevivência de muitos empreendimentos.

MORTALIDADE POR PORTE

59,38%



MEI

37,38%



ME

17,39%



EPP

30,16%



MGE

5,33%



SFL

0,00%



GOV

Apesar desta elevada taxa de mortalidade, o setor também demonstra capacidade de resiliência. A média de tempo de vida das empresas voltadas ao turismo no **Paraná** é de **7,2 anos**, indicando que muitas delas conseguem superar os desafios iniciais e se estabelecer no mercado. Contudo, a instabilidade econômica continua a ser um dos principais obstáculos ao crescimento.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo **Sebrae, Fecomércio** e o **Governo do Estado** em **2023**, **23,9%** dos empresários consideram as flutuações econômicas o maior desafio para o aumento das vendas. Além disso, fatores sazonais afetam diretamente **18,0%** dos negócios, enquanto **12,4%** dos entrevistados apontaram a burocracia e as regulamentações governamentais como grandes entraves ao desenvolvimento de suas atividades.

Para superar essas dificuldades, os empresários identificaram várias áreas prioritárias para capacitação e desenvolvimento. O atendimento ao cliente foi citado como a principal demanda por **19,1%** dos entrevistados, seguido de marketing digital (**17,9%**), gestão de redes sociais (**13,9%**) e inovação e tendências (**13,1%**).

Isso revela a necessidade crescente de modernização e de adaptação às novas dinâmicas de mercado, em especial no que diz respeito à presença digital, que se tornou essencial para a sobrevivência e o sucesso das empresas do setor.

Além dos desafios internos das empresas, há também problemas estruturais que afetam o turismo no estado. Cerca de **20,6%** dos empresários afirmaram que o desconhecimento do público consumidor é um dos maiores entraves, seguido pela pouca promoção dos destinos turísticos (**19,2%**) e pela falta de infraestrutura adequada para receber turistas (**18,0%**).

Esses pontos ressaltam a importância de uma maior integração entre o setor privado e políticas públicas para a promoção do turismo e melhoria da infraestrutura, com vistas a atrair mais visitantes ao Paraná.

Apesar das adversidades, o setor de turismo no estado tem mostrado uma tendência positiva de renovação. Nos últimos cinco anos, houve uma variação empresarial positiva de **41,9%** entre empresas abertas e encerradas, indicando que o número de novos negócios supera o de encerramentos.

Esse dado, combinado com o aumento da demanda por capacitação e a adaptação às exigências do mercado, aponta para um cenário de recuperação e crescimento contínuo do turismo no Paraná.

MATURIDADE

A maturidade das empresas voltadas para o turismo no **Paraná** reflete tanto a resiliência do setor quanto a relevância do estado como um destino turístico de destaque, tanto nacional quanto internacional. Com uma idade média de **sete anos**, mais de **58%** das empresas do setor são classificadas como estabelecidas, indicando uma estrutura empresarial sólida que é essencial para suportar o fluxo crescente de turistas.

As empresas de turismo no **Paraná** estão em diferentes estágios de maturidade:



Empresas nascentes (menos de três meses de atividade)

4,4%

Empresas iniciais (três meses a três anos e meio)

37,6%

Empresas estabelecidas (três anos e meio a nove anos)

31,9%

Empresas super estabelecidas (mais de 10 anos)

26,1%

O **Paraná** se destaca não apenas pela maturidade empresarial, mas também pela sua popularidade como destino turístico. O estado está entre os mais procurados por turistas estrangeiros, ao lado de **São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande do Sul**.

Destinos como **Foz do Iguaçu** são altamente valorizados, figurando entre os mais desejados do **Brasil**, conforme a lista da ZARPO. **Foz do Iguaçu, Natal (RN), Gramado (RS) e Fernando de Noronha (PE)** são alguns dos locais mais procurados pelos turistas, evidenciando o apelo do **Paraná** no mercado turístico.

O equilíbrio entre empresas de diferentes maturidades no **Paraná** demonstra um setor turístico bem estruturado, que combina a estabilidade e experiência das empresas mais antigas com a inovação e dinamismo dos novos empreendimentos.

Esse panorama não só reforça a posição do **Paraná** como um destino de destaque, mas também sugere que o estado está bem posicionado para continuar a atrair turistas e a promover um crescimento sustentável no futuro.

O suporte contínuo ao desenvolvimento de novas empresas e o fortalecimento das existentes são fundamentais para manter e expandir a relevância do **Paraná** no mercado turístico global.



06 PERFIL DO EMPRESÁRIO

O perfil dos empresários das empresas ligadas ao turismo no **Paraná** revela um cenário dinâmico e diverso, que tem sido fundamental para o crescimento contínuo do setor.

Com uma média de **1,7** sócios por empresa, a maioria dos negócios opera com uma estrutura de gestão enxuta, **84,4%** das empresas têm apenas um sócio, **12,1%** contam com dois sócios, e apenas **1,4%** possuem três ou mais.

Essa concentração em pequenas e médias empresas reflete a natureza do setor, que frequentemente é gerido por um número reduzido de proprietários, tornando as operações mais ágeis e personalizadas.

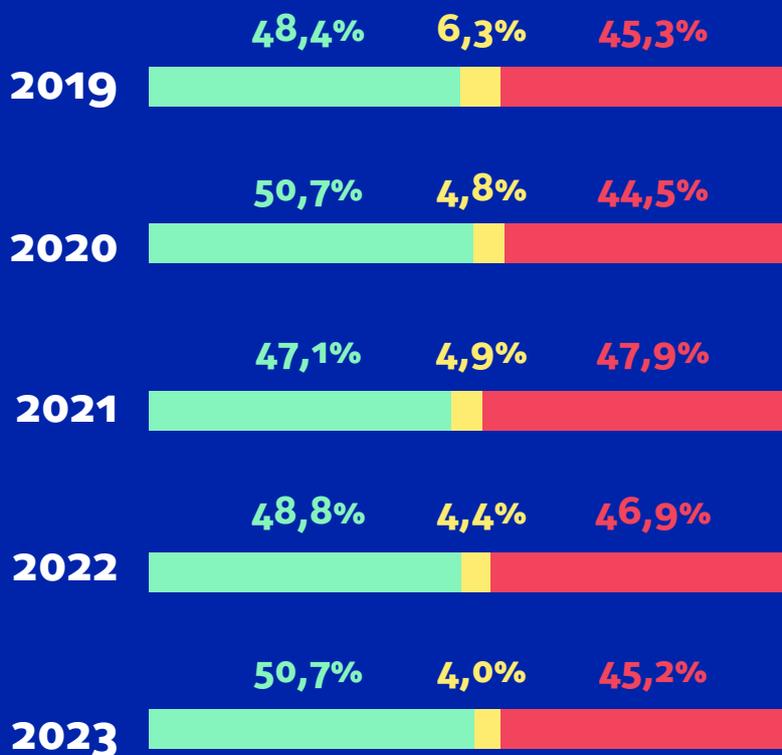
A idade média dos sócios, de **44 anos**, é outro dado relevante que aponta para um perfil empreendedor mais experiente, combinando trajetória consolidada e uma visão estratégica sobre o mercado.

Esse dado sugere que muitos empresários já adquiriram uma compreensão mais profunda das transformações e exigências do setor de turismo, o que lhes confere resiliência frente às mudanças do mercado.

Em relação à composição de gênero, o setor apresenta uma distribuição relativamente equilibrada, com **51,1%** dos sócios sendo homens e **46,8%** mulheres.

Apenas **2,1%** dos sócios não têm informações de gênero registradas. Esse equilíbrio reflete a crescente participação feminina na liderança de negócios turísticos no **Paraná**, acompanhando uma tendência nacional de protagonismo feminino no empreendedorismo.

FORMAÇÃO DE EMPRESAS CONFORME ANO DE ABERTURA



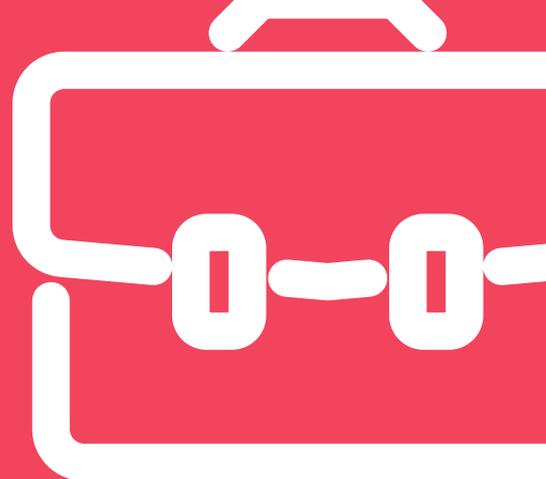
■ apenas homens ■ homens e mulheres ■ apenas mulheres

FONTE: RECEITA FEDERAL

Analisando a composição de gênero das empresas abertas nos últimos anos, percebe-se uma variação interessante. Em 2019, por exemplo, 48,4% das empresas foram fundadas exclusivamente por homens, 6,3% tinham sócios de ambos os gêneros, e 45,3% foram abertas apenas por mulheres. Essa tendência continuou nos anos seguintes, com pequenas oscilações.

Em 2023, as empresas abertas apenas por homens aumentaram para 50,7%, enquanto as fundadas exclusivamente por mulheres representaram 45,2%. Isso demonstra que, embora haja um aumento na presença de empreendedores homens nos últimos anos, a participação feminina permanece sólida e em crescimento.

07 EMPREGOS



O setor de turismo no Paraná tem um impacto significativo na geração de empregos, evidenciando sua importância para a economia local. Em 2022, o estado registrou **242.734** postos de trabalho no segmento, de acordo com dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

Em 2023, o saldo positivo de contratações foi de **14.370**, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), elevando o total de empregos no setor para **257.104**.

Esse aumento reflete o aquecimento do turismo no estado, impulsionado pela recuperação das atividades econômicas após os desafios impostos pela pandemia.

No mesmo período de 2023, foram admitidos **188.734** trabalhadores no setor de turismo, enquanto **174.364** pessoas foram desligadas, gerando o saldo de contratações positivo.

Esse dado é relevante porque indica crescimento do mercado de trabalho no setor, com novas oportunidades surgindo à medida que a demanda por serviços turísticos aumenta.

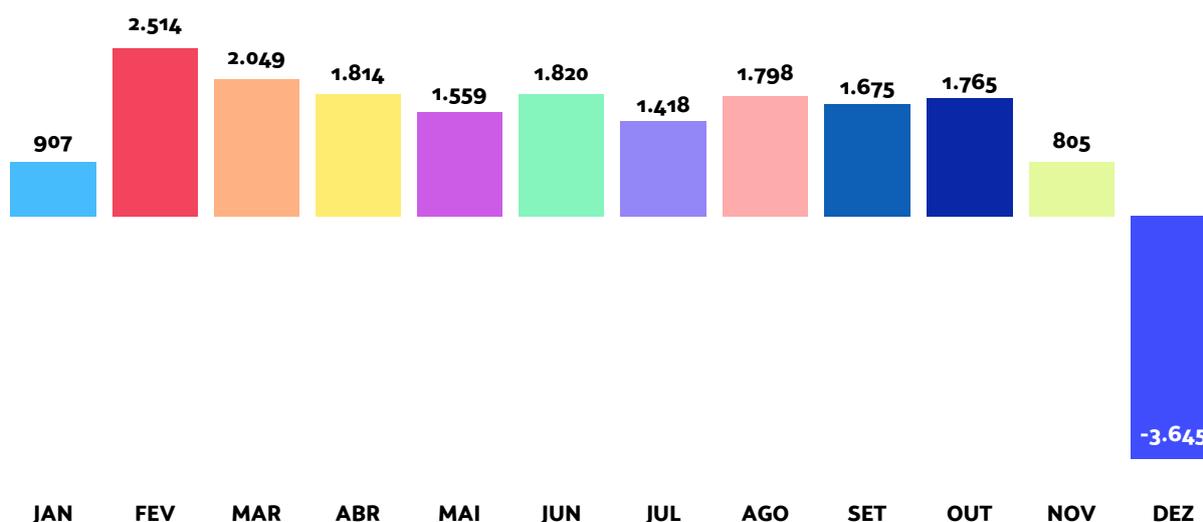
Em relação ao perfil das contratações em 2023, **55,6%** dos novos empregados foram homens, enquanto as mulheres representaram **44,4%** das contratações. Além disso, **2,9%** dos admitidos foram contratados em regime de tempo parcial, e **5,43%** em regime intermitente, uma modalidade que tem ganhado espaço, especialmente em setores que demandam flexibilidade de mão de obra, como o turismo.

Em 2023, o saldo de empregos no setor de turismo no Paraná variou consideravelmente, refletindo a sazonalidade e as condições econômicas. O ano começou com **807** novas vagas em janeiro, seguido por um pico expressivo em fevereiro, com **2.514** contratações.

A partir de março, o crescimento foi mais moderado, com destaque para agosto, que registrou **1.798** novas vagas. No entanto, o saldo caiu significativamente em dezembro, fechando em **-3.645**.

Essa variação sazonal, especialmente o saldo negativo no final do ano, é um reflexo comum no setor, que vê uma alta contratação durante os meses de pico de turismo e redução após as principais temporadas de férias e festividades.

08 Saldo de Empregos por mês (2023)



FONTE: CAGED

Entre as atividades com maior saldo de contratação, destaca-se o setor de alimentação, com "Restaurantes e similares" liderando a criação de empregos, com um saldo positivo de **2.864** novas vagas.

O segmento de "Atividades de vigilância e segurança privada" também teve um desempenho notável, gerando **1.814** novos postos de trabalho. Outras áreas, como "Hotéis" (**1.318** vagas) e "Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares" (**1.277** vagas), também contribuíram significativamente para a geração de empregos no setor de turismo.

ATIVIDADES COM MAIOR SALDO DE CONTRATAÇÕES



Ao analisar o saldo de empregos no setor de turismo no Paraná, é importante observar a distribuição dos postos de trabalho por atividade. O setor de **serviços de alimentação** responde pela maior parte dos empregos, concentrando **43,12%** das vagas formais.

Em seguida, estão as atividades de **infraestrutura de apoio para eventos**, com **13,86%**, e os serviços de agenciamento, que representam **9,45%** do total. Esses números destacam o papel crucial da alimentação e da hospedagem no funcionamento do setor turístico, confirmando sua relevância na geração de empregos.

De acordo com a **RAIS (Relação Anual de Informações Sociais)**, o setor de turismo representa **7,5% dos empregos formalizados no estado**, demonstrando sua relevância para a economia paranaense.

A maioria dessas vagas (**57,4%**) está concentrada em **micro e pequenas empresas (MPEs)**, enquanto as **médias e grandes empresas (MGEs)** respondem por **38,9%**, e o setor público e organizações sem fins lucrativos somam **3,7%**.

Esses números confirmam que o turismo no **Paraná** é, em grande parte, impulsionado por negócios menores, que são fundamentais para o dinamismo e flexibilidade do setor.

Quanto à localização geográfica dos trabalhadores, a maioria dos empregados do turismo no Paraná (**61,9%**) está registrada no mesmo município em que a empresa está sediada, indicando que boa parte da mão de obra está vinculada às atividades turísticas locais.

No entanto, **33,3%** dos trabalhadores atuam em outros municípios, sugerindo uma mobilidade intermunicipal para preencher vagas em áreas com maior demanda turística. Apenas **4,8%** dos empregos estão em outras unidades da federação (UF), revelando um impacto mais restrito ao estado.

O perfil demográfico dos trabalhadores também revela nuances importantes. As mulheres são maioria no setor, representando **50,6%** da força de trabalho, enquanto os homens ocupam **49,4%** dos empregos.

Em termos de escolaridade, **63,7%** dos trabalhadores possuem ensino médio completo, seguido por **10,5%** com ensino fundamental completo e **8,1%** com nível superior. Apenas **0,3%** dos trabalhadores são analfabetos, e **1,3%** têm o ensino fundamental incompleto.

No que diz respeito à remuneração, a média salarial no setor de turismo do Paraná é de **R\$ 2.452,00** valor relativamente baixo em comparação a outros setores da economia. No entanto, alguns segmentos se destacam por oferecer salários mais elevados.

Segmentos com maior média salarial:

Guias e Operadores de Turismo	R\$ 3.975,52
Locadoras de Veículos	R\$ 3.209,37
Parques Temáticos	R\$ 2.592,35
Centros de Convenções	R\$ 2.464,79

Esses dados revelam uma significativa variação salarial dentro do setor, com profissões mais especializadas oferecendo melhores remunerações.

O crescimento do emprego no turismo do Paraná está alinhado com as tendências nacionais. Conforme o Ministério do Turismo, o setor emprega milhões de pessoas no Brasil, e o Paraná se destaca pela sua capacidade de atrair tanto turistas nacionais quanto internacionais, o que se traduz em oportunidades contínuas de trabalho.

TURISMO NO PARANÁ

O Paraná se destaca pela diversidade de atrações naturais e culturais. Com dois polos principais – Curitiba e o Litoral no leste e Foz do Iguaçu no oeste – o estado oferece ecoturismo, esportes de aventura, gastronomia variada e eventos culturais.

Foz do Iguaçu, atrai pelas famosas Cataratas, enquanto Curitiba é reconhecida pelo turismo de negócios e sua infraestrutura moderna. O turismo rural, com rotas como a Rota do Vinho, também cresce, promovendo uma experiência autêntica e em contato com a natureza.

TURISTAS ESTRANGEIROS

O fluxo de turistas internacionais tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos. Até julho de 2024, o estado recebeu 573.580 turistas estrangeiros, o que representa um aumento de 24,76% em relação ao mesmo período de 2023, quando 459.743 turistas chegaram ao estado. Esse crescimento coloca o Paraná em destaque no cenário nacional com um fluxo constante de visitantes.

Entre os estados do Sul, Santa Catarina registrou um aumento maior, com 53% a mais de turistas internacionais no primeiro semestre de 2024, mas ainda assim recebeu menos visitantes que o Paraná.

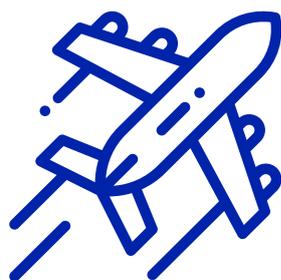
09 VIAS DE ACESSO

Grande parte dos turistas internacionais chega ao Paraná por via terrestre, especialmente pela proximidade com países como **Paraguai e Argentina**:



Vias terrestres

Em 2023, **760.109** turistas chegaram ao **Paraná**, com destaque para **Paraguai (348.124** turistas) e **Argentina (217.164** turistas).



Vias aéreas

Somaram **25.458** turistas, com a maioria vinda do **Chile (15.018** turistas), seguido da **Argentina e Uruguai**.

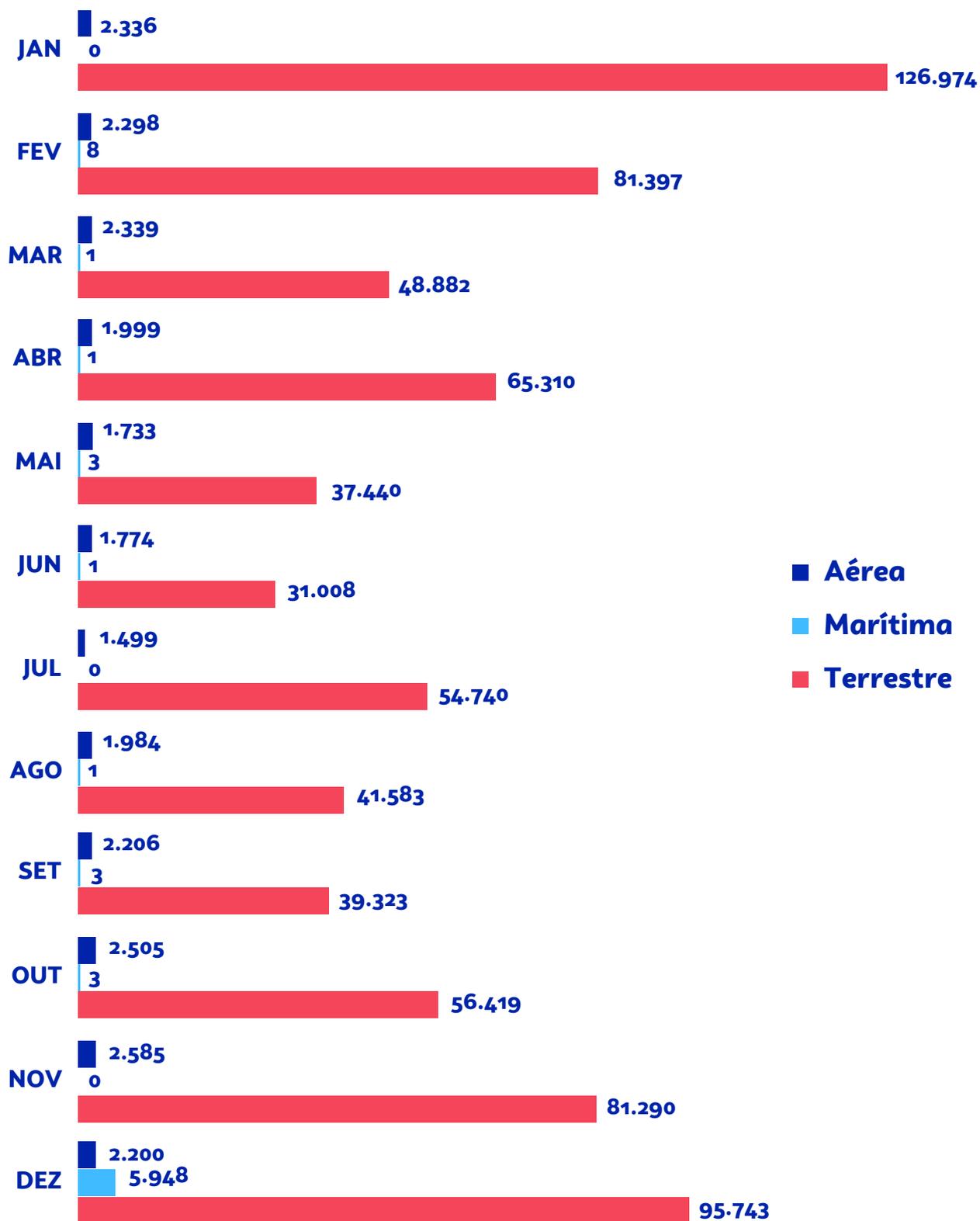


Vias marítimas

Registraram **5.969** turistas, a maioria da **Argentina (4.695** turistas), seguido por **Uruguai e Chile**.

A sazonalidade também é um fator importante para o crescimento do turismo. Em **janeiro de 2024**, por exemplo, o **Paraná** recebeu **35,2 mil** turistas internacionais a mais do que no mesmo mês do ano anterior. Já em **junho**, houve um aumento de **11,2 mil** turistas, coincidindo com o início do inverno e campanhas promocionais do Governo do Estado.

TOTAL DE CHEGADAS POR MÊS E VIAS DE ACESSO



FONTE: EMBRATUR

Além das chegadas por vias aéreas e terrestres, o fretamento rodoviário internacional desempenha um papel relevante no turismo do Paraná:

- Em 2023, foram emitidos **1.025 bilhetes rodoviários internacionais** com destino ao **Paraná**, principalmente vindos de **Paraguai (962 bilhetes)** e **Argentina (63 bilhetes)**.
- Os principais destinos de fretamento incluem **Paranaguá, Cascavel, e Curitiba**.
- A rota mais movimentada foi **Paraguai -> Foz do Iguaçu**, que representou **74,61%** dos passageiros de fretamentos internacionais, seguido por **Argentina -> Foz do Iguaçu**.

A **Embratur** aponta que as **Cataratas do Iguaçu** continuam sendo a principal atração para turistas estrangeiros. **55%** dos visitantes internacionais indicaram interesse em conhecer o local, seguido por **Copacabana**, com **54%**.

As motivações para visitar o **Brasil** variam, com **54%** dos turistas viajando a lazer e **31%** vindo para visitar familiares. O **Paraná**, com suas belezas naturais e infraestrutura turística, consegue atrair uma parcela significativa desses turistas.

Com a infraestrutura aprimorada, campanhas de promoção e a vasta oferta de atrações turísticas, o Paraná tem potencial para continuar expandindo sua base de visitantes, tanto nacionais quanto internacionais, e impulsionar ainda mais a economia local através do turismo.

Turismo Dentro do Estado: A Jornada do Turista no Paraná

Além do crescimento expressivo do turismo internacional no Paraná, a movimentação turística dentro do próprio estado também é um importante motor para a economia local.

Uma pesquisa realizada pela Secretaria de Turismo do Paraná (SETU) entre os meses de maio e junho de 2023 revelou que **78,8%** da população do estado possui o hábito de viajar, demonstrando o forte envolvimento dos paranaenses com o turismo regional.

A principal motivação dessas viagens é o lazer, com **74,9%** dos entrevistados apontando essa razão como a principal. Outros fatores que impulsionam o turismo interno incluem visitas a parentes (**14,5%**) e viagens a trabalho ou negócios (**5,2%**).

Esse perfil reflete o desejo das pessoas de explorar as belezas naturais e culturais do estado, além de participar de atividades recreativas e relaxantes.

PERFIL DO TURISTA PARANAENSE

A pesquisa também revelou detalhes sobre o perfil dos turistas que viajam pelo Paraná:

42%

das pessoas viajam acompanhadas de companheiros e filhos, destacando a relevância das viagens familiares.

67%

dos viajantes procuram por momentos de relaxamento durante suas viagens.

86%

consideram que as experiências vividas são o aspecto mais importante da viagem.

57%

estão conectados a atividades de ecoturismo ou passeios pela natureza.

O uso das redes sociais também tem um papel significativo no planejamento e descoberta de novas experiências turísticas. O **Instagram**, por exemplo, é a principal plataforma utilizada por **77%** dos turistas para conhecer novos destinos e atividades.



Preferências e Comportamento de Consumo

Os meios de hospedagem mais comuns entre os turistas que viajam pelo Paraná incluem:

Hotéis:

29,4%

dos viajantes optam por essa acomodação.

Imóveis de amigos:

20,6%

preferem se hospedar em residências de conhecidos.

Imóveis alugados:

15,2%

escolhem essa modalidade de hospedagem.

Pousadas:

14,9%

das pessoas optam por este tipo de acomodação mais acolhedora.

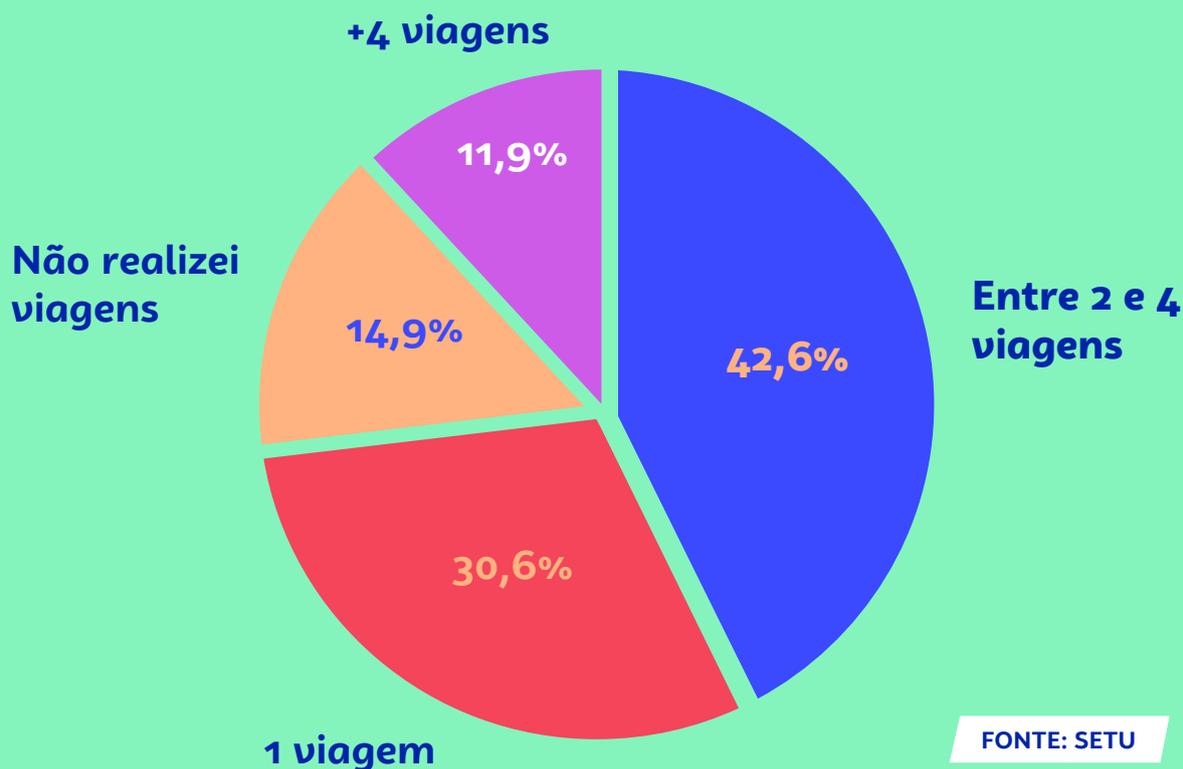
Quanto às experiências e atividades realizadas durante as viagens, a pesquisa revelou que **63%** dos turistas fazem passeios a pé pelas cidades visitadas, enquanto **46%** realizam a reserva ou compra das experiências simultaneamente com a busca por voos e hospedagens. A maioria dos turistas, **56%**, utiliza sites e aplicativos de agências de viagens online para efetuar essas reservas.

Frequência de Viagens e Planejamento

Nos últimos 12 meses (até abril de 2024), **42,6%** dos respondentes fizeram entre **duas e quatro viagens** dentro do Paraná, enquanto **30,6%** realizaram ao menos **uma viagem** no período. O planejamento dessas viagens é um ponto relevante, com quase **30%** dos viajantes realizando reservas com um mês ou mais de antecedência. **56%** dos turistas optam por adquirir experiências antecipadamente por meio de plataformas digitais, reforçando a importância da tecnologia na organização do turismo interno.



VIAGENS REALIZADAS A LAZER, NO PARANÁ NOS ÚLTIMOS 12 MESES (MAI/23-ABR/24)

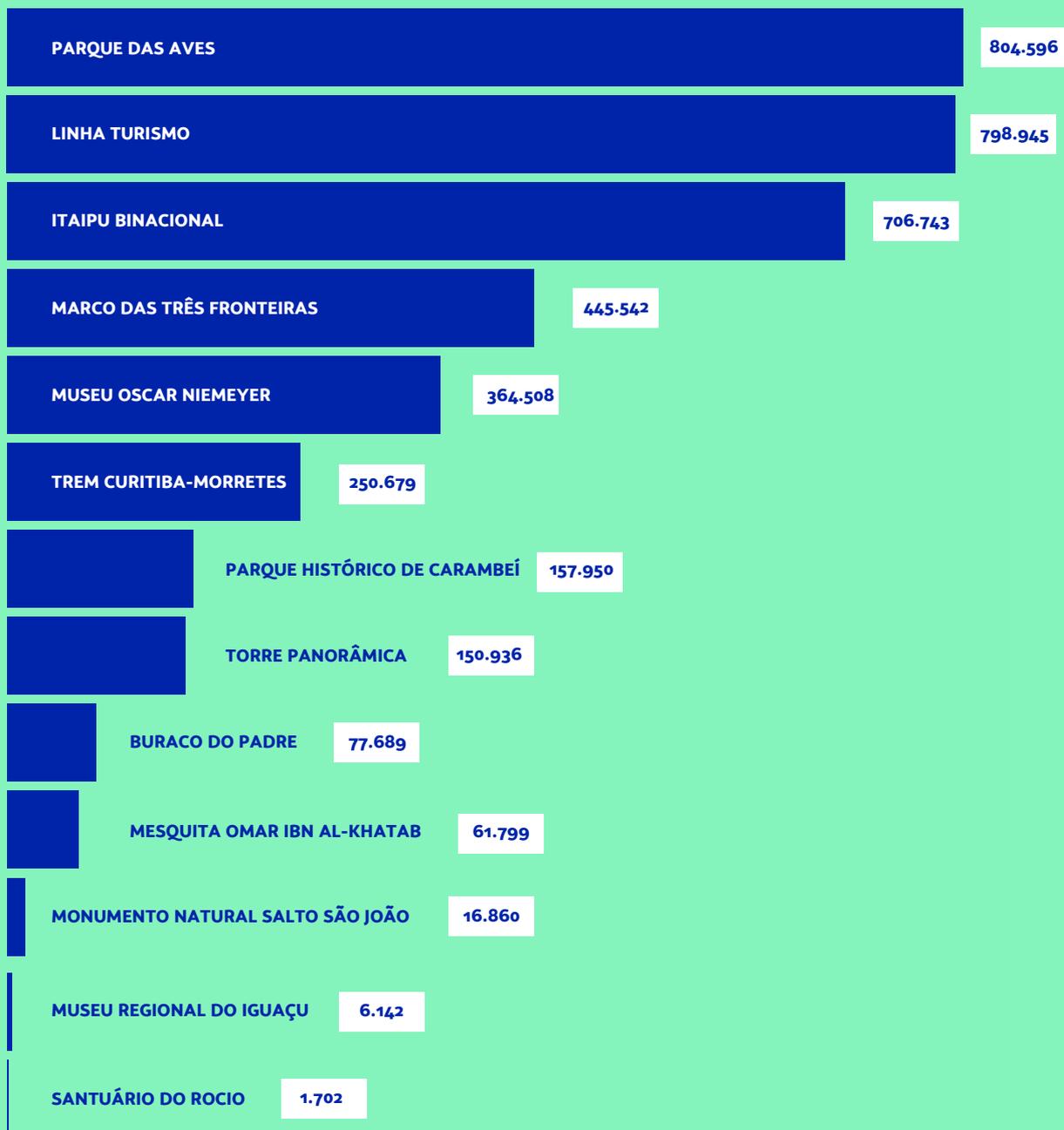


O Paraná oferece uma variedade de destinos que atraem tanto turistas locais quanto internacionais. Entre os principais atrativos turísticos do estado, destacam-se:

- Parque das Aves: **804.596 visitantes em 2023.**
- Linha Turismo: **798.945 visitantes.**
- Itaipu Binacional: **706.743 visitantes.**
- Marco das Três Fronteiras: **445.542 visitantes.**
- Museu Oscar Niemeyer: **364.508 visitantes.**
- Trem Curitiba-Morretes: **250.679 visitantes.**

Outros atrativos notáveis incluem o **Parque Histórico de Carambeí**, a **Torre Panorâmica** em Curitiba, e o **Buraco do Padre**, todos com grande apelo turístico. Esses pontos reforçam a diversidade cultural e natural do **Paraná**, que atrai turistas em busca de diferentes tipos de experiências.

VISITAÇÃO EM ATRATIVOS TURÍSTICOS NO PARANÁ EM 2023



FONTE: SETU

11 Permanência no Destino e Perfil dos Viajantes

Outro aspecto relevante no turismo dentro do **Paraná** é a permanência dos turistas nos destinos selecionados.

De acordo com dados da **Embratur**, a estadia média dos viajantes varia consideravelmente, com a maioria optando por períodos mais longos. **32,7%** dos turistas permanecem por **22 noites ou mais** no destino, enquanto **22,92%** optam por estadias de **14 a 21 noites**, o que reflete o crescente interesse por viagens de longa duração.

Essa tendência sugere que os turistas buscam aproveitar ao máximo a experiência no local, especialmente em destinos que oferecem um leque diversificado de atividades e atrações.

Para estadias mais curtas, apenas **0,32%** dos turistas permanecem por uma noite, e **1,71%** por **2 noites**, enquanto **9,36%** permanecem entre **quatro a cinco noites**. Esses números indicam que, embora haja uma parcela menor de turistas que realizam viagens mais curtas, grande parte dos viajantes tende a prolongar a estadia, o que beneficia a economia local em termos de gastos com hospedagem, alimentação e lazer.

Duração Média das Viagens

Além da permanência no destino, os dados também revelam a **duração média das viagens**, que pode incluir mais de um destino. **29,75%** dos turistas fazem viagens que duram 22 noites ou mais, enquanto **18,47%** optam por durações entre **14 e 21 noites**. As viagens com duração entre **seis a oito noites e nove a 13 noites** também são comuns, representando **12,25%** e **13,84%**, respectivamente.

Essas longas estadias sugerem que os turistas aproveitam para visitar diferentes regiões do estado em uma mesma viagem, maximizando as experiências e conhecendo mais do Paraná, um estado conhecido por sua diversidade de paisagens e atrativos.

Comportamento de Compra e Planejamento

O comportamento de compra também foi analisado pela **Embratur**, revelando que **19,33%** dos turistas compram passagens e organizam suas viagens com **120 a 364 dias de antecedência**, refletindo um planejamento detalhado e antecipado, principalmente para viagens mais longas e complexas.

Por outro lado, **1,59%** das compras são realizadas em um período de **zero a quatro dias** antes da viagem, evidenciando um público que também faz viagens espontâneas de última hora.

Em relação aos dias da semana, a sexta-feira (**15,63%**) e o sábado (**14,74%**) são os dias preferidos para realizar compras de passagens e pacotes de viagens, seguidos pela terça-feira (**14,74%**) e quinta-feira (**14,11%**).

Canais de Compra e Tamanho dos Grupos

Os canais preferidos para compra também foram analisados, com **45,47%** dos turistas utilizando **agências de viagens** para efetuar suas reservas, enquanto **27,39%** preferem comprar diretamente com as companhias aéreas.

Outros **15,65%** utilizam **agências corporativas**, e **11,5%** optam por **agências online**. Esses números demonstram a confiança que os turistas depositam nas agências para facilitar o processo de organização das viagens.

Quanto ao **tamanho dos grupos**, há uma tendência significativa de viagens em dupla ou família. A maioria das viagens é realizada por **duas pessoas**, refletindo o turismo de casal ou em pequenas famílias, com grupos de **três ou quatro pessoas** também bastante representativos. Viagens em grupo maior (de **seis a nove pessoas** ou mais de **dez pessoas**) são menos comuns, mas ainda fazem parte do perfil turístico.

12 IMPACTOS ECONÔMICOS E EMPRESARIAIS

A pesquisa empresarial realizada em **2023** sobre as atividades características do turismo no **Paraná** destaca o impacto significativo da movimentação turística na economia local, especialmente nos meses de alta temporada. **Dezembro** é o mês com maior concentração de turistas, representando **21,5%** da movimentação, seguido por **janeiro (15,8%)** e **fevereiro (10,8%)**. O período de férias escolares e de festas de fim de ano é, portanto, crucial para a sustentação do setor.

Em termos de **faturamento**, **39,9%** dos empresários perceberam um aumento em comparação com o ano anterior, apontando para uma recuperação gradual pós-pandemia. No entanto, **27,7%** relataram estabilidade no faturamento, e **19,6%** registraram uma queda, refletindo os desafios econômicos que algumas empresas ainda enfrentam.

A ocupação média mensal dos meios de hospedagem também oferece insights importantes: **22,7%** dos estabelecimentos reportaram uma taxa de ocupação entre **51% e 60%**, e **17%** tiveram uma ocupação média de **61% a 70%**, o que reforça a importância de períodos de alta temporada para garantir a sustentabilidade dos negócios turísticos.

A análise da demanda turística no litoral do **Paraná**, realizada em parceria entre a **SETU** e a **ADETUR**, trouxe um panorama detalhado sobre o perfil dos visitantes desta região.

A pesquisa revelou que a grande maioria dos turistas entrevistados, **82,8%**, são residentes do próprio estado do **Paraná**, enquanto **16,5%** são oriundos de outros estados, como **Santa Catarina (6,5%)** e **São Paulo (5%)**, além de uma pequena parcela de visitantes estrangeiros (**0,6%**), vindos de países como **Venezuela, Portugal, Inglaterra e Argentina**.

Os destinos preferidos dos turistas são distribuídos principalmente entre **Guaratuba (28,5%)**, **Matinhos (27,5%)** e **Pontal do Paraná (23,2%)**, que juntos concentram a maior parte da demanda turística. Outras localidades, como **Morretes (15%)**, e a famosa **Ilha do Mel (2,5%)**, também atraem um público significativo, sendo destinos conhecidos por sua beleza natural e oferta cultural.

PERFIL DOS TURISTAS DO LITORAL PARANAENSE

Recorrência:

85,1%

já visitaram a região antes.

Primeira vez

14,9%

dos entrevistados visitaram o litoral paranaense pela primeira vez.

Fontes de informação:

15,2%

Redes sociais: 7,9%
Recomendações de parentes/amigos: 12,2%
Conhecimento prévio do destino: 76,4%

A organização da viagem é predominantemente independente, com **97,6%** dos turistas optando por organizar suas viagens por conta própria. Apenas **1,7%** utilizaram agências de viagens, enquanto excursões e grupos responderam por **0,7%**.

Motivações dos Turistas:



• Amantes da natureza: **23,9%**



• Busca por tranquilidade e bem-estar: **20,2%**



• Viajantes recorrentes: **21,3%**



• Gastronomia local: **4,6%**



• Eventos e entretenimento: **5,1%**



Gasto

O perfil de gastos dos turistas no litoral do **Paraná** é variado e revela comportamentos interessantes de acordo com a duração da estadia. Para viagens curtas, de **um a dois dias**, a maior parte dos visitantes gasta até **200 reais** por dia (**28,5%**), sendo que uma parcela significativa também ultrapassa os **500 reais** diários (**15,1%**). Já em viagens mais longas, de três a cinco dias, o padrão de gastos permanece semelhante, com **32%** dos turistas destinando até **200 reais** por dia, e uma leve diminuição nos que gastam mais de **500 reais** (**11,7%**).

Para estadias entre **seis e dez dias**, o número de turistas que mantêm um gasto médio de até **200 reais** por dia cresce para **33,5%**, mas a proporção de gastos mais elevados também aumenta, com **18,4%** gastando acima de **500 reais**.

No caso de viagens com mais de **dez dias**, essa tendência se acentua, com **32%** dos visitantes gastando até **200 reais** e **22%** destinando mais de **500 reais** por dia. Vale ressaltar que esses valores não incluem os gastos com hospedagem.

Outro aspecto relevante é a forma de pagamento. A maioria dos turistas, **70%**, utiliza **cartão de crédito ou débito** como principal meio para suas despesas, refletindo a crescente preferência por métodos eletrônicos em detrimento do dinheiro em espécie.

Esses dados ajudam a ilustrar não apenas o perfil de consumo dos turistas no litoral, mas também a importância de entender as diferentes faixas de gasto para planejar melhor a oferta de serviços e produtos, atendendo a diferentes públicos.

14 CADASTUR

A análise das empresas registradas no **Cadastur** revela as principais atividades econômicas no setor turístico do **Paraná**, destacando uma variedade de serviços relacionados ao turismo.

No total, o sistema conta com **7.793 empresas cadastradas**, distribuídas em **349 municípios** do estado, com grande concentração em áreas específicas.

As principais atividades cadastradas no Cadastur são:



Agenciamento: **26,16%**



Serviços de Alimentação: **21,26%**



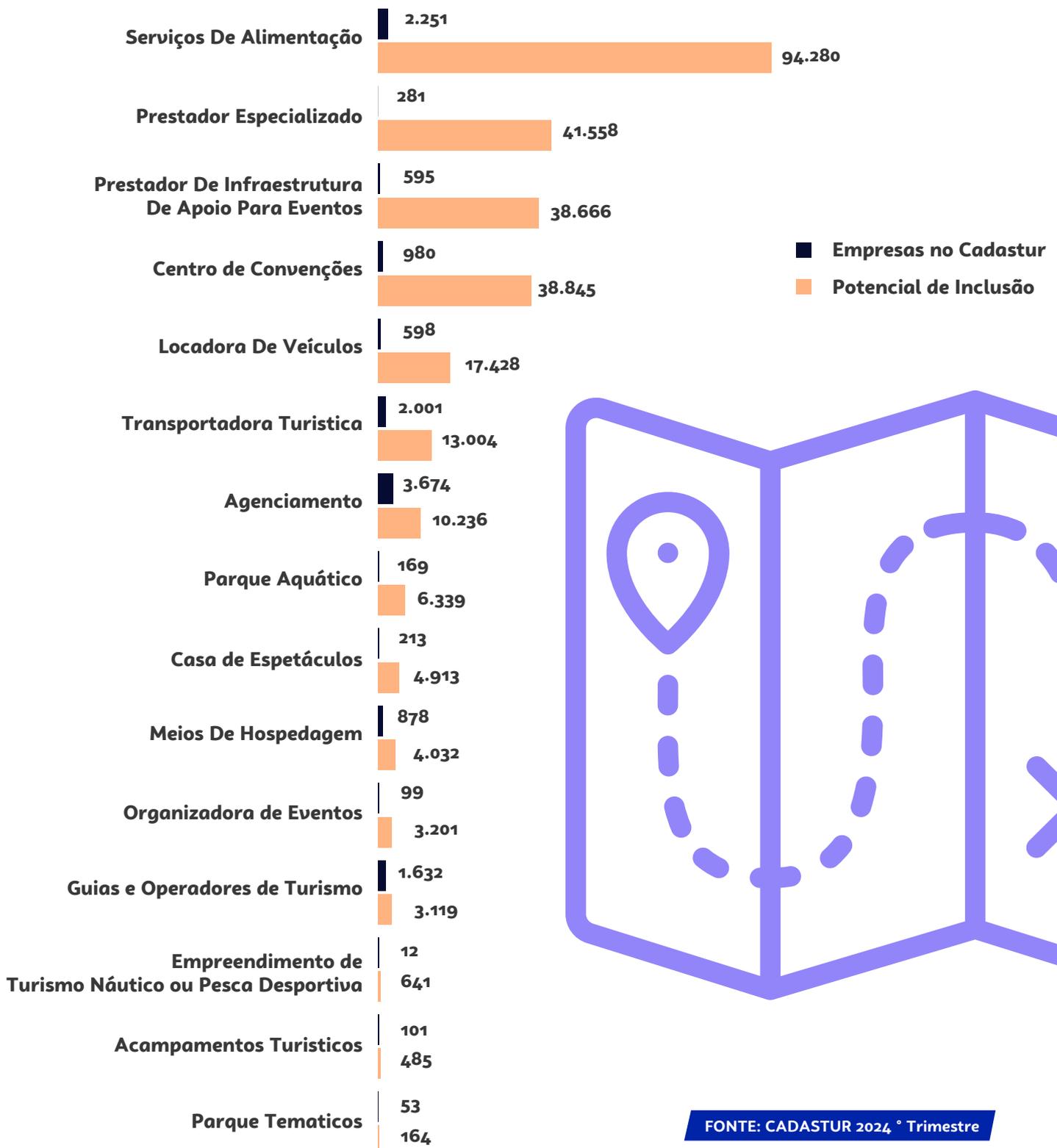
Transportadora Turística: **20,54%**



Meios de Hospedagem: **9,47%**

Esses números indicam que as atividades de agenciamento, alimentação e transporte concentram a maior parte dos registros no sistema, refletindo a importância desses setores para o funcionamento da cadeia turística no estado.

Empresas no Cadastur com Potencial para serem Incluídas por Atividade



FONTE: CADASTUR 2024 ° Trimestre

Potencial de Inclusão

Apesar de ainda haver um número relativamente baixo de empresas cadastradas no Cadastur, os dados mostram um grande potencial de crescimento na formalização de negócios ligados ao turismo no **Paraná**.

Por exemplo, nos **serviços de alimentação**, que contam atualmente com **2.251 empresas** registradas, há o potencial de incluir até **94.280 empresas**, o que representa uma oportunidade substancial de expansão. Outras atividades com alto potencial de inclusão incluem:

Prestadores especializados:

281 cadastrados, com potencial de incluir 41.558 empresas.

Prestadores de infraestrutura de apoio para eventos:

595 cadastrados, com possibilidade de incluir mais 38.666 empresas.

Centro de convenções

980 cadastrados, com um potencial de 36.845 novas inclusões.

Transportadora turística:

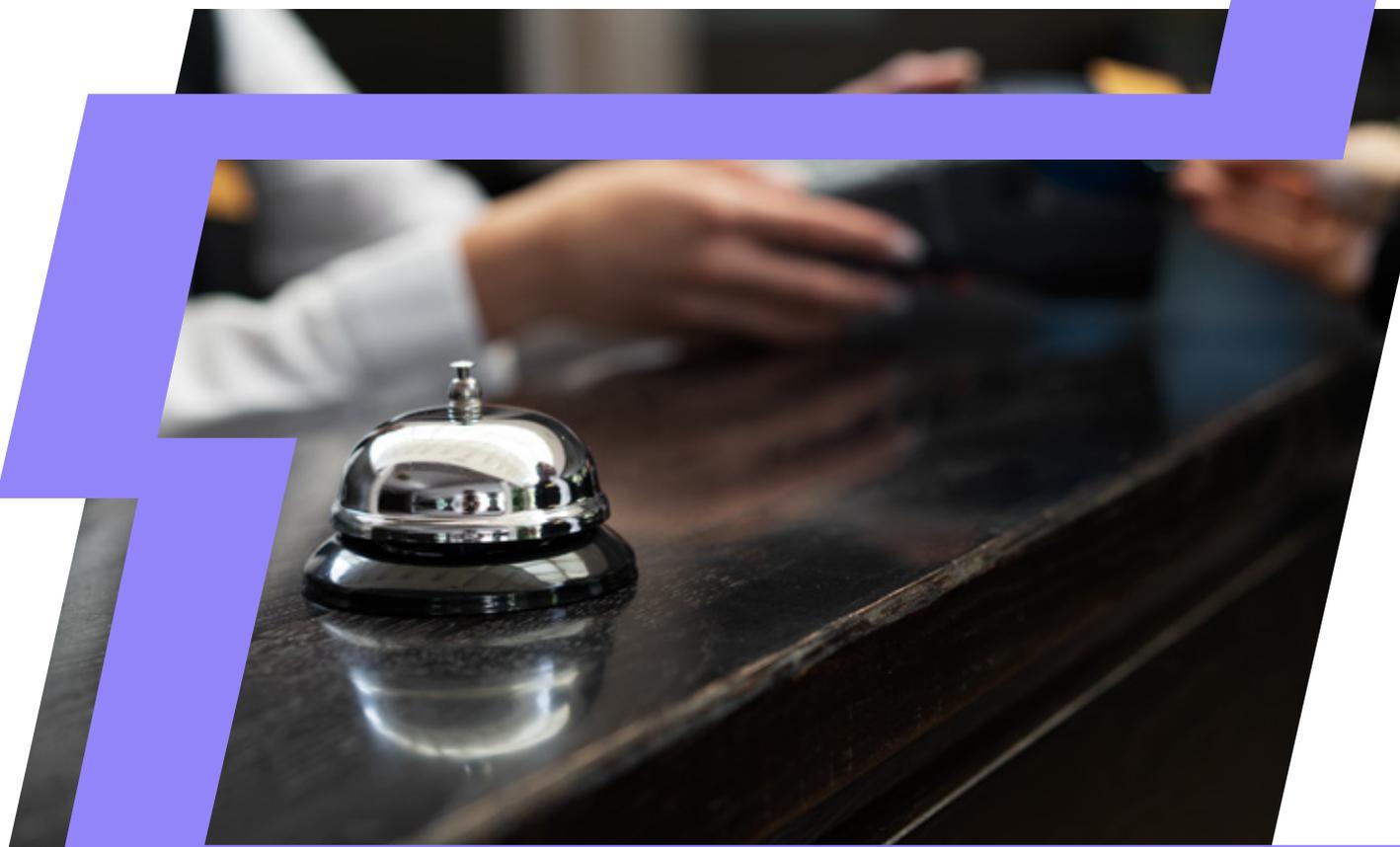
2.001 cadastrados, com um potencial de incluir 13.004 novas empresas.

Esses dados mostram que, além das empresas já registradas, há uma vasta oportunidade de formalização de novos negócios, o que contribuiria para fortalecer ainda mais o setor turístico no estado.

Hospedagem

O setor de hospedagem no **Paraná** apresenta uma ampla diversidade de estabelecimentos, com **2.002 hotéis e apart-hotéis** registrados na base da **Receita Federal**. Desses, **3.146 acomodações** estão listadas no **TripAdvisor** e **653 acomodações** na **Decolar**, indicando que muitas empresas estão cadastradas em múltiplas plataformas.

Embora esses números ofereçam uma visão robusta das opções de hospedagem no estado, eles não estão diretamente relacionados ao **Cadastur**, em que **43,86%** dos meios de hospedagem estão formalmente registrados. Esse cenário destaca o potencial para a formalização de mais empresas no sistema oficial, fortalecendo ainda mais o setor turístico.



15 SEGMENTOS DE TURISMO NO PARANÁ

O turismo é uma atividade multifacetada que pode ser categorizada de diversas formas, sendo uma das mais comuns a classificação baseada na motivação que leva os indivíduos a se deslocarem de suas localidades de origem.

Os tipos e segmentos de turismo são formas de categorizar o turismo de acordo com a motivação dos viajantes, com base no perfil da demanda, ou pela oferta de produtos e serviços específicos do destino, ambos refletindo a diversidade de interesses e atividades disponíveis para os turistas. Entre os tipos ou segmentos mais conhecidos estão:

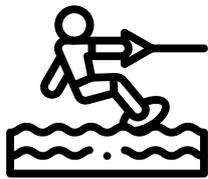


Turismo de Sol e Praia: Constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol, calor e balneários. No **Paraná**, o turismo de sol e praia acontece tanto no **Litoral do Paraná**, como às margens de rios, em todo o território estadual, em que podemos destacar cidades como **Porto Rico, Carlópolis e Ribeirão Claro**, por exemplo.

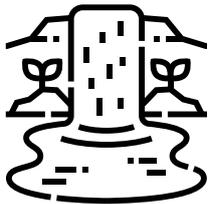


Turismo Rural (Agroturismo): Atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta como uma vivência rural e/ou que se complementa a outras motivações, tais como: Ecológica ou Ecoturismo, de Aventura, de Negócios e Eventos, de Saúde, Cultural, Esportivo. Esse tipo de turismo tem se expandido em regiões do **Paraná**, organizada como circuitos e rotas, a exemplo da **Rota do Vinho em São José dos Pinhais**, em que os visitantes podem vivenciar a produção vinícola e desfrutar da paisagem campestre.





Turismo Náutico: Caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística, majoritariamente centrado em atividades aquáticas, como a navegação e os esportes aquáticos. No **Paraná**, o **Lago de Itaipu** e as **Cataratas do Iguaçu** oferecem oportunidades únicas para a prática desse tipo de turismo, com passeios de barco e outras atividades aquáticas. paisagem campestre.



Ecoturismo: Utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. O **Parque Nacional do Iguaçu**, no **Paraná**, é um dos maiores destinos de ecoturismo do **Brasil**, com suas famosas cataratas e biodiversidade única.



Turismo de Aventura: Compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo. Destinado aos que buscam adrenalina e atividades físicas intensas, como escaladas, trilhas e rafting. Caminhadas e rapel em Antonina e região dos **Campos Gerais**, no **Paraná**, oferecem locais propícios para essas atividades, como o **Cânion Guartelá**, um dos maiores do **Brasil**.



Turismo Esportivo: Relacionado à prática ou ao acompanhamento de eventos esportivos de caráter competitivo. No **Paraná**, as maratonas em **Curitiba** atraem não só competidores, mas também espectadores que movimentam a economia local.





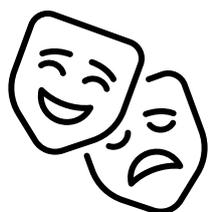
Turismo de Estudos e Intercâmbio: Constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional, envolvendo viagens com o propósito de adquirir conhecimento. O **Paraná**, com suas universidades renomadas, como a Universidade Federal do Paraná (UFPR), recebe muitos estudantes de outras regiões e até do exterior.



Turismo de Compras: Atraído pelas compras, em que o destino oferece produtos ou mercados de interesse. A cidade de **Cianorte**, é conhecida como a “Capital do Vestuário” e é um dos maiores polos atacadistas do Sul do Brasil e por isso atrai um grande fluxo de visitantes. Destacam-se também feiras locais, como a do Largo da Ordem em **Curitiba**, em que visitantes podem comprar artesanato local, roupas, e lembranças feitas por artesãos paranaenses, são exemplos de atrativos turísticos que atraem consumidores de diversas regiões.



Turismo de Negócios e Eventos: compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. Inclui a participação em feiras, congressos e conferências. Este é o tipo de turismo que motiva o maior fluxo de turistas no estado do Paraná. Destacam-se os destinos que se caracterizam como polos regionais urbanizados, como **Curitiba**, a capital do estado, e as cidades de **Ponta Grossa, Cascavel, Maringá, Londrina, São José dos Pinhais e Pato Branco**, que são palco de reuniões corporativas e sede de eventos de relevância nacional e internacional.



Turismo Cultural: compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Este tipo envolve o interesse em um destino por monumentos, museus, teatros e festivais, por exemplo. O centro histórico da cidade da **Lapa** conta com 258 construções históricas tombadas pelo patrimônio nacional. São várias quadras que dão ao visitante a impressão de voltar ao passado.



Turismo Gastronômico: É movido pelo desejo do turista de explorar a culinária local, seja ela típica ou de excelência. Quando são preservados os princípios da tipicidade e de identidade local, pode também estar integrado ao Turismo Cultural. O **Paraná**, com sua diversidade cultural, oferece uma rica experiência gastronômica, desde o barreado, prato típico do litoral, até o consumo de erva-mate, muito comum na região.



Turismo Religioso: Voltado para a realização de viagens motivadas por fé, devoção, interesse espiritual ou mesmo por aspectos culturais. Esse tipo de turismo envolve visitas a locais sagrados e monumentos como templos, santuários, igrejas, mesquitas, sinagogas e outros espaços de importância religiosa, bem como a participação em eventos, festividades e rituais ligados a práticas religiosas. Em **Ponta Grossa**, no **Paraná**, o Santuário de Nossa Senhora das Brotas e o Santuário de Santa Rita de Cássia em **Lunardelli** são destinos conhecidos para os fiéis que buscam peregrinação.



Turismo de Saúde e Bem-estar: Movido pela busca das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos, estéticos de bem-estar, descompressão ou desconexão. Estâncias como as Termas de Jurema, na cidade de **Iretama**, e o Spa Lapinha, na **Lapa**, oferecem uma combinação de lazer e cuidados com a saúde, sendo um destino popular para aqueles que procuram relaxamento e terapias.

O **Paraná**, com sua diversidade geográfica e cultural, exemplifica bem como esses diferentes tipos de turismo se manifestam. O estado oferece uma ampla gama de atrações que atendem às variadas motivações dos turistas, desde aqueles em busca de lazer até os que procuram experiências mais específicas, como o ecoturismo e o turismo de negócios.



16 TENDÊNCIAS

O turismo está passando por grandes transformações à medida que os viajantes buscam experiências mais personalizadas, imersivas e tecnológicas. Além disso, preocupações com sustentabilidade, inclusão e o impacto do turismo no bem-estar pessoal têm moldado o setor. Em 2024, espera-se um foco ainda maior em inovação digital, flexibilidade e experiências culturais autênticas. A seguir, destacamos as principais tendências que moldarão o futuro do turismo, com exemplos práticos e dados do mercado global.

Turismo Personalizado e Inteligência Artificial: Com o aumento das expectativas dos consumidores, há uma demanda crescente por experiências personalizadas no turismo. De acordo com a McKinsey, 76% dos viajantes relatam frustração quando não recebem ofertas personalizadas. A inteligência artificial (IA) e a análise de dados têm desempenhado um papel crucial nesse processo, permitindo a criação de roteiros ajustados às preferências individuais em tempo real. A plataforma Roterin, por exemplo, oferece roteiros personalizados com base em preferências individuais, detalhando informações como custo, avaliações e duração das atividades. Já a Globalbot utiliza chatbots com IA conversacional para oferecer atendimento 24 horas, ajustando as interações de acordo com o perfil do cliente.

Microviagens e Turismo de Proximidade: Durante a pandemia, viagens curtas e próximas, conhecidas como microviagens, ganharam popularidade e continuam sendo uma opção preferida. Esse tipo de escapada, geralmente de fim de semana ou “bate e volta”, se consolidou como uma tendência duradoura. O conceito de bleisure (que combina viagens de negócios com lazer) também segue em alta, com 89% dos viajantes de negócios aproveitando a oportunidade para fazer turismo no destino. Empresas como a Empirace têm se especializado na criação de roteiros personalizados para esses viajantes, enquanto o aplicativo Secret City Trails transforma cidades em experiências interativas de descoberta por meio de passeios gamificados.



Digitalização e Tecnologia no Turismo: A digitalização do setor turístico tornou-se fundamental para a adaptação e sobrevivência das empresas. Ferramentas como assistentes virtuais e aplicativos de reservas automáticas revolucionaram a experiência de viagem. Segundo a Travelport, 56% dos viajantes preferem interações digitais durante suas viagens. A plataforma Omnibees integra sistemas de reservas, permitindo que empresas de turismo gerenciem dados e pagamentos de forma centralizada. Além disso, a Borrow a Boat aceitando criptomoedas, facilita transações digitais em diversas regiões do mundo.

Nômades Digitais e Flexibilidade de Trabalho: O número de nômades digitais aumentou em 49% entre 2019 e 2020, segundo relatório da MBO Partners, e continua a crescer com a ampliação do trabalho remoto. Esses profissionais procuram destinos que ofereçam boa conectividade e espaços adaptados para trabalho. A rede Selina, por exemplo, oferece planos de assinatura que permitem que nômades digitais reservem estadias flexíveis em suas unidades ao redor do mundo. Já o programa Rio Digital Nomads, no Rio de Janeiro, certifica hotéis e coworkings preparados para receber essa nova classe de trabalhadores.

Turismo Sustentável e Inclusivo: A sustentabilidade é uma prioridade crescente para os viajantes. Segundo a Booking.com (2023), 69% dos turistas optam por acomodações ecológicas, e 65% preferem estabelecimentos com selos de sustentabilidade. O selo Sustainica reconhece acomodações que seguem práticas sustentáveis, enquanto o projeto Curta Curitiba na Palma da Mão promove a inclusão de pessoas com deficiência visual em atrações turísticas, reforçando o turismo inclusivo.

Turismo Autêntico e Imersivo: A busca por experiências culturais genuínas tem motivado o crescimento do turismo imersivo. De acordo com a American Express Travel, 89% dos turistas preferem vivências que envolvem a cultura local. A Backstreet Academy conecta viajantes com moradores locais para experiências autênticas, como aprender a pescar ou cozinhar pratos regionais. O aplicativo Spottedbylocals facilita a exploração de cidades fora dos circuitos turísticos tradicionais, oferecendo dicas de nativos.

Flexibilidade nas Viagens: A pandemia ressaltou a importância de políticas de viagem flexíveis, como reservas adaptáveis e opções de cancelamento sem penalidades. Empresas como a Backroads oferecem viagens multigeracionais, com flexibilidade para atender diferentes faixas etárias e preferências. O Hotelgift permite a compra de cartões-presente que podem ser usados em mais de 500 mil hotéis globalmente, oferecendo uma experiência de agendamento flexível. Já o Scandic Hotels e o Wheel the World fornecem informações detalhadas sobre acessibilidade, facilitando a busca por acomodações inclusivas.

Turismo Gastronômico: O turismo gastronômico continua a crescer, com um mercado estimado em US\$ 126,28 bilhões entre 2022 e 2027, de acordo com a Technavio. Os turistas estão cada vez mais interessados em explorar a cultura local por meio da culinária, buscando experiências únicas. O The Argentina Experience oferece aulas sobre a preparação de empanadas e degustação de vinhos, enquanto o restaurante O Jardineiro, em Curitiba, proporciona uma imersão na história da gastronomia do Paraná. O site HappyCow também facilita o turismo gastronômico vegano, conectando turistas a restaurantes que atendem suas preferências alimentares ao redor do mundo.

Turismo Espacial: O turismo espacial está se tornando uma realidade, com empresas como SpaceX e Blue Origin oferecendo viagens suborbitais para passageiros civis. O mercado de turismo espacial está projetado para crescer significativamente nos próximos anos, proporcionando novas formas de explorar além da Terra. A Virgin Galactic já vende bilhetes para essas viagens, oferecendo aos turistas a chance de experimentar gravidade zero e vistas inéditas do espaço.



Turismo com foco em bem-estar para animais de estimação (Spa Pet):

Acompanhando a tendência de humanização dos pets, o turismo pet-friendly está se expandindo rapidamente. Hotéis e resorts oferecem agora spas e serviços exclusivos para animais de estimação, incluindo tratamentos de beleza, massagens relaxantes e até programas de atividades físicas para os companheiros de viagem. Isso garante que os viajantes possam desfrutar de suas férias enquanto seus pets recebem cuidados e mimos de alto padrão.

Turismo Regenerativo: Diferente do turismo sustentável, que foca em minimizar o impacto negativo das viagens, o turismo regenerativo tem como objetivo restaurar e revitalizar os destinos visitados. A ideia é que os turistas contribuam ativamente para a recuperação ambiental e social das comunidades locais. Por exemplo, atividades como o plantio de árvores, restauração de ecossistemas e envolvimento em projetos comunitários são oferecidas por operadoras de turismo que promovem esse conceito. A conscientização ambiental crescente tem levado mais viajantes a buscar essas experiências transformadoras.

Turismo Gastronômico com foco em sustentabilidade: Além da alta gastronomia tradicional, o turismo de luxo está incorporando experiências que promovem a sustentabilidade. Viagens gastronômicas agora incluem visitas a fazendas orgânicas, colheitas de ingredientes locais e preparo de pratos que valorizam a produção sustentável. Restaurantes de renome mundial estão oferecendo menus que refletem a sazonalidade dos produtos e a valorização das comunidades locais. A atenção à origem dos alimentos e ao impacto ambiental do consumo é uma prioridade para esse novo perfil de turista.

Turismo Educacional: A busca por aprendizado contínuo e desenvolvimento pessoal tem impulsionado o turismo educacional. Essa tendência envolve a combinação de viagens com oportunidades de aprendizado, como cursos de culinária em um destino específico, workshops de arte e história, ou até mesmo experiências de imersão em idiomas. Universidades e empresas de turismo já estão oferecendo pacotes que integram essas vivências, unindo o lazer com o aprendizado profundo de uma nova habilidade ou cultura.

Turismo de longevidade: O bem-estar e a saúde estão cada vez mais no centro das viagens. Uma tendência que cresce é o turismo de longevidade, com destinos que oferecem programas focados em práticas que promovem o envelhecimento saudável. Resorts como o Sha Wellness Clinic, na Espanha, estão desenvolvendo tratamentos específicos que incluem medicina preventiva, terapias regenerativas e planos de nutrição avançada, atraindo um público interessado em prolongar sua qualidade de vida.

Turismo de Experiências Virtuais: A tecnologia continua a moldar o turismo, e as experiências virtuais estão em crescimento. Mesmo com a reabertura de fronteiras, o turismo virtual se mantém como uma alternativa para aqueles que desejam explorar o mundo sem sair de casa. Museus, atrativos turísticos e até eventos culturais estão investindo em plataformas de realidade virtual, em que os usuários podem vivenciar exposições e passeios virtuais. Isso oferece uma opção conveniente e segura para explorar destinos remotos ou de difícil acesso.

Turismo Dark: A busca por aprendizado contínuo e desenvolvimento pessoal tem impulsionado o turismo educacional. Essa tendência envolve a combinação de viagens com oportunidades de aprendizado, como cursos de culinária em um destino específico, workshops de arte e história, ou até mesmo experiências de imersão em idiomas. Universidades e empresas de turismo já estão oferecendo pacotes que integram essas vivências, unindo o lazer com o aprendizado profundo de uma nova habilidade ou cultura.

O setor de turismo no Paraná revela um ambiente dinâmico e em crescimento, caracterizado por uma sólida base de empresas estabelecidas e uma entrada constante de novas iniciativas. A importância econômica do setor é evidente através da geração de empregos e da diversidade de perfis de turistas. Apesar dos desafios, a resiliência e a capacidade de adaptação do setor sublinham seu papel essencial na economia local e seu potencial para continuar atraindo visitantes e impulsionando o desenvolvimento regional.

FONTES

American Express Travel

Booking.com

Guia de tendências – Especial turismo 2023

IBGE

McKinsey

Ministério do Turismo

Mundo educação

McKinsey

Technavio

Travelport

Turismo e o Impacto na Economia - Mariana Aldrigui

Você tem interesse em empreender neste segmento de negócio?

Já atua neste segmento e busca crescer cada vez mais?

Seja qual for a sua necessidade, o Sebrae Paraná **IMPULSIONA** o seu negócio!



ACESSE WWW.SEBRAEPR.COM.BR

FALE CONOSCO 0800 5700800



