



# Paraná Turístico 2026

*Pacto para um destino inteligente*



**Paraná**  
**Turístico**  
**2026**

*Pacto para um destino inteligente*





# INTRODUÇÃO

No ano em que comemoramos o Centenário do Turismo no Paraná (1916-2016) lançamos o masterplan - direcionamento estratégico Paraná Turístico 2026: pacto para um destino inteligente e convocamos a todos a serem agentes desta transformação! Oriundo da necessidade de atualização do Plano de Turismo do Estado do Paraná 2012-2015, surgiu da criação no âmbito do CEPATUR - Conselho Paranaense de Turismo, do Grupo de Estudos Pró-Planejamento Decenal do Turismo do Paraná, coordenado por uma Comissão Técnica dele proveniente, responsável por definir a metodologia, os recursos, parceiros e ações para sua elaboração.

Como produto de um processo de construção conjunta e pactuada entre o poder público, iniciativa privada e a sociedade civil do Estado e das

regiões turísticas, esse documento segue a Política de Turismo do Paraná (Lei nº 15.973/2008), se constituindo em um instrumento estratégico participativo direcionador de esforços em longo prazo, com uma visão de futuro desafiadora, objetivos, estratégias, macroprogramas e metas a serem atingidos, a partir de uma gestão voltada para promover uma mudança no turismo paranaense, no horizonte temporal de 2016 a 2026, que zele pela sua aplicação prática baseada nos princípios da sustentabilidade, no alinhamento institucional, em orçamentos adequados, em comunicação interna e externa eficazes, e, sobretudo no uso racional do nosso patrimônio, estabelecendo um verdadeiro Pacto para construir um destino turístico inteligente.

# ELABORAÇÃO

Para elaboração deste plano estabeleceu-se uma metodologia dentro de um enfoque estratégico participativo que segue descrita. Salienta-se que foram consideradas como base 3 ativos do Estado na área de turismo:

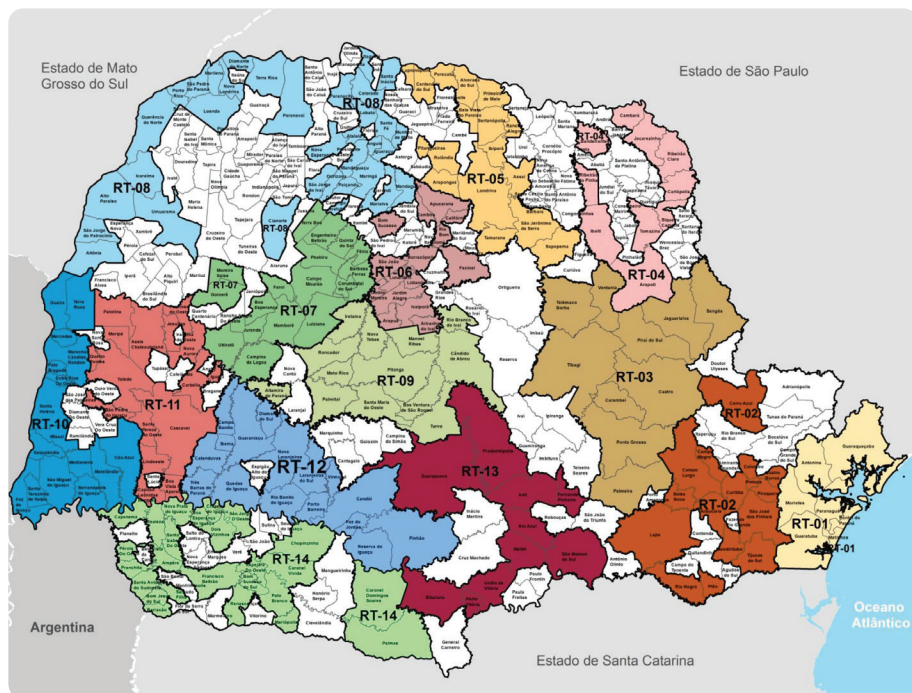
# A POLÍTICA DE TURISMO DO PARANÁ (LEI Nº 15.973/2008)

## COM SEUS PRINCÍPIOS E EIXOS ESTRATÉGICOS



# B A REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO DO PARANÁ
















## COM OFERTA TURÍSTICA DISPONIBILIZADA EM SUAS 14 REGIÕES TURÍSTICAS



Fonte: Paraná Turismo (2016) / Base Cartográfica (ITCG 2014)

### REGIÕES TURÍSTICAS DO PARANÁ

#### REGIÕES TURÍSTICAS

- |   |  |
|---|--|
|  RT-01 Litoral do Paraná                 |  RT-09 Entre Morros e Rios                              |
|  RT-02 Rotas do Pinhão                   |  RT-10 Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu |
|  RT-03 Campos Gerais                     |  RT-11 Riquezas do Oeste                                |
|  RT-04 Norte Pioneiro                    |  RT-12 Lagos e Colinas                                  |
|  RT-05 Norte do Paraná                   |  RT-13 Terra dos Pinheirais                             |
|  RT-06 Vale do Ivaí                      |  RT-14 Vales do Iguaçu                                  |
|  RT-07 Ecoaventuras Históricas e Sabores |  Não aderiu   |
|  RT-08 Corredores das Águas              |  |



**C** A MARCA PARANÁ



# Paraná



# Paraná

**CRIAÇÃO E APROVAÇÃO** - 2008 pelo então Conselho Paranaense de Turismo.

**UTILIZAÇÃO** - na promoção do Destino Paraná e de seus produtos e serviços turísticos e para construção da imagem.

**REPRESENTAÇÃO GRÁFICA** - baseada na árvore-símbolo do Paraná - *Araucaria Angustifolia*, conhecida como Pinheiro-do-Paraná, com o movimento ascendente da sua copa transmitindo a sensação de alegria, elevação, leveza e positivismo, conceito que traduz o turismo e inspira seu colorido e formação gráfica. (Fonte: Manual de Uso da Marca Paraná, 2008).

# ESQUEMA METODOLÓGICO

## A METODOLOGIA DIVIDIU-SE EM 3 FASES DE TRABALHO:

### FASE 1

#### Planejamento Metodológico e Mobilização

- Oficina de Planejamento Participativo - CEPATUR;
- Pesquisas: O que queremos para o Paraná Turístico - 2026 ;
- Definição de Metodologia e Plano de Trabalho, com validação pelo CEPATUR;
- Elaboração de Resumo Executivo;
- Pesquisa junto aos membros do CEPATUR para avaliação do Plano de Turismo do Estado do Paraná 2012-2015;
- Análise de planos e documentos referenciais (Estaduais, Nacionais e Internacionais);
- Identificação das principais tendências do turismo mundial e definição dos eixos de ação;
- Realização do Seminário Paraná Turístico 2026 - Construindo o Futuro que Desejamos (evento que mobilizou 166 participantes);
- Discussão sobre indicadores econômicos de turismo junto ao IPARDES;
- Criação de página no Facebook - Paraná Turístico 2026.

PERÍODO DE REALIZAÇÃO:  
**JULHO/2015 A MARÇO/2016**

## FASE 2

### Planejamento Participativo e Análise Situacional

- 1 Oficina com pesquisadores e especialistas em Turismo no Paraná;
- 14 Oficinas nas Regiões Turísticas do Paraná;
- 1 Oficina com representantes das Federações do setor e Sistema S;
- 1 Oficina com representantes de Órgãos Públicos afins ao Turismo;
- 1 Grupo Focal com Operadoras BRAZTOA em São Paulo (principal origem dos fluxos turísticos para o Paraná);
- 7 Grupos Focais com Instituições representativas das atividades turísticas do setor (hospedagem, alimentação, eventos, transporte, agenciamento, guias de turismo, jornalistas);
- Elaboração do Diagnóstico Estratégico Situacional do Turismo;
- Subsídios para Visão de Futuro;
- Elaboração de estudo sobre personas / perfil do consumidor de turismo do Paraná (visão 2026).

PERÍODO DE REALIZAÇÃO:  
**MARÇO A AGOSTO/2016**

# FASE 3

## Planejamento Estratégico e Operacional

- 1 Painel com especialistas;
- Definição dos objetivos, estratégias, macroprogramas, indicadores e metas, gestão;
- Estruturação de documento para consulta pública;
- Realização e análise de consulta pública on line;
- Estruturação de resumo e documento final;
- Apresentação e validação pelo CEPATUR;
- Lançamento oficial - 27 de setembro.

PERÍODO DE REALIZAÇÃO:  
**AGOSTO A SETEMBRO/2016**

TOTAL DE PARTICIPANTES: **655**  
SEMINÁRIO PARANÁ TURÍSTICO 2026: **166**  
OFICINAS E GRUPOS FOCAIS: **439**  
CONSULTA PÚBLICA: **50**

# EIXOS ESTRATÉGICOS

O desenvolvimento do Turismo no Paraná no horizonte 2016-2026 será orientado por 3 eixos estratégicos de ação, definidos com base na Política Estadual de Turismo e na análise de diversos documentos relacionados ao tema, entendendo que tais eixos possuem transversalidades e complementaridades entre si.

Desenvolver o turismo por meio de um planejamento estratégico e integrado, articulado e incorporado às políticas dos vários setores interdependentes, compatibilizando-o às questões federais, macrorregionais, estaduais e municipais e disseminando-o como uma atividade que contribui para o desenvolvimento econômico e social, a conservação ambiental, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos existentes, incentivando investimentos baseados em estudos e pesquisas quantitativas e qualitativas.



Desenvolver, ampliar, qualificar e dinamizar a oferta turística – atrativos, equipamentos, serviços e infraestrutura – disponibilizada pelo poder público e pela iniciativa privada, qualificando-a dentro de padrões de excelência que possibilitem maior competitividade nos diferentes mercados.

Fomentar e promover o destino Paraná e seus produtos turísticos nos mercados nacionais e internacionais, através de ações de divulgação e comercialização inovadoras que propiciem uma maior acessibilidade do Estado aos consumidores efetivos e potenciais.

Paralelo aos eixos estratégicos também foram definidos os seguintes enfoques e temas balizadores do processo de construção do Paraná Turístico 2026:

- ➔ • **TERRITORIAL** – enfoque regional e de ambiente positivo para negócios.
- ➔ • **EXCELÊNCIA** – enfoque nas pessoas físicas e jurídicas;
- ➔ • **POSICIONAMENTO** – enfoque nos destinos e produtos;
- **SUSTENTABILIDADE** – enfoque na mobilização, articulação, integração e gestão.

**TENDÊNCIAS  
- CHAVES  
PARA O  
PARANÁ  
TURÍSTICO  
2026**



A partir da análise criteriosa de diversos estudos e pesquisas sobre tendências no setor de turismo, em nível mundial e nacional e das sugestões oriundas dos especialistas e da consulta pública, foi possível identificar tendências-chaves para o Paraná Turístico 2026, que levam em conta a capacidade de influência ao longo do tempo, a amplitude social e econômica e a transversalidade de tais tendências para o destino Paraná, no horizonte de 10 anos.

- Influência estratégica da definição dos perfis de consumidores;
- Consumidor exigente em busca de sustentabilidade e experiências de qualidade;
- Predominância do uso das tecnologias de informação e comunicação;
- Capital humano como elemento diferenciador;
- Crescimento e regulação da economia colaborativa;
- Conhecimento da demanda e seu monitoramento;
- Turismo realizado de forma experiencial e slow;
- Destinos turísticos inteligentes como paradigma de gestão;
- Mudanças climáticas;
- Definição estratégica de segmentos e produtos.



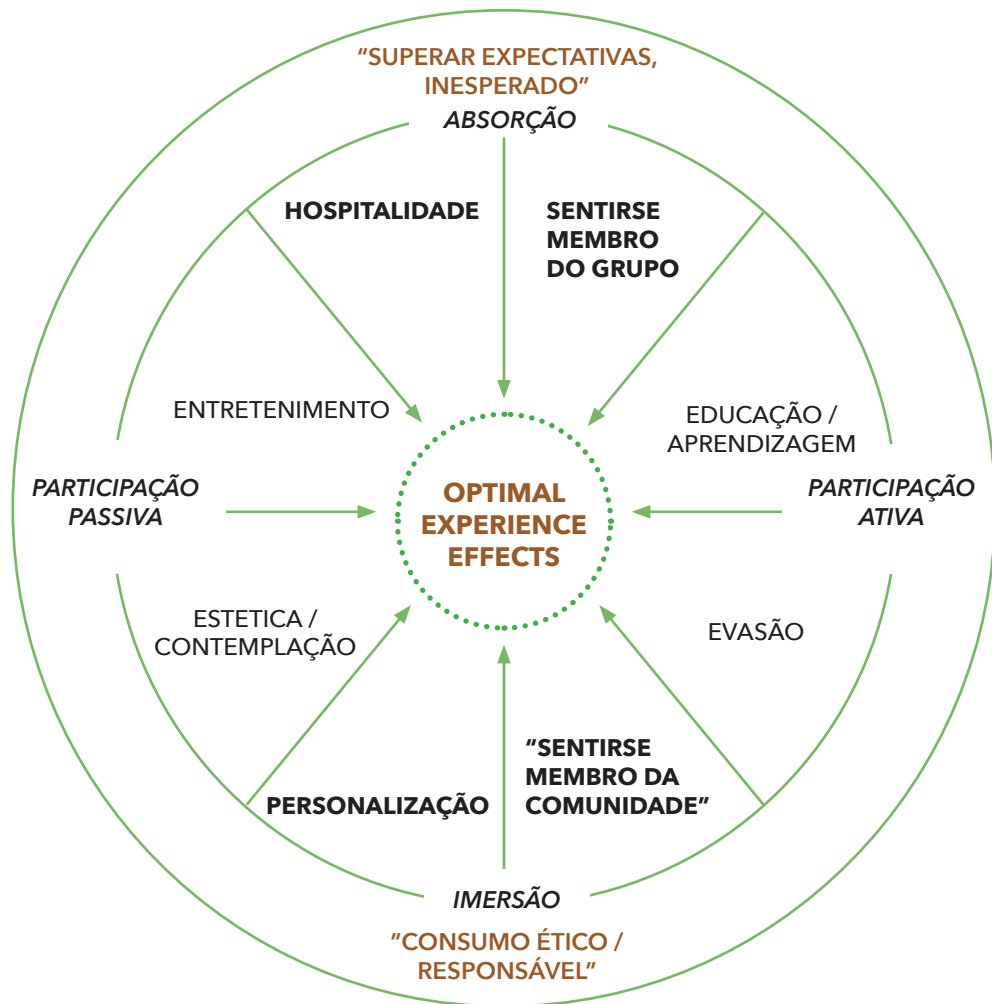
# **PERFIS DA DEMANDA TURÍSTICA 2026**

O comportamento de consumo dos visitantes envolve, em sua abrangência, motivações e decisões na escolha de um destino turístico, mas durante a estadia neste destino, tal comportamento é um aspecto relevante nas experiências turísticas. Cabe ressaltar que este comportamento de consumo está relacionado com as experiências e as atitudes dos visitantes em relação ao espaço urbano / rural / natural, de forma emocional e racional.

Como estratégias para o desenvolvimento de produtos para consumidores com estas características pode-se destacar a importância da mobilização e sensibilização de todos os atores relacionados à atividade turística, visando o desenvolvimento de produtos experienciais; a qualificação da oferta de hotéis, bares, restaurantes, comércio e outros serviços relacionados ao turismo, a conformação e comercialização de produtos turísticos experienciais de qualidade, competi-

tivos e que atendam e satisfaçam os segmentos de demanda desejados. As principais oportunidades para produtos que atendam estas características residem em que a demanda turística está buscando cada vez mais uma paisagem natural e/ou cultural bem cuidada/conservada, o lazer desde uma perspectiva de sociabilização e integração cultural e o aprendizado, considerado como resultado de uma experiência turística positiva e enriquecedora. Observa-se que esta experiência perpassa a emoção e deve ser bem elaborada; para tanto, tem-se o desafio do planejamento da atividade turística, devendo seguir um roteiro prévio como compreensão do local, busca de elementos relevantes, seleção de atrativos, montagem de técnicas interpretativas, apresentação, gestão, posicionamento e renovação permanente dos produtos de forma inovadora e criativa.

## DOMÍNIOS DA EXPERIÊNCIA AMPLIADOS



Fonte: MODY, M. (2016) Creating Memorable Experiences: How hotels can fight back against Airbnb and other sharing economy providers. Boston Hospitality Review, v. 4, n. 1, p. 1-9.

Os perfis de demanda, abaixo relacionados, foram identificados a partir da construção de “personas” divididas em 4 grupos representativos dos possíveis turistas consumidores do destino turístico Paraná em 2026, e consideraram os conceitos básicos da Economia da Experiência, de Pine II e Gilmore (1999).

<b>GRUPOS</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES</b>
<b>EVASÃO</b>	Buscadores de experiências de negócios	Negócios, Eventos Comerciais, Técnicos e Científicos, Integração e Desenvolvimento Profissional
	Buscadores de experiências de meio urbano	Ambiente Urbano, Cultura, Compras, Gastronomia, Entretenimento e Saúde
	Buscadores de experiências de esportes	Esportes, Náutica, Aventura e Pesca
<b>APRENDIZAGEM/ EDUCAÇÃO</b>	Buscadores de experiências de cultura	Cultura, História, Gastronomia e Eventos
	Buscadores de experiências de natureza	Aventura e Ecoturismo
<b>ENTRETENIMENTO</b>	Buscadores de experiências de lazer	Sol, Praia e Lazer
	Buscadores de experiências de saúde	Saúde e Qualidade de Vida
<b>ESTÉTICA/ CONTEMPLAÇÃO</b>	Buscadores de experiências de amizade	Visita a Familiares e Amigos
	Buscadores de experiências de meio rural	Rural, Gastronomia, Compras e Enoturismo
	Buscadores de experiências de fé	Religiosidade e Desenvolvimento Pessoal

## EVASÃO

O turista com este perfil gosta de sentir-se membro da comunidade com quem está tendo contato, relacionando-se ativamente, interagindo. Esperam mudar a situação atual, a realidade, se desenvolver. Fica imerso nas atividades e situações que lhe são propostas, com participação ativa durante toda a experiência.

## APRENDIZAGEM/EDUCAÇÃO

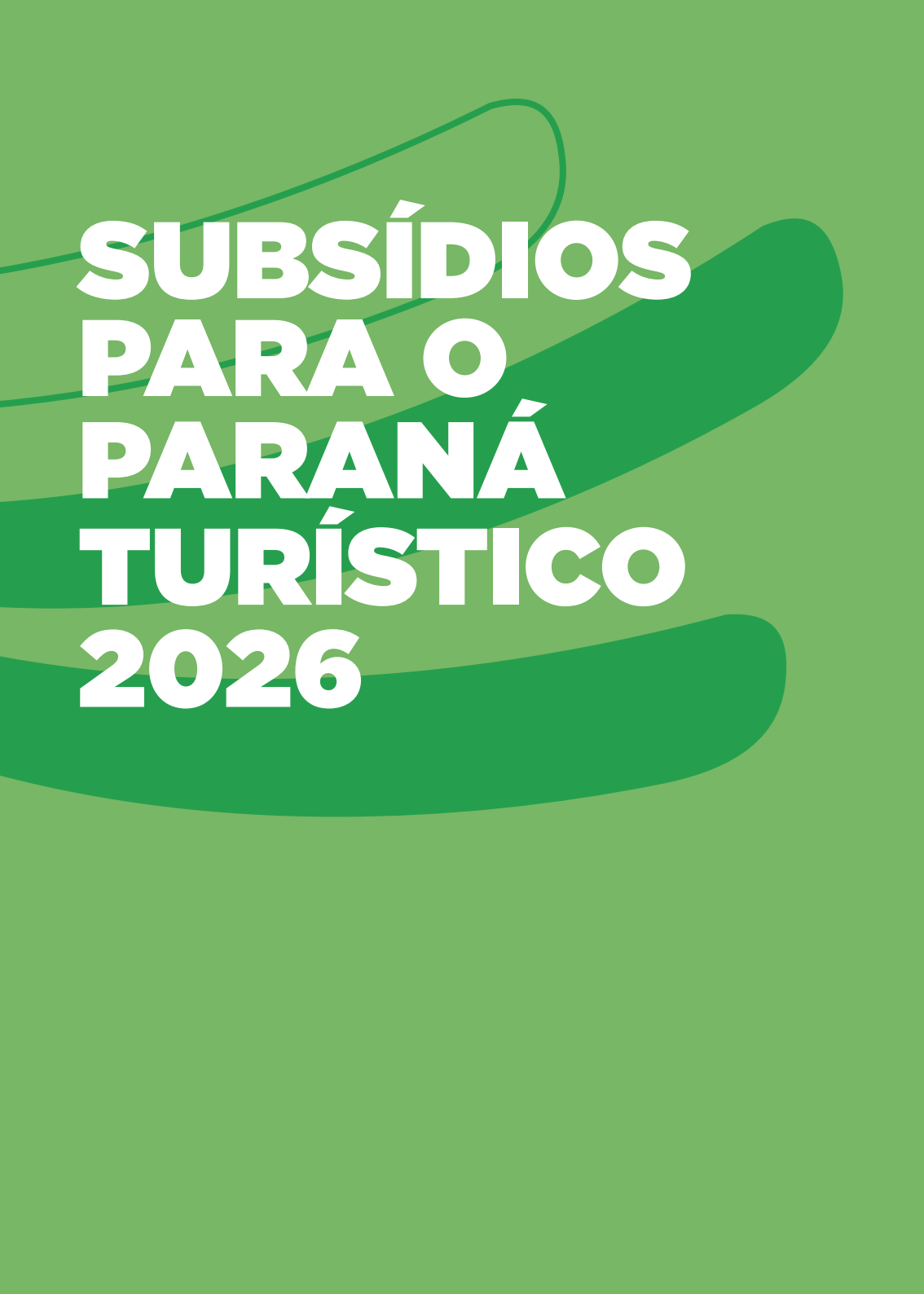
Este perfil de turista demanda compreender o que está vivenciando, de forma mais cognitiva, buscando retorno por seus esforços. Espera atenção e valorização, reconhecimento. Relaciona-se com a educação ou aprendizagem e é por natureza, essencialmente ativo. Pois aprender algo requer total participação do sujeito envolvido e é preciso que se decida quais informações deseja que o turista absorva, ou, ainda, quais habilidades deseja que o mesmo exercite durante sua experiência de consumo. Envolve tanto a perspectiva sensorial quanto intelectual.

## ENTRETENIMENTO

A hospitalidade é particularmente relevante para este tipo de turista, que busca emoções e excelência em serviços, algumas vezes pagos, outras não, mas sempre buscando sentir-se recebido por “amigos”. Espera sentir-se presente, importante, criando uma catarse. Busca um aspecto mais passivo da experiência, pois designa um estado de resposta (satisfação, riso, relaxamento) aos elementos que lhe são apresentados. Deve-se potencializar a absorção positiva da experiência proporcionada, torná-la mais divertida e apreciada.

## ESTÉTICA/CONTEMPLAÇÃO

Este turista demanda um atendimento bastante especializado, buscando sensações e sentimentos profundos. Espera mudar a situação atual, sentir-se presente, participante. Envolve aqueles elementos que fazem com que o indivíduo tome a decisão de entrar em um local e permanecer ali, de forma mais passiva. A chave é a criação de um ambiente que permita imersão, que seja convidativo, interessante e confortável, no qual o indivíduo sintá-se à vontade para estar.

The image features a solid green background. Overlaid on this are several abstract, organic shapes in a darker shade of green. The most prominent is a large, horizontal, rounded shape that spans across the middle of the page. Above it, there's a smaller, more irregular shape. Below it, another rounded shape is visible. The text is centered and reads: 

# **SUBSÍDIOS PARA O PARANÁ TURÍSTICO 2026**



A partir de uma pergunta orientadora sobre a visão de futuro do Paraná Turístico 2026, foram coletados os subsídios que estão consolidados nos dados apresentados a seguir, que resultam das oficinas realizadas dentro do enfoque participativo nas 14 regiões turísticas e nos 11 grupos focais com os representantes do trade turístico estadual. Além dos resultados desta participação social que subsidiaram a definição da visão de futuro,

os objetivos, as estratégias de atuação, assim como os macroprogramas, também foram consideradas a Política Estadual de Turismo e a Regionalização do Turismo do Estado, os três eixos estratégicos definidos, assim como as tendências-chaves identificadas, os perfis de demanda estabelecidos para os turistas de 2026 e a análise técnica da evolução histórica e da situação atual do turismo paranaense.

## EIXO: GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE

### OFICINAS REGIONAIS

Principais categorias relacionadas à Governança e Sustentabilidade



## EIXO: GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE

### GRUPOS FOCAIS

(Especialistas em Turismo, Órgãos Públicos afins ao Turismo, Federações do Setor e Sistema S, Operadores Braçtoa, Agenciamento, Hospedagem, Transporte, Alimentação, Eventos, Guias de Turismo e Jornalistas)

Principais categorias relacionadas à Governança e Sustentabilidade



## EIXO: QUALIDADE E COMPETITIVIDADE

### OFICINAS REGIONAIS

Principais categorias relacionadas à Qualidade e Competitividade



## EIXO: QUALIDADE E COMPETITIVIDADE

### GRUPOS FOCAIS

(Especialistas em Turismo, Órgãos Públicos afins ao Turismo, Federações do Setor e Sistema S, Operadores Braztoa, Agenciamento, Hospedagem, Transporte, Alimentação, Eventos, Guias de Turismo e Jornalistas)

Principais categorias relacionadas à Qualidade e Competitividade



## OFICINAS REGIONAIS

Principais categorias relacionadas à Marketing e Inovação



# EIXO: MARKETING E INOVAÇÃO

## GRUPOS FOCAIS

(Especialistas em Turismo, Órgãos Públicos afins ao Turismo, Federações do Setor e Sistema S, Operadores Braztoa, Agenciamento, Hospedagem, Transporte, Alimentação, Eventos, Guias de Turismo e Jornalistas)

Principais categorias relacionadas à Marketing e Inovação



The image features a vibrant yellow background with several thick, orange, brushstroke-like shapes. One prominent shape is a large, curved brushstroke that sweeps across the middle of the frame. Another is a thinner, more delicate brushstroke that loops around the top left. The text is centered in the upper half of the image.

# **VISÃO DE FUTURO E PACTO**



Em 2026 o Destino Turístico Paraná será reconhecido, no mercado nacional e internacional, como um destino turístico de qualidade, inteligente e inovador, com base na melhoria contínua da competitividade da sua oferta, valorizando e respeitando suas características e diferenciais para gerar valor e experiências positivas. Estará alicerçado no capital humano qualificado, na modernização pública e privada, no uso adequado das tecnologias de informação e comunicação, na excelência ambiental e cultural e na governança colaborativa e pactuada pelos atores locais; com o turismo posicionado como atividade econômica estratégica e sustentável, promotora da qualidade de vida de seus habitantes.

GOVERNANÇA E  
SUSTENTABILIDADE

QUALIDADE E  
COMPETITIVIDADE

MARKETING  
E INOVAÇÃO

## **PACTO PARA UM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE**

INTELIGÊNCIA E  
UTILIZAÇÃO DE  
TECNOLOGIAS DA  
INFORMAÇÃO E  
COMUNICAÇÃO

MARCOS  
REGULATÓRIOS  
E A QUALIDADE  
DE VIDA DA  
POPULAÇÃO  
LOCAL

PARA TANTO, OS ATORES ENVOLVIDOS PACTUAM:

**QUANTO À GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE**, modernizar a gestão contando com uma estrutura tecnológica e organizacional de vanguarda, com permanente compartilhamento de informações, modernizando a gestão pública e privada, incentivando parcerias e criando um ambiente positivo para negócios, tendo a descentralização e a regionalização como base, assim como a criação de um fundo estadual de turismo e a institucionalização de incentivos, fomento e linhas de financiamento; garantindo o desenvolvimento de forma sustentável e responsável.

### **QUANTO À QUALIDADE E COMPETITIVIDADE,**

integrar visitantes e visitados através da cultura da hospitalidade, resultando em co-criação de valor, enfatizando os aspectos naturais e culturais, maximizando a qualidade das experiências dos visitantes, ao contar com atrativos, infraestruturas, equipamentos e serviços de excelência; ressaltando os elementos de diferenciação, contando com uma imagem e reputação positivas, fortalecendo o posicionamento e a marca desejados, inovando permanentemente com o auxílio das tecnologias da informação e comunicação.

### **QUANTO AO MARKETING E INOVAÇÃO,**

desenvolver ações de marketing inovadoras, integradas e interativas, contando com o apoio das tecnologias da informação e comunicação na conformação de produtos e serviços, assim como na promoção e comercialização dos mesmos, considerando estrategicamente os produtos mais competitivos para os segmentos mais atrativos, gerando vendas e consumo de forma ética; inovando tanto no planejamento e gestão de aspectos como organização e processos dos produtos e serviços, quanto no marketing dos mesmos.

**QUANTO À INTELIGÊNCIA E UTILIZAÇÃO DE TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO,**

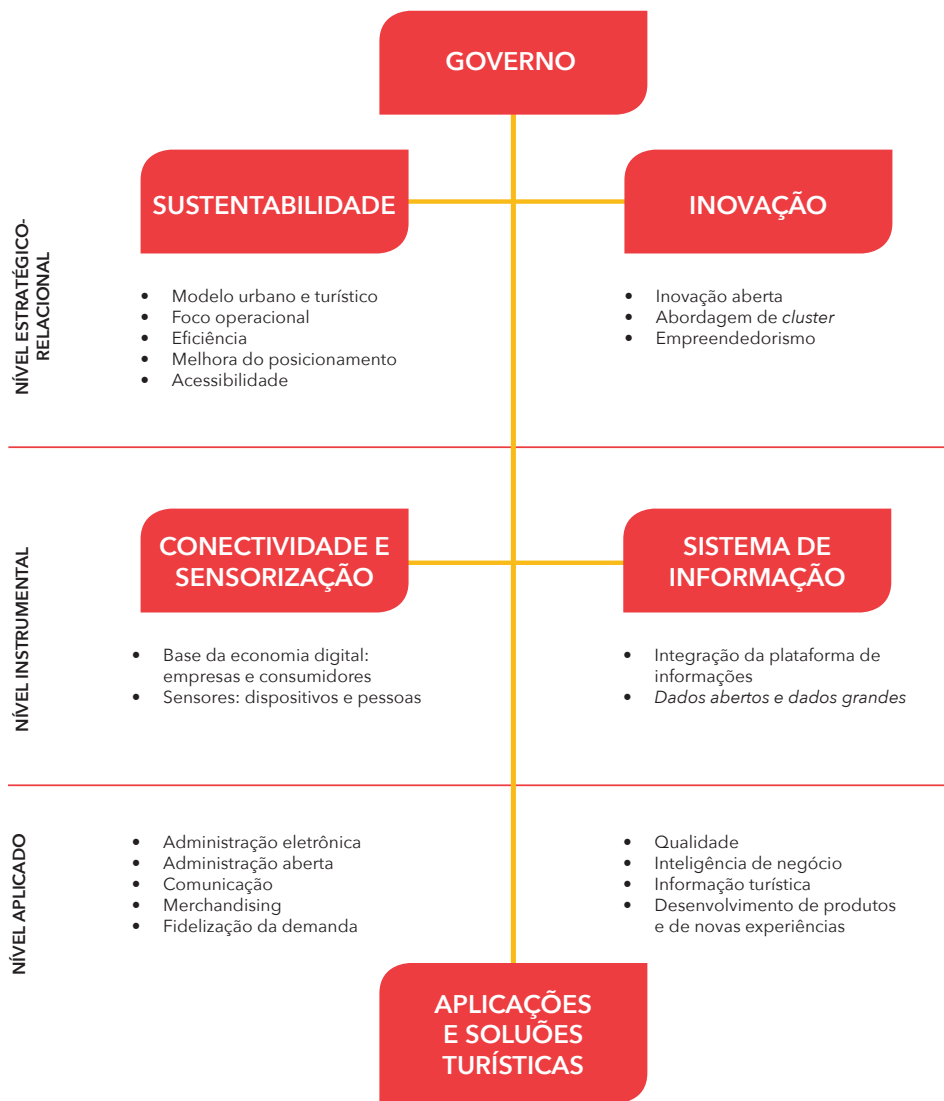
contar com um sistema de inteligência que permita compreender de forma aprofundada a demanda em todas as fases do consumo, assim como os impactos da atividade turística no destino, contando com as tecnologias da informação e comunicação para este monitoramento, gerando conhecimento, através de um sistema de informações permanentemente compartilhado, facilitando a gestão pública e privada na tomada de decisões de forma estratégica, no intuito de gerir os recursos de forma eficiente.

**QUANTO AOS MARCOS REGULATÓRIOS E A QUALIDADE DE VIDA DA POPULAÇÃO LOCAL,**

contar com marcos regulatórios para a atividade turística, considerando os aspectos relacionados à sua gestão, sustentabilidade, qualidade, comercialização, tendo sempre por objetivo estimular o desenvolvimento da atividade de forma ética e responsável; resultando na melhoria da qualidade de vida da população local, em um turismo acessível, onde todos tenham o direito de fazer turismo, além de converter o turismo como instrumento de inclusão social.

# DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE DO PUNTO DE VISTA SISTÊMICO

- Estratégia
- Planejamento
- Novas formas de gestão



Fonte: IVARS BAIDAL, J. A.; SOLSONA MONZONIS, F. J.; GINER SANCHEZ, D. (2016) Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes Documents d'Anàlisi Geogràfica, vol. 62/2

# OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS

Como forma de alcançar a visão estabelecida, foram definidos objetivos e estratégias, como também os macroprogramas que orientarão a implementação das futuras ações práticas para a construção do Paraná Turístico 2026.

**GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE**

Criar um ambiente legal e administrativo, menos burocrático e mais dinâmico (Implementar instrumentos e mecanismos que viabilizem o alinhamento entre as iniciativas do trade turístico e as políticas públicas para o desenvolvimento da atividade, criando um ambiente positivo para negócios)

Implantar um novo modelo de gestão turística em nível estadual (Estabelecer marcos regulatórios definindo o desenvolvimento responsável da atividade; hierarquizar as regiões de acordo com critérios de gestão, atividade, marketing e sustentabilidade; Promover o fortalecimento institucional das instâncias de governança local, regional e estadual do turismo; Fomentar a implantação de um novo modelo de gestão do turismo em nível estadual), bem como o fortalecimento da gestão descentralizada do Turismo no Paraná

Implantar um novo sistema de informações estratégicas para o setor (Desenvolver informações estratégicas para o setor de turismo, por meio de pesquisas, estudos e mecanismos de mineração de dados digitais; Acompanhar permanentemente a melhoria da qualidade de vida da população local.)

Gerir o setor turístico por meios de mecanismos e processos que qualifiquem o desenvolvimento sustentável da atividade: criação/consolidação de observatórios (Monitorar o impacto econômico e social das intervenções de desenvolvimento do

Consolidar Curitiba como Destino Turístico Inteligente (Articular parcerias público-privadas para o estabelecimento de um trabalho colaborativo com foco na adoção e desenvolvimento do modelo de gestão de destino turístico inteligente para Curitiba; Mobilizar os agentes do destino para a implantação de inovações incrementais na gestão, no desenvolvimento e aplicação de tecnologias e processos inerentes a um destino turístico inteligente; Converter Curitiba em referência paranaense como Destino turístico Inteligente por meio de mecanismos e processos que qualifique o desenvolvimento sustentável da atividade: criação/consolidação de observatórios)

**EIXOS ESTRATÉGICOS****OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO****QUALI-  
DADE E  
COMPETI-  
TIVIDADE**

Qualificar a oferta atual de equipamentos, produtos e serviços turísticos (Desenvolver produtos turísticos criativos e inovadores que valorizem o patrimônio cultural material e imaterial, bem como o patrimônio natural; Melhorar a oferta atual dos equipamentos e serviços para os segmentos turísticos prioritários; Fomentar o desenvolvimento de oferta complementar; Apoiar e estimular processos de normalização e certificação das atividades turísticas no Paraná)

Promover a melhoria contínua da infraestrutura de apoio ao turismo (Ampliar, qualificar e modernizar continuamente a rede de infraestrutura de modais de transportes; Articular parcerias público-privadas de forma a disponibilizar, de forma crescente, uma infraestrutura de vanguarda)

Criar condições para melhoria contínua do capital humano (Formação para turismo digital; Desenvolver uma ampla oferta formativa de capital humano; Desenvolver ações de incentivo ao empreendedorismo e intraempreendedorismo)



## EIXOS ESTRATÉGICOS

## OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO

### MARKE- TING E INOVAÇÃO

Conhecer de forma contínua e detalhada os hábitos, comportamento, preferências e tendências do consumidor (real e potencial); Fazer uso das tecnologias de exploração de dados, que acessem a base informacional pública produzida em ambientes interacionais online, gerando conhecimento sobre o turista real e potencial; Realizar de forma contínua pesquisas primárias, com objetivo de conhecer perfil e evolução da demanda turística do Paraná

Desenvolver de forma permanente ações inovadoras de promoção e comercialização turística, com foco nos mercados e segmentos prioritários (Fortalecer as ações de promoção e apoio à comercialização do destino Paraná online e off-line; Governança por segmentos e produtos; planos de mkt específicos por mercados; melhorar a comunicação digital dos produtos; Elevar a presença de outros produtos turísticos do Paraná na oferta do trade internacional, tendo Foz do Iguaçu como referência)

Fortalecer a Marca Paraná como recurso de comunicação, promoção e identidade turística (Estabelecer um processo contínuo de comunicação da Marca Paraná)

# MACROPROGRAMAS

Os macroprogramas são mecanismos de organização e indução da carteira de programas e projetos que serão elaborados no âmbito do Paraná Turístico 2026. Configuram-se como propostas temáticas, apresentando estratégias de atuação de maior potencial de contribuição para atingir os compromissos expressos pelos objetivos estratégicos e as metas, tendo em vista o horizonte temporal previsto.

MACROPROGRAMAS	ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO
<p><b>MODERNIZAÇÃO DA GESTÃO</b></p>	<p>Articular parcerias público-privadas de forma a disponibilizar, de forma crescente, uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, com permanente compartilhamento de informações; Instituir o Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo; Incentivar o desenvolvimento e uso adequado dos instrumentos de planejamento (planos, programas e projetos); Integração internacional, interregional, intersetorial e internegócios. <i>Vinculado aos Eixos Governança e Sustentabilidade e Qualidade e Competitividade.</i></p>
<p><b>INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA OFERTA TURÍSTICA</b></p>	<p>Integrar visitantes e visitados através da cultura da hospitalidade; Maximizar a qualidade das experiências dos visitantes; Contar com atrativos, infraestruturas, equipamentos e serviços de excelência, ressaltando os elementos de diferenciação. <i>Vinculado ao Eixo Qualidade e Competitividade.</i></p>

MACROPROGRAMAS	ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO
<p><b>MARKE- TING E COMUNI- CAÇÃO</b></p>	<p>Estabelecer um processo qualificado de marketing digital para o destino Paraná; Desenvolver ações de marketing inovadoras, integradas e interativas, contando com o apoio das tecnologias da informação e comunicação na conformação de produtos e serviços; Realizar a promoção e comercialização considerando estrategicamente os produtos mais competitivos para os segmentos mais atrativos. <i>Vinculado ao Eixo Marketing e Inovação.</i></p>
<p><b>INTELI- GÊNCIA TURÍSTICA</b></p>	<p>Contar com um sistema de inteligência que permita compreender de forma aprofundada a demanda em todas as fases do consumo; Conhecer os impactos da atividade turística no destino; Fazer uso das tecnologias da informação e comunicação para este monitoramento e exploração de dados; Gerar conhecimento através de um sistema de informações permanentemente compartilhado; Facilitar a gestão pública e privada na tomada de decisões de forma estratégica, no intuito de gerir os recursos de forma eficiente. <i>Vinculado aos Eixos Governança e Sustentabilidade e Marketing e Inovação.</i></p>

MACROPROGRAMAS	ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO
<p><b>DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE</b></p>	<p>Realizar avaliações periódicas com base em indicadores que permitam facilitar as decisões públicas e privadas implementando para a gestão turística de Curitiba o paradigma de Destino Turístico Inteligente; Desenvolver programas, projetos e ações com base em indicadores de gestão, com o objetivo de melhorar a governança, a sustentabilidade, a conectividade-sensorização, a inteligência e a informação turística, tendo a inovação como tema transversal na apresentação de soluções práticas. <i>Vinculado ao Eixo Qualidade e Competitividade.</i></p>
<p><b>MARCOS REGULA- TÓRIOS</b></p>	<p>Contar com marcos regulatórios para a atividade turística, considerando os aspectos relacionados à sua gestão, sustentabilidade, qualidade, comercialização. Estimular o desenvolvimento da atividade de forma ética e responsável. <i>Vinculado ao Eixo Governança e Sustentabilidade.</i></p>
<p><b>QUALIDADE DE VIDA DA POPULAÇÃO LOCAL</b></p>	<p>Maximizar os impactos positivos da atividade turística na melhoria da qualidade de vida da população local; Implementar o turismo acessível, onde todos tenham o direito de fazer turismo; Converter o turismo como instrumento de inclusão social. <i>Vinculado ao Eixo Governança e Sustentabilidade.</i></p>

# INDICADORES E METAS

As metas foram estabelecidas com base nas informações referenciais dos anos de 2014, 2015 e 2016 e levam em consideração os efeitos das estratégias de atuação e das respectivas ações que delas derivaram, e que resultarão em incremento para a atividade turística no Paraná.

INDICADOR	BASE/ANO	META EM 2019	META EM 2022	META EM 2026
<b>INDICADORES DA ECONOMIA DO TURISMO</b>				
1. Número de estabelecimentos formais no Turismo	22.243 em 2014	30.000	35.000	43.000
2. % de estabelecimentos formais no Turismo em relação ao total	7,1% em 2014	7,8%	8,3%	9,0%
3. Número de empregos formais gerados pelo Turismo	150.428 em 2014	200.000	230.000	280.000
4. % de empregos formais no Turismo em relação ao total	4,7 % em 2014	5,3%	5,6%	6,1%
5. % VAF Alojamento no VAF de Comércio e Serviços (Valor Adicionado Fiscal)	0,07% em 2014	0,07%	0,08%	0,09%
6. Passageiros transporte aéreo - embarques e desembarques	11.338.503 em 2015	13.700.000	16.000.000	19.300.000
7. Voos - pousos e decolagens	111.551 em 2015	116.000	120.000	125.000
<b>INDICADORES DE GESTÃO</b>				
8. Número de municípios nos níveis A e B na Hierarquização de Municípios - Paraná Turismo	32 em 2013	a ser construído	a ser construído	a ser construído
9. Número de estabelecimentos cadastrados no CADAstur	2.525 em 2015	3.000	3.800	4.800
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO E QUALIDADE DA OFERTA TURÍSTICA</b>				
10. Visitação nos principais atrativos (parques naturais e demais atrativos com visitação monitorada)	3.588.023 em 2015	4.530.000	5.400.000	7.000.000
11. Número de empresas certificadas com o Selo de Qualidade no Turismo do Paraná	50 em 2015	100	150	200
<b>INDICADORES DE TECNOLOGIA E INFORMAÇÃO</b>				
12. Rede pública de wifi		a ser construído	a ser construído	a ser construído
13. Rede de fibra ótica		a ser construído	a ser construído	a ser construído
14. Reputação online dos atrativos do Paraná - TripAdvisor e demais sites de viagens		a ser construído	a ser construído	a ser construído
<b>POSICIONAMENTO DO PARANÁ EM RANKINGS NACIONAIS</b>				
15. Chegada de Turistas ao Brasil	4° em 2015			3°
16. Desembarques em aeroportos brasileiros	5° em 2015			4°

The background is a solid light green color. It features several abstract, organic shapes in a darker shade of green. One shape is a thin, curved line that loops around the top left. Another is a thick, curved band that sweeps across the middle. A third is a thick, curved band that sweeps across the bottom. The text is centered in the upper half of the page.

# **GESTÃO DO PARANÁ TURÍSTICO**



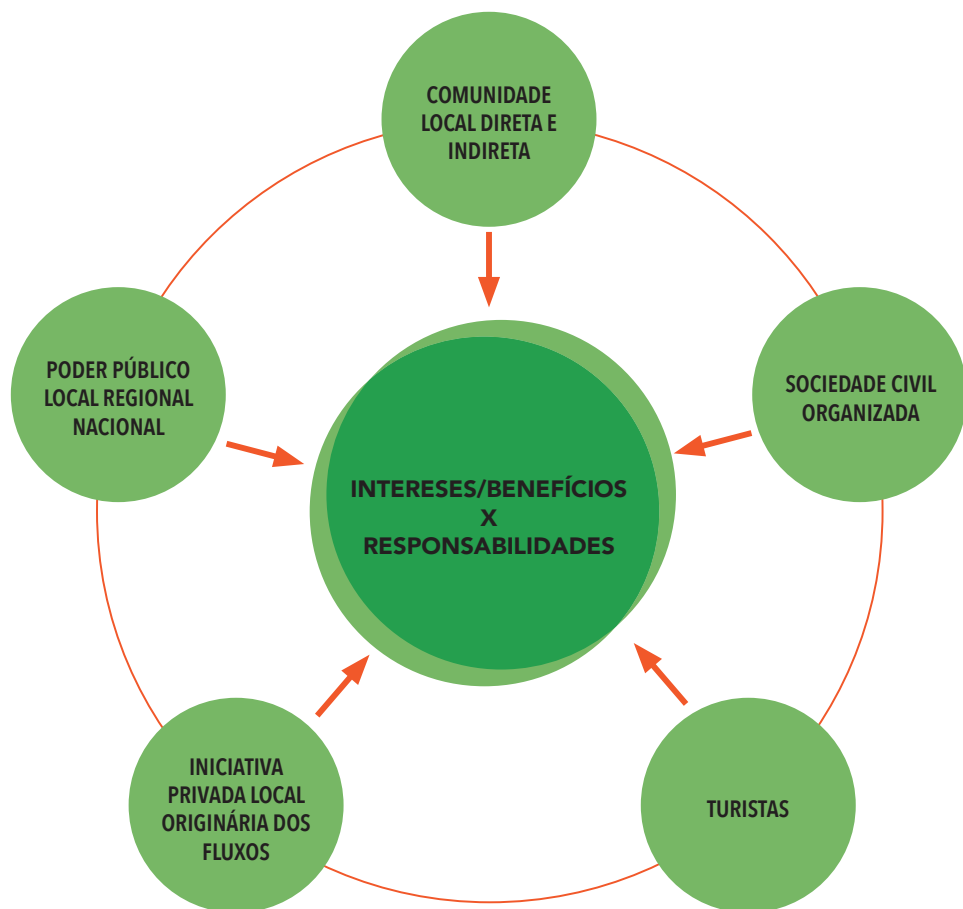
O Paraná Turístico 2026: pacto para um destino inteligente é um documento direcionador que reúne as linhas fundamentais da estratégia turística do Paraná, tendo um horizonte temporal definido e, para sua construção contou com um intenso processo de participação e reflexões técnicas. O Conselho Paranaense de Turismo - CEPATUR, por meio de suas entidades representativas, configurase como a instância líder responsável pela aprovação, coordenação e gestão deste processo e, para tanto, deverá dispor de um conjunto de mecanismos e ferramentas que per-

mita o devido acompanhamento, avaliação e controle do mesmo.

Nesta perspectiva cria-se a Câmara Técnica de Gestão do Plano / Pacto Paraná Turístico 2026 no CEPATUR, com a responsabilidade de coordenar sua gestão, bem como supervisionar sua operacionalização, monitoramento e avaliação. Da mesma forma, a referida Câmara coordenará a elaboração de um Plano Operacional a partir dos objetivos, estratégias e macroprogramas, definindo responsáveis e mecanismos de monitoramento e avaliação, prevendo ações e metas intermediárias a serem alcançadas.

Como se pode identificar na figura abaixo, diversos grupos de atores sociais devem estar envolvidos no processo de planejamento, implementação, desenvolvimento, gestão e controle das atividades turísticas. Todos devem ter interesses e benefícios, desde que assumam suas responsabilidades em todo este processo, com colaboração e comprometimento.

### ATORES SOCIAIS ENVOLVIDOS NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO, IMPLEMENTAÇÃO, DESENVOLVIMENTO, GESTÃO E CONTROLE DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS



Fonte: GÂNDARA, J.M.G., BIZ, A., CHIQUIM, C.E. y LAGO, H (2011) Caminhos do Turismo: Construindo o futuro do destino que queremos - Fase 2. Foz do Iguaçu, SEBRAE.



INICIATIVA



CEPATUR

Conselho Paranaense de Turismo

ELABORAÇÃO



SETEMBRO/2016