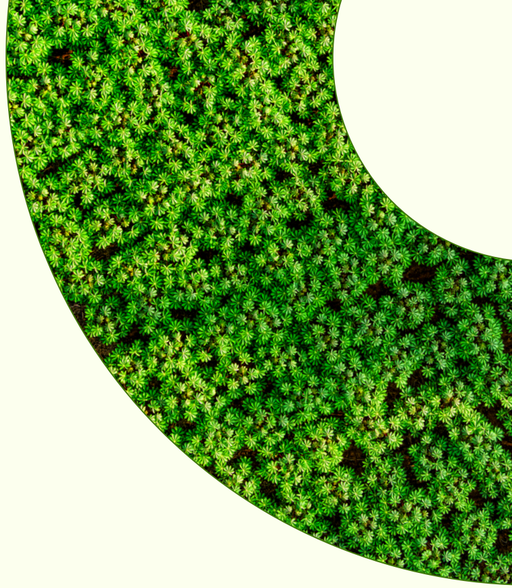


Show Rural

Pesquisa de Sondagem

CASCAVEL - 2026

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DO TURISMO

Pesquisa Show Rural

A pesquisa foi realizada pela Secretaria Estadual do Turismo do Paraná durante o Show Rural e obteve 589 respostas, entre os dias 10 e 13 de fevereiro de 2026. Através dos resultados é possível avaliar a necessidade e alcance do evento, o comportamento do público-alvo quanto à origem e hospedagem, a estrutura do evento, os serviços prestados e o interesse no evento.

O evento é realizado na cidade de Cascavel, Território Turístico de Riquezas do Oeste.

Origem do participante e motivo da visita

Estados

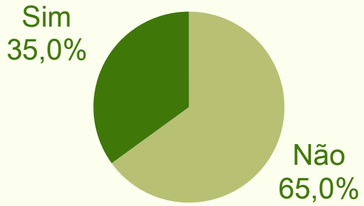
Os participantes são oriundos do **Paraná**, 96,8% e de outros estados, destaque para **Alagoas** (1,9%), **Mato Grosso do Sul** (0,3%) e **Rio Grande do Sul** (0,3%).

Municípios

O evento alcançou 108 municípios diferentes do Paraná, sendo os principais de Cascavel **35,5%**, de Toledo **9,1%** e de Quedas do Iguaçu, **2,5%**.

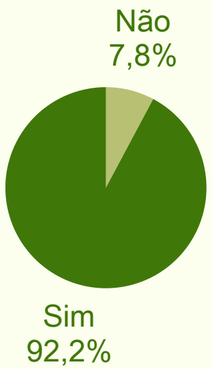
Morador do município

65,0% dos respondentes não é morador do município, 35,0% é morador de Cascavel.



Visita ao município

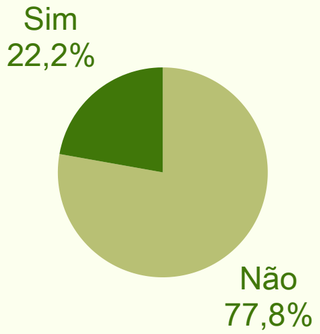
92,2% dos respondentes estão visitando o município exclusivamente por causa do evento.



Fonte: Gazeta do Paraná/Show Rural

Hospedagem

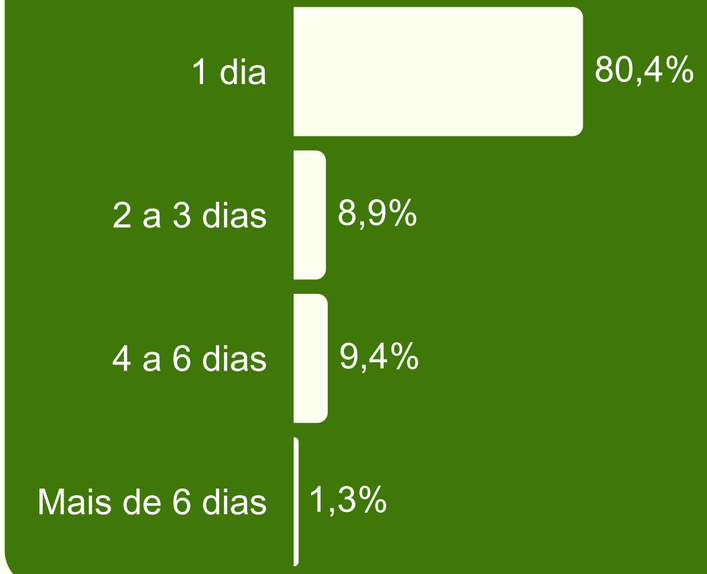
22,2% dos respondentes visitaram o município pela primeira vez e 77,8% já visitaram em outro momento.



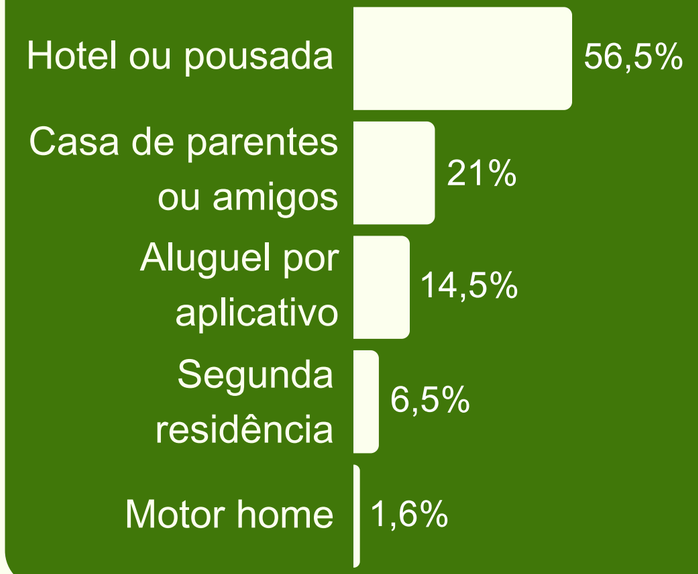
Permanência no município

80,4% permaneceu no município por 1 dia, 8,9% de 2 a 3 dias, 9,4% de 4 a 6 dias e 1,3% por mais de 6 dias. Hotel e pousada é responsável por 56,5% do tipo de hospedagem utilizada.

Permanência no município



Tipo de hospedagem utilizada



Principais objetivos para participar do evento

49,5% Informações e tendências
49,5% dos respondentes participaram do evento em busca de informações e tendências do setor.

17,6% Trabalho
17,6% dos respondentes foram ao evento a trabalho.

7,6% Passeios a lazer
7,6% dos respondentes buscaram o evento para passeio e lazer.

6,9% Conversas e negócios
6,9% dos respondentes participaram do evento em busca de conversas e fechamento de negócios.

6,4% Máquinas e equipamentos
6,4% dos respondentes buscaram o evento para demonstração de máquinas e equipamentos.

5,8% Entretenimento
5,8% dos respondentes buscaram o evento para entretenimento.

4,2% Gastronomia
4,2% dos respondentes buscaram o evento para demonstração gastronômica.

1,9% Ensino e pesquisa
1,9% dos respondentes buscaram o evento para ensino e pesquisa.

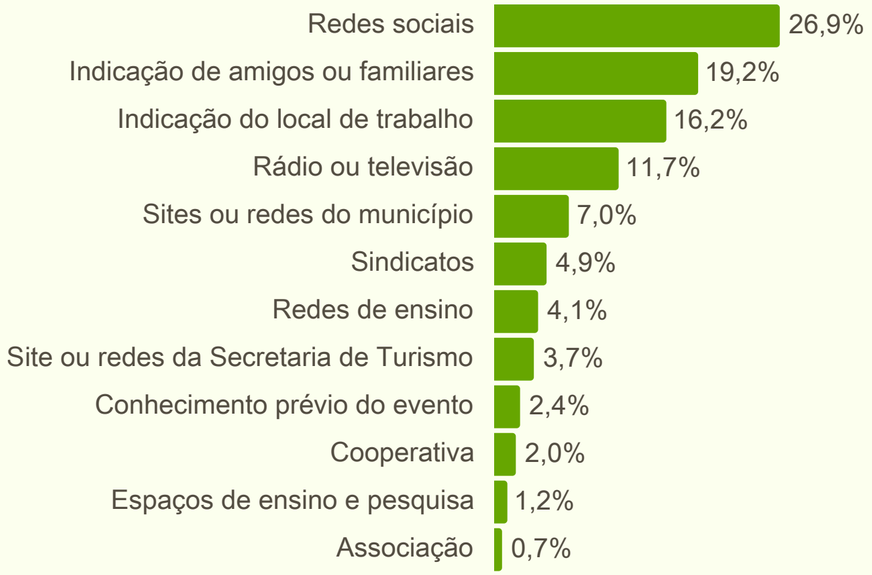
Perfil do participante

54,4% Entusiasta de eventos ou turismo
19,9% Produtor rural e criador de animal
10,5% Expositor
8,2% Comerciante e empresário
5,7% Comprador
1,4% Investidor

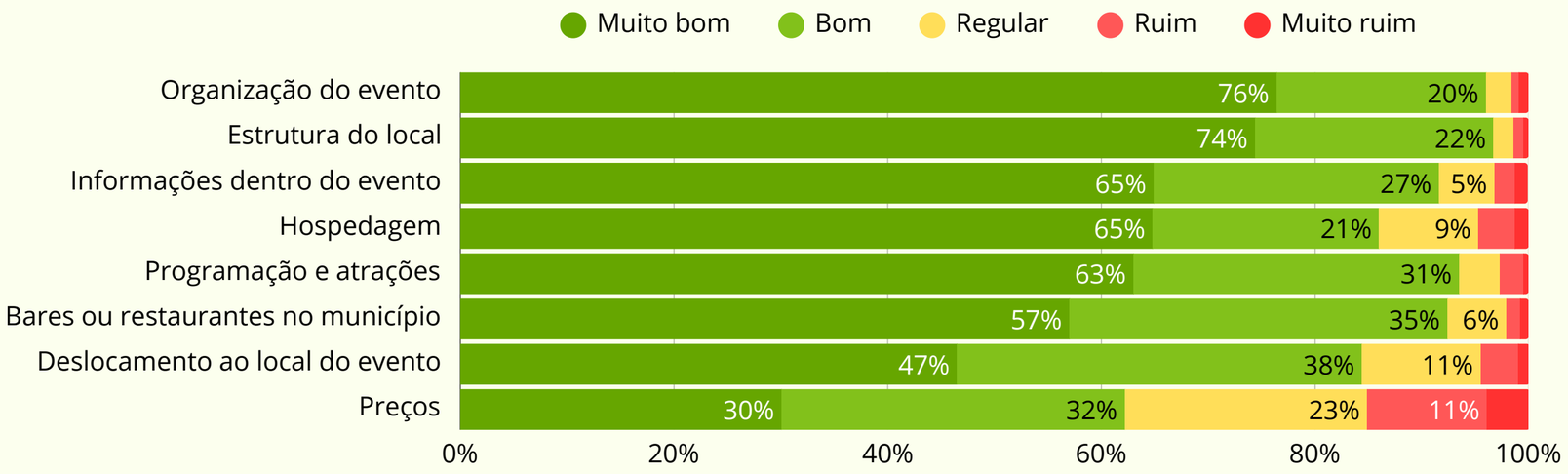
O perfil dos participantes do evento é majoritariamente composto por entusiastas de eventos e turismo (54,4%), seguido por produtores rurais e criadores de animais (19,9%). Também participaram expositores (10,5%) e comerciantes e empresários do setor agropecuário (8,2%), além de compradores (5,7%) e investidores (1,4%).

Como souberam do evento

Os participantes souberam do evento através de indicação de amigos e do local de trabalho (35,4%), redes sociais (26,9%), rádio ou televisão (11,7%), sites ou redes do município e secretarias (10,7%), associações, sindicatos e cooperativas (7,7%), redes de ensino e pesquisa (5,3%) e que já conheciam o evento (2,4%)



Avaliação dos serviços



Município

Sobre o município, os bares e restaurantes foram avaliados como bom ou muito bom em 92%, o deslocamento ao local do evento em 85% e a hospedagem em 76%.

Fonte: Show Rural

Evento

Quanto ao evento, o preço praticado no evento foi avaliado em 62% como muito bom ou bom, as informações dentro do evento foram avaliadas em 92%, a programação e atrações em 94% e a organização do evento em 96%, como bom ou muito bom.

Fonte: Show Rural

Atrativos visitados

Turismo Gastronômico

Os participantes do Show Rural visitaram restaurantes, bares, feiras de rua e outros espaços gastronômicos durante a estadia, representando 28,4%.

Turismo Cultural

Espaços culturais como museus, teatros e eventos também foram visitados pelos participantes durante a estadia, representando 26,6%.

Turismo Rural

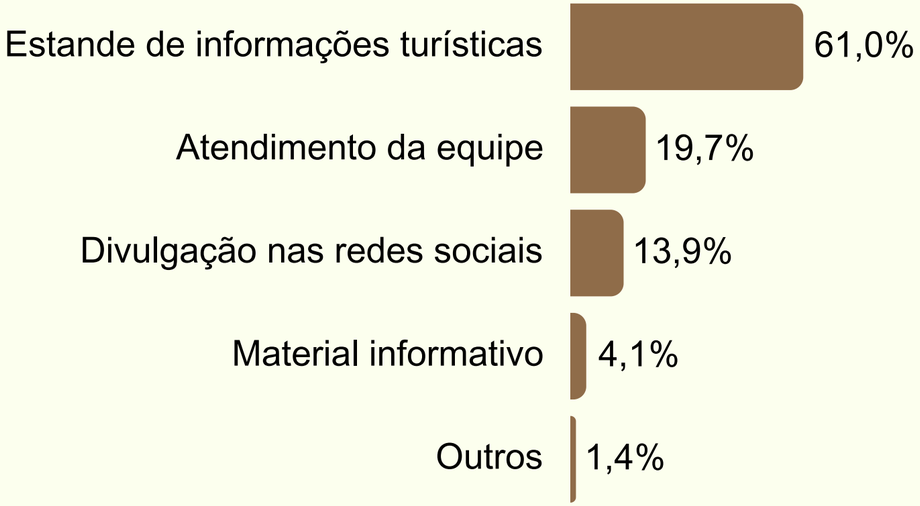
Representado 19,7% dos respondentes, as atividades envolvendo hospedagens e cafés rurais, colheita como vinícolas e entre outras foram visitados.

O turismo religioso (12,4%), ecoturismo (7,8%) e turismo náutico foram atrativos visitados pelos participantes do Show Rural durante a estadia. O que motivou a visita a estes atrativos foi principalmente pelo interesse pessoal, 44,1%, e indicação de pessoas, 41,2%, além de 14,7% pela proximidade do evento. Quanto ao meio de descobrir os locais para visitar, 61,8% preferem as mídias sociais, 14,1% através de aplicativos com os atrativos, 10,7% preferem pesquisar na internet, 6,1% através da televisão e rádio, 5,1% via recomendação de amigos e 2,2% através de panfletos.

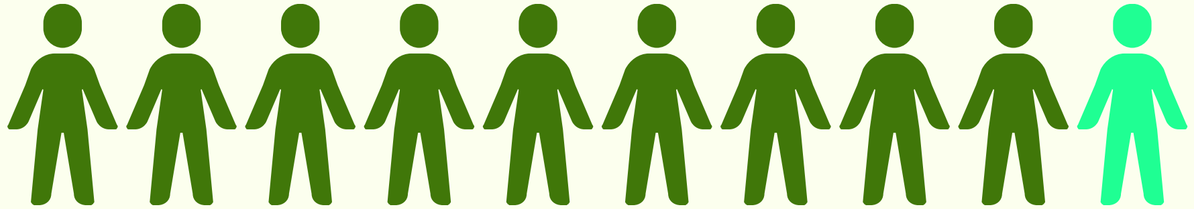
Contato com a SETU

Secretaria de Estado do Turismo

61,0% dos participantes teve contato com a SETU através do estande de informações turísticas e 19,7% pelo atendimento da equipe em áreas do evento. A divulagação nas redes sociais durante o evento representa 13,9%, material informativo como folders, mapas e brindes são 4,1% e outras formas, 1,4%.



Recomendação do evento



Escala NPS

Utilizando a escala NPS (Net Promoter Score) que mensura a fidelidade e satisfação do participante, 9 em cada 10 pessoas recomendam o evento Show Rural para outras pessoas. Dos respondentes, 93,9% são promotores, ou seja, participantes leais e satisfeitos que impulsionam o crescimento, 5,8% são neutros e 0,3% são insatisfeitos, prejudicam o evento com feedbacks negativos. De modo geral, com NPS aproximadamente de 94, o evento consolida-se na Zona de Encantamento, patamar reservado a eventos com altíssimo índice de fidelidade.

Comentários e Sugestões

Entre as contribuições efetivas acerca do que precisa ser melhorado no evento e no município, as principais demandas concentram-se em mobilidade e logística, especialmente trânsito, acessos e organização do estacionamento, além de aspectos relacionados à estrutura e conforto, como ampliação de áreas de sombra, espaços de descanso e melhorias pontuais na limpeza.

Também foram mencionadas questões ligadas à alimentação, com pedidos de maior variedade e atenção aos preços, bem como sugestões de aprimoramento na sinalização e disponibilização de informações. De modo geral, as manifestações indicam oportunidades de ajustes operacionais para qualificar ainda mais a experiência do visitante, mantendo-se a avaliação amplamente positiva do evento e do município.

FICHA TÉCNICA

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ
Carlos Roberto Massa Ratinho Júnior
Governador

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO
Leonaldo Paranhos
Secretário Estadual

DIRETORIA DE PROMOÇÃO, INOVAÇÃO E INTELIGÊNCIA TURÍSTICA
Sandra Maria Negrini Brisola
Diretora

COORDENADORIA DE INTELIGÊNCIA E ESTRATÉGIA TURÍSTICA

Joelson Willian Martins da Silva
Assessor técnico

Luís Henrique Oliveira da Silva
Estatístico

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DO TURISMO

PARA DÚVIDAS SOBRE OS DADOS, ENTRE EM CONTATO:

Visite o SiTU

SiTU Sistema de Inteligência Turística do Paraná

inteligencia@turismo.pr.gov.br
https://www.turismo.pr.gov.br/Pagina/Inteligencia-Turistica