



PRINCIPAIS AÇÕES

CEARÁ

2023 e 2024



Ficha Técnica



Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur
Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete
Bruno Villa de Santana

Gerência de Comunicação (GCOM)
Rafael Mello Rodrigues

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)
Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete
Roseane Costa Pereira da Silva

**Diretoria de Marketing Internacional,
Negócios e Sustentabilidade (DMINS)**
Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete
Sáskia Freire Lima de Castro

Coordenação de Gestão Estratégica
Carolina Elias Stolf

**Gerência de Inteligência de Dados e
Competitividade (GIDC)**
Fábio Montanheiro

**Gerência de Negócios e Estratégias
para o Mercado Internacional (GNEI)**
Alexandre Nakagawa

**Gerência de Eventos Internacionais
(GEI)**
Simone Scorsato

**Gerência de Integração de Projetos
(GIP)**
Adriana de Lucena Francisco

**Gerência de Comunicação Internacional
e Gestão de Marca (GCIGM)**
Patrick Leal Costa

**Gerência de Projetos Estruturantes
(GRPE)**
Ana Paula Caetano Jacques

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Revisão Técnica
Ângela Braga
Lídice Calixto Moraes
Yure Lobo

Design Gráfico
Natália Bomfim
Ronald Andrade
Maria Eduarda Lopes

Inteligência de Dados
Cristiano Borges
Daniele Montenegro
Edson Duarte
Paula Schulz
Scarlett Queen Bispo
Theogenes Rocha



APRESENTAÇÃO

1





Apresentação

A **Embratur** tem como missão promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país.

Para isso, tem desenvolvido diversas parcerias com atores estratégicos como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**Sebrae**), Entidades de Classe e os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação, dentre outros parceiros relevantes no cenário turístico nacional e internacional.

Por meio destas parcerias, a Embratur tem implementado programas e ações que visam ampliar a promoção e a comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros e, consequentemente, elevando a competitividade internacional do setor, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e sustentável do Brasil.

Neste documento, são apresentadas algumas das principais ações realizadas pela Embratur e seus parceiros estratégicos, em 2023 e 2024, no Estado do Ceará, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



CEARÁ

EM NÚMEROS

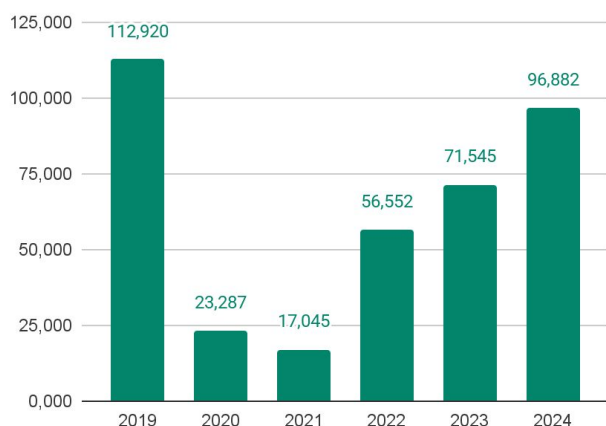
2



CE em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Ceará 96.882 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 71.545 em 2023 e 96.882 em 2024, representando um aumento de 35,41%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Ceará em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo CE



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o CE*

*janeiro a junho de 2025

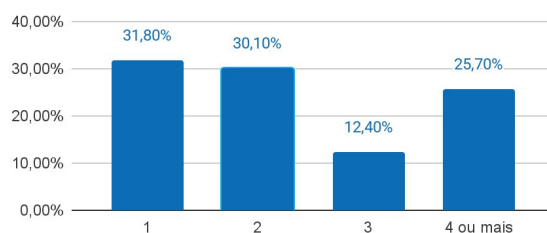
Cias aéreas:	TAP, Gol, Latam e Air France.
Países de origem:	Portugal, Estados Unidos, França, Argentina, Chile e Guiana Francesa.
Cidades de origem:	Lisboa, Buenos Aires, Paris, Miami/Flórida, Orlando/Flórida, Santiago e Cayenne.
Quantidade de voos:	556.
Assentos disponíveis:	145.605
Participação do CE na oferta de voos para o Brasil:	1,51%

Fonte: Anac e Embratur

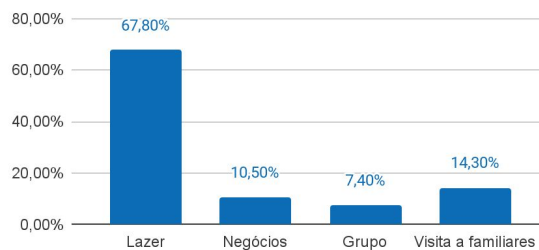


ForwardKeys

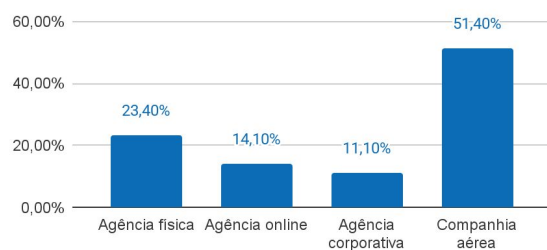
Tamanho do grupo em pessoas (%)



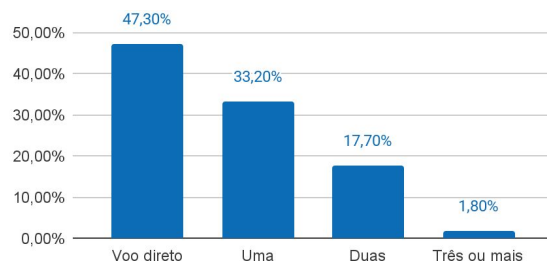
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o CE (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Ceará recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, França, Portugal, Estados Unidos e Chile no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (62,3%) e Rio de Janeiro (23,8%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Fortaleza.



AÇÕES DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO INTERNACIONAL

3



3. Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

3.1. Famtour

Esta ação faz parte do Programa “Especialistas em Brasil” e consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para operadores e agentes de turismo internacionais, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa resultar no desenvolvimento e comercialização de produtos turísticos brasileiros.

3.1.1 . Famtour Rota das Emoções - 2023

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercados ativados: Alemanha e Reino Unido.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo Gastronômico e Turismo de Sol e Praia.

Principais resultados: este famtour, ocorreu no período de 8 a 16 de julho de 2023, contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 de Londres. A infraestrutura de turismo das cidades visitadas foi considerada excelente e boa por 100% dos participantes, o que é um indicativo positivo para o desenvolvimento turístico da região.



3.3. Roadshow

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo

3.3.1 . Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

Destino contemplado: Estado do Ceará.

Mercados ativados: Uruguai, Argentina, Chile, Peru, e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-estar (resorts).

Principais resultados: os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.



3.4. Feiras Internacionais

Esta ação consiste na capacitação de coexpositores selecionados e indicados para promoverem a diversidade cultural e natural do país, atraindo turistas, operadores, agentes de viagem e investidores internacionais. Inclui ainda montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais, como forma de fortalecer as relações comerciais e expandir as oportunidades de negócios no setor turístico brasileiro, nos mercados estratégicos na Europa, América do Norte e América Latina

Feiras em que houve destaque dos produtos do Ceará:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Imex America	2023	Estados Unidos	Estado do CE
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado do CE
ITB Berlim	2024	Alemanha	Jericoacoara

3.5. Vitrine Visit Brasil

Esta ação tem como objetivo estruturar um portfólio de experiências turísticas de alta competitividade para o turismo internacional. Esse portfólio é composto por 101 (cento e uma) experiências em segmentos prioritários, distribuídas nas cinco macrorregiões brasileiras e em 52 destinos turísticos nacionais.

3.5.1. Rota das Emoções: Experiência de crochet em Jericoacoara

Destino: Rota das Emoções – Jericoacoara (CE).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes aprendendo a fazer crochet com as crocheteiras na Vila de Jericoacoara.



Experiência de crochet em Jericoacoara



AÇÕES DE PROMOÇÃO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS

4

4. Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões. O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

4.1. Campanhas Promocionais Segmentadas

Esta ação consiste na promoção internacional da imagem do Brasil, em mercados internacionais estratégicos, visando incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

4.1.1. Campanha Promocional Latinos - 2023

Campanha promocional do turismo brasileiro para o mercado latino em canais on e offline, realizada entre outubro e novembro de 2023. A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, portanto, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, com praias deslumbrantes, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercados ativados: Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

Mídias utilizadas: Redes Sociais - Meta, TikTok e LinkedIn; Inovadores Digitais - Google e YouTube ; Online Travel Agencies3 - Despegar, All Seasons e Mega Travel; Publicidade programática - GDB e Teads; TV Conectada - Showheroes; Companhias Aéreas - Jetsmart e Sky.

Principais resultados:

Impressões: 71.019.771;

Cliques: 438.179;

Taxa de cliques (CTR): 0,54%.



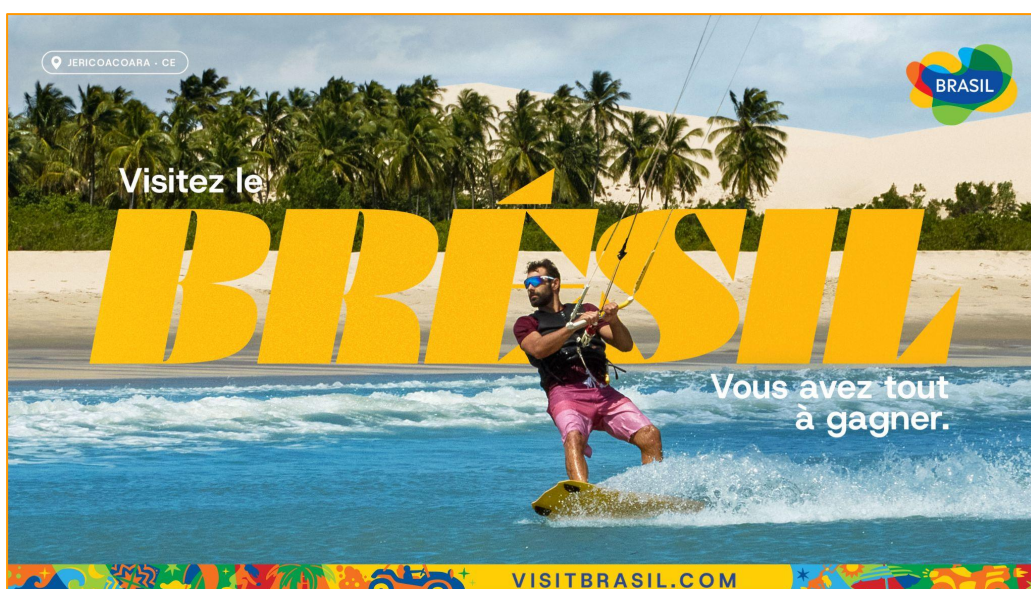
4.1.2. Campanha Promocional Europa - 2024

Campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa em meios on e offline, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. Pretendeu-se destacar a diversidade natural do Brasil, além do foco esportivo, atraindo os turistas europeus para vivenciarem experiências únicas, valorizando as belezas naturais e culturais, além de destacar seu compromisso com a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. A campanha associava cada localidade com um modalidade esportiva praticada na olimpíada.

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercados ativados: França, Reino Unido, Alemanha, Portugal, Espanha e Itália.

Segmentos: Turismo Esportivo, Turismo de Natureza e Turismo Cultural.



4.2. Ações Promocionais Digitais

Esta ação consiste no desenvolvimento de estratégias de mídia digital tendo o Visit Brasil como anunciante e seus canais digitais como destino, utilizando anúncios pagos em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Pinterest, focadas nos mercados internacionais estratégicos.

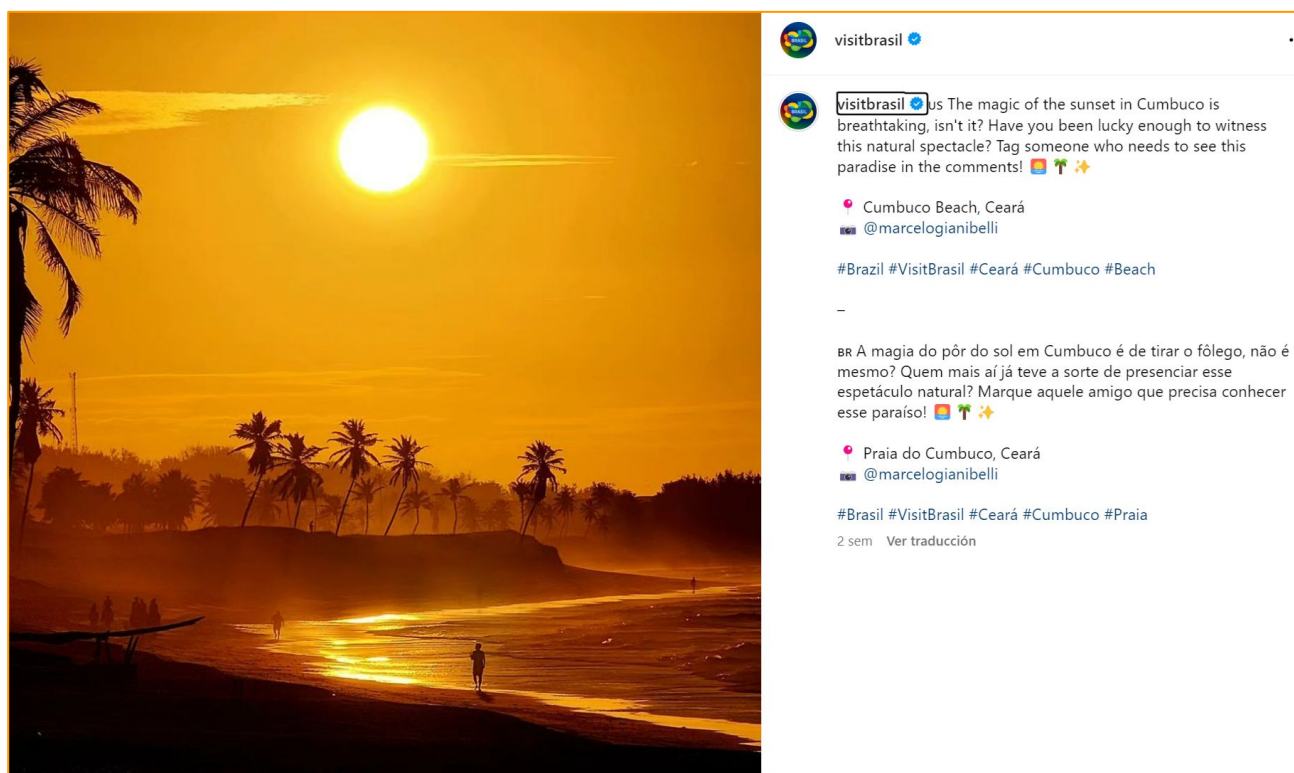
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Fortaleza.

Mercados ativados: Estados Unidos, Argentina, Paraguai e Chile.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; Turismo Esportivo, Turismo Cultural e Turismo Gastronômico.

Principais resultados: Aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.





**OUTRAS AÇÕES
REALIZADAS:**

5

5. Outras ações

5.1. Workshop de Capacitação Nacional

Esta ação consiste na capacitação e preparação do mercado nacional para melhoria da competitividade internacional, por meio de workshops realizados nas Unidades da Federação, com conteúdos relacionados ao comportamento dos viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

5.1.1. Workshop “Conexão Embratur – Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado em Jijoca de Jericoacoara, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Jijoca de Jericoacoara

Participantes: 42 pessoas.



5.2. Banco de Imagens

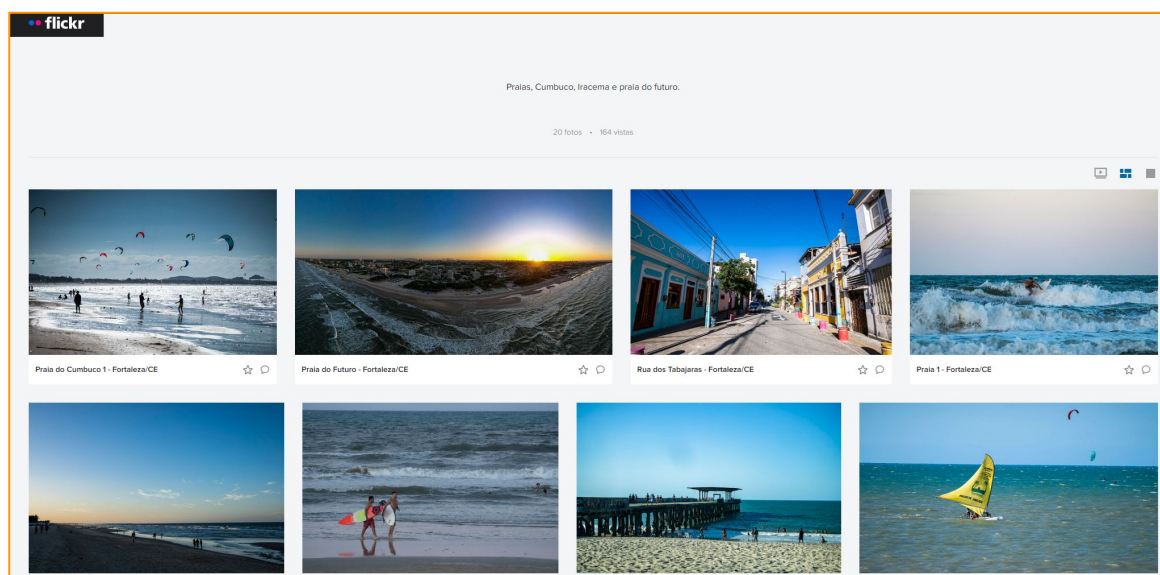
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais diversas

5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas.

Destinos contemplados: Fortaleza, Jericoacoara.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico.



5.3. Relatórios e Estudos

Esta ação consiste na elaboração de relatórios e estudos de inteligência, que são documentos analíticos e investigativos elaborados para a tomada de decisões estratégicas, uma vez que oferecem uma análise aprofundada de dados e tendências, bem como previsões sobre cenários futuros.

5.3.1 Relatório de Mercados Estratégicos: Jornada do Turista Internacional 2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Ceará).

5.4 Promoção do Afroturismo

Esta iniciativa visa promover o afroturismo como uma atividade que facilita a reconexão com a identidade e a história afrodescendente, valorizando as contribuições e perspectivas negras através do turismo. Trata-se de uma experiência que engloba produtos e serviços criados e oferecidos por pessoas negras, especialmente, para a comunidade negra.

5.4.1. Rota Fortaleza Negra

Visita Técnica, em 2023, pela Rota Fortaleza Negra em parceria com a Secretaria de Turismo de Fortaleza.

Destinos contemplados: Fortaleza.

5.5. Casa Brasil

Esta ação foi desenvolvida para promover a diversidade cultural e natural do Brasil durante os Jogos Olímpicos de Paris 2024, utilizando o esporte como plataforma, em conjunto com a música, gastronomia e arte. O espaço destacou valores como autenticidade, sustentabilidade, diversidade e inovação, funcionando como um ponto de encontro estratégico para atletas, imprensa e empresas. Além disso, reforçou o compromisso do Brasil com práticas socioambientais inovadoras, consolidando a imagem do país como um destino autêntico, diversificado e sustentável.

Destinos contemplados: Fortaleza e Estado do Ceará.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico e Turismo Cultural.



5.6. Patrocínios

As ações de patrocínio da Embratur visam fortalecer a presença internacional do Brasil como destino turístico de excelência, promovendo a imagem do país em eventos estratégicos e ampliando a visibilidade das riquezas culturais e naturais brasileiras. Essas iniciativas buscam atrair um público diversificado, composto por turistas, investidores, influenciadores e formadores de opinião, contribuindo para o aumento da competitividade turística do Brasil no cenário global.

5.6.1 Sertões KiteSurf - 2024

O projeto visa promover destinos turísticos brasileiros. O Sertões Kitesurf representa uma estratégia de marketing única na promoção do destino Ceará, por esta razão, a Embratur busca promover a cultura cearense com projeção internacional. Esta ação integra o Rally dos Sertões e promove uma agenda positiva do Brasil, com abrangência nacional e internacional, o Sertões ajuda a dar ainda mais uso e significado às belezas do País, além de movimentar a economia das pequenas cidades.

Destino contemplado: Estado do Ceará

Segmentos: Turismo Esportivo, Turismo de Sol e Praia.

5.6.2 Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual (www.descubrabraasil.com.ar), com foco na venda de pacotes turísticos a diversos destinos no Brasil, oferecidos por empresas integrantes do Comitê Visite Brasil na Argentina às redes de agências e consumidores finais, além de divulgação em redes sociais.

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercado ativado: Argentina.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Natureza.

