Embratur

PRINCIPAIS AÇÕES

MATO GROSSO

2023 e 2024

Ficha **Técnica**

Embratur

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 Mato Grosso, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.

MATO GROSSO

EM NÚMEROS

2

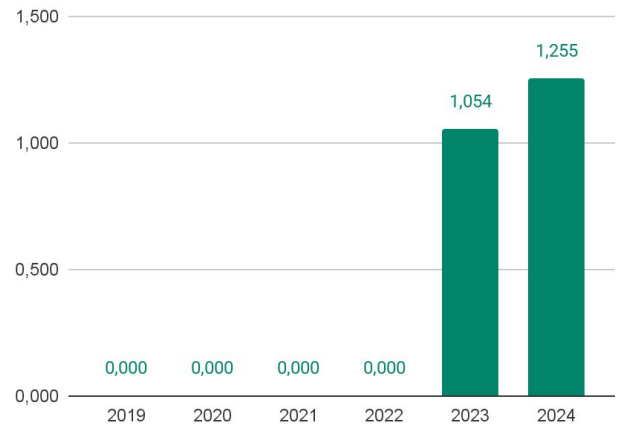
MT em números

Embratur

Material elaborado pela Gerência de Informação e Inteligência em Dados.
Acesse dados.embratur.com.br

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Mato Grosso 1.255 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 1.054 em 2023 e 1.255 em 2024, representando um aumento de 19,07%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Mato Grosso em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo MT



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o MT*

*janeiro a junho de 2025

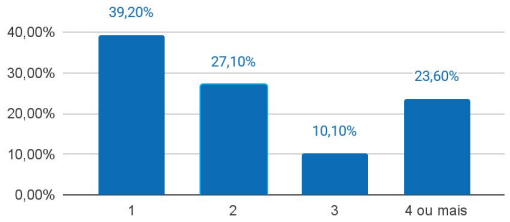
Dados do Mato Grosso estão zerados, pois não temos voo direto para o MT.

-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

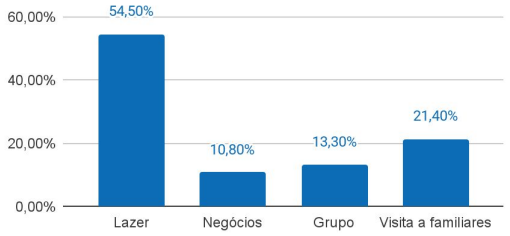
Fonte: Anac e Embratur

ForwardKeys

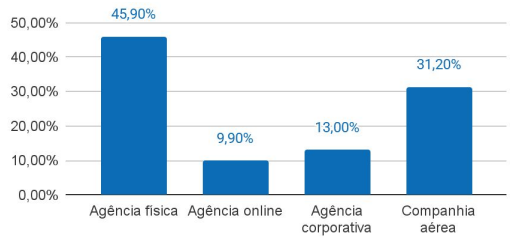
Tamanho do grupo em pessoas (%)



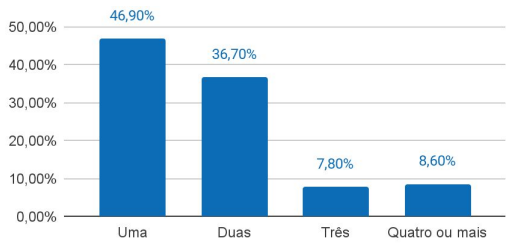
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o MT (%)



Principais portões de entrada	São Paulo e Foz do Iguaçu

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Mato Grosso recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Itália, Alemanha, Espanha e Reino Unido no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (78,8%), Foz do Iguaçu (6,6%), Brasília (4,6%) e Rio de Janeiro (4,3%) como portões de entrada.

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. Press Trip

Esta ação consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores digitais, comunicadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente partilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

3.1 .1. Press Trip Mato Grosso - 2023

Destinos contemplados: Chapada dos Guimarães, Nobres, Cuiabá e Poconé.

Mercados ativados: Argentina e Chile.

Segmentos: Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo de Natureza.

Principais resultados: a press trip aconteceu entre 11 e 17 de julho, com cinco jornalistas, sendo 3 oriundos da Argentina e 2 do Chile. Esta ação envolveu 36 (vinte e seis) empresas entre companhias aéreas, receptivos, hotéis, restaurantes e atrativos em quatro localidades do Mato Grosso, como Cuiabá, Poconé, Nobres e Chapada dos Guimarães. Estimou-se uma valoração de mídia total dos resultados de R$ 1 milhão.

3.2. Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégica de roadshows, em formato de galeria de arte e por meio de uma experiência imersiva, focada na promoção, marketing e exportação de serviços turísticos para agentes do mercado (B2B), público final (B2C) e imprensa. O objetivo é contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no exterior, destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos brasileiros.

3.2.1 Galeria Visit Brasil Paris - 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: França.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 6 a 8 de outubro de 2023, na cidade de Paris, com a participação de 338 visitantes. Foi promovido um cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

3.2.2 Galeria Visit Brasil Roma - 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: Itália.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 12 a 13 de outubro de 2023, na cidade de Roma, com a participação de 3.284 visitantes. Foi promovido um cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

3.2.3 Galeria Visit Brasil Londres- 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: Reino Unido.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 3 a 4 de novembro de 2023, na cidade de Paris, com a participação de 319 visitantes. Foi promovido um talking + cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

3.4.4 Galeria Visit Brasil Nova York - 2024

<u>Destinos contemplados:</u> Estado do Mato Grosso e Cuiabá

Mercados ativados: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: A Galeria Visit Brasil teve duração de 5 dias entre 23 e 27 de setembro. O evento teve 318 visitantes demonstrando alto nível de interesse e engajamento.

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 Mato Grosso:

Feira	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIT América Latina	2023	Argentina	Estado do Mato Grosso
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado do Mato Grosso
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Mato Grosso
TTG Travel Experience	2023	Itália	Estado do Mato Grosso
WTM Londres	2023	Reino Unido	Estado do Mato Grosso
BTL Lisboa	2024	Portugal	Estado do Mato Grosso
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Mato Grosso
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Mato Grosso

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 - Birdwatching no Pantanal

Destino: Pantanal Norte - Cuiabá.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes tirando fotos de pássaros com câmeras profissionais.

3.5.2 - Birdwatching da Amazônia

Destino: São José do Rio Claro.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes observando pássaros ao pôr do sol ou amanhecer no lodge do Jardim da Amazônia.

3.5.3 - Birdwatching no Pantanal

Destino: Pantanal Norte - Cuiabá.

Minutagem do vídeo: 00:00:30 (trinta segundos).

Chamada do texto: Descubra os encantos dos pássaros que vivem no Pantanal, bioma considerado Patrimônio Mundial Natural pela UNESCO - A região abriga mais de 650 espécies de aves, algumas delas endêmicas e raras, que podem ser observadas em seu habitat natural.

3.4.4 - Birdwatching no Jardim da Amazônia

Destino: São José do Rio Claro.

Minutagem do vídeo: 00:00:30 (trinta segundos).

Chamada do texto: São José do Rio Claro: Conheça um dos melhores destinos para a prática de birdwatching no Brasil - Observar pássaros em seu habitat natural é uma experiência enriquecedora e impactante, especialmente ao pôr do sol, quando a magia da natureza se intensifica.

3.4.5 - Ativação de Experiência da Vitrine Visit Brasil nas ferramentas da Embratur Apresentação da experiência "Observação de Aves com Pôr do Sol na Trilha da Lagoa e no Ninhal das Araras" (5.4.4) durante a WTM London 2024. Ativação de experiência turística da Vitrine Visit Brasil.

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: Poconé (Pantanal).

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 - 2023

Destinos contemplados: Poconé (Pantanal).

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

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies8(TripAdvisor, El Corte Inglés, Trailfinders, DialAFlight, Odigeo, Viventura, Quality Group, Expedia, Solferias, Abreu, Voyage Privé, Latin Routes); Publicidade programática (GDB e Teads) e TV Conectada (Showheroes).

Principais resultados: campanha publicitária e de marketing digital, realizada no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023, na Europa, denominada “Discover Spectacular Brazil” (Descubra um Brasil Espetacular) teve o intuito de mostrar para o público europeu um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 79.242.624 impressões, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%.

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.

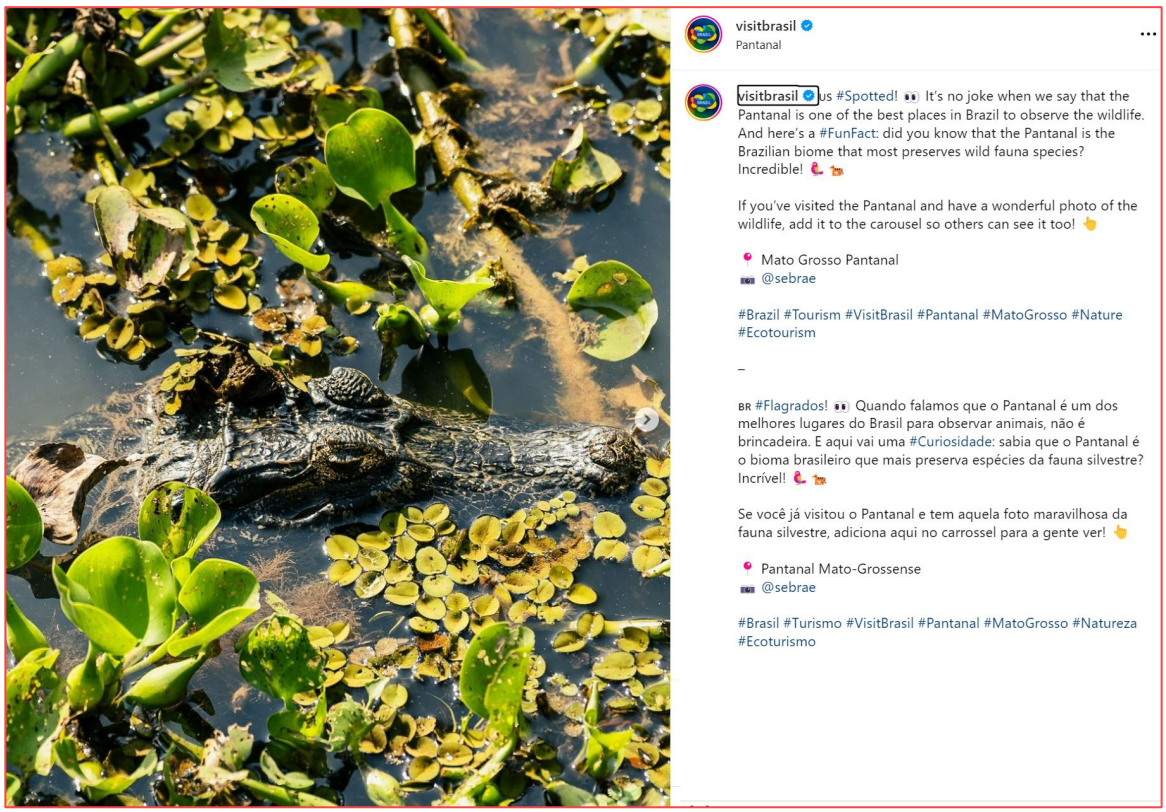
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Poconé (Pantanal).

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; Turismo Esportivo, Turismo Cultural; Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos (MICE).

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" (2024)

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

Destino contemplado: Cuiabá.

Participantes: 33 participantes.

5.2. Banco de Imagens

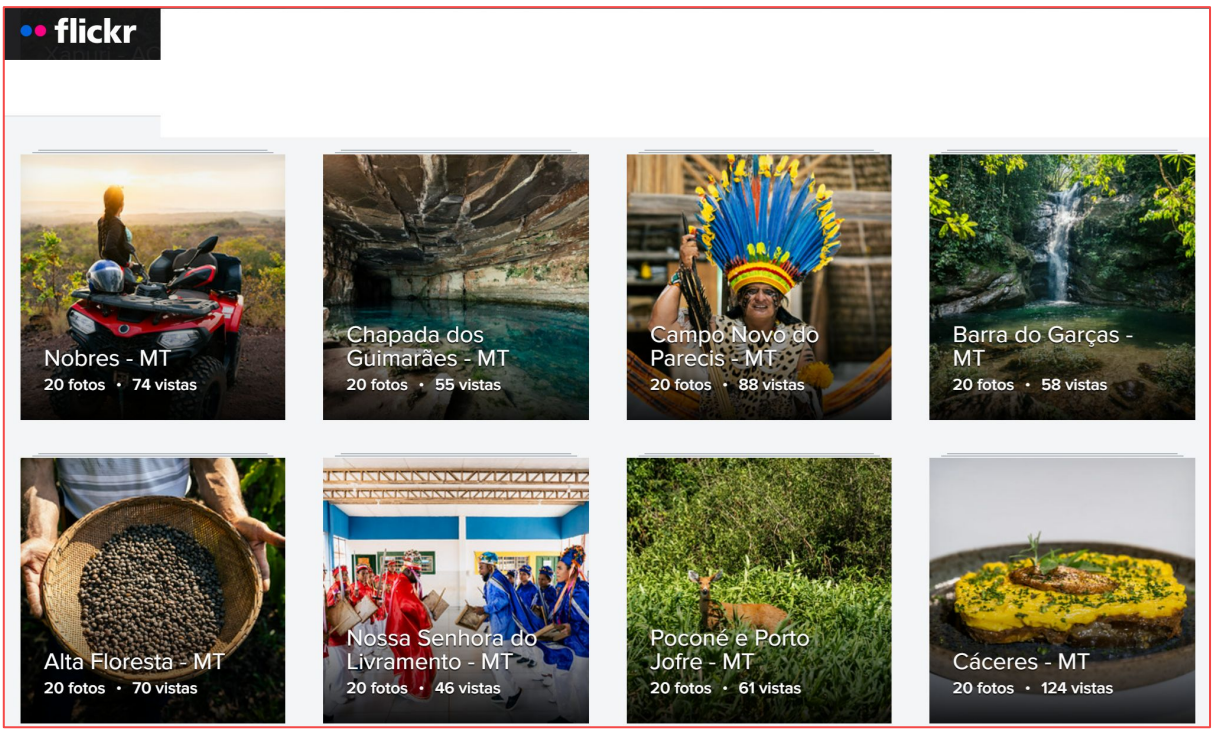
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Destinos contemplados: Nobres, Chapada dos Guimarães, Campo Novo do Parecis, Barra do Garças, Alta Floresta, Nossa Senhora do Livramento, Poconé, Porto Jofre, Cáceres, Barão de Melgaço, Santo Antônio do Leverger.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Natureza, Ecoturismo e Afroturismo.



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

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Mato Grosso).

Embratur