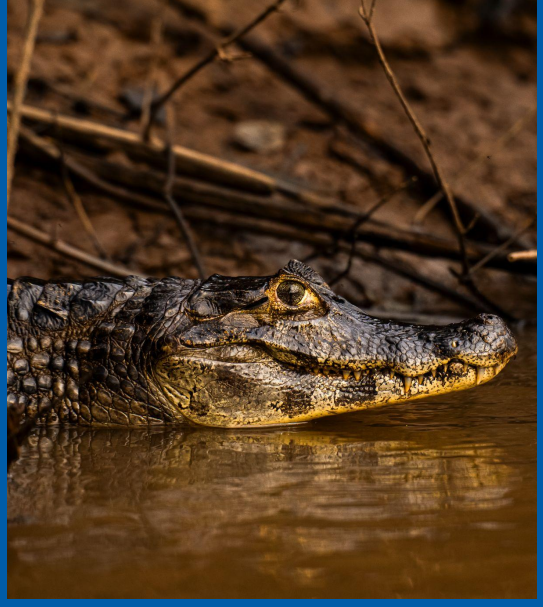
Embratur



PRINCIPAIS
AÇÕES

MATO GROSSO DO SUL

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

MATO GROSSO DO SUL

EM NÚMEROS

2

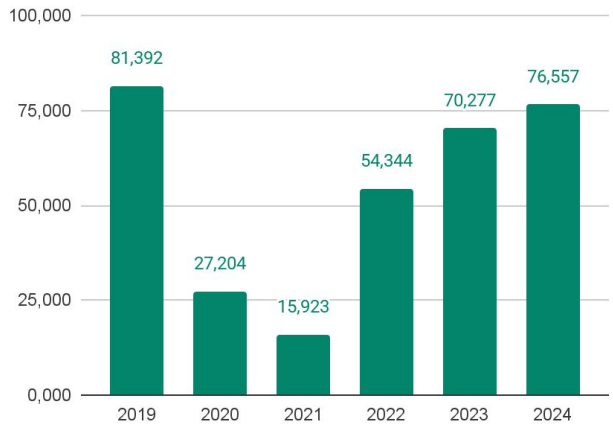
MS em números

Embratur

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

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Mato Grosso do Sul 76.557 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 70.277 em 2023 e 76.557 em 2024, representando um aumento de 8,94%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Mato Grosso do Sul em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo MS



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o MS*

*janeiro a junho de 2025

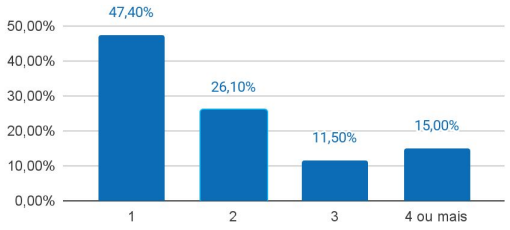
Dados de Mato Grosso do Sul estão zerados, pois não temos voo direto para o MS.

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

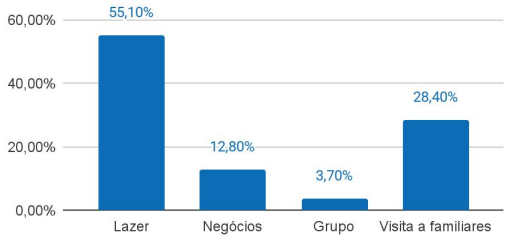
Fonte: Anac e Embratur

ForwardKeys

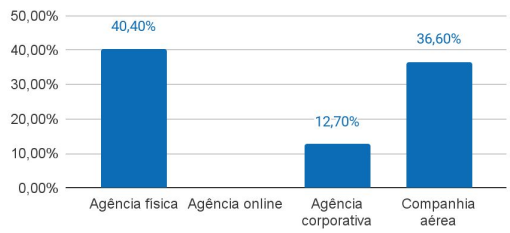
Tamanho do grupo em pessoas (%)



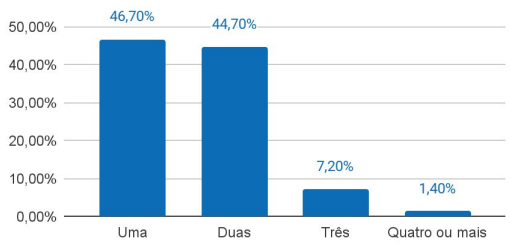
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o MS (%)



Principais portões de entrada	São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Mato Grosso do Sul recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Reino Unido, Espanha e Alemanha no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (89,3%), Brasília (2,7%), Rio de Janeiro (1,9%), Cuiabá (1,4%) e Foz do Iguaçu (1,1%) 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. Famtour

A ação faz parte do Programa "Especialistas em Brasil" e consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para operadores de turismo internacional, com objetivo de promover o destino por meio da experimentação. Busca proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa resultar no desenvolvimento e comercialização de produtos turísticos.

3.1.1. Famtour 7: Pantanal, Bonito e Brasília

Destinos contemplados: Bonito e Miranda.

Mercados ativados: Alemanha e Reino Unido.

Segmentos: Multiproduto.

Principais resultados: Famtour com 10 participantes (sendo 4 da Alemanha e 6 do Reino Unido). O período de realização da ação foi de 21 a 28 de agosto de 2024, quando os participantes puderam vivenciar uma diversificada gama de atividades, que destacaram a riqueza cultural, as belezas naturais e as infraestruturas de cada destino, proporcionando uma experiência imersiva nas cidades de Bonito(MS), Miranda(MS) (Pantanal).

3.2. 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 do Sul:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIT América Latina	2023	Argentina	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
Travel & Adventure Show Los Angeles	2023	Estados Unidos	Bonito
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado do Mato Grosso do Sul
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
FITPAR Paraguay	2023	Paraguai	Bonito
WTM London	2023	Reino Unido	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
FITUR Madri	2024	Espanha	Bonito e Corumbá
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	Bonito
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Mato Grosso do Sul, Bonito e Rota Pantanal
FITPAR	2024	Paraguai	Estado do Mato Grosso do Sul, Bonito e Rota Pantanal

3.3 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.

3.3.1 - Safári no Pantanal

Destino: Pantanal-Sul - Aquidauana.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes em conexão com a natureza no passeio 4x4 (transmitir ideia de safári) em Aquidauana.

3.3.2 - Experiência no Abismo Anhumas

Destino: Bonito.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes descendo de rapel elétrico (com equipamentos de segurança) com visão da gruta no Abismo Anhumas.

3.3.3 - Flutuação no Rio da Prata

Destino: Bonito.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes flutuando pelo Rio da Prata

Flutuação no Rio da Prata

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 Europa - 2023

Destinos contemplados: Bonito.

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%.

4.1.2. 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: Corumbá (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: Foram geradas 71.019.771 de impressões; 438.179 cliques, com uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.

4.1.3. 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: Bonito.

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

Segmentos: Turismo Esportivo (Mountain Bike), 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.

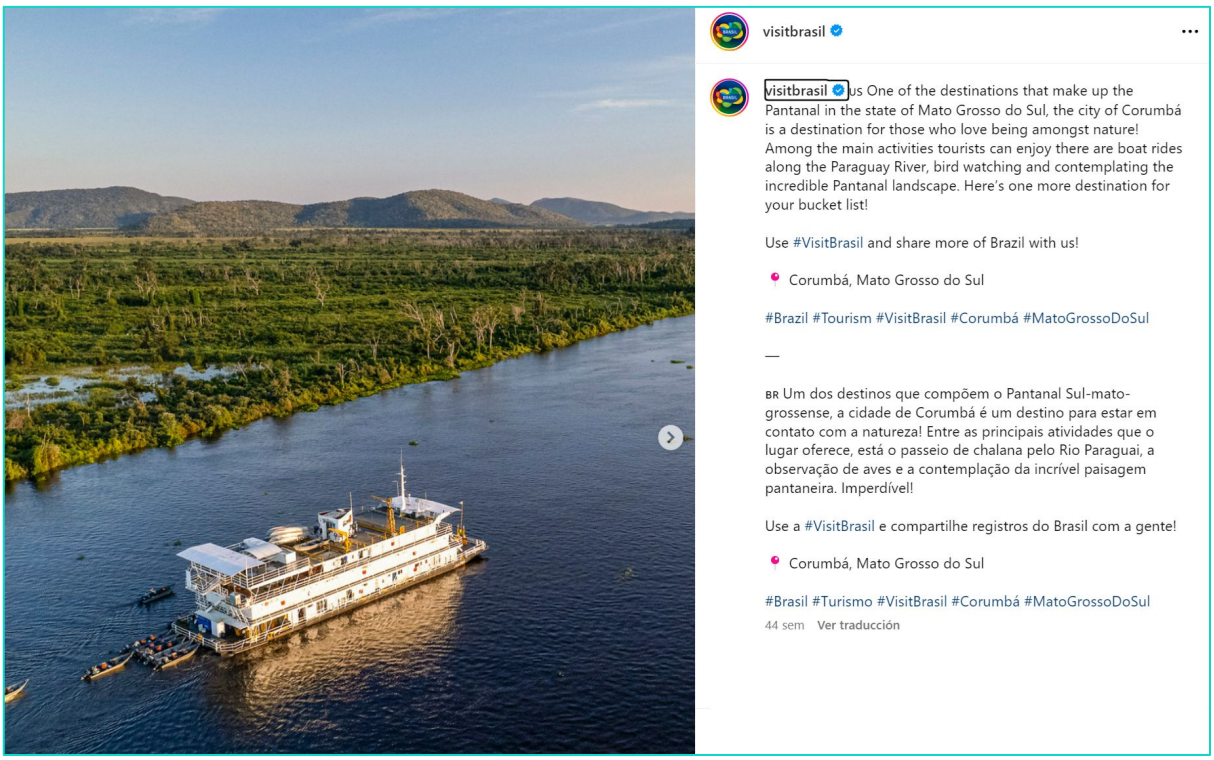
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destinos contemplados: Bonito e Corumbá.

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

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 Corumbá, no dia 7 de agosto de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Corumbá.

Participantes: 24 pessoas.

5.2. Banco de Imagens

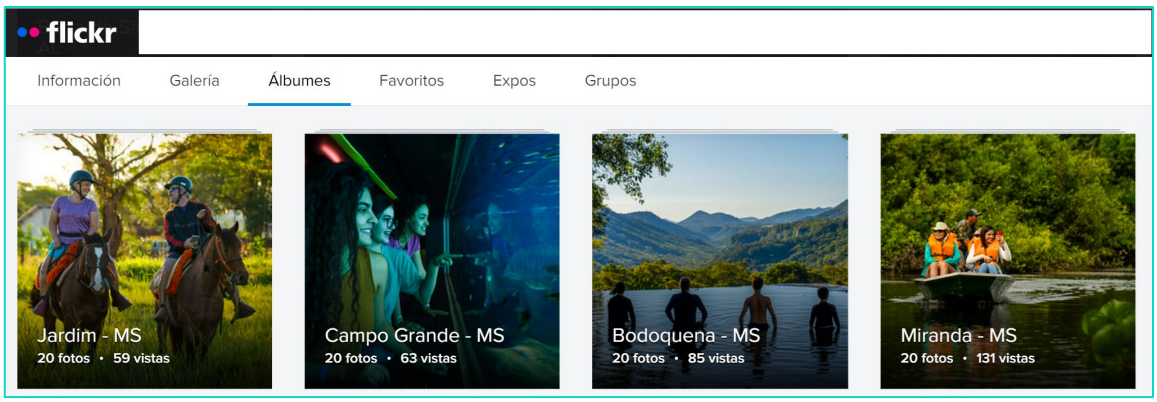
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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: Campo Grande, Bonito, Miranda, Jardim, Bodoquena, Corumbá e Aquidauana.

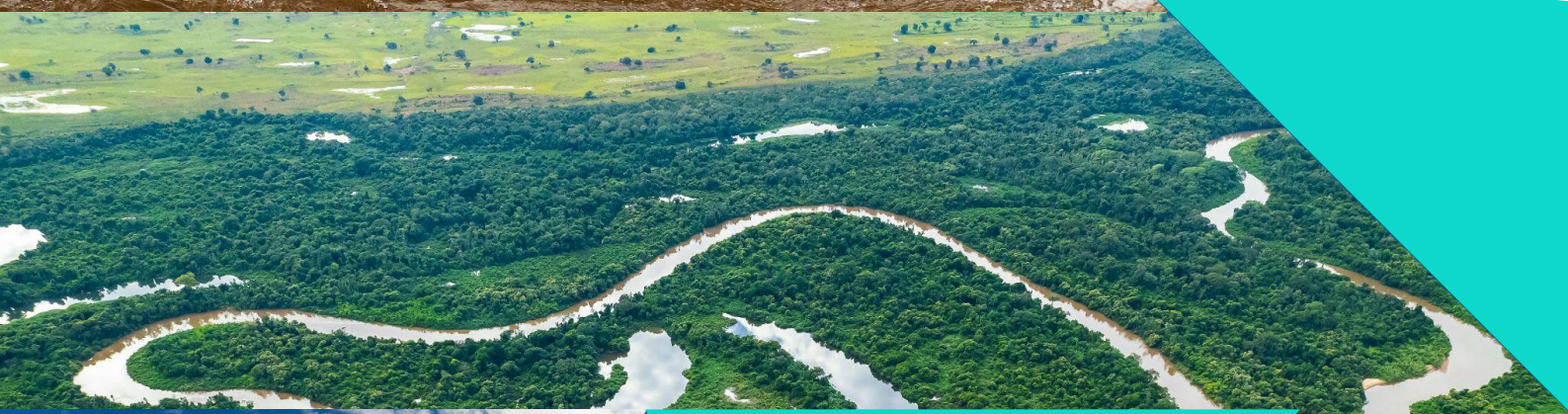
Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico.



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 Mato Grosso do Sul).

Embratur