

# PRINCIPAIS AÇÕES



# PARANÁ

2023 e 2024



## **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

## **EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR**

### **Revisão Técnica**

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

### **Design Gráfico**

Natália Bomfim

Ronald Andrade

Maria Eduarda Lopes

## **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

## **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, conseqüentemente, 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 Paraná, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



# PARANÁ

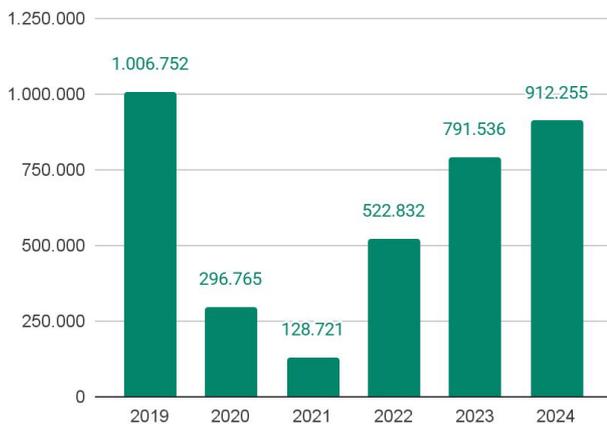
EM NÚMEROS

# 2

# PR em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Paraná 912.255 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 791.536 em 2023 e 912.255 em 2024, representando um aumento de 15,25%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Paraná em seus roteiros.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo PR



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o PR\*

\*janeiro a junho de 2025

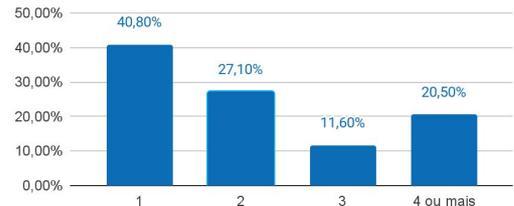
Cias aéreas:	Latam, Azul, Aerolíneas Argentinas e JetSmart.
Países de origem:	Chile, Argentina, Peru, Uruguai, Paraguai.
Cidades de origem:	Buenos Aires, Santiago, Lima, Montevidéu e Assunção.
Quantidade de voos:	472.
Assentos disponíveis:	82.392.
Participação do PR na oferta de voos para o Brasil:	1,28%.

Fonte: Anac e Embratur

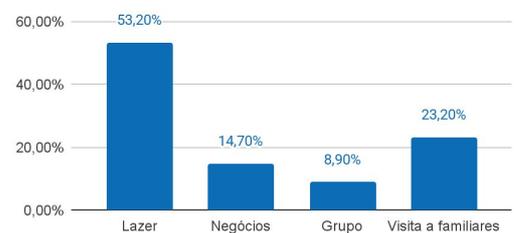


ForwardKeys

## Tamanho do grupo em pessoas (%)



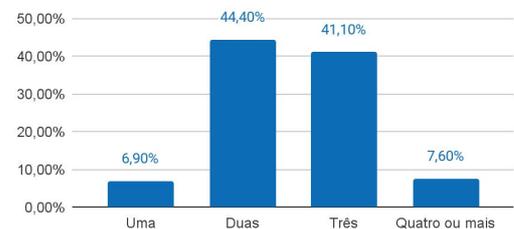
## Motivo da viagem (%)



## Meio de compra da viagem (%)



## Quantidade de conexões até o PR (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Paraná recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Espanha e Chile no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (82,7%), Rio de Janeiro (11,8%) e Brasília (1,8%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Curitiba.

# 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 Foz do Iguaçu e Rio de Janeiro - 2023

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

**Mercados ativados:** Argentina, Chile, México e Paraguai.

**Segmentos:** Turismo de Natureza; Turismo Cultural; Turismo Gastronômico; Turismo de negócios e eventos (MICE).

**Principais resultados:** o famtour contou com a participação de 7 operadores internacionais provenientes do Chile e Colômbia, em março de 2024. o famtour, realizado no período de 23 a 30 de setembro de 2023, contou com a participação de 8 operadores internacionais, sendo 2 da Argentina, 3 do México, 1 do Chile e 2 do Paraguai. A análise do conjunto de informações obtidas junto aos operadores participantes revela que os destinos foram vistos de forma muito positiva em sua infraestrutura e serviços turísticos. Estimou-se a entrada de, aproximadamente, 2.000 novos turistas como resultado dessa ação.



### 3.1.2 Famtour Curitiba, Morretes e São Paulo - 2024

**Destinos:** Curitiba e Morretes.

**Mercados ativados:** Argentina, Chile e Peru.

**Segmento:** Turismo de negócios e eventos (MICE).

**Principais Resultados:** o famtour, realizado no período de 28 de julho a 03 de agosto de 2024, contou com um grupo de 8 representantes das empresas selecionadas, incluindo operadores, agentes de viagem e outras empresas especializadas no segmento MICE, sendo 2 da Argentina, 3 do México e 3 da Colômbia.



### 3.1.2 . Famtour Foz do Iguaçu e Rio de Janeiro - 2024

**Destino:** Foz do Iguaçu.

**Mercados ativados:** México e Peru.

**Segmento:** Turismo de negócios e eventos (MICE).

**Principais Resultados:** o famtour, realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, contou com a participação de 7 operadores e/ou agentes de viagem, especializados no segmento multiprodutos, sendo 4 do México e 3 do Peru.



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 compartilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

### 3.2.1 - Press Trip Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Ecoturismo e Turismo de Luxo

**Principais resultados:** a ação contou com a participação de 5 jornalistas, sendo todos **jornalistas** que escrevem para veículos de comunicação dos **Estados Unidos**. As atividades incluíram uma variedade de experiências dentro dos segmentos de **cultura, gastronomia, sol e praia** e **ecoturismo**, incluindo também o **turismo de luxo**, incluso na programação após detectarmos o crescente interesse por esse segmento e equilibrando tempo para descanso e produção de conteúdo, com o objetivo de maximizar a geração de matérias sobre os destinos no mercado norte-americano.



### 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

**Destinos contemplados:** Curitiba, Foz do Iguaçu e Estado do Paraná.

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

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Sol e Praia, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), 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 Paraná:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
IBTM World	2023	Espanha	Foz do Iguaçu
T&AS Los Angeles	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
BTL Lisboa	2023	Portugal	Foz do Iguaçu
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Foz do Iguaçu
IFTM Top Resa	2023	França	Foz do Iguaçu
NYITS New York	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
FITPAR Paraguay	2023	Paraguai	Foz do Iguaçu
IMEX America	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
TTG Travel Experience	2023	Itália	Foz do Iguaçu
Vitrine Turística ANATO	2023	Colômbia	Foz do Iguaçu
ITB Berlim	2023	Alemanha	Foz do Iguaçu
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	Foz do Iguaçu
FITUR Madri	2024	Espanha	Foz do Iguaçu

<b>Seatrade Cruise Global</b>	2024	Estados Unidos	Estado do Paraná
<b>T&amp;AS Los Angeles</b>	2024	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
<b>BTL Lisboa</b>	2024	Portugal	Foz do Iguaçu
<b>IBTM World</b>	2024	Espanha	Foz do Iguaçu e Estado do Paraná
<b>FIEXPO Latin America</b>	2024	Panamá	Foz do Iguaçu e Estado do Paraná
<b>IMEX Frankfurt</b>	2024	Alemanha	Foz do Iguaçu
<b>IBTM World</b>	2024	Espanha	Foz do Iguaçu
<b>WTM London</b>	2024	Reino Unido	Foz do Iguaçu
<b>FITPAR</b>	2024	Paraguai	Foz do Iguaçu
<b>IFTM Top Resa</b>	2024	França	Foz do Iguaçu
<b>TTG Travel Experience</b>	2024	Itália	Foz do Iguaçu

# 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 Estados Unidos - 2023

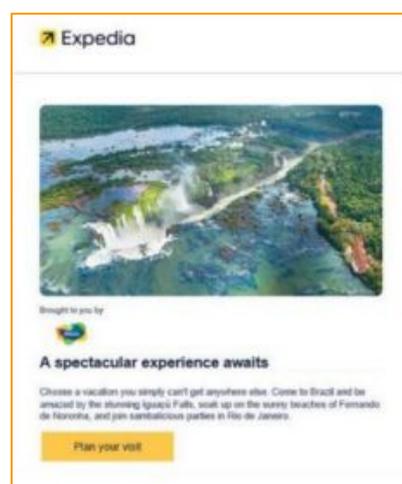
**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

**Segmentos:** Turismo de Aventura e Ecoturismo.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, Tik Tok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); OTAs (Amadeus – Travel Audience, TripAdvisor, Skyscanner e Expedia); Site de Projeto Especial (CNN); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhia Aérea (Delta Air Lines); Cartão de Crédito (American Express).

**Principais resultados:** Campanha promocional realizada nos Estados Unidos, em canais online e offline, no período de 17 de julho a 18 de setembro de 2023. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 106.642.942 impressões, 355.479 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,33%.



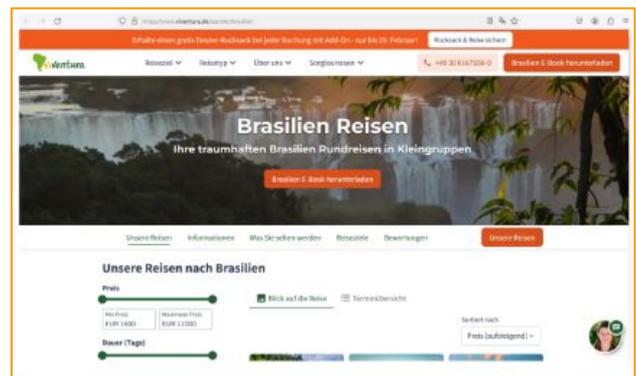
## 4.1.2. Campanha Promocional Europa - 2023

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

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

**Segmentos:** Turismo de Aventura e Ecoturismo.

**Principais resultados:** a campanha foi promovida no mercado europeu, em canais online e offline, no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023. Foi traduzida para 5 idiomas a fim de se comunicar adequadamente com os mercados-alvo. Estima-se ter alcançado mais de 20 milhões de pessoas durante todo o período da campanha, com uma entrega de + de 130 mil inserções. No geral, a iniciativa produziu mais de 83 milhões de impressões e mais de 652 mil cliques.



## 4.1.3. Campanha Promocional América Latina - 2023

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

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

**Segmentos:** Turismo de Aventura e Ecoturismo.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok e LinkedIn); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies<sup>3</sup> (Despegar, All Seasons e Mega Travel); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhias Aéreas (JetSMART e Sky).

**Principais resultados:** a campanha publicitária e de marketing digital, denominada "Disfruta un Brasil Espectacular", teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano. Realizada no período de 02 de outubro a 30 de novembro de 2023, o resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 71.019.771 impressões, 438.179 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.

## 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:** Curitiba e Morretes.

**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.



A man and a woman are walking hand-in-hand on a stone-paved path. The man is wearing a white t-shirt and blue shorts, while the woman is wearing a white lace dress. They are looking towards the right, where a sandy beach and the ocean are visible. In the background, there are lush green hills and some buildings. The sky is blue with some clouds. The image is overlaid with a green and orange geometric design in the top right corner.

**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 do 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 Foz do Iguaçu, no dia 17 de outubro de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

**Participantes:** 21 pessoas.



### 5.2. Banco de Imagens

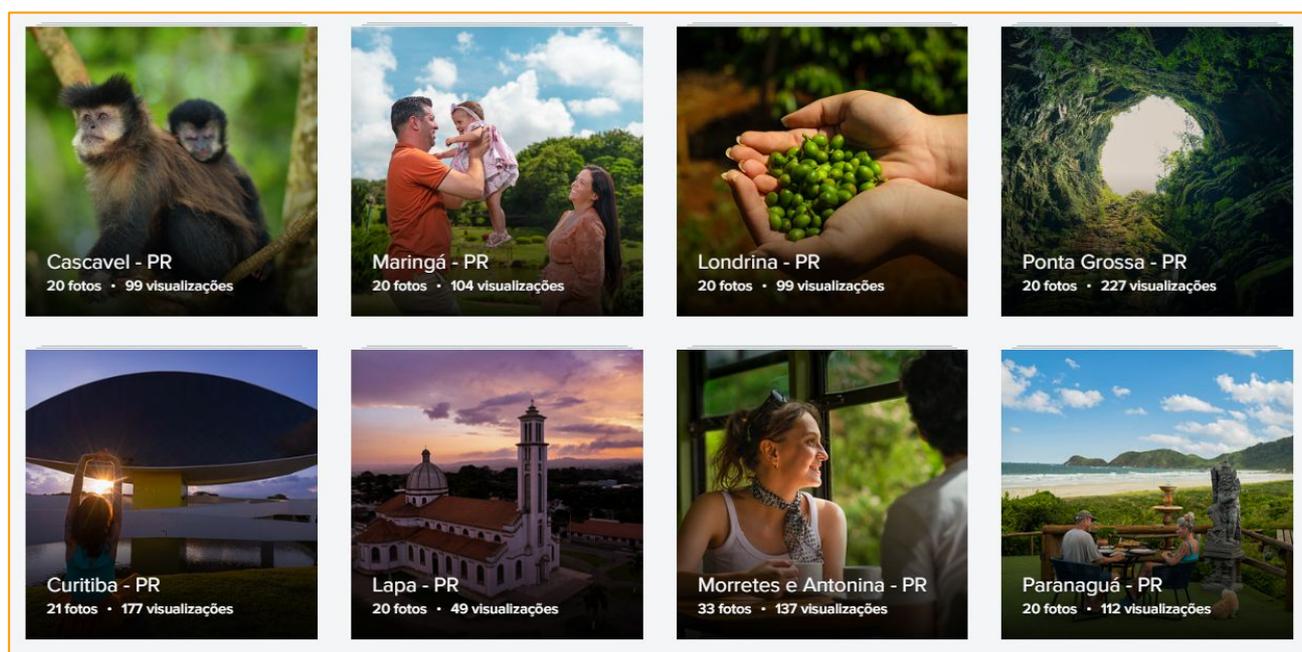
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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:** Curitiba, Foz do Iguaçu, São José dos Pinhais, Ponta Grossa, Londrina, Paranaguá (Ilha do Mel), Morretes, Antonina, Maringá e Ribeirão Claro, Lapa, Prudentópolis.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Ecoturismo e Turismo de Aventura.



### 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 Paraná).

#### 5.3.2 Estudo de Segmento- Sistema de monitoramento para Destinos Turísticos Inteligentes

**2023:** Destinos contemplados - Foz do Iguaçu e Ponta Grossa.

## 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.

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo de Aventura e turismo de Sol e Praia.



## 5.6. Ações ESG

As ações ESG (Environmental, Social, and Governance) lideradas pela Embratur têm como foco preservar o meio ambiente, valorizar as comunidades locais, e garantir transparência e responsabilidade na gestão turística. As estratégias ESG visam minimizar o impacto ambiental, promover a inclusão social e fortalecer a governança, alinhando o desenvolvimento turístico com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). São ações que também agregam valor ao destino, atraindo turistas conscientes e investidores comprometidos com a sustentabilidade.

### 5.6.1 Diagnóstico ESG dos destinos brasileiros

Ação realizada em parceria com Unedestinos direcionada aos Conventions & Visitors Bureau que, por meio de uma pesquisa online, irá identificar as principais oportunidades e desafios do tema para posteriores ações de melhoria.

**Destino contemplado:** Foz do Iguaçu.

## 5.7. Patrocínio

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.

### 5.7.1. Summit Tur 5.0

Primeira edição do evento focado em Inovação e ESG, com parceria do Itaipu Parquetec.

**Destino Contemplado:** Foz do Iguaçu



**summit  
tour 5.0**

Seminário de Inovação e  
Sustentabilidade no Turismo

**27, 28 e 29  
de novembro**

Realização

 Embratur  itaipu  
parquetec

