



PRINCIPAIS AÇÕES



PIAUI

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

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



A sunset over the ocean with a kite surfer and a boat. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the water. A kite surfer is visible in the middle ground, and a small boat is in the foreground. The sky is filled with soft, golden clouds. The overall scene is serene and captures a moment of outdoor recreation.

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



PIAUI

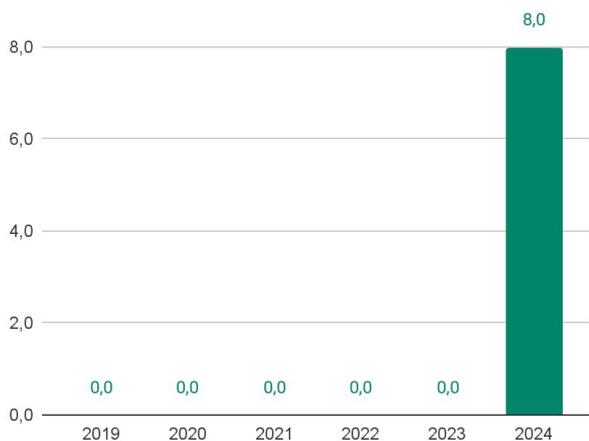
EM NÚMEROS

2

PI em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Piauí 8 turistas. Esse baixo número e falta de histórico são em decorrência da ausência de voos internacionais regulares ao destino. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Piauí em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo PI



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o PI*

*janeiro a junho de 2025

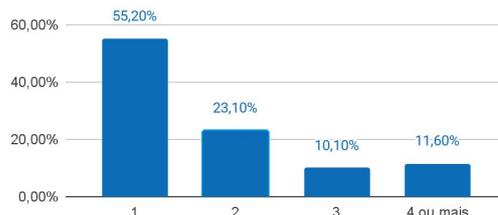
Dados do Piauí estão zerados, pois não temos voo direto para o PI.

Fonte: Anac e Embratur



ForwardKeys

Tamanho do grupo em pessoas (%)



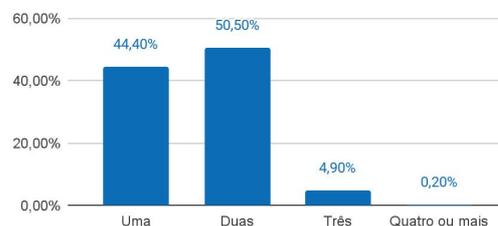
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o PI (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Piauí recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Alemanha, Suíça e Espanha no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (69,1%), Brasília (11,7%), Recife (7,9%), Fortaleza (4,9%) e Rio de Janeiro (1,8%) como portões de entrada.

AÇÕES REALIZADAS

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

Destinos contemplados: Parnaíba e Luís Correia.

Mercados ativados: Reino Unido e Alemanha.

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

Principais resultados: este famtour contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 de Londres. 100% dos convidados avaliaram a infraestrutura das cidades visitadas como excelente e pronta para o recebimento de turistas internacionais.



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

3.2.1. Press Trip Serra da Capivara 2023

Destino contemplado: São Raimundo Nonato.

Mercados ativados: França

Segmentos: Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Natureza.

Principais resultados: Famtour realizado no período de 22 a 30 de julho de 2023, com 5 jornalistas franceses.

3.1. 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 Piauí:

Feira	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FITUR Madri	2024	Espanha	Estado do Piauí
BTL Lisboa	2024	Portugal	Serra da Capivara
ITB Berlim	2024	Alemanha	Luís Correia

3.1.1 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.

3.1.2 - Rota das Emoções: Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim

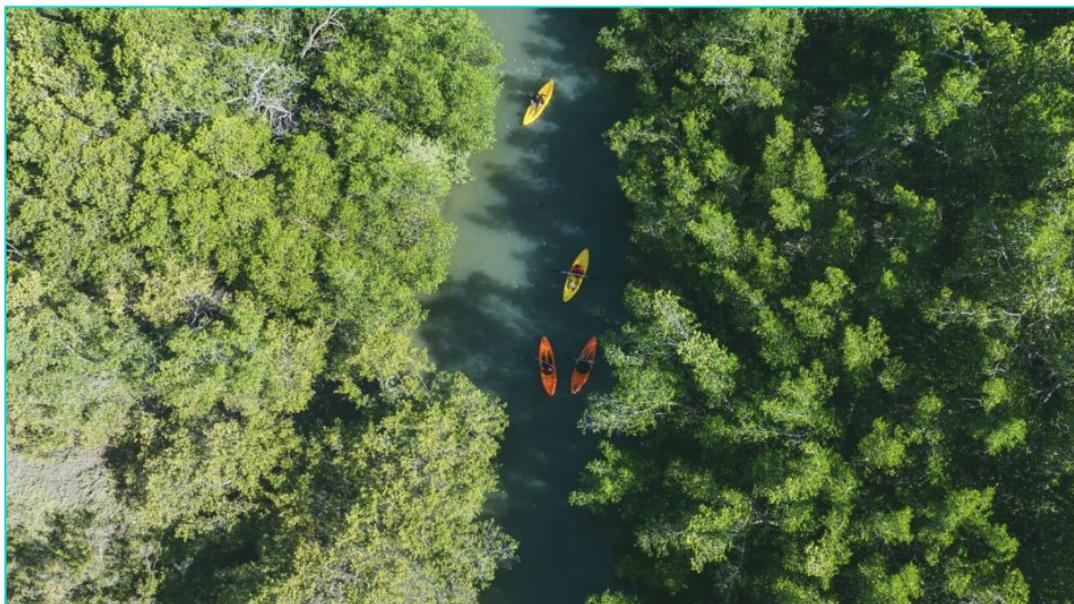
Destino: Rota das Emoções - Cajueiro da Praia (PI).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes no passeio de caiaque pelo Rio Camurupim (com os equipamentos de segurança adequados) chegando em uma praia para a degustação (a praia que for no dia a depender da maré)

3.1.3 - Tour pela Baía das Canárias com revoada dos Guarás

Destino: Rota das Emoções - Parnaíba (PI).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes admirando a revoada dos guarás no pôr do sol no Delta do Parnaíba (Baía do Caju).



Rota das Emoções: Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim

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 na Europa - 2023.

Destino contemplado: Parnaíba (Rota das Emoções) e Luís Correia (Rota das Emoções).

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

Segmentos: Redes Sociais (*Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest*); Inovadores Digitais (*Google e YouTube*); *Online Travel Agencies (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: 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%. Estima-se que ao longo de toda a campanha tenham sido alcançados mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções.



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” (2024)

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

Destino contemplado: Parnaíba.

Número de participantes: 24 participantes.



5.2. Banco de Imagens

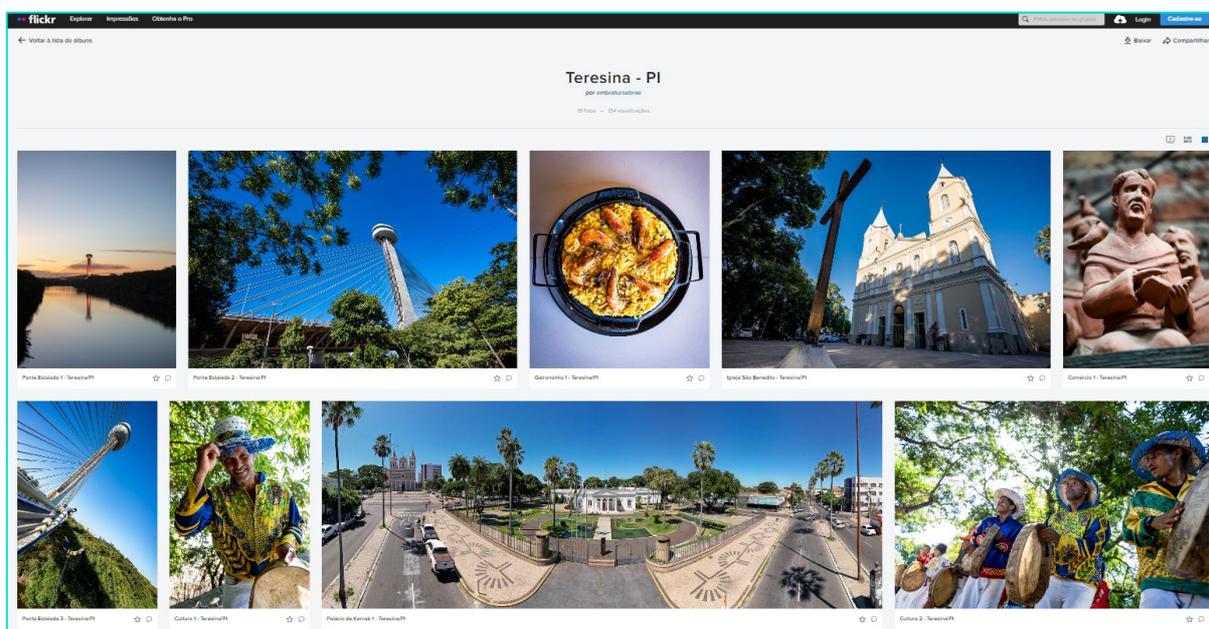
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Destino contemplado: Teresina.

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 Piauí).

