



# PRINCIPAIS AÇÕES

# RIO DE JANEIRO

2023 a 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



# 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 Rio de Janeiro, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



# RIO DE JANEIRO

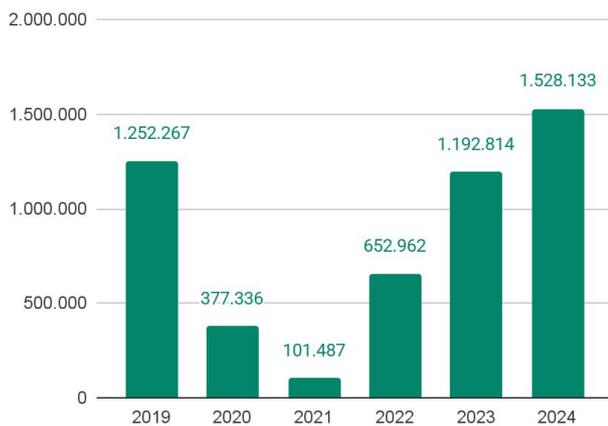
EM NÚMEROS

2

# RJ em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Rio de Janeiro 1.528.133 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 1.192.814 em 2023 e 1.528.133 em 2024, representando um aumento de 28,11%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Rio de Janeiro em seus roteiros.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo RJ



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o RJ\*

\*janeiro a junho de 2025

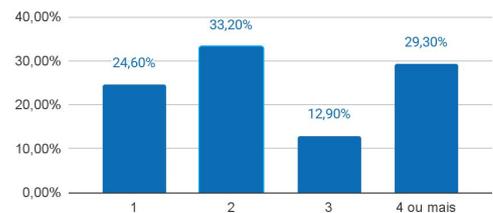
Cias aéreas:	JetSmart, Latam, Gol, Aerolineas Argentinas, American Airlines, Copa Airlines, Avianca, British Airways, TAP, Sky Airline e Emirates.
Países de origem:	Argentina, Chile, Estados Unidos, Panamá, Uruguai, Colômbia, Portugal, França, Holanda, Peru, Reino Unido e Alemanha.
Cidades de origem:	Buenos Aires, Córdoba, Rosário, Santiago, Lisboa, Cidade do Panamá, Miami, Houston, Nova York, Atlanta, Dallas e Porto.
Quantidade de voos:	- 7.459
Assentos disponíveis:	- 1.719.487
Participação do RJ na oferta de voos para o Brasil:	- 20,25%

Fonte: Anac e Embratur

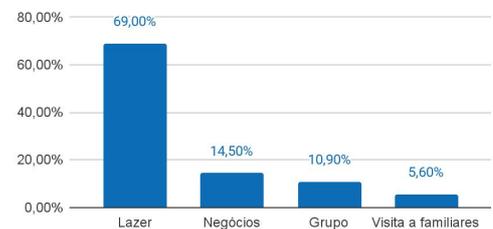


ForwardKeys

## Tamanho do grupo em pessoas (%)



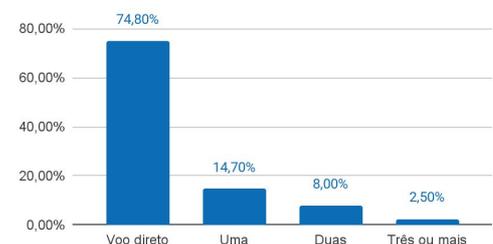
## Motivo da viagem (%)



## Meio de compra da viagem (%)



## Quantidade de conexões até o RJ (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Foz do Iguaçu

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Rio de Janeiro recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Estados Unidos, França e Portugal no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (75,6%), Foz do Iguaçu (4,5%) e Brasília (3,5%) como portões de entrada para além do Aeroporto do Rio de Janeiro (Galeão).

# 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 Mercado Latino

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) e Foz do Iguaçu (PR).

**Mercado ativado:** Argentina, Chile, México, Paraguai.

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos.

**Principais resultados:** o famtour contou com a participação de 8 operadores internacionais, em setembro de 2023, sendo dois da Argentina, três do México, um do Chile e dois do Paraguai. Estimou-se a entrada de, aproximadamente, 2.000 novos turistas como resultado dessa ação.



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

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) e Foz do Iguaçu (PR).

**Mercado ativado:** México e Peru

Segmentos: Multiproduto.

**Principais resultados:** o *famtour*, realizado dia 09 de agosto de 2024, com a participação dos 7 operadores e/ou agentes de viagem, sendo 4 do México e 3 do Peru, do segmento de multiprodutos



### 3.1.3. Famtour Rio de Janeiro e São Paulo - 2024

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP).

**Mercados ativados:** México e Colômbia.

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos.

**Principais resultados:** o *famtour* contou com a participação de 10 operadores internacionais provenientes do México e Colômbia, em março de 2024. Estimou-se, dentro do período de um ano, a expectativa de receber até 1900 turistas mexicanos, que podem potencialmente gerar até 7 milhões de reais de incremento na economia brasileira. Já para o mercado colombiano, o número de turistas é de até 700, que podem gerar até 2 milhões de reais.



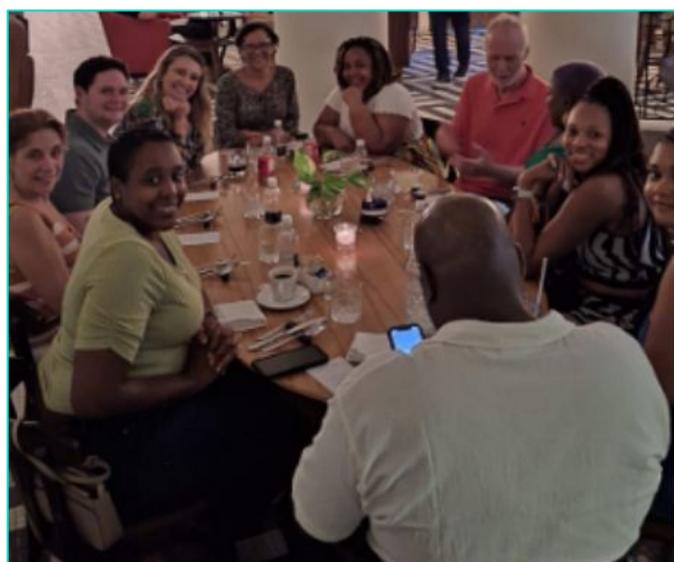
### 3.1.4 Famtour Mercado Estados Unidos - 2024

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA).

**Mercado ativado:** Estados Unidos

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Afroturismo

**Principais resultados:** o famtour contou com a participação de 8 operadores internacionais provenientes dos Estados Unidos, no mês de março de 2024. Estimou-se que esta ação possa atrair mais de 1.000 turistas americanos, que podem potencializar a geração de até 4 milhões de reais na economia brasileira.



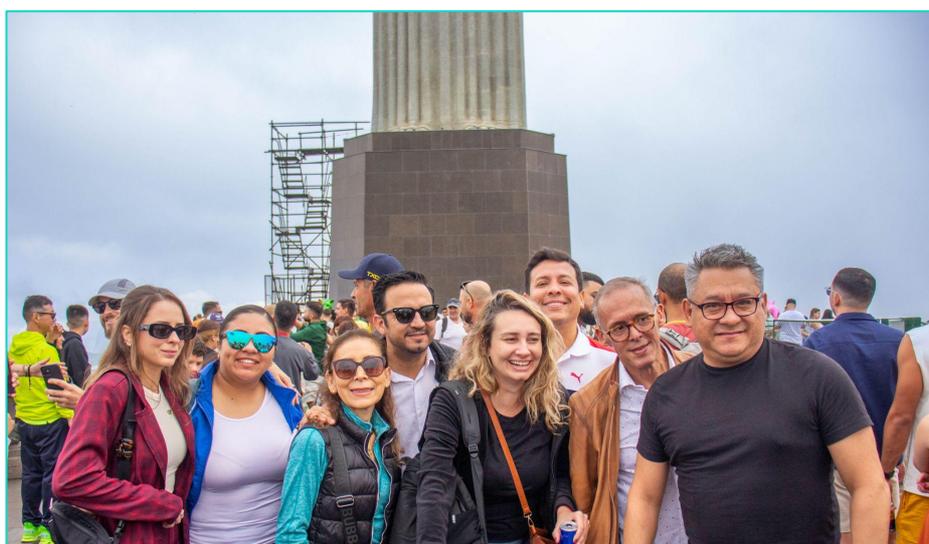
### 3.1.5. Famtour Rio de Janeiro (RJ)- 2024

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) .

**Mercados ativados:** Reino Unido.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Ecoturismo

**Principais resultados:** foi executado um famtour com 10 operadores oriundos do Reino Unido no Rio de Janeiro/RJ.



### 3.1.6. Famtour Maceió (AL) e Rio de Janeiro (RJ)- 2024

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro (RJ) e Maceió (AL).

**Mercados ativados:** Argentina e Paraguai.

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

**Principais resultados:** o famtour, realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, contou com a participação de 8 operadores e/ou agentes de viagem, especializados no segmento multiprodutos, com foco especial em lazer e resorts, sendo 4 da Argentina e 4 do Paraguai. Resultados em apuração no 2o semestre de 2024.



### 3.1.7. Famtour Brasília (DF), Chapada dos Veadeiros (GO) e Rio de Janeiro (RJ) - 2024

**Destinos contemplados:** Brasília (DF), Chapada dos Veadeiros (GO) e Rio de Janeiro (RJ).

**Mercados ativados:** Chile e Colômbia.

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

**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, do segmento de multiprodutos, em especial o segmento de turismo de natureza e ecoturismo, sendo 3 do Chile e 4 da Colômbia. Resultados em apuração no 2o semestre de 2024.



## 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 Mercado Europeu - 2023

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** França.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural e Ecoturismo.

**Principais resultados:** esta press trip contou com a participação de 5 jornalistas franceses. Estimou-se um alcance de público e +2,2 milhões de usuário únicos e um valor de exposição midiática de R\$ 3,1 milhões.



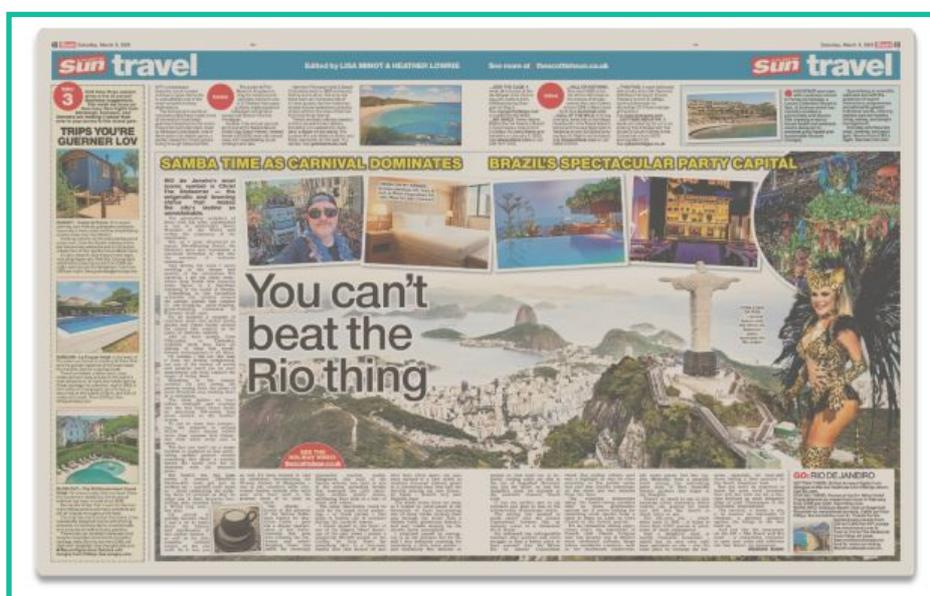
### 3.2.1. Press Trip Mercado Europeu - 2024

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Reino Unido.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural e Ecoturismo.

**Principais resultados:** esta press trip ocorreu no período de 08 e 14 de fevereiro, com 5 jornalistas britânicos. Foi gerado total de 4 matérias em veículos relevantes, bem como diversos conteúdos em redes sociais publicados por convidados em tempo real, a press trip com destino ao Rio de Janeiro gerou mais de R\$ 6,7 milhões em valoração de mídia.



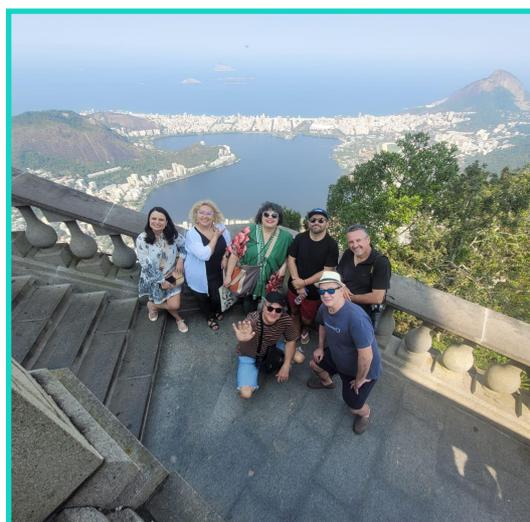
### 3.2.1. Press Trip Mercado Latino - 2024

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Argentina e Chile.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural e Ecoturismo.

**Principais resultados:** esta press trip ocorreu no período de 4 a 11 de agosto de 2024, com 5 participantes, sendo 2 jornalistas chilenos e 3 jornalistas argentinos. Os resultados serão apurados no 2o semestre de 2024.



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

**Destinos contemplados:** 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.



### 3.4. Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégia 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.

#### 3.4.1 Galeria Visit Brasil Los Angeles - 2023

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

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

**Principais resultados:** a Galeria Visit Brasil Los Angeles foi executada no período de 2 a 4 de novembro de 2023, em Los Angeles, com a participação de 114 visitantes. Já a Galeria Visit Brasil Miami foi executada no período de 9 a 11 de novembro de 2023, em Miami, com a participação de 115 participantes. O Rio de Janeiro foi contemplado com uma experiência imersiva, por meio de uma masterclass de samba.



**SEBRAE** **BRASIL**

## MASTERCLASS SAMBA

Aula de samba em parceria com a Riotur.

*Sobre a Riotur:*

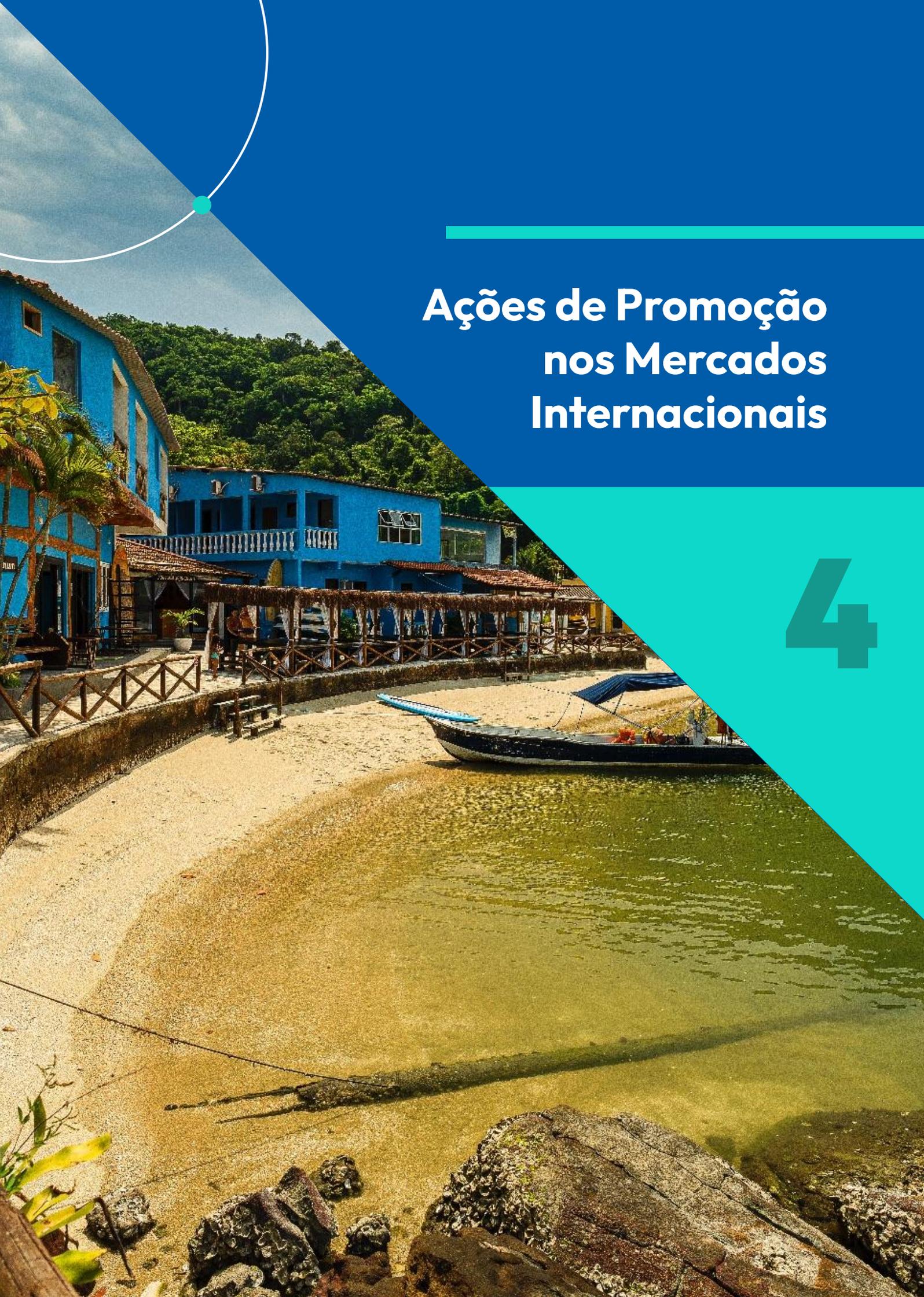
Empresa de turismo do município do Rio de Janeiro, é o órgão encarregado da promoção da cidade no Brasil e no exterior, além da organização e produção de grandes eventos, como carnaval e réveillon.

### 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 Rio de Janeiro:

<b>Feiras</b>	<b>Ano</b>	<b>Mercado Ativado</b>	<b>Destino Promovido</b>
IBTM World	2023	Espanha	Rio de Janeiro
FIT América Latina	2023	Argentina	Rio de Janeiro
New York International Travel Show	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
FITUR Madri	2023	Espanha	Rio de Janeiro
Vitrina Turística ANATO	2023	Colômbia	Rio de Janeiro
BTL Lisboa	2023	Portugal	Rio de Janeiro
ITB Berlim	2023	Alemanha	Rio de Janeiro
Seatrade Cruise Global	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	Rio de Janeiro
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Rio de Janeiro
TTG Travel Experience	2023	Itália	Rio de Janeiro
IMEX America	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
WTM London	2023	Reino Unido	Rio de Janeiro
FITUR Madri	2024	Espanha	Rio de Janeiro
FIEXPO Latin America	2024	Panamá	Rio de Janeiro
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	Rio de Janeiro
IFTM Top Resa	2024	França	Rio de Janeiro
WTM London	2024	Reino Unido	Rio de Janeiro
TTG Travel Experience	2024	Itália	Rio de Janeiro
IBTM World	2024	Espanha	Rio de Janeiro
FITPAR Paraguai	2024	Paraguai	Rio de Janeiro
FIT América Latina	2024	Argentina	Rio de Janeiro
ILTM Cannes	2024	França	Rio de Janeiro



# 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

A iniciativa visa revitalizar a percepção do Brasil como um destino turístico singular para os visitantes dos Estados Unidos, destacando mensagens fundamentais. Nosso propósito inclui o incremento significativo do fluxo de turistas norte-americanos durante seus períodos de férias no Brasil.

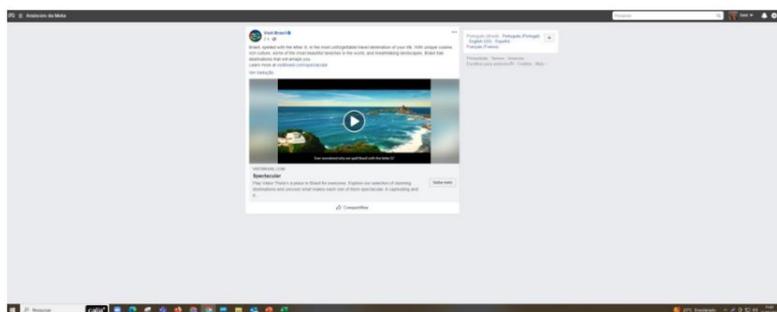
**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok, 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) e Cartão de Crédito (American Express).

**Principais resultados:** 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%.

## FACEBOOK



# CNN

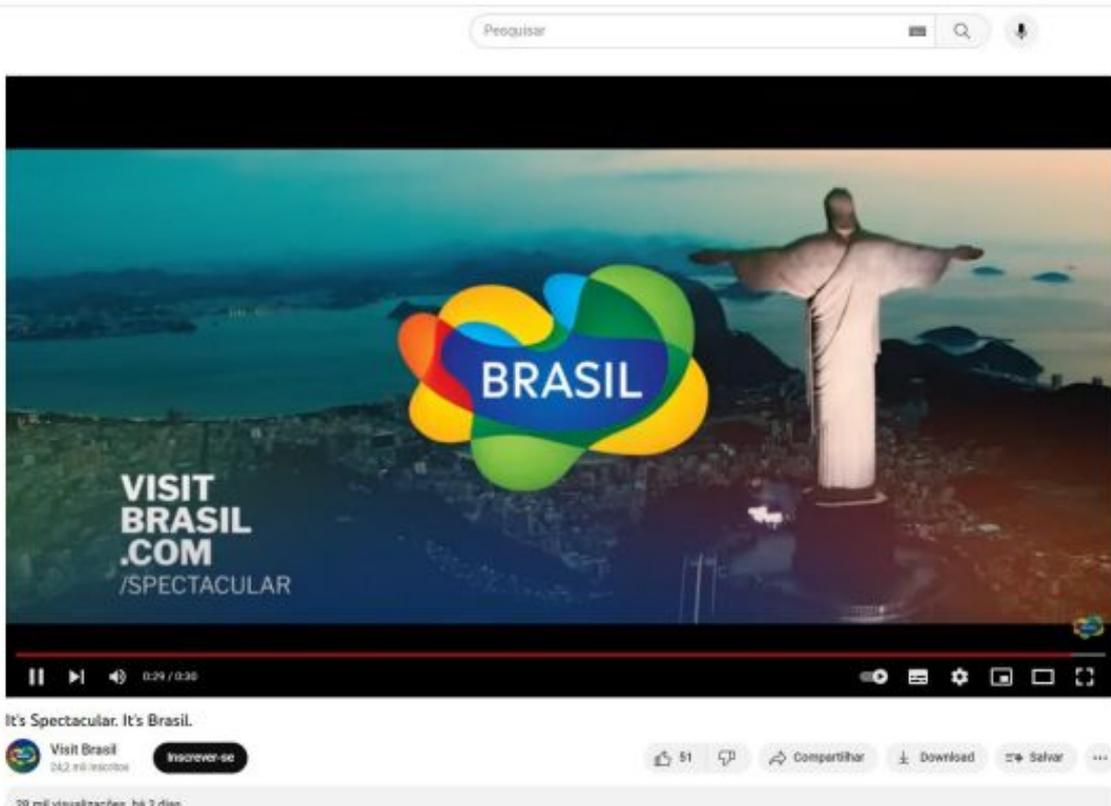
Período de veiculação: julho a agosto

## CNN



# YOUTUBE

Período de veiculação: julho a agosto



## 4.1.2. Campaña Promocional Europa - 2023

A campaña publicitária e de marketing digital, denominada “Discover Spectacular Brazil” (Descubra um Brasil Espetacular), portanto, 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.

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro e Paraty.

**Mercado ativado:** França, Reino Unido, Alemanha, Holanda, Suíça, Portugal, Espanha.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok, 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) e Cartão de Crédito (American Express).

**Principais resultados:** campanha realizada em canais on e offline, entre outubro e novembro de 2023. Estima-se ter alcançado mais de 20 milhões de pessoas durante todo o período da campanha, com uma entrega de + de 130 mil inserções.



**Descubre un Brasil espectacular**

**SIN GASTOS DE CANCELACIÓN** **SI ENCUENTRAS UN PRECIO MEJOR, TE LO IGUALAMOS** **PAGO EN 3 MESES\***

**VUELOS INCLUIDOS**

<b>Vive Rio de Janeiro</b> Hoteles 3* • AD 7 días   5 noches Producto Tourmundial	<b>1.345€</b>
<b>Brasil clásico</b> Hoteles Primera y Turista • AD 11 días   8 noches Incluye visitas. Producto TUI	<b>2.039€</b>
<b>Contrastes de Brasil con crucero por el Amazonas</b> Hoteles 3* sup y 4* 14 días   11 noches Incluye 11 desayunos, 3 almuerzos, 4 cenas y visitas. Producto Tourmundial	<b>4.850€</b>

**BRASIL**

**VIAJES El Corte Inglés**  
Una sonrisa de ida y vuelta

\*Pago en 3 meses con la Tarjeta El Corte Inglés. Información obtenida por Proveedor El Corte Inglés, S.A. y su subsidiaria. Consulta condiciones en Viajes El Corte Inglés, S.A. Producto con garantía. Incluye vuelos en Airbus A320neo (Luzán incluido), tasas aéreas y visados. Sin gastos de cancelación. Excepto productos con condiciones especiales de garantía de cancelación: consulta condiciones en [www.viajeselcorteingles.es](http://www.viajeselcorteingles.es) (información por correo) no incluye: Plazas limitadas, AD, Alojamiento y Desayuno. C/ CAMILO, 122 - MADRID.



### 4.1.3. Campanha Promocional Latinos - 2023

Campanha publicitária e de marketing digital com objetivo de reforçar o Brasil como um destino de férias e feriados ideais para as atividades de Sol e Praia. O público-alvo possui um interesse especial em destinos internacionais, com preferência por locais na América do Sul ou com características semelhantes ao Brasil. Além disso, buscam experiências de viagem que incluam conteúdos turísticos ambientalmente e socialmente sustentáveis.

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

**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); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhias Aéreas (JetSMART e Sky).

**Principais resultados:** campanha realizada em canais on e offline, entre outubro e novembro de 2023. Estimou-se como resultado global dessa iniciativa um total de 71.019.771 impressões, 438.179 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.



#### 4.1.4. Campanha Promocional Estados Unidos - 2024

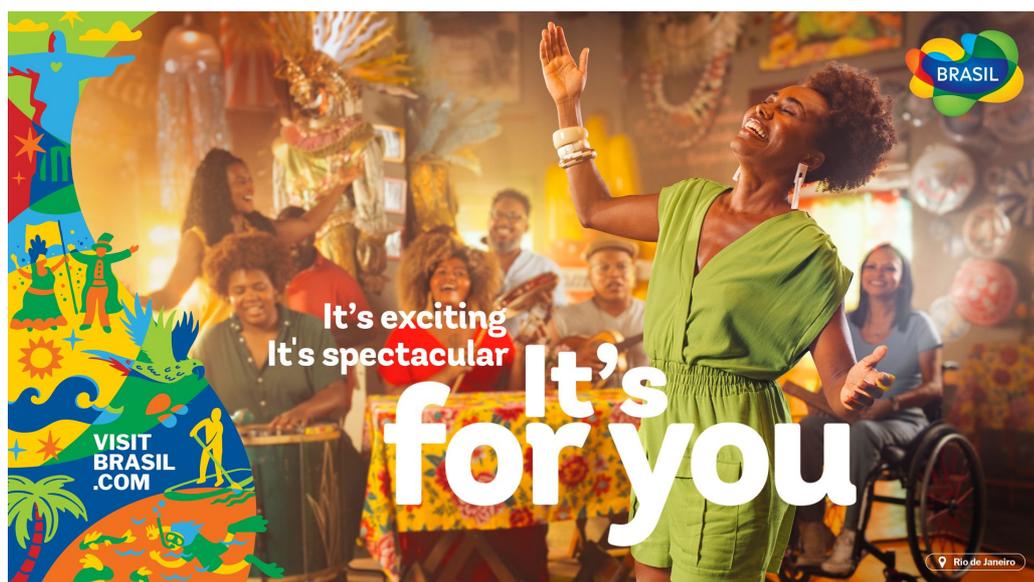
A iniciativa visa revitalizar a percepção do Brasil como um destino turístico singular para os visitantes dos Estados Unidos, destacando mensagens fundamentais. Nosso propósito inclui o incremento significativo do fluxo de turistas norte-americanos durante seus períodos de férias no Brasil.

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok e LinkedIn); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies (Expedia e Amadeus); Publicidade programática (GDB, Teads, Range e Adspool).

**Principais resultados:** A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “It’s Spectacular. It’s for you.” (É espetacular. É para você), foi realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. O intuito foi mostrar para o público norte-americano um Brasil que valoriza a sustentabilidade ambiental, promove experiências únicas e diversificadas, e acolhe turistas de todas as origens com hospitalidade e autenticidade. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 38.489.483 impressões, 96.574 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,76%.



#### 4.1.5. 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:** Rio de Janeiro.

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

**Segmentos:** Turismo Esportivo (Mountain Bike), Turismo de Natureza e Turismo Cultural.



#### 4.1.6 Campanha Promocional do Brasil na América Latina - 2024

**Destino contemplado:** Búzios (RJ)

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

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

**Principais resultados:** a campanha se destacou ao combinar diversas estratégias de visibilidade digital durante a veiculação. Foram utilizadas plataformas de mídia social, anúncios *online* para maximizar o engajamento e a exposição da marca; a narrativa da campanha expressou o Brasil como um país líder no segmento de turismo de sol e praia, com resorts e aliado ao bem-estar e a rica gastronomia do país, atributos do Brasil que são altamente valorizados pelo público-alvo.



## 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.

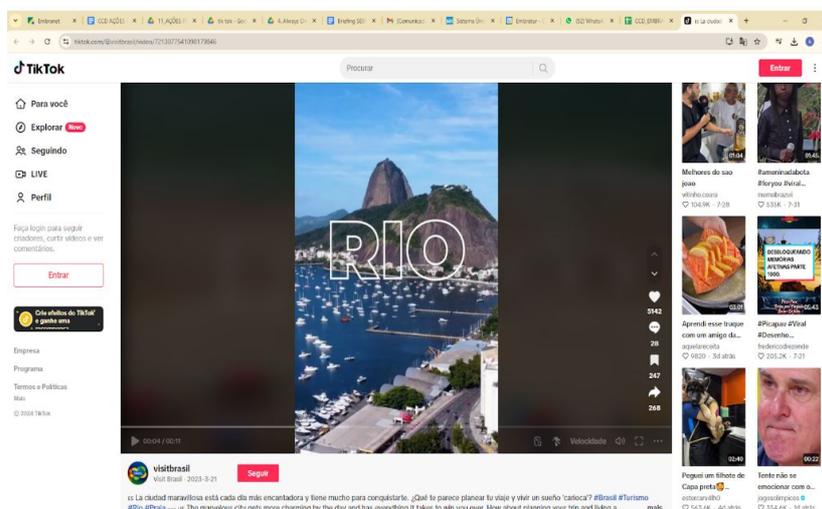
### 4.2.1. Campanha Always On - 2024

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**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.



Print da publicação no TikTok, Experiência Rio de Janeiro, veiculado na Argentina





# 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 no Rio de Janeiro, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

**Participantes:** 27 pessoas.

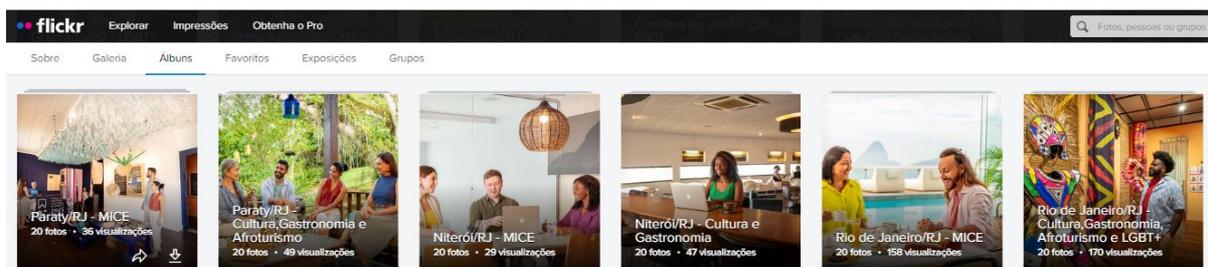


### 5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023:

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

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro, Paraty e Niterói.

**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 Rio de Janeiro).

#### 5.3.1 Relatório sobre Riscos Climáticos: Costa Verde - Paraty

**2023:** estudo com objetivo de analisar os riscos climáticos e as práticas de sustentabilidade adotadas pelos pequenos negócios de turismo na região e recomendações de ações de mitigação.

### 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. Afroturismo na WTM América Latina

**2023:** reunião da Embratur com representantes de 15 organizações que promovem o afroturismo no Brasil na feira WTM América Latina.

**Destino contemplado:** Rio de Janeiro.

### 5.4.2. Afroturismo na ABAV Expo 2023

**2023:** Apresentação sobre Afroturismo em painel na feira ABAV Expo 2023.

**Destino Contemplado:** Rio de Janeiro.

### 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:** Rio de Janeiro

**Participação:** como uma das principais vitrines turísticas do Brasil, o Rio de Janeiro aproveitou a Casa Brasil para destacar suas atrações culturais e naturais Cristo Redentor e a escadaria Selarón em formato instagramável, além de reforçar o Carnaval carioca como evento de referência para o turismo internacional, com exposição de uma fantasia reciclada e totem de quiz. A participação do estado foi estratégica para promover o turismo pós-Olimpíadas. Durante os 17 dias, o Visit Rio aplicou um Quizz sobre a cidade e, no dia 11/08, levou a roda de samba Samba de Quartier.



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. 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.

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro e Petrópolis.

## **5.7. 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.

### **5.7.1. 35º Bauernfest: Festa do Colono Alemão de Petrópolis/RJ - 2024**

O evento, patrocinado pela Embratur, tem como foco a promoção da cultura e o resgate das origens, gerando conhecimento geral da cultura alemã, além de empregos diretos e indiretos. O evento fomenta também o comércio local e a divulgação internacional de Petrópolis.

**Destino contemplado:** Petrópolis.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico.

### 5.7.2. 3º Festival das Estrelas

A iniciativa, com patrocínio da Embratur, tem como objetivo principal a popularização da ciência através da astronomia e a promoção do astroturismo. A cidade de Santa Maria Madalena é o ponto de referência para observação do céu noturno no Estado do Rio de Janeiro, no Brasil e na América Latina.

**Destino contemplado:** Santa Maria Madalena.

**Segmentos:** Astroturismo, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico

### 5.7.3 Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual ([www.descubrabraasil.com.ar](http://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.

**Destinos contemplados:** Rio de Janeiro.

**Mercado ativado:** Argentina.

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



