



PRINCIPAIS AÇÕES

SÃO PAULO

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



An aerial photograph of a lush, green forest. A waterfall is visible on the left side, cascading down a rocky ledge into a pool of water. The forest is dense with various shades of green, indicating a healthy ecosystem. The image is partially covered by a teal-colored geometric overlay in the top right corner, which contains the title and a large number.

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



SÃO PAULO

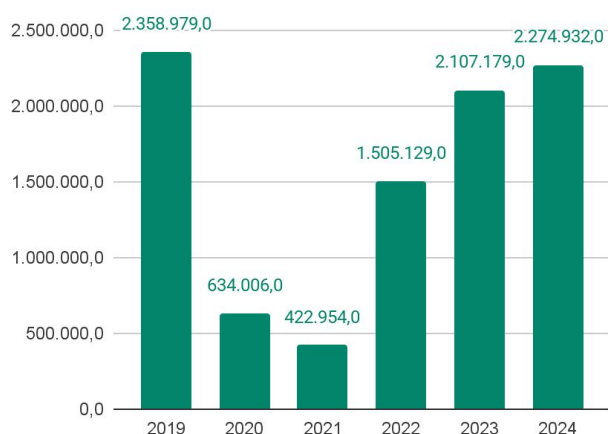
EM NÚMEROS

2

SP em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras de São Paulo 2.274.932 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 2.107.179 em 2023 e 2.274.932 em 2024, representando um aumento de 7,96%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram São Paulo em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros por SP



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para SP*

*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: Latam, Gol, Azul, Copa Airlines, American Airlines, Avianca, United Airlines, Aerolineas Argentinas, Delta, Turkish Airlines, TAP e Air France.

Países de origem (principais): Estados Unidos, Argentina, Chile, Portugal, Colômbia, Espanha, Panamá, Peru, Uruguai, França, Paraguai, Itália, Bolívia e Alemanha.

Cidades de origem: Miami, Nova York, Atlanta, Orlando, Ft. Lauderdale, Chicago, Dallas, Washington, Los Angeles, Buenos Aires, Mendoza, Santiago, Lisboa, Madri e Barcelona

Quantidade de voos: - 21.145

Assentos disponíveis: - 5.415.082

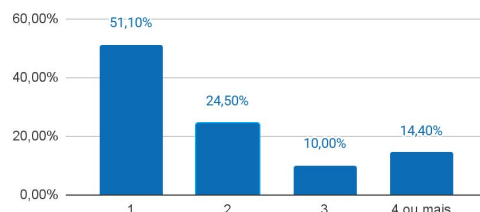
Participação de SP na oferta de voos para o Brasil: - 57,40%

Fonte: Anac e Embratur

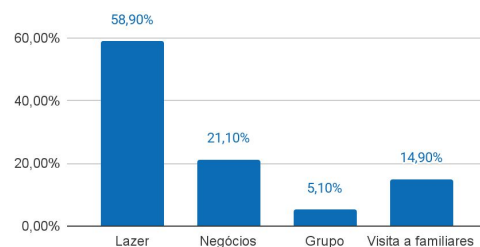


ForwardKeys

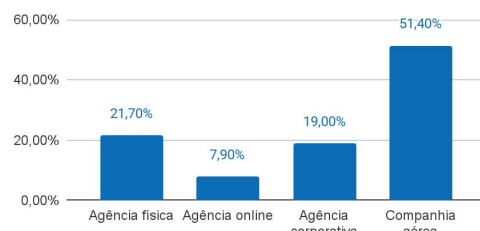
Tamanho do grupo em pessoas (%)



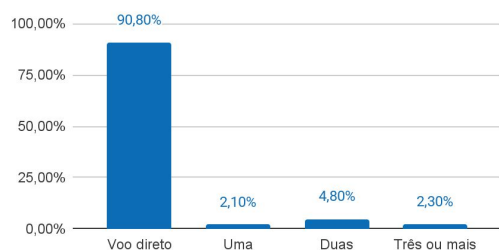
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até SP (%)



Principais portões de entrada

Rio de Janeiro e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

São Paulo recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Argentina, Chile, Portugal e Reino Unido no ano de 2024, destacando-se os aeroportos do Rio de Janeiro (Galeão) e Brasília como portões de entrada secundários, para além dos aeroportos internacionais do estado.



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 São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ) - 2024

Destinos contemplados: São Paulo e Rio de Janeiro.

Mercados ativados: México e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Luxo, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Bem-estar.

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.



3.1.1 . Famtour Famtour MICE Curitiba, Morretes, São Paulo - 2024

Destinos contemplados: São Paulo, Curitiba e Morretes.

Mercados ativados: Argentina, Colômbia, México.

Segmentos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

Principais resultados: este Famtour foi realizado com a participação de 8 representantes das empresas selecionadas, incluindo operadores, agentes de viagem e outras empresas especializadas no segmento MICE, sendo 2 da Argentina, 3 da Colômbia e 3 do México. A ação foi realizada no período de 28 de julho a 03 de agosto de 2024, quando foram apresentadas experiências turísticas aplicáveis a viagens de negócios, eventos, incentivos e outras ofertas correlatas nas cidades de Curitiba/PR, Morretes/PR e São Paulo/PR.



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.

3.3. 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 . Roadshow Visit Brasil América Latina - 2024

Em fevereiro de 2024 foram realizados 5 roadshows com rodadas de negócios. Trata-se de uma ação de relacionamento B2B (business to business) para a realização de negócios com compradores internacionais dos mercados de realização das ações, entre eles operadores turísticos, agentes de viagem, companhias aéreas e imprensa especializada, com objetivo de potencializar as vendas para o Brasil.

Destino contemplado: São Paulo.

Mercados ativados: Uruguai (Montevidéu), Argentina (Buenos Aires), Chile (Santiago), Peru (Lima) e Colômbia (Bogotá).

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, 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. O que proporcionou não só o estabelecimento de novas parcerias, mas também permitiu uma experiência imersiva na cultura brasileira para os profissionais do trade turístico internacional. As ativações destacaram as vantagens únicas do Brasil e facilitando o networking entre o trade brasileiro e internacional.



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 Estado de São Paulo:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
IBTM World	2023	Espanha	São Paulo
FIT América Latina	2023	Argentina	São Paulo e São Sebastião
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado de São Paulo
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Estado de São Paulo
IMEX America	2023	Estados Unidos	Estado de São Paulo
Seatrade Cruise Global	2023	Estados Unidos	Ilhabela
FITUR Madri	2023	Espanha	São Paulo
BTL Lisboa	2023	Portugal	São Paulo
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	São Paulo
WTM London	2023	Reino Unido	Estado de São Paulo, São Paulo e Ilhabela
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado de São Paulo
Travel & Adventure Show	2024	Estados Unidos	São Sebastião e São Paulo
FITUR Madri	2024	Espanha	São Sebastião e São Paulo
BTL Lisboa	2024	Portugal	São Sebastião e São Paulo
ITB Berlim	2024	Alemanha	São Sebastião e São Paulo
FIEXPO Latin America	2024	Panamá	São Paulo
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	São Paulo

IBTM World	2024	Espanha	Estado de São Paulo
IBTM World	2024	Espanha	Campinas
WTM London	2024	Reino Unido	Estado de São Paulo
WTM London	2024	Reino Unido	São Paulo
WTM London	2024	Reino Unido	São Sebastião
FIT América Latina	2024	Argentina	São Paulo
FIT América Latina	2024	Argentina	São Sebastião
IFTM Top Resa	2024	França	São Sebastião

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.

4.1.3. Campanha Promocional América Latina - 2023

Destino: São Paulo.

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

Segmentos: Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia e Ecoturismo.

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: 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%.



4.1.5. 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: Santos.

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

Segmentos: Turismo Esportivo (Skate), 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: São Paulo e São Sebastião.

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.



visitbrasil 
Audio original

..



visitbrasil  us São Paulo is ALWAYS stunning, but when night falls, the city transforms into a spectacle of lights that is simply dazzling! Tag that special someone you'd love to explore the stone jungle with! ✨🌃

#SãoPaulo #Tourism #Travel #Brazil #VisitBrasil

BR São Paulo é incrível de todas as formas, mas quando a noite cai, a cidade se transforma em um mar de luzes que é simplesmente deslumbrante! Marque aquela pessoa especial com quem você adoraria explorar a selva de pedra! ✨🌃

#SãoPaulo #Turismo #Viagem #Brasil #VisitBrasil

17 sem Ver traducción



visitbrasil 
Florian Christl • Natural

...



visitbrasil  us If you haven't yet seen the magic of the humpback whale season in São Sebastião, prepare to be amazed! This epic encounter between a humpback whale and a group of dolphins is just a small sample of the wonders that await you. Tag that special someone and start planning your trip to witness all of nature's beauty. 🐳🐬🌊

📍 São Sebastião, São Paulo
👤 @owillprado

#Brazil #Tourism #VisitBrasil #SaoSebastiao

—

BR Se você ainda não viu a magia da temporada de jubartes em São Sebastião, prepare-se para se encantar! Esse encontro épico entre uma baleia jubarte e um cardume de golfinhos é apenas uma pequena amostra das maravilhas que aguardam por você. Marque aquela pessoa especial e comece a planejar sua viagem para testemunhar toda a beleza da natureza. 🐳🐬🌊

📍 São Sebastião, São Paulo
👤 @owillprado

#Brasil #Turismo #VisitBrasil #SaoSebastiao

10 sem Ver traducción



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 São Paulo, 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: São Paulo.

Participantes: 42 pessoas.



5.2. Banco de Imagens

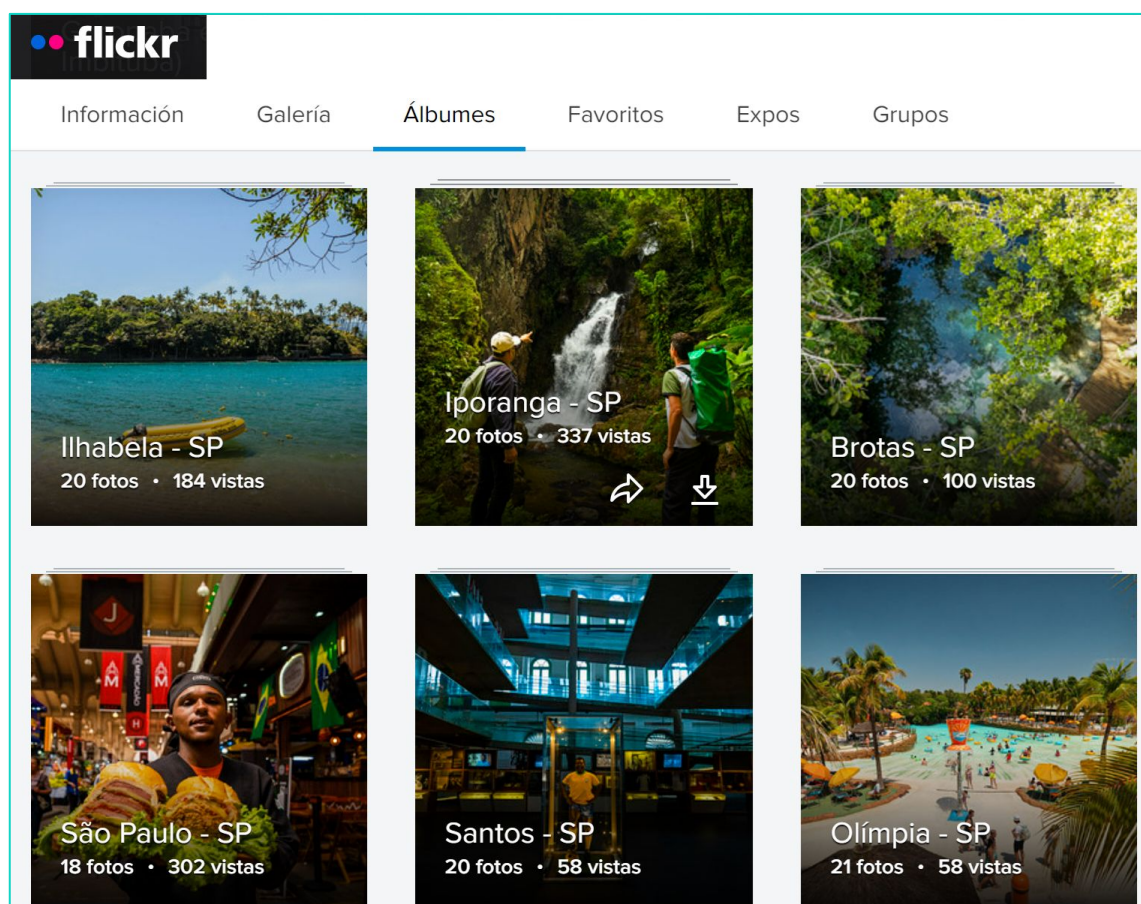
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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: São Paulo, Santos, Jundiaí, Vinhedo, Ilhabela, Iporanga, Brotas e Olímpia.

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).

5.4. 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.

5.4.1 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.

Destinos contemplados: São Paulo, Campinas, Atibaia e Guarujá.

5.5. 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.

5.5.1 8ª Conferência Internacional de Diversidade - Câmara LGBT

A 8ª Conferência tem como objetivo, pensar novas práticas para que a diversidade seja respeitada e a tolerância seja uma constante em todos os espaços, além de debater possibilidades de negócios envolvendo o segmento LGBT. No Turismo os representantes de Países, Estados, Regiões e cidades irão divulgar seus destinos como LGBT friendly, além de empresas e profissionais do setor que pretendem trabalhar com o público LGBT e/ou ampliar o trabalho já existente.

Destinos

contemplados:

São

Paulo

Segmento: Turismo LGBTQIA+



