



PRINCIPAIS  
AÇÕES  
**ALAGOAS**  
Embratur



## FICHA TÉCNICA

### EMBRATUR

#### **Presidente da República**

Luiz Inácio Lula da Silva

#### **Diretor-Presidente da Embratur**

Marcelo Ribeiro Freixo

#### **Gerência de Gestão do Gabinete (PRESI)**

Bruno Villa Santana

#### **Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)**

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

#### **Gerência de Gestão do Gabinete (DGI)**

Roseane Costa Pereira da Silva

#### **Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)**

Bruno Reis

#### **Gerência de Gestão do Gabinete (DMINS)**

Sáskia Lima de Castro

#### **Gerência de Projetos Especiais (GPESP)**

Marcelle Mello de Carvalho

#### **Gerência de Inovação (GI)**

Marina Dimetre Fernandes Arruda

#### **Gerência de Comunicação (GCOM)**

Rafael Mello Rodrigues

#### **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

#### **Coordenação de Gestão Estratégica**

Carolina Stolf

#### **Inteligência de Dados**

Anner Luis Pariche Valdiviezo

Cristiano Borges

Daniele Montenegro

Edson Duarte

Scarlett Queen Bispo

Theogenes Rocha

#### **Elaboração**

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

#### **Design Gráfico**

Natália Bomfim

Ronald Andrade

1

## Apresentação

2

## Alagoas em Números

3

## Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional  
Ações de promoção nos mercados internacionais  
Outras Ações

4

## Principais Ações - 1º Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais  
Ações de apoio à comercialização internacional  
Outras Ações

# apre senta ção

1

A **Embratur** (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo) tem como missão institucional consolidar a imagem do Brasil como destino turístico competitivo, atrativo e sustentável no mercado internacional, gerando valor à cadeia produtiva do setor e contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país.

Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação e demais atores relevantes do ecossistema nacional e internacional de turismo.

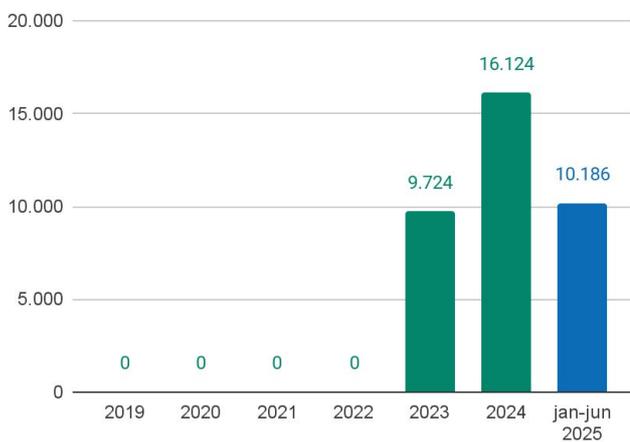
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade do setor por meio da qualificação da oferta, da geração de inteligência de mercado e do estímulo à inovação e à sustentabilidade.

O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, **no período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025, no Estado de Alagoas**, com foco na promoção e no apoio à inserção dos destinos locais no mercado internacional, reafirmando o compromisso com a descentralização e o fortalecimento das economias regionais por meio do turismo.

Em 2023, Alagoas se tornou uma fronteira internacional. Na ocasião, entraram 9.724 turistas no país por meio do Aeroporto Internacional de Maceió. Quando se comparam as entradas de 2023 e 2024, foram 9.724 em 2023 e 16.124 em 2024, representando um aumento de 65,82%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Alagoas em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 10.186 turistas entraram pelas fronteiras de Alagoas. No mesmo período de 2024, foram 7.036, o que representa um aumento de 44,77%

## Entradas de turistas estrangeiros pelo AL



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o AL\*

\*janeiro a junho de 2025

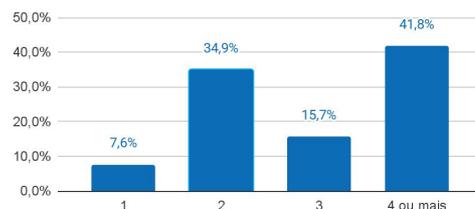
Cias aéreas: (principais)	Tap e Gol.
Países de origem:	Portugal e Argentina.
Cidades de origem:	Lisboa e Buenos Aires.
Quantidade de voos:	- 113
Assentos disponíveis:	- 19.650
Participação de AL na oferta de voos para o Brasil:	- 0,31%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

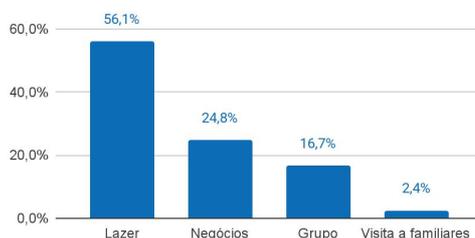


ForwardKeys

## Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



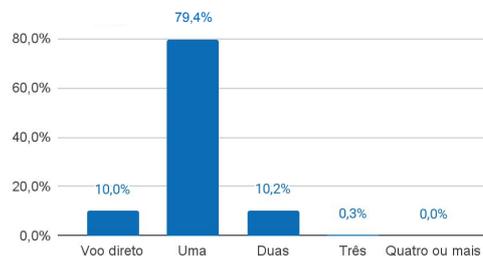
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



## Meio de compra da viagem (%) jan-jun 2025



## Quantidade de conexões até AL (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada jan-jun:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Alagoas recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Portugal, Uruguai e Paraguai no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (65,6%), Rio de Janeiro (20,6%), Brasília (5,7%) e Natal (5%) como principais portões de entrada.

## 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.

### 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.

### Famtour Alagoas e Rio de Janeiro - 2024

**Destinos contemplados:** Maceió.

**Mercados ativados:** Argentina e Paraguai.

**Segmentos:** Multiprodutos, Turismo de Sol e Praia e Turismo Gastronômico.

**Principais resultados:** este famtour ocorreu no período de 4 a 11 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 completa e imersiva, nas cidades de Maceió/AL e Rio de Janeiro/RJ. A ação contou com 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.



## 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.

### Press Trip para Alagoas - 2023

**Destinos contemplados:** Maceió, Marechal Deodoro, São Miguel dos Milagres, Barra de Santo Antônio, Piranhas, Olho D'água do Casado e Pão de Açúcar..

**Mercados ativados:** Portugal

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

**Principais resultados:** esta press trip, realizada no período de 23 e 29 de março de 2023 com 5 jornalistas portugueses foi planejada para mostrar a diversidade de destinos e atrativos existentes em Alagoas para além do tradicional turismo de "sol e praia", com passagens por algumas regiões icônicas do estado, como a Costa dos Corais e o Sertão alagoano, além da capital Maceió. O alcance das matérias total dos resultados foi estimado em cerca de 1.164.630 leitores e a valoração de mídia em R\$2.180.347,00.



## 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.

### Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

**Destino contemplado:** Estado de Alagoas.

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

**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.



## 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 de Alagoas:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado de Alagoas
FITUR Madri	2024	Espanha	Maceió
BTL Lisboa	2024	Portugal	Maceió

## 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.

### Experiência: Tour de artesanato e Renda Filé no Pontal da Barra

**Destino contemplado:** Maceió

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes admirando, provando e comprando as rendas no Pontal da Barra.

## Experiência: Imersão Cultural e Walking Tour pela Maceió Preta

**Destino contemplado:** Maceió

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes em um Walking Tour (caminhada) no bairro do Jaraguá mostrando o patrimônio arquitetônico.

## Experiência: Visitação aos Peixes-Boi Marinhos

**Destino contemplado:** Maceió - Porto de Pedras

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes observando os peixes boi preservados em Porto de Pedras (Praia de Tatuamunha).



Experiência: Tour de artesanato e Renda Filé no Pontal da Barra

## 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.

### 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.

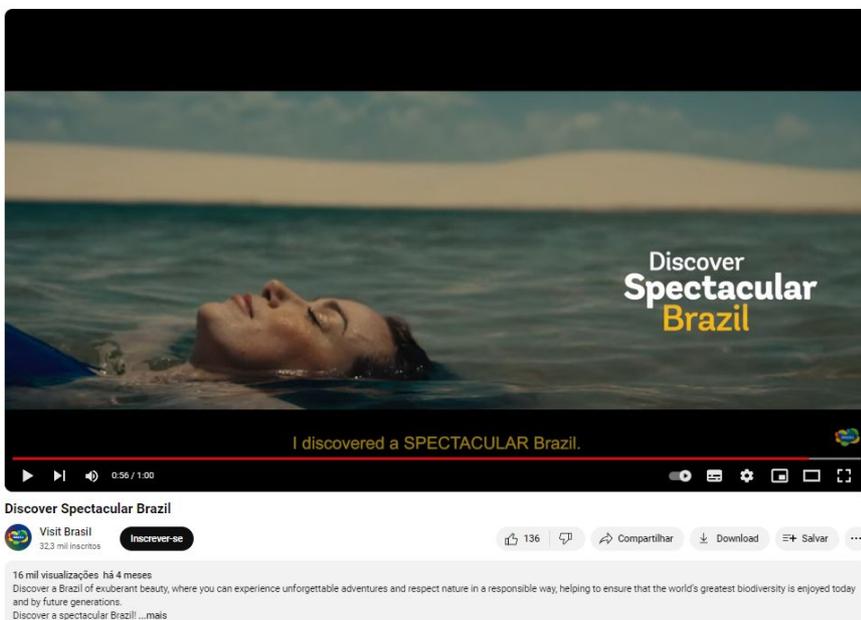
#### Campanha Promocional Europa - 2023

**Destino contemplado:** Maceió.

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

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



## 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.

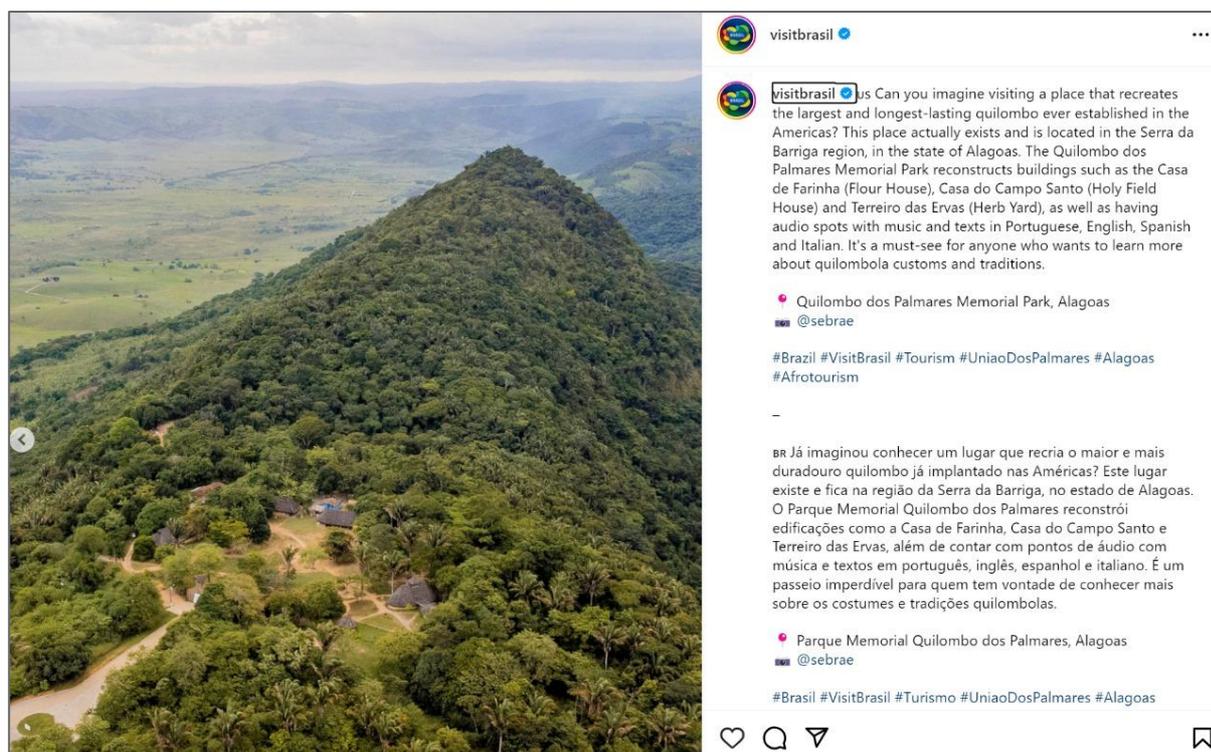
### Campanha Always On - 2024

**Destino contemplado:** Maceió e União dos Palmares..

**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

### 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.

### Workshop “Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado em Delmiro Gouveia, no dia 05 de outubro de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Delmiro Gouveia.

**Participantes:** 62 participantes.



## Banco de Imagens

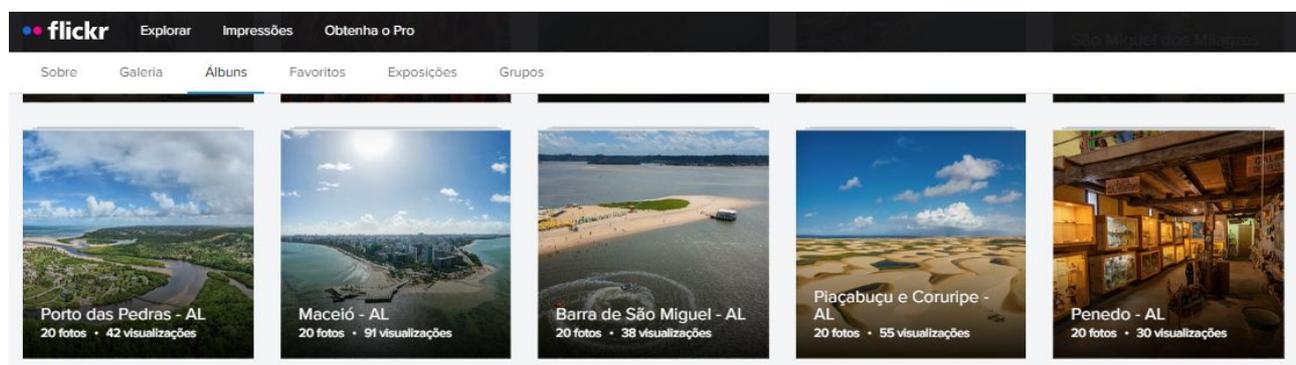
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

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

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

**Destinos contemplados:** Maceió, Maragogi, União dos Palmares, São Miguel dos Milagres, Japaratinga, Porto das Pedras, Barra de São Miguel e Penedo

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



## 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.

### Relatório de Mercados Estratégicos

**2023:** Jornada do Turista Internacional (Capítulo Alagoas).

## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

As ações de promoção nos mercados internacionais constituem um dos pilares fundamentais da estratégia de posicionamento do Brasil como destino turístico competitivo, atrativo e alinhado às tendências globais de demanda. Essas iniciativas, compostas por diversas ferramentas estratégicas, têm como principal finalidade ampliar a visibilidade e a notoriedade dos destinos e produtos turísticos brasileiros junto aos mercados emissores prioritários, promovendo a imagem do país como um destino autêntico, diverso, inovador e comprometido com a sustentabilidade.

Ao ampliar o reconhecimento da marca Brasil no exterior, essas ações contribuem decisivamente para a construção de uma imagem positiva e consistente do país, estimulando o desejo de visitação e influenciando diretamente o processo de decisão do turista internacional. Dessa forma, as estratégias de promoção internacional operadas pela Embratur reforçam a atratividade do Brasil no cenário global, potencializando o fluxo turístico e promovendo o desenvolvimento sustentável da atividade turística nacional.

### Visit Brasil News (Newsletter)

É uma ferramenta estratégica de promoção turística, em formato de newsletter mensal, que conecta operadores, agências, imprensa e demais players do trade internacional com informações estratégicas sobre o turismo brasileiro: traz análises de tendências de mercado, lançamentos de produtos e roteiros, agenda de feiras e rodadas de negócios, casos de sucesso B2B e calls-to-action para catálogos e briefings, tudo com curadoria editorial e design otimizado para maximizar a taxa de abertura, engajamento e geração de leads, fortalecendo o conhecimento, a consideração e a retenção da Marca Brasil nos mercados emissores.

**Público-alvo:** B2B e Relações Públicas (PR)

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Visit Brasil News (Newsletter)

**Descritivo:** a 9ª edição do Visit Brasil News destaca que o Resort Salinas Maragogi All Inclusive localizado no estado de Alagoas foi apareceu no ranking global dos melhores hotéis do mundo no Traverlers' Choice Awards da plataforma TripAdvisor. Já a 12ª edição traz a divulgação da nova aeronave da FLYBONDI na rota Maceió - Buenos Aires.



## Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional que consiste em um portfólio diversificado de experiências turísticas e vivências autênticas, mapeadas e selecionadas pela Embratur, distribuídas pelas cinco macrorregiões turísticas do país, criteriosamente avaliadas para atender ao perfil e às expectativas do turista internacional. Essas experiências seguem uma esteira completa de promoção e comercialização internacional que inclui: captação de imagens profissionais, integração em plataforma online multilíngue, ativação em feiras, press trips, famtours, workshops e rodadas de negócios com buyers globais. Voltada ao protagonismo local e à diversidade cultural e natural do Brasil, a iniciativa potencializa ofertas sustentáveis e transformadoras, gerando impacto socioeconômico direto para as comunidades. Com foco em visibilidade global e geração de negócios de alto valor para pequenos empreendimentos, o Feel Brasil consolida o país como um destino plural, inovador e plenamente preparado para o mercado internacional.

**Público-alvo:** B2B e B2C.

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão\*

## Tour de artesanato e Renda Filé no Pontal da Barra

**Destino:** Maceió.

**Descrição:** os visitantes descobrirão a rica cultura e a beleza do bairro Pontal da Barra, em Maceió, por meio de uma conexão única entre turistas e moradores. Conhecido pela renda do bordado Filé, esse bairro tranquilo encanta com suas ruas estreitas e pequenas lojas de artesanato. Às margens da laguna de Mundaú, os participantes poderão se envolver em atividades autênticas, como aprender a arte de trançar redes e bordados com as talentosas mulheres rendeiras, além de saborear a deliciosa culinária local em restaurantes no píer. Também terão a oportunidade de desfrutar de passeios de barco pelo manguezal e apresentações culturais ao entardecer, enquanto apreciam um pôr do sol inesquecível. Uma experiência rica em arte, cultura e gastronomia!

**Enxoval:** 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas - português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês - foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.



Fonte: embratur

## Visitação ao Peixe-Boi

**Destino:** Maceió - Porto das Pedras.

**Descrição:** a associação comunitária de Porto de Pedras e São Miguel dos Milagres, no litoral norte de Alagoas, possui 53 associados, entre condutores, remadores, artesãos e colaboradores locais, todos nascidos e criados na região. Ela oferece uma experiência única de turismo de observação do peixe-boi marinho, conduzindo o tour de forma organizada e sustentável. A atividade inclui um agradável passeio de jangada pelo manguezal e recifes de corais, com foco na sensibilização ambiental. Além de proporcionar um contato direto com o ecossistema e a fauna local, os guias buscam conscientizar tanto turistas quanto a comunidade sobre a importância da preservação do meio ambiente, tornando o passeio educativo e envolvente.

**Enxoval:** 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas - português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês - foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.



Fonte: embratur

## Imersão cultural e walking tour pela Maceió Preta

**Destino:** Maceió.

**Descrição:** este passeio é uma imersão cultural que oferece uma nova perspectiva da cidade, explorando espaços que representam a rica história da negritude maceioense. A jornada inicia pelo centro da cidade, visitando igrejas, praças e monumentos que muitas vezes ignoramos em nosso cotidiano. Em seguida, passa para o litoral Norte, onde a cultura indígena e negra se entrelaçam, destacando a famosa gastronomia dos bolos de Riacho Doce. A experiência culmina no Ilê Axé Pratagy, um espaço sagrado de matriz africana, guiado por Pai Célio Rodrigues. Durante o passeio, é apresentada a história de Armando Veríssimo Ribeiro, o Moleque Namorador, um ícone do frevo que deixou um legado importante em Maceió.

**Enxoval:** 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas - português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês - foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.



Fonte: embratur

## Ações de Apoio à Comercialização nos Mercados Internacionais

As ações de apoio à comercialização internacional consistem em um conjunto articulado de ferramentas estratégicas voltadas à facilitação do acesso e ao fortalecimento da presença dos destinos e produtos turísticos brasileiros nos mercados emissores internacionais prioritários. Essas iniciativas contemplam ações estruturadas que visam estimular a geração de negócios, ampliar as conexões comerciais e consolidar canais de distribuição entre os destinos brasileiros e os principais players do trade turístico global.

O objetivo é ampliar a visibilidade dos produtos turísticos brasileiros, estimular a inserção competitiva das empresas nacionais no mercado externo e, conseqüentemente, fomentar o aumento do fluxo de turistas internacionais ao Brasil, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no país.

### Roadshow

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de rodadas de negócios presenciais entre fornecedores do trade e destinos turísticos brasileiros com compradores internacionais - operadores, agentes de viagens e parceiros institucionais do mercado emissor onde o evento ocorre. A iniciativa conecta diretamente a oferta turística brasileira aos principais players do trade internacional, por meio de apresentações personalizadas, networking qualificado e promoção de experiências e produtos turísticos em mercados estratégicos. Ao promover encontros comerciais presenciais, os roadshows fortalecem a imagem do Brasil como destino turístico, estimulam a geração de negócios, aumentam a competitividade do setor e consolidam parcerias comerciais.

**Público-alvo:** B2B.

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

### Roadshow Visit Nordeste - 2025

**Destino contemplado:** Estado de Alagoas.

**Mercados ativados:** Reino Unido e Itália.

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

**Principais resultados:** a ação ocorreu de 31 de março a 4 de abril, em Londres e Milão, foi a primeira ação deste novo momento em que a Região Nordeste se apresenta unida para mostrar ao mercado turístico internacional que é um destino moderno, diverso e preparado para oferecer experiências únicas aos viajantes.



Fonte: embratur

## Outras Ações

### Ações de Turismo Regenerativo

O Brasil abriga a maior biodiversidade do planeta. Com vastas florestas, ecossistemas marinhos únicos, fauna exuberante e paisagens de tirar o fôlego, temos uma das maiores riquezas naturais do mundo e reconhecemos nossa responsabilidade em protegê-las. Na Embratur, acreditamos que o turismo do futuro é aquele que regenera, não apenas preserva. Mais do que minimizar impactos, a proposta regenerativa envolve criar impactos positivos, contribuindo para a revitalização dos ecossistemas, o fortalecimento das comunidades locais e o resgate de saberes e tradições.

Promover a biodiversidade como valor estratégico do turismo é uma de nossas prioridades. Para isso, firmamos parcerias com organizações especializadas que atuam diretamente na conservação de espécies, ecossistemas e paisagens icônicas do Brasil. Por meio dessas colaborações, apoiamos e divulgamos ações que geram benefícios reais para a biodiversidade e para as comunidades locais envolvidas.

### Transferência da tecnologia da Biofábrica de Corais para Maragogi - 2025

**Descritivo:** com o apoio da Embratur, no dia 22 de abril ocorreu o plantio de 500 mudas de corais. O objetivo é estimular a regeneração da biodiversidade marítima local e fortalecer a promoção internacional do turismo regenerativo no destino. A iniciativa é realizada em parceria com a prefeitura local e a startup Biofábrica de Corais, que já atua na região de Porto de Galinhas.

**Destino contemplado:** Maragogi.

**Segmentos:** Turismo Regenerativo.



Técnica implanta fragmentos de corais em berços feitos com materiais biodegradáveis - Fonte: Embratur, 2025

