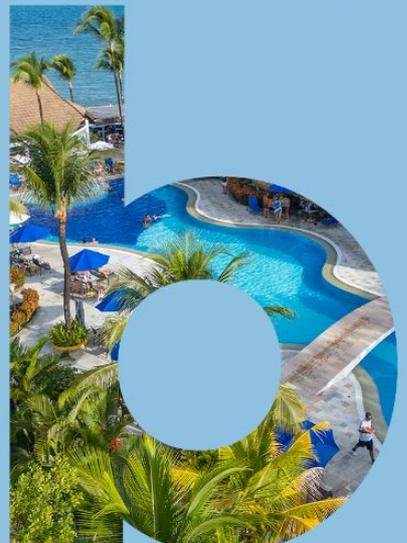
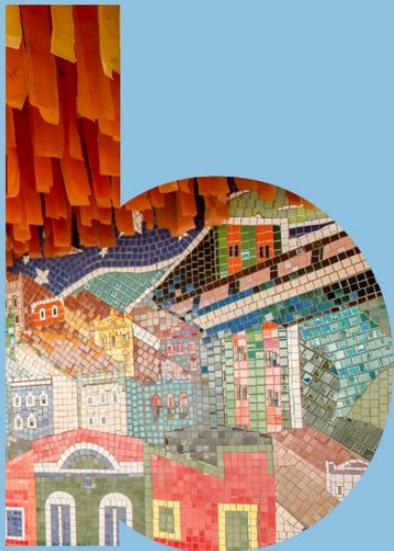




PRINCIPAIS
AÇÕES
BAHIA
Embratur



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

Bahia 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.

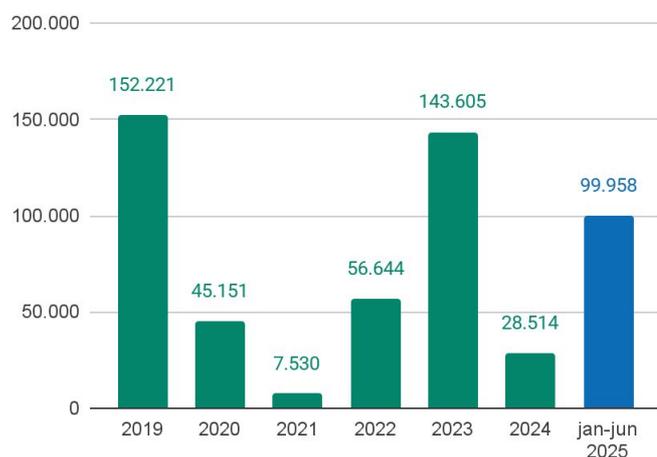
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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 da Bahia**, 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 2024, entraram pelas fronteiras da Bahia 143.605 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 92.059 em 2023 e 143.605 em 2024, representando um aumento de 55,99%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram a Bahia em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 99.958 turistas entraram pelas fronteiras da Bahia. No mesmo período de 2024, foram 61.669, o que representa um aumento de 62,1%

Entradas de turistas estrangeiros pela BA



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para a BA*

*janeiro a junho de 2025

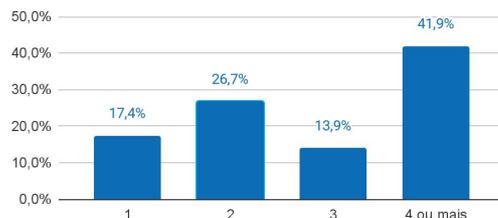
| | |
|--|---|
| Cias aéreas: (principais) | TAP, Aerolineas Argentinas, Air France, Air Europa, Sky Airline, Gol, LATAM, WDL Aviation, Enter Air. |
| Países de origem | Argentina, Portugal, França, Espanha, Uruguai, Chile e Estados Unidos. |
| Cidades de origem: | Buenos Aires, Lisboa, Paris, Madrid, Montevideo, Santiago, Cordoba, Barrow, Mount Union. |
| Quantidade de voos: | - 829 |
| Assentos disponíveis: | - 171.680 |
| Participação da BA na oferta de voos para o Brasil | - 2,24% |

Fonte: Forwardkeys e Embratur

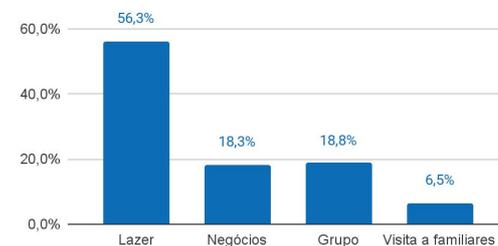


ForwardKeys

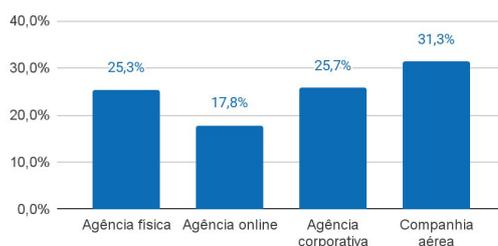
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



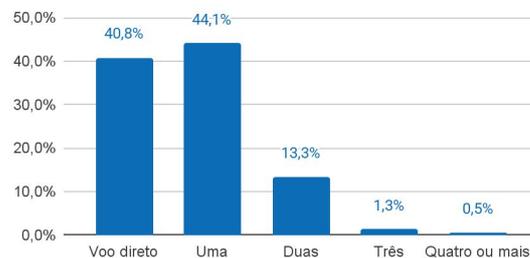
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



Quantidade de conexões até a BA (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

A Bahia recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Portugal, Estados Unidos e Uruguai no primeiro semestre de 2025. Destacam-se os aeroportos de São Paulo (70,0%) e Rio de Janeiro (17,5%) como principais portões de entrada, além dos aeroportos da Bahia.

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 Bahia 2024

Destinos contemplados: Baixio, Praia do Forte, Salvador e Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo de Aventura e Afroturismo.

Principais resultados: O famtour contou com a participação de 8 operadores internacionais, em março de 2024. Dos presentes na ação, 80% avaliaram a famtour e o roteiro como excelente. Espera-se que as ações realizadas possam atrair mais de 1.000 turistas americanos, que pode potencializar a geração de até 4 milhões de reais na economia brasileira.



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 Bahia - 2023

Destinos contemplados: Salvador, Morro de São Paulo e Ilha dos Frades.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Paraguai.

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

Principais resultados: a ação contou com a participação de 5 jornalistas e englobou 25 empresas em três localidades da Bahia. Foram realizados 30 contatos com atores locais (associações, proprietários de estabelecimentos locais e etc). Foi estimado um alcance de público de mídia espontânea de +2 milhões de leitores e um valor de exposição midiática de R\$ 530 milhões.



Press trip Bahia - 2023

Destino contemplado: Salvador.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Afroturismo.

Principais resultados: A press trip contou com 5 comunicadores (jornalistas e influenciadores) e englobou 18 empresas entre companhias aéreas, receptivo, hotéis, restaurantes e atrativos em Salvador. Foram realizados 25 (vinte e cinco) contatos com atores locais (associações, proprietários de estabelecimentos locais e etc). Como resultado da ação, já foram publicadas 04 matérias em meios de comunicação internacionais. Foi estimado um alcance de público de mídia espontânea de 1,5 milhões de leitores e um valor de exposição midiática de R\$ 1,5 milhões.

The screenshot displays the website for 'STYLE & SOCIETY' and 'The StyleList'. The main navigation bar includes categories: ENTERTAINMENT, FASHION, SHOPPING, LIFESTYLE, FOOD & DRINKS, TRAVEL, VIDEOS, and SOCIAL CALENDAR. The featured article is titled 'A Journey into the Soul of Brazil: Carnival of Salvador, Bahia', dated February 19, 2024, and is categorized under 'TRAVEL'. The article image shows a woman in traditional Brazilian carnival attire. On the right side, there is a newsletter sign-up form, a social calendar listing events for February and March, and a 'View Calendar' button. The footer includes 'THE STYLELIST'.

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.

Roadshows Visit Brasil América Latina - 2024

Destino contemplado: Estado da Bahia.

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

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, MICE - Negócios e Eventos, Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-Estar (resorts).

Principais resultados: 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro. Ativação de 14 segmentos e 17 nichos promovidos durante as capacitações e reuniões de produto, com uma estimativa de negócios de USD 1.260.014,50.

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.

Galeria Visit Brasil Londres - 2023

Ação voltada para promoção, marketing e exportação de serviços turísticos junto a agentes do mercado e público final, em formato de galeria de arte, que possibilitou uma mostra da identidade do destino Brasil, e contribuiu para a recuperação da sua imagem no exterior. O Estado da Bahia promoveu o Turismo de Base Comunitária. A ação foi realizada de 3 a 4 de novembro de 2023, em Londres.

Destino contemplado: Estado da Bahia.

Mercado ativado: Reino Unido.

Segmentos: Turismo de Base Comunitária, Turismo Cultural e Turismo de Natureza.

Principais resultados: 319 participantes.



REDE
BA TUC
 TURISMO COMUNITÁRIO DA BAHIA

GOVERNO DO ESTADO
BAHIA
 SECRETARIA DE TURISMO

Galeria Visit Brasil New York - 2023

Ação voltada para promoção, marketing e exportação de serviços turísticos junto a agentes do mercado e público final, em formato de galeria de arte, que possibilitou uma mostra da identidade do destino Brasil, e contribuiu para a recuperação da sua imagem no exterior. O Estado da Bahia promoveu Salvador Capital Afro. A ação foi realizada de 27 a 29 de novembro de 2023, em Londres.

Destino contemplado: Estado da Bahia.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Afroturismo e Turismo de Base Comunitária.



Feiras Internacionais

Esta ação consiste na capacitação de co-expositores 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 da Bahia:

| Feiras | Ano | Mercado Ativado | Destino Promovido |
|------------------------------------|------------|------------------------|--------------------------|
| Fit América Latina | 2023 | Argentina | Salvador |
| BTL Lisboa | 2023 | Portugal | Salvador |
| ITB Berlim | 2023 | Alemanha | Estado da Bahia |
| Seatrade Cruise Global | 2023 | Estados Unidos | Estado da Bahia |
| TTG Travel | 2023 | Itália | Estado da Bahia |
| NYITS New York | 2023 | Estados Unidos | Salvador |
| Fitur Madri | 2023 | Espanha | Salvador |
| Imex Frankfurt | 2023 | Alemanha | Salvador |
| Imex America | 2023 | Estados Unidos | Salvador |
| WTM London | 2023 | Reino Unido | Estado da Bahia |
| Seatrade Cruise Global | 2024 | Estados Unidos | Estado da Bahia |
| Travel & Adventure Show | 2024 | Estados Unidos | Estado da Bahia |
| Travel & Adventure Show | 2024 | Estados Unidos | Salvador |
| Fitur Madri | 2024 | Espanha | Salvador |
| BTL Lisboa | 2024 | Portugal | Salvador |
| ITB Berlim | 2024 | Alemanha | Estado da Bahia |
| ITB Berlim | 2024 | Alemanha | Salvador |
| Fiexpo Latin America | 2024 | Panamá | Estado da Bahia |
| Fiexpo Latin America | 2024 | Panamá | Salvador |
| Imex Frankfurt | 2024 | Alemanha | Estado da Bahia |
| Imex Frankfurt | 2024 | Alemanha | Salvador |
| IBTM World | 2024 | Espanha | Estado da Bahia |
| IBTM World | 2024 | Espanha | Salvador |
| WTM London | 2024 | Reino Unido | Estado da Bahia |
| FITPAR | 2024 | Paraguai | Estado da Bahia |
| TTG Travel Experience | 2024 | Itália | Salvador |

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: Caminho dos Orixás (Salvador)

Destino: Salvador

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes participando de alguma celebração cultural e religiosa em um dos terreiros tombados a ser visitado no dia da captação de imagem.

Experiência: Tour Bahia Negra: Imersão na cultura afro-brasileira

Destino: Salvador

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes aprendendo a jogar capoeira no Centro Histórico de Salvador.

Experiência: Aula de culinária Baiana

Destino: Salvador

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes aprendendo a fazer moqueca na aula de culinária, mostrando o prato sendo finalizado por eles e depois degustado.

Experiência: Birdwatching no Lajedo dos Beija-Flores

Destino: Boa Nova

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes observando pássaros próximo aos comedouros e bebedouros no Lajedo.

Experiência: Cicloviagem pela Terra Mãe do Brasil

Destino: Porto Seguro

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes andando de bicicleta em praia de Arraial d'Ajuda, distrito de Porto Seguro

Experiência: Experiência Étnica na Reserva Indígena Porto do Boi

Destino: Caraíva

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes participando das danças, cantos e rituais para na Reserva Indígena Porto do Boi.

Experiência: Passeio de escuna no Parque Marinho Recife de Fora

Destino: Porto Seguro

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes aproveitando o passeio de escuna e admirando a paisagem paradisíaca do Parque Marinho Recife de Fora (piscinas naturais), utilizando equipamento para mergulho/flutuação.



Experiência: Caminho dos Orixás

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 Latinos - 2023

Campanha promocional do turismo brasileiro para o mercado latino em canais on e offline, realizada entre outubro e novembro de 2023. A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, portanto, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, com praias deslumbrantes, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

Destino contemplado: Salvador.

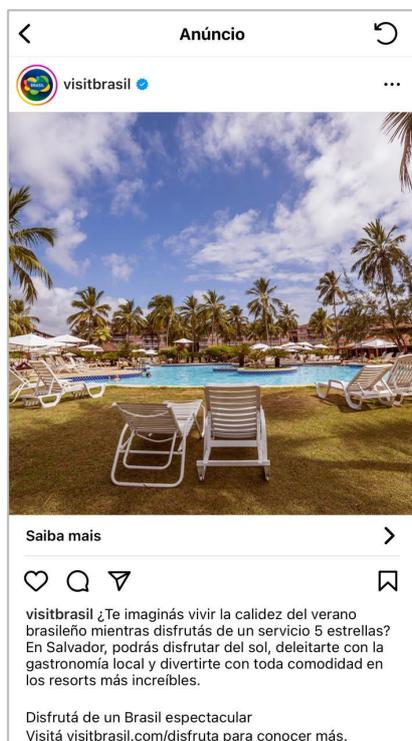
Mercados ativados: Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

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:

- Impressões: 71.019.771.
- Cliques: 438.179.
- Taxa de cliques (CTR): 0,54%.



Campanha Promocional Estados Unidos - 2023

Campanha publicitária e de marketing digital realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. Denominada “It’s Spectacular. It’s for you.” (É espetacular. É para você), portanto, teve o intuito de 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.

Destino contemplado: Salvador.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo cultural e Afroturismo.

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)
- Cartão de Crédito (American Express).

Principais resultados:

Impressões: 106.642.942

Cliques: 355.479

Taxa de cliques (CTR): 0,33%.



Campanha Promocional Estados Unidos - 2024

Campanha publicitária e de marketing digital realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. Denominada “It’s Spectacular. It’s for you.” (É espetacular. É para você), portanto, teve o intuito de 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.

Destino contemplado: Salvador.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo cultural e Afroturismo.

Mídias utilizadas:

- Redes Sociais - Meta, TikTok, LinkedIn.
- Inovadores Digitais - Google e YouTube.
- Online Travel Agencies - Expedia e Amadeus.
- Publicidade programática - GDB, Teads, Range e Adspool.

Principais resultados:

Impressões: 38.489.483.

Cliques: 96.574.

Taxa de cliques (CTR): 0,76%.



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.

Destinos contemplados: Porto Seguro (Arraial d'Ajuda) e Chapada Diamantina.

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

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



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: Salvador, Praia do Forte, Chapada Diamantina, Porto Seguro (Trancoso)

Mercados ativados: Estados Unidos, Argentina, Paraguai e Chile.

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

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.



Campanha Promocional do Brasil na América Latina - 2024

Destino contemplado: Praia do Forte (BA)

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.



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 Porto Seguro, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Porto Seguro (Trancoso).

Participantes: 83 pessoas.



Banco de Imagens

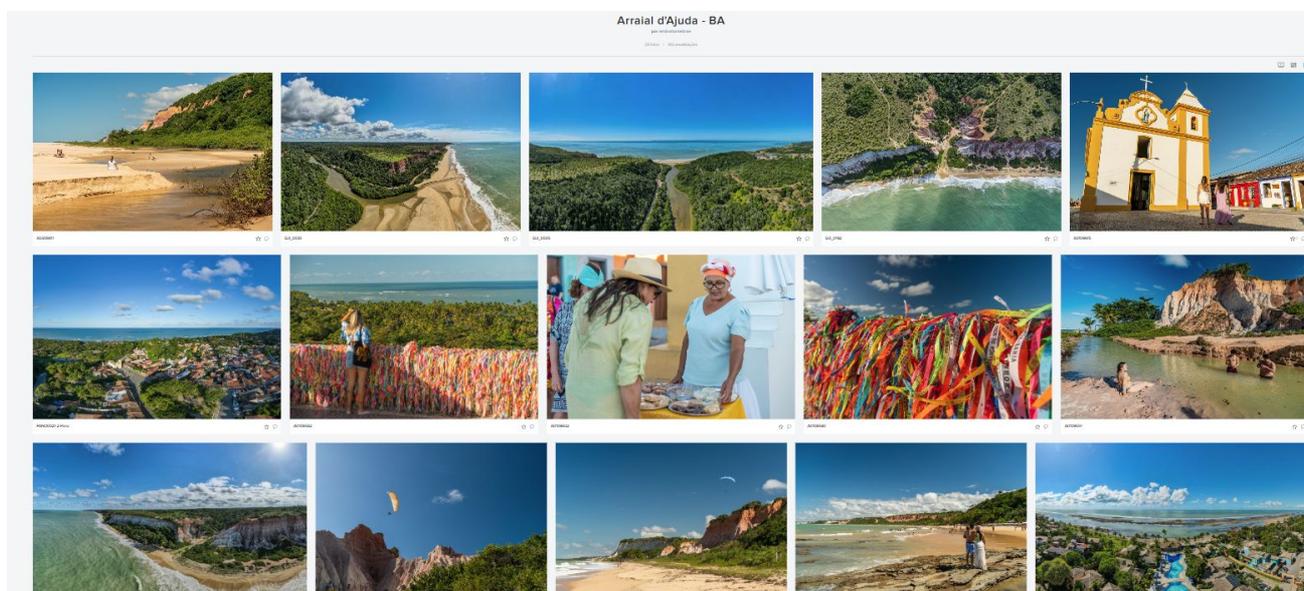
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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: Salvador, Porto Seguro (Trancoso e Arraial D'Ajuda), Prado, Alcobaça, Santa Cruz Cabrália, Caravelas.

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



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: Jornada do Turista Internacional 2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Bahia).

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.

Gravação de episódio sobre Afroturismo - 2023

Conteúdo produzido para o documentário Turismo Transforma da Embratur. As gravações ocorreram na Festa da Boa Morte.

Destino contemplado: Cachoeira.

2023: Ações de Afroturismo

Coordenação, organização e participação em ações de Afroturismo no Festival Liberatum, Festival de Afrofuturismo, Salvador Capital Afro, Afropunk e Expo Carnaval .

Destino contemplado: Salvador.

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.

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: Salvador.

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.

Evento 2º AveNova

Patrocínio, em 2024, ao evento 2º AveNova, cujo objetivo foi consolidar Boa Nova no calendário anual de evento turístico de Birdwatching na Bahia e no Brasil.

Destinos contemplados: Boa Nova.

Segmentos: Turismo de Natureza e *Birdwatching*.

Projeto Rally dos Sertões

Sertões promove uma agenda positiva do Brasil. Através da divulgação de imagens e notícias distribuídas nacionalmente e internacionalmente pela assessoria de imprensa do evento, o Sertões ajuda a dar ainda mais uso e significado às belezas do País, além de movimentar a economia das pequenas cidades.

Destinos contemplados: Luiz Eduardo Magalhães.

Segmentos: Turismo de Aventura, Turismo Esportivo, Turismo de Natureza.

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.

Ações Promocionais Digitais

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional do Brasil ancorada no ecossistema digital da marca Visit Brasil. Focada em mercados prioritários, a ação envolve campanhas segmentadas em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok, Pinterest e mídias programáticas, com inteligência de dados para atingir públicos-alvos específicos. Combinadas à estratégias de otimização para mecanismos de busca e inteligência artificial, essas iniciativas ampliam a visibilidade dos destinos brasileiros, integrando ações orgânicas e pagas. Os conteúdos são distribuídos pelos canais oficiais do Visit Brasil - site, redes sociais, blogs e recursos multimídia em seis idiomas - oferecendo experiências inspiradoras, informações qualificadas e estímulo à conversão, reforçando o Brasil como destino desejado no ambiente digital global.

Público-alvo: B2C (turistas potenciais dos mercados emissores estratégicos) e B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Visit Brasil 3- Promoção Digital por rede social - 2025

Destino contemplado: Salvador.

Mercados ativados: Argentina, Estados Unidos e Chile.

Segmentos e nichos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo de Sol e Praia e Turismo Gastronômico.

Principais resultados: o impacto da ação promocional foi evidente no aumento expressivo do tráfego no site Visit.Brasil.com. Todos os conteúdos da campanha alcançaram 49.007.686 impressões, isso significa que foram exibidos mais de 49 milhões de vezes ao longo do período da campanha.

Print do conteúdo de Salvador, para o Chile



Fonte: Embratur, 2025.

Publicação no site Visit Brasil - 2025

Mountain Bike no Brasil: Aventura e Turismo em Meio à Natureza

Destino contemplado: Arraial D'Ajuda.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo de Sol e Praia.

Principais resultados: Publicação no site Visit Brasil no dia 21/02/2025.



Fonte: Embratur

Publicação no site: 5 Dicas Imperdíveis para Aproveitar o Carnaval 2025 em Salvador

Destino contemplado: Salvador.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Festas Populares.

Principais resultados: Publicação no site Visit Brasil no dia 19/05/2025.



Fonte: Embratur

Campanha Promocional Segmentada

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional constituída por um conjunto integrado de ações promocionais, publicitárias e de posicionamento estratégico voltadas à projeção internacional do Brasil como destino turístico competitivo, diversificado e sustentável. Desenvolvidas para mercados prioritários, essas campanhas utilizam narrativas inspiradoras e conteúdos segmentados para promover os atrativos nacionais por meio de uma abordagem multicanal — incluindo mídia tradicional, digital, redes sociais, out of home e ações junto ao trade turístico. Ao estimular o desejo de viagem, reforçar a Marca Brasil e impulsionar a conversão de visitantes, essas campanhas contribuem diretamente para o aumento da entrada de turistas internacionais, geração de divisas e fortalecimento do turismo como vetor de emprego e renda.

Público-alvo: B2B2C e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

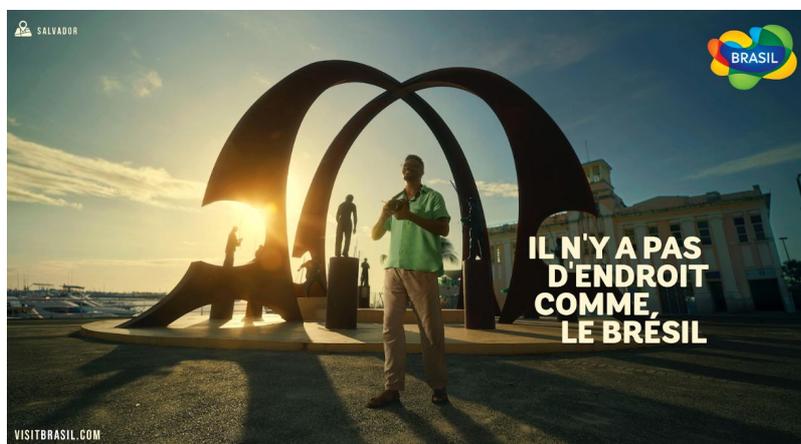
Campanha “Embratur Europa 2025”

Destino contemplado: Salvador.

Mercados ativados: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda e Reino Unido.

Mídias utilizadas: anúncios pagos em plataformas como Google, Meta (Facebook e Instagram), Mídia Programática e outros.

Principais resultados: a campanha "Embratur Europa 2025" foi veiculada entre 22/01 a 28/02/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve o objetivo de enfatizar a exuberância da natureza brasileira, promovendo os encantos e a autenticidade de seus destinos.



Fonte: Embratur

*quando o conteúdo estiver vinculado a um canal de vendas e/ou reservas da experiência ou destino.

Galeria Visit Brasil

É uma ferramenta inovadora de promoção internacional da Embratur que utiliza de espaços de Galerias de Arte para divulgar o Brasil em formato de “pop-up”. Com temáticas específicas, a estratégia é apresentar os destinos e experiências turísticas ao público internacional por meio de elementos que expressam a essência de nossa brasilidade como arte, cultura, música, moda, patrimônio histórico cultural material e imaterial por meio de exposições e ativações sensoriais que promovam a diversidade e autenticidade brasileira.

Com uma abordagem criativa e contemporânea, a Galeria Visit Brasil possui o objetivo de inspirar e conectar o visitante com a Marca Brasil, fomentando o turismo por meio de experiências imersivas e de espaços de debates que geram engajamento, reforçam a imagem positiva do país e ampliam o desejo de visita. A iniciativa também atua como ambiente estratégico de relações públicas, recepcionando imprensa, influenciadores, trade, autoridades e formadores de opinião. Integrada às demais ferramentas de promoção da Embratur e adaptada aos perfis dos mercados-alvo, a Galeria potencializa o soft power brasileiro, posicionando o país como destino criativo, plural e sustentável.

Público-alvo: Relações Públicas (PR), B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:



Galeria Visit Brasil Paris- 2025

Destinos contemplados: Estado da Bahia, Salvador e Costa do Descobrimento.

Mercado ativado: França.

Segmentos e nichos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Festas Populares e Patrimônio.

Principais resultados: a Galeria Visit Brasil Paris 2025, foi realizada em Paris (França), entre os dias 26 e 30 de abril de 2025. A iniciativa, organizada pela Embratur e pelo Sebrae, teve como foco a promoção dos sítios brasileiros na Lista do Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como estratégia para consolidar o Brasil como um destino de referência para o turista internacional. O evento recebeu um total de 664 visitas registradas, superando a meta inicial de 300 participantes, um percentual de 94,7% de satisfação.



Fonte: Embratur

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*

*quando a experiência é inserida em um canal de venda para conversão.

Caminho dos Orixás

Destino: Salvador.

Descrição: a experiência inclui uma imersão nos terreiros de candomblé de Salvador, tombados como Patrimônio Histórico. Os visitantes terão a oportunidade de conhecer a história desses espaços sagrados, seus projetos sociais e vivenciar de perto o cotidiano da Religião de Matriz Africana. Guiados por especialistas, será possível entender o papel cultural e espiritual dessa religião, explorando seus rituais, tradições e a energia do axé que permeia o ambiente. Essa é uma oportunidade única de mergulhar no universo da religião afro-brasileira, vivenciando a força ancestral que conecta fé, cultura e comunidade. A experiência é promovida com a frase: "Se prepare, é o mundo do axé na sua vida!".

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

Tour Bahia Negra: Imersão na cultura afro-brasileira

Destino: Salvador.

Descrição: este tour é ideal para quem deseja mergulhar na cultura e na religião de origem africana em Salvador. A experiência começa com uma visita à Feira de São Joaquim, a maior e mais tradicional da região, onde é possível interagir com o povo local, explorar os temperos e segredos da culinária baiana e conhecer barracas voltadas para os cultos afro-brasileiros. Em seguida, utilizando transporte público, o grupo segue para o Pelourinho, onde haverá um encontro com um mestre de capoeira para uma aula interativa dessa arte marcial de origem africana. O tour também inclui uma oficina de percussão, em que visitantes aprenderão a tocar tambores tradicionais, como atabaques e pandeiros, em uma imersão nos ritmos africanos e brasileiros.

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

Aula de Culinária Baiana

Destino: Salvador.

Descrição: Salvador é reconhecida mundialmente por sua riqueza cultural, fortemente influenciada pela herança africana, que contribuiu para a diversidade de raças, religiões e sabores da cidade. Além de sua cultura vibrante, a culinária baiana é um destaque à parte. Combinando pratos de origem europeia, tradição africana e um toque da cozinha indígena, o resultado é uma gastronomia única e saborosa. Esta experiência acontece durante a visita a um dos maiores mercados de rua de Salvador para explorar os ingredientes essenciais da moqueca, tais como azeite de dendê, leite de coco, gengibre e pimentas. Após essa imersão nos sabores locais, há uma aula de culinária com chefs experientes que ensinarão os segredos de como preparar uma autêntica moqueca baiana.

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

Birdwatching no Lajedo dos Beija-Flores

Destino: Boa Nova.

Descrição: Lajedo dos Beija-Flores oferece uma experiência imersiva na natureza, ideal para observadores de aves e fotógrafos. Cercado por cactos, bromélias e orquídeas, o local proporciona trilhas que permitem a exploração de espécies típicas da Mata de Cipó e da Caatinga. A infraestrutura disponível inclui banheiros, wi-fi, água e café expresso. Entre os destaques, está a possível observação do pássaro raro gravatazeiro, além de diversas outras espécies que frequentam os comedouros e bebedouros. No fim da tarde, o espetáculo continua com o voo dos beija-flores entre os cactos, acompanhado por um pôr do sol deslumbrante que transforma o local em um verdadeiro santuário de biodiversidade e beleza natural.

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

Cicloturismo pela Terra Mãe do Brasil

Destino: Porto Seguro.

Descrição: a Costa do Descobrimento oferece muito mais do que belas praias. Nesta experiência imersiva pelo mundo rural, os turistas percorrerão de bicicleta trilhas fora dos roteiros tradicionais, descobrindo segredos locais e degustando sabores únicos. Guiados durante todo o trajeto por profissionais que zelam pela segurança e por anfitriões que compartilham histórias e tradições, os visitantes se conectarão profundamente com a cultura regional. Mais do que um passeio, essa vivência marca os participantes com momentos exclusivos e autênticos, pois proporciona um contato verdadeiro com a essência do turismo rural.

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

Experiência Étnica na Reserva Indígena Porto do Boi

Destino: Caraíva.

Descrição: este roteiro oferece uma imersão única no Território Indígena Pataxó e no Parque Nacional e Histórico do Monte Pascoal, onde se entrelaçam cultura, história, natureza exuberante e praias paradisíacas. Guiados pelos próprios pataxós, os visitantes terão acesso a histórias e vivências que não estão nos livros. A visita à Reserva Pataxó Porto do Boi é uma experiência interativa para conhecer costumes, tradições e sabores indígenas, além de poder participar de rituais de purificação espiritual, incluindo pintura corporal ritualística, limpeza energética, celebração do Awê, consagração da medicina indígena e um banho de ervas medicinais, culminando com uma degustação gastronômica. Uma experiência profunda e autêntica de conexão com as raízes e com a natureza.

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.



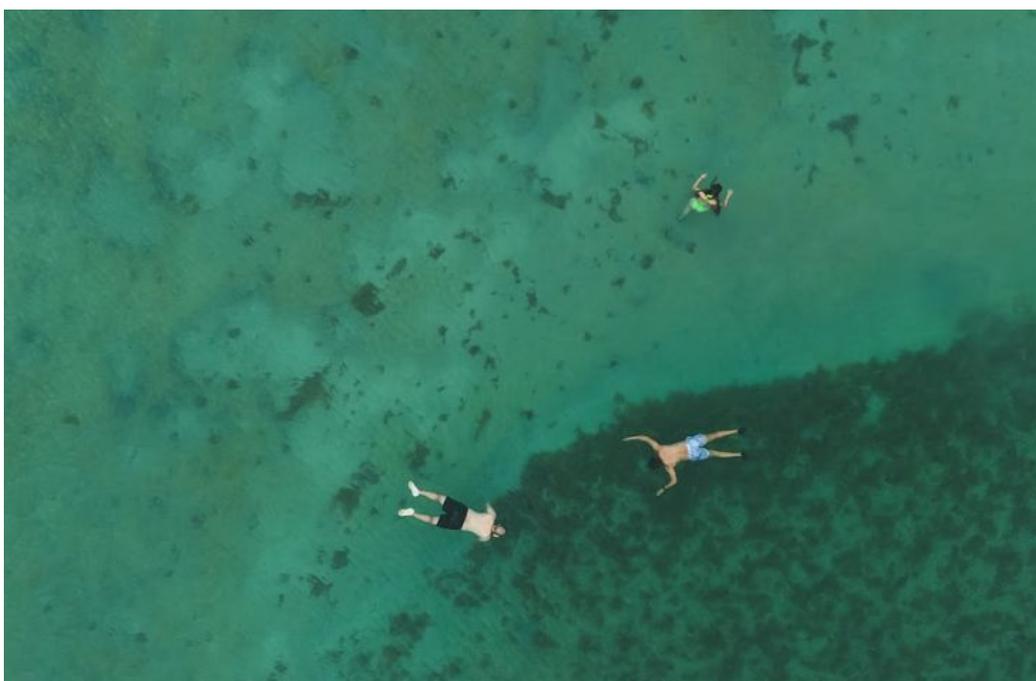
Fonte: Embratur

Passeio de escuna no Parque Marinho Recife de Fora

Destino: Porto Seguro.

Descrição: O visitante vai embarcar em um emocionante passeio de escuna pela deslumbrante Costa do Descobrimento, com destino ao Parque Marinho Recife de Fora, uma unidade de conservação que abriga a terceira maior plataforma de coral do Brasil. Durante a navegação, os turistas terão a oportunidade de explorar a rica biodiversidade marinha, com uma variedade impressionante de espécies, incluindo peixes coloridos, corais e outras formas de vida aquática. A experiência promete momentos de beleza natural e encantamento, proporcionando uma imersão na magia do ambiente marinho. Ideal para os amantes da natureza e do ecoturismo, esse passeio é uma chance imperdível de conectar-se com o oceano e apreciar a incrível riqueza do nosso patrimônio natural.

Exoval: 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

Press Trip

É uma ferramenta estratégica de promoção e relacionamento internacional voltada para jornalistas e veículos de comunicação dos mercados emissores estratégicos, com o objetivo de gerar cobertura editorial espontânea e qualificada sobre o Brasil como destino turístico. Seu principal objetivo é promover o destino Brasil por meio da experimentação direta, proporcionando vivências e experiências autênticas, com roteiros personalizados. A partir disso, espera-se que os participantes produzam reportagens, matérias e artigos em meios de comunicação impressos, digitais e/ou audiovisuais. As press trips contribuem diretamente para o fortalecimento da reputação do país, ampliam a visibilidade internacional e reforçam a credibilidade das ações institucionais de promoção.

Conversão principal: mídia espontânea em veículos qualificados.

Público-alvo: jornalistas e editores internacionais (RP).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Press Trip 8: Salvador - 2025

Destino contemplado: Salvador.

Mercado ativado: França.

Segmentos: Turismo Cultural e Afroturismo.

Principais resultados: press trip ocorreu entre 01 a 06 de fevereiro com a participação de cinco jornalistas oriundos da França. Com objetivo de mostrar todo o patrimônio histórico e cultural da cidade, a diversidade de ritmos e sabores em uma viagem pela história afro-brasileira e pelas origens do Brasil. Para ampliar ainda mais o interesse dos franceses pelas manifestações culturais, unimos duas celebrações importantes: a festa de lemanjá, como uma forma de vivenciar a cultura e a religião, e a preparação da cidade para o carnaval.



Fonte: Embratur, 2025.

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 7º edição

Na 7º edição da Newsletter foi anunciado a campanha “Não há lugar como Brasil” que tem o Salvador como um dos produtos ativados no mercado europeu.

Não há lugar como Brasil

Os turistas estrangeiros já entenderam: não há lugar como o Brasil. Em 2024 registramos recorde no número de visitantes internacionais, sendo que a chegada de turistas europeus cresceu 20%. De olho em marcas ainda maiores, lançamos a nova campanha de promoção do Brasil na Europa.

Com o slogan '**Não há lugar como Brasil**', a campanha será divulgada entre 22 de janeiro e 28 de fevereiro na Bélgica, Países Baixos, Reino Unido, Alemanha, França e Espanha. As peças publicitárias mostram experiências autênticas e sustentáveis, com muito sol, praia, natureza, cultura e gastronomia, destacando destinos como Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Alter do Chão e Salvador, e biomas como Amazônia e Pantanal. E lembrem-se: no VisitBrasil.com vocês vão encontrar conteúdo sobre os outros destinos incríveis no Brasil. **Assista!**

Fonte: Embratur

Visit Brasil 8° edição

Na 8° Newsletter que circulou em fevereiro foi promovido o turismo sustentável no destino Porto Seguro.



Fonte: Embratur, 2025.

Porto Seguro (Bahia)

Além de suas praias paradisíacas e rica história, Porto Seguro oferece a experiência única de conhecer a Reserva Indígena Porto do Boi, do povo Pataxó. A vivência inclui pintura corporal, palestra sobre a cultura Pataxó, roda de canto e dança, apresentação das medicinas tradicionais, banho de ervas e um almoço típico. A imersão cultural valoriza a tradição indígena e promove o turismo de base comunitária. **Conheça a experiência!**

Visit Brasil 11° edição

Na 11° Newsletter que circulou em maio Salvador se destaca dentro do segmento MICE.



Pelourinho, Centro Histórico de Salvador

Salvador

En 6º lugar en el ranking nacional de la ICCA y líder entre las ciudades del Nordeste brasileño, Salvador une infraestructura de primer nivel con un patrimonio cultural único. Cuenta con más de 400 hoteles, 40 mil camas y la presencia de 20 cadenas hoteleras (nacionales e internacionales). La ciudad encanta con la diversidad religiosa del Pelourinho, la gastronomía afro-bahiana y el ambiente vibrante junto al mar. Todo esto en un destino que combina tradición, hospitalidad y estructura para eventos inolvidables. **¡Descubre cómo Salvador transforma la cultura en conexión!**

Fonte: Embratur, 2025.

Ações com Companhias Aéreas

Edital de Chamamento de Propostas de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos

É uma ferramenta estratégica voltada à ampliação do fluxo de visitantes estrangeiros e ao fortalecimento da conectividade aérea do Brasil com o mundo. Por meio de parcerias com companhias aéreas e aeroportos, o programa apoia projetos de novos voos diretos e regulares internacionais, oferecendo acesso a ações promocionais da Marca Brasil, como campanhas publicitárias, *famtours* e *press trips* nos mercados emissores. A seleção das rotas prioriza critérios como o potencial turístico dos destinos, a atratividade dos mercados-alvo e a sustentabilidade operacional, contribuindo para descentralizar o turismo, ampliar o acesso a regiões com menor conectividade e reduzir a pegada ambiental das viagens. Ao articular promoção internacional com estímulo à malha aérea, o Edital reforça a inserção competitiva do Brasil no turismo global e impulsiona um desenvolvimento turístico mais equilibrado, sustentável e inclusivo.

Público-alvo: B2B (aeroportos e companhias aéreas brasileiras e estrangeiras).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

Ativação na FITUR com sorteio de passagem pela LATAM

Destinos contemplados: Salvador.

Mercados ativados: Espanha.

Principais resultados: a participação ocorreu no dia 23 de janeiro de 2025 como apoiador no lançamento oficial da plataforma de capacitação Brasil Travel Specialist no Stand Brasil para o trade europeu durante a FITUR na Espanha. Sorteio de passagens para o Rio de Janeiro e engajamento de agentes de viagem e operadores europeus.



Aline Mafra, diretora de Vendas e Marketing da Latam Brasil

Fonte: Panrotas

A Latam oferecerá um sorteio de viagens para três destinos brasileiros (Rio de Janeiro, Salvador ou a Amazônia) como incentivo aos primeiros inscritos. A premiação será sorteada entre os profissionais do trade internacional que se inscreverem até março de 2025.

*a depender das propostas apresentadas.

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

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.

Famtour

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de viagens imersivas e personalizadas de familiarização com os destinos turísticos brasileiros, voltadas a operadores e agentes de turismo internacionais. Desta forma, proporciona contato direto com atrativos, serviços e experiências autênticas do Brasil, ampliando o conhecimento técnico sobre a oferta turística nacional.

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

Público-alvo: B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração*

*especialmente quando a programação inclui encontros de networking e rodadas de negócios com fornecedores do trade nacional.

Famtour 10: Chapada Diamantina

Destinos contemplados: Boa Nova, Lençóis.

Mercados ativados: Reino Unido.

Segmentos e nicho: Ecoturismo e Turismo de Aventura (Birdwatching).

Descritivo: o famtour com oito profissionais de turismo oriundos do Reino Unido, realizado no período de 10 a 17 de maio de 2025, contemplando os destinos de Boa Nova (BA) e Lençóis (BA), na Chapada Diamantina, com foco nos segmentos e nichos de Ecoturismo e Aventura (Birdwatching).



Fonte: Embratur, 2025.

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 (operadores e agentes de viagens)

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

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: este roadshow 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

Feira Internacional

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, que consiste em uma plataforma qualificada de geração de negócios, na qual o Brasil se apresenta de forma coordenada por meio de seu estande oficial, gerido pela Embratur. Por meio de edital de chamamento público, a Embratur oferece a oportunidade de participação a coexpositores que atendam a critérios alinhados à estratégia dos mercados emissores. Esta ferramenta reúne coexpositores qualificados para promover a diversidade cultural e natural do país junto a operadores, agentes de viagem, público final, investidores e demais tomadores de decisão dos principais mercados emissores. Além de ampliar a visibilidade internacional dos destinos brasileiros, a participação em feiras internacionais fortalece o posicionamento do Brasil no turismo global e cria oportunidades concretas de parcerias e comercialização de produtos e experiências turísticas. Os estandes do Brasil também funcionam como plataforma de networking, lançamento de parcerias e produtos, promoção de experiências imersivas, aumentando a visibilidade dos destinos brasileiros no exterior.

Público-alvo: B2B, com ações pontuais B2C, dependendo do perfil da feira.

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos da Bahia:

| Feiras | Ano | Mercado Ativado | Destino Promovido |
|-------------------------|------|-----------------|----------------------------|
| ITB Berlin | 2025 | Alemanha | Estado da Bahia |
| Travel & Adventure Show | 2025 | Estados Unidos | Estado da Bahia |
| Seatrade Cruise Global | 2025 | Estados Unidos | Estado da Bahia |
| IMEX Frankfurt | 2025 | Alemanha | Estado da Bahia e Salvador |
| FIEXPO | 2025 | Costa Rica | Estado da Bahia |



FITUR 2025. **Fonte:** Embratur.



Seatrade Cruise Global 2025. **Fonte:** Embratur.

Brasil Travel Specialist

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, baseada em uma plataforma digital de engajamento, capacitação e comunicação voltada a operadores e agentes de viagens internacionais interessados em se especializar no Brasil como destino turístico. Também disponível em aplicativo móvel, a plataforma facilita a captação de leads e oferece acesso rápido e atualizado a conteúdos estratégicos, materiais promocionais, banco de imagens e mantém esses profissionais continuamente atualizados de forma online. A plataforma qualifica e fideliza o trade internacional para promover a diversidade da oferta turística brasileira de forma segura, atrativa e assertiva, fortalecendo a imagem do Brasil nos mercados globais.

Público-alvo: B2B (cia aérea, empresa de modais, operadores e agentes de viagens internacionais) e imprensa especializada,

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

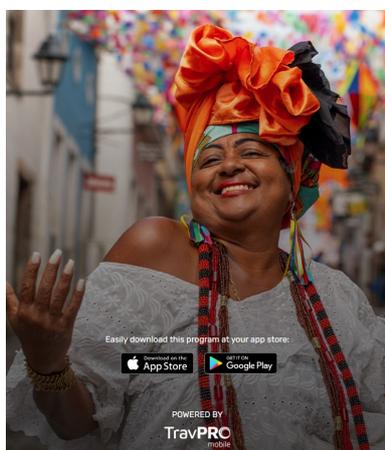
Consideração

Módulos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE) e Ecoturismo e Aventura

Destinos contemplados: Salvador e Chapada Diamantina.

Segmentos: MICE, Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Descritivo: planejamento, curadoria e disponibilização de conteúdo sobre o destino, nos idiomas espanhol e inglês, para o treinamento online e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais, além de incluir um programa de incentivos com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e impulsionar a comercialização das experiências turísticas brasileiras.



BRASIL

WELCOME TO
BRASIL TRAVEL SPECIALIST

- Train, Promote & Sell on the Go
- Multi-media Training Across Devices
- Certificate of Completion
- Ready-made Sales Presentations
- High-impact Promotional Materials
- Insider Tips & Promotions

English

Let's see if we can find an existing profile for you in our system.

Enter the email address you typically use to login to training programs.

Email *

CONTINUE

By continuing you agree with our [privacy policy](#) and [terms and conditions](#).

Capacitação de Mercados Internacionais

É uma ferramenta estratégica de desenvolvimento profissional que oferece sessões online interativas, ministradas por especialistas da Embratur e parceiros, para atualizar operadores, agências e outros players do trade sobre produtos, tendências de mercado e melhores práticas de venda do Brasil. Por meio de apresentações técnicas, estudos de caso e Q&A ao vivo, os webinars promovem a difusão de conhecimento, estreitam relacionamentos e geram leads qualificados, preparando o trade para oferecer o destino Brasil com excelência.

Público-alvo: B2B (operadores, agentes de viagens, DMCs e distribuidores internacionais de turismo e cias aéreas)

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Capacitação AMEX Roma

Capacitação AMEX presencial facilitada pela Coordenação de Mercados Internacionais para agentes de viagem do trade Italiano realizada em parceria com a Embaixada de Roma e organizada pela TAP Itália.

Destino contemplado: Estado da Bahia.

Mercado Ativado: Itália.

Segmentos: Turismo de Luxo.

Número de participantes: 15.

Outras Ações

Edital de Inovação aberta para Startups

Os editais de inovação aberta do EmbraturLAB são ferramentas estratégicas voltadas para startups em operação ou em fase de tração que desenvolvem soluções inovadoras para o setor de turismo (Turistechs), ou em áreas correlatas que possam contribuir para o seu fortalecimento. Essas chamadas públicas têm como objetivo mapear e selecionar startups e empresas de base tecnológica capazes de melhorar a experiência dos turistas internacionais, apoiar os agentes do setor com soluções digitais e disseminar a cultura da inovação.

Cada edital parte de desafios concretos ou oportunidades identificadas para aprimorar a promoção turística de destinos brasileiros. As startups são convidadas a apresentar propostas que respondam a esses desafios. A condução por meio de chamadas públicas assegura transparência, isonomia e um processo democrático, além de permitir o mapeamento de talentos e tendências, impulsionando avanços para o turismo nacional.

Pré-AceleraTUR

Edital: aliança estratégica entre o Parque Tecnológico da UFRJ, o EmbraturLAB e o Sebrae tem como objetivo atender as necessidades de inovação e desenvolvimento no setor do turismo. O Pré-AceleraTUR visa fomentar práticas de ESG (ambiental, social e governança) em micro e pequenas empresas (MPEs) do setor de turismo ou que atuam em outros segmentos mas que desejam adaptar suas soluções para a área.

Destino Contemplado: Chapada Diamantina.

Descritivo: Janoo, startup baiana especializada em tecnologia para o turismo sustentável, foi selecionada no programa Pré-AceleraTUR, recebeu investimento para a realização de uma Prova de Conceito (PoC), validando sua plataforma para aprimorar a gestão de atrativos turísticos e experiências sustentáveis em diferentes destinos do Brasil.



m b b r o

r a t u r

embratur.com.br

n b b r a t

e m b b