



PRINCIPAIS
AÇÕES

CEARÁ



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

Marília da Silva Ferreira

1

Apresentação

2

Ceará 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

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.

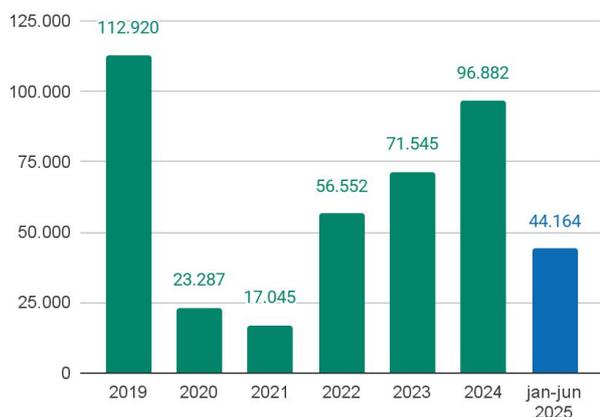
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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**, 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 do Ceará 96.882 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 71.545 em 2023 e 96.882 em 2024, representando um aumento de 35,41%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Ceará em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 44.164 turistas entraram pelas fronteiras da Bahia. No mesmo período de 2024, foram 31.044, o que representa um aumento de 42,3%

Entradas de turistas estrangeiros por CE



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para CE*

*janeiro a junho de 2025

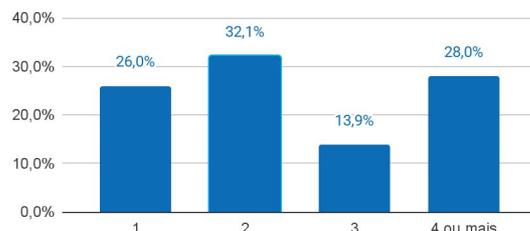
| | |
|---|---|
| Cias aéreas: (principais) | TAP, Air France, Latam, Gol. |
| Países de origem (principais): | Portugal, Estados Unidos, França, Argentina, Chile, Guiana Francesa. |
| Cidades de origem: (principais) | Lisboa, Paris, Miami, Buenos Aires, Santiago, Orlando/Flórida, Cayenne, Sobral. |
| Quantidade de voos: | - 534 |
| Assentos disponíveis: | - 138.486 |
| Participação do CE na oferta de voos para o Brasil: | - 1,45% |

Fonte: Forwardkeys e Embratur

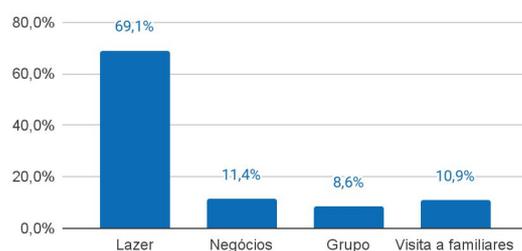


ForwardKeys

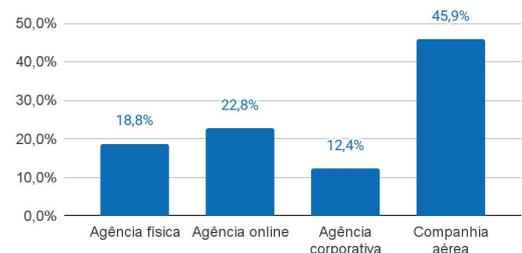
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



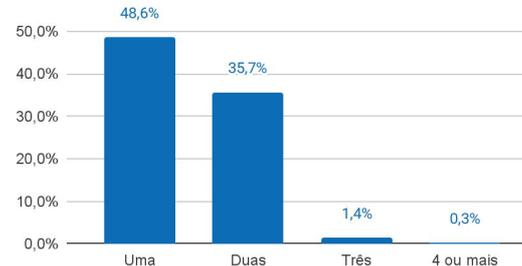
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



Quantidade de conexões até CE (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada secundários:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Ceará recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Portugal, Chile, Estados Unidos e França no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (67,2,2%) e Rio de Janeiro (17,1%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Fortaleza.

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 Rota das Emoções - 2023

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercados ativados: Alemanha e Reino Unido.

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

Principais resultados: este famtour, ocorreu no período de 8 a 16 de julho de 2023, contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 de Londres. A infraestrutura de turismo das cidades visitadas foi considerada excelente e boa por 100% dos participantes, o que é um indicativo positivo para o desenvolvimento turístico da região.



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 do Ceará.

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: 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).



Feiras internacionais

Esta ação consiste na capacitação de coexpositores selecionados e indicados para promoverem a diversidade cultural e natural do país, atraindo turistas, operadores, agentes de viagem e investidores internacionais. Inclui ainda montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais, como forma de fortalecer as relações comerciais e expandir as oportunidades de negócios no setor turístico brasileiro, nos mercados estratégicos na Europa, América do Norte e América Latina

Feiras em que houve destaque dos produtos do Ceará:

| Feiras | Ano | Mercado Ativado | Destino Promovido |
|-------------------------------|------|-----------------|-------------------|
| Imex America | 2023 | Estados Unidos | Estado do CE |
| Seatrade Cruise Global | 2024 | Estados Unidos | Estado do CE |
| ITB Berlim | 2024 | Alemanha | Jericoacoara |

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.

Rota das Emoções: Experiência de crochet em Jericoacoara

Destino: Rota das Emoções - Jericoacoara (CE).



Experiência de crochet em Jericoacoara.

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: Jericoacoara.

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

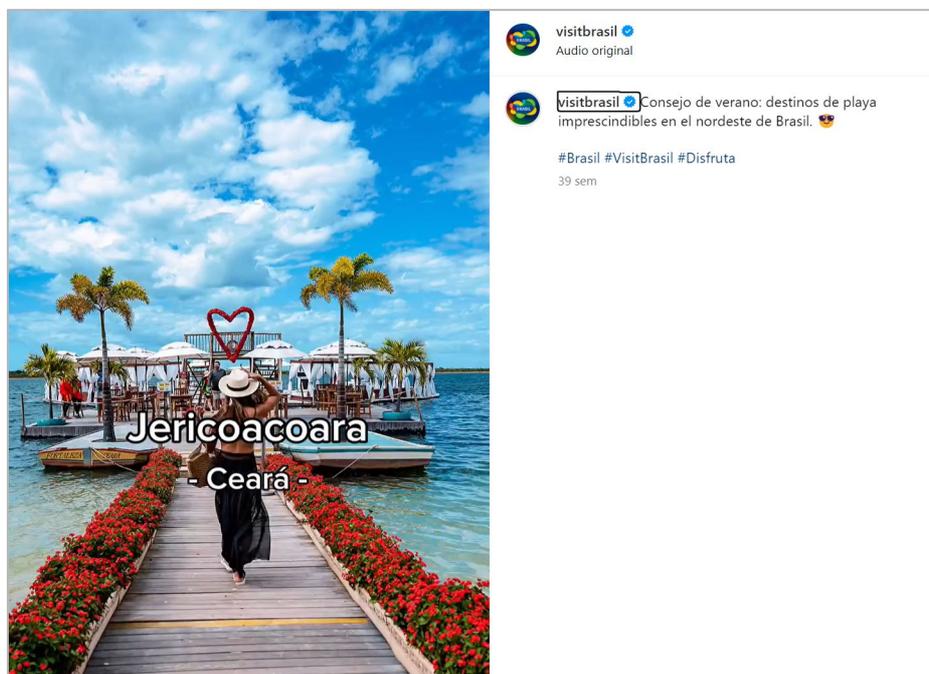
Mídias utilizadas: Redes Sociais - Meta, TikTok e LinkedIn; Inovadores Digitais - Google e YouTube ; Online Travel Agencies³ - Despegar, All Seasons e Mega Travel; Publicidade programática - GDB e Teads; TV Conectada - Showheroes; Companhias Aéreas - Jetsmart e Sky.

Principais resultados:

Impressões: 71.019.771;

Cliques: 438.179;

Taxa de cliques (CTR): 0,54%.



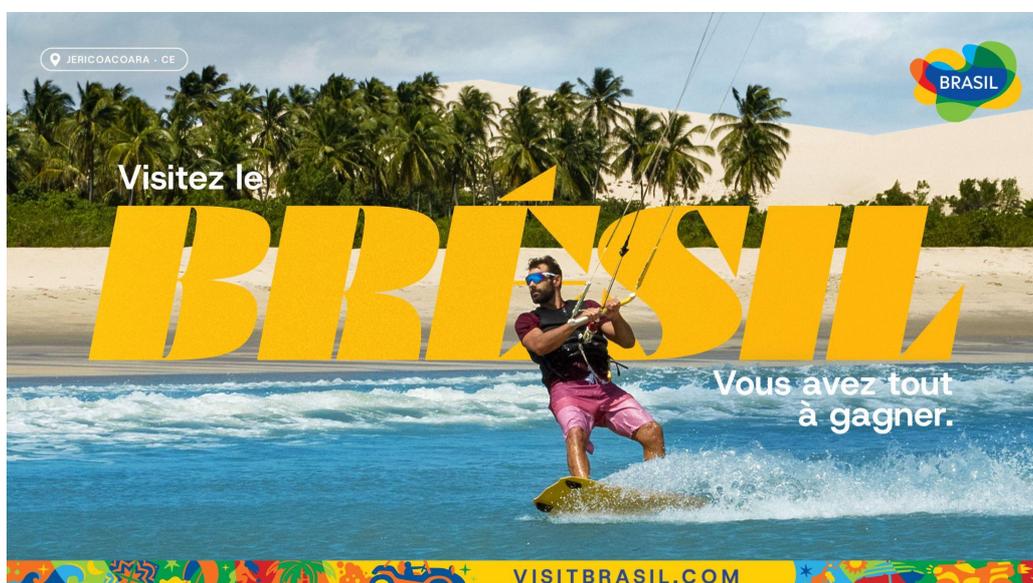
Campanha Promocional Europa - 2024

Campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa em meios on e offline, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. Pretendeu-se destacar a diversidade natural do Brasil, além do foco esportivo, atraindo os turistas europeus para vivenciarem experiências únicas, valorizando as belezas naturais e culturais, além de destacar seu compromisso com a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. A campanha associava cada localidade com um modalidade esportiva praticada na olimpíada.

Destino contemplado: Jericoacoara.

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

Segmentos: Turismo Esportivo, Turismo de Natureza e Turismo Cultural.



Ações Promocionais Digitais

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.

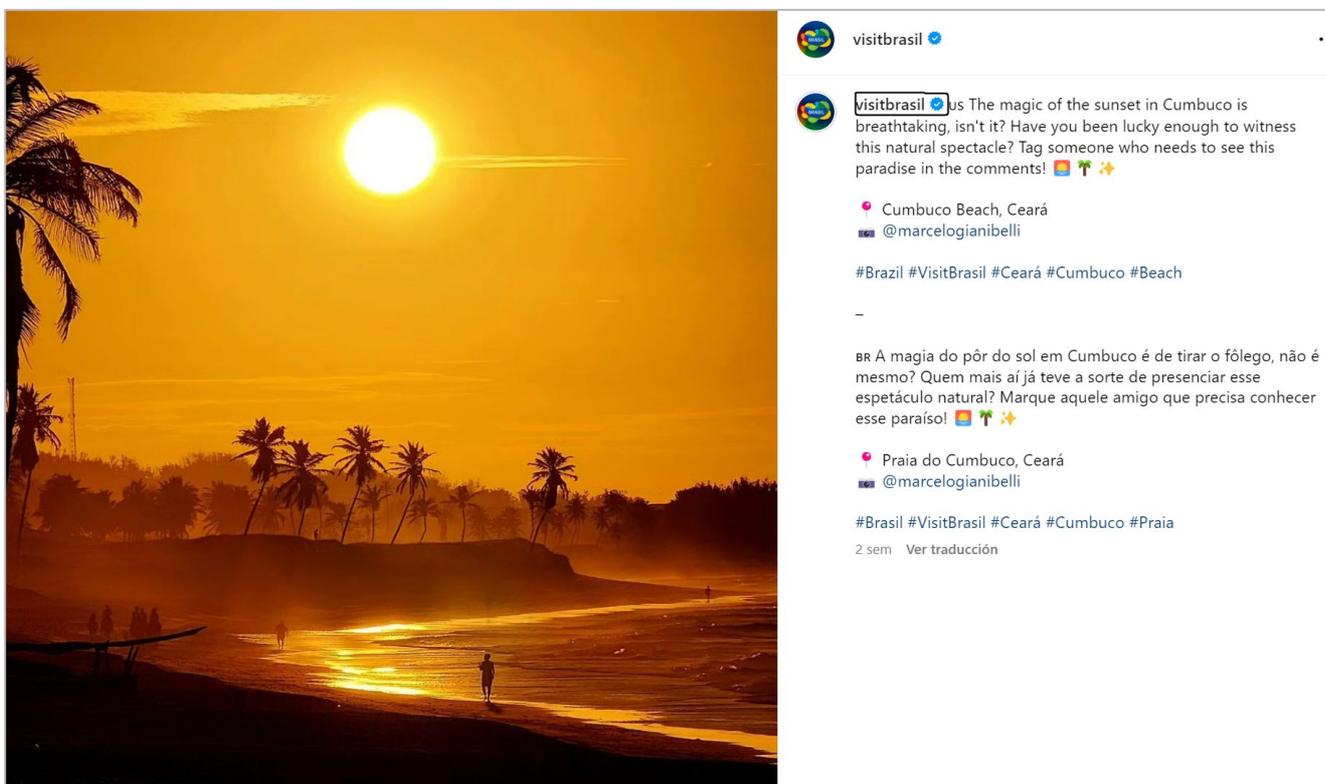
Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Fortaleza.

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

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



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

Destino contemplado: Jijoca de Jericoacoara

Participantes: 42 pessoas.



Banco de Imagens

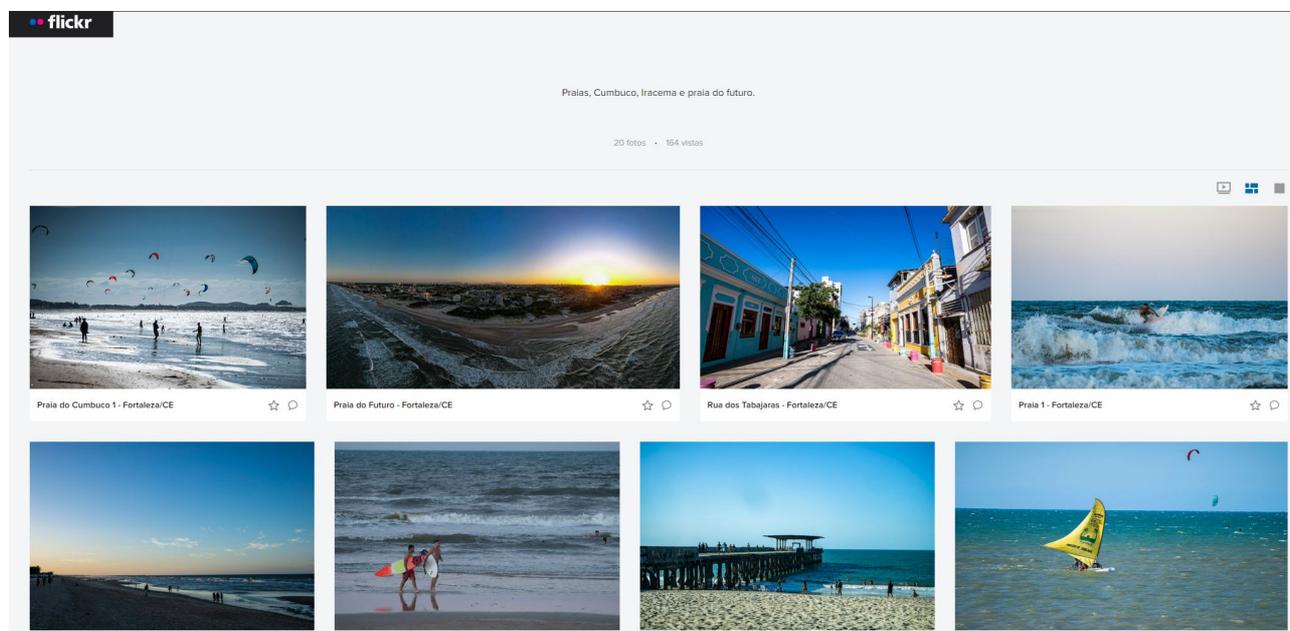
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

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 Ceará).

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.

Rota Fortaleza Negra

Visita Técnica, em 2023, pela Rota Fortaleza Negra em parceria com a Secretaria de Turismo de Fortaleza.

Destinos contemplados: Fortaleza.

Casa Brasil

Esta ação foi desenvolvida para promover a diversidade cultural e natural do Brasil durante os Jogos Olímpicos de Paris 2024, utilizando o esporte como plataforma, em conjunto com a música, gastronomia e arte. O espaço destacou valores como autenticidade, sustentabilidade, diversidade e inovação, funcionando como um ponto de encontro estratégico para atletas, imprensa e empresas. Além disso, reforçou o compromisso do Brasil com práticas socioambientais inovadoras, consolidando a imagem do país como um destino autêntico, diversificado e sustentável.

Destinos contemplados: Fortaleza e Estado do Ceará.

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



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.

Sertões KiteSurf - 2024

O projeto visa promover destinos turísticos brasileiros. O Sertões Kitesurf representa uma estratégia de marketing única na promoção do destino Ceará, por esta razão, a Embratur busca promover a cultura cearense com projeção internacional. Esta ação integra o Rally dos Sertões e promove uma agenda positiva do Brasil, com abrangência nacional e internacional, o Sertões ajuda a dar ainda mais uso e significado às belezas do País, além de movimentar a economia das pequenas cidades.

Destino contemplado: Estado do Ceará

Segmentos: Turismo Esportivo, Turismo de Sol e Praia.

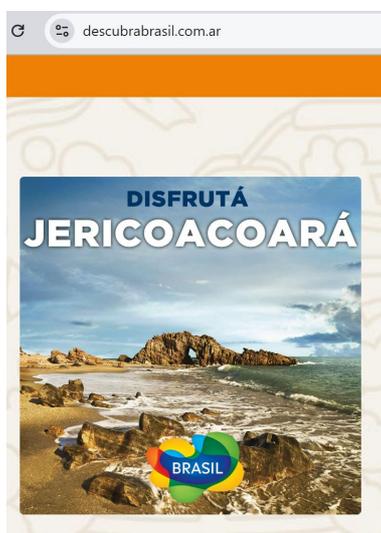
Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual (www.descubrabil.com.ar), com foco na venda de pacotes turísticos a diversos destinos no Brasil, oferecidos por empresas integrantes do Comitê Visite Brasil na Argentina às redes de agências e consumidores finais, além de divulgação em redes sociais.

Destino contemplado: Jericoacoara.

Mercado ativado: Argentina.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Ecoturismo, 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 visita 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 às 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: Fortaleza e Jericoacoara.

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.



Página Inicial Kitesurf no Brasil: Aventuras Aquáticas e Destinos Turísticos

Publicado em 29/07/2021

O Brasil é conhecido por sua paixão por esportes e, dentre as várias atividades que fazem parte do cotidiano dos brasileiros, o kitesurf tem ganhado destaque especial.

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

Destino contemplado: Jericoacoara.

Descritivo: na 7º edição da Newsletter promoveu o programa "Brasil Travel Specialist"; comunicou o início da campanha publicitária "Não há lugar como o Brasil" na Europa, anunciou novas rotas aéreas e divulgou a Rota das Emoções apresentada na FITUR.



Das dunas inundadas ao kitesurf em praias paradisíacas

Durante a participação da FITUR 2025, o Brasil apresentou um dos seus grandes tesouros: a **Rota das Emoções**. Caminhar pela imensidão exuberante dos **Lençóis Maranhenses**, assistir à magnífica revoada dos guarás no **Delta do Parnaíba**, praticar kitesurf em praias paradisíacas de **Jericoacoara** são algumas das experiências imperdíveis da Rota das Emoções. O roteiro passa por três estados do nordeste brasileiro e mostra um Brasil autêntico!

Visit Brasil 8º edição

Destino contemplado: Jericoacoara.

Descritivo: na 8º edição foi contemplada a divulgação de nova rota aérea da Air France entre Caiena - Fortaleza.

E não para por aí! A LATAM inaugura a rota Lisboa-Fortaleza, operando entre 7 de abril e 20 de outubro. Com voos semanais, a conexão coloca o Nordeste no roteiro de viagens dos turistas estrangeiros.

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*

Experiência de crochê em Jericoacoara

Destino: Jericoacoara.

Descrição: a visita ao Centro de Artesanato das Mulheres Crocheteiras de Jericoacoara proporciona uma imersão autêntica na arte e cultura local. Partindo da pousada, o trajeto é realizado a pé até a associação, onde as viajantes são recebidas por uma artesã que compartilha a história e trajetória do grupo. Durante a visita, é possível observar demonstrações de diferentes pontos de crochê, seguidas por uma atividade prática para aprender técnicas básicas diretamente com as artesãs. A experiência oferece um olhar profundo sobre o empreendedorismo feminino e a valorização do trabalho manual, promovendo uma conexão transformadora com as comunidades locais e fortalecendo o turismo de base comunitária na região.

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

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

Kite Trip de Cumbuco à Ilha do Guajiru

Destino: Fortaleza (CE).

Descrição: Uma aventura inesquecível na terra do vento: uma kitetrip pelos famosos spots do Ceará. O roteiro é planejado para oferecer as melhores condições de kitesurf, com segurança, diversão e serviço exclusivo. O visitante explora a costa cearense, com sol diário, ventos fortes e a calorosa hospitalidade local. Guias experientes e suporte de carro 4x4 garantem uma experiência completa. A jornada, ideal para grupos a partir de 2 pessoas, combina prática esportiva e conexão com comunidades onde o kitesurf impulsiona o desenvolvimento local. O trajeto de Cumbuco à Ilha do Guajiru percorre 170 km, passando por praias desertas, dunas, lagoas cristalinas e ondas perfeitas, encerrando com um luau e certificação.

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 de Artesanato com Aula Prática de Ciclogravura com Artesã Local

Destino: Fortaleza (CE).

Descrição: o passeio começa com uma visita ao Emcetur, antiga cadeia pública de 1850, que hoje abriga lojas de artesanato local nas antigas celas. Em seguida, o itinerário inclui o Museu da Indústria, localizado no corredor histórico de Fortaleza, próximo ao Passeio Público e outros marcos culturais. O museu apresenta exposições que conectam a indústria ao cotidiano, destacando produtos regionais como carnaúba e algodão. A próxima parada é o Mercado Central, com 553 boxes distribuídos em cinco pavimentos, repletos de produtos cearenses. O almoço acontece no Passeio Público, uma praça histórica de 1864, com vista para o mar e rodeada por árvores, esculturas e um baobá centenário. À tarde, o grupo visita a Ceart, na Praça Luíza Távora, principal loja do Centro de Artesanato do Ceará, onde peças exclusivas dos artesãos locais são expostas. O passeio termina com uma oficina de iniciação à ciclogravura conduzida pela artesã Avany Oliveira. Os participantes aprendem a criar suas próprias peças de areia colorida, transformando a experiência em uma recordação única e artesanal do Ceará.

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.



Ativação de experiências da Vitrine Visit Brasil nas ferramentas Embratur

As ativações de experiências da Vitrine Visit Brasil segue a estratégia 360° de planejamento e organização da Embratur, que visa integrar os diversos canais de apoio à comercialização e promoção turística internacional disponíveis.

Ativação da Rota das Emoções durante FITUR 2025

Para a FITUR **Madrid 2025**, foi selecionada a experiência de Crochê em Jericoacoara, que integra a “Rota das Emoções”, destino escolhido com base em suas características singulares e na motivação dos turistas espanhóis.



Fonte: Embratur



Ações com Companhias Aéreas

Edital de chamamento de Propostas de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos (PATI)

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.

Campanha Digital (PATI)

Destinos contemplados: Fortaleza (CE)

Mercados ativados: Chile e Peru

Ação: Campanha realizada em parceria com a LATAM envolvendo mídia OOH (Out of Home)

Campanha Digital (PATI)

Destinos contemplados: Fortaleza (CE)

Mercados ativados: Portugal

Principais resultados: Campanha com o objetivo de promover a nova rota Lisboa-Fortaleza.

Captação de voo internacional (PATI)

Destinos contemplados: Fortaleza (CE)

Mercados ativados: Espanha

Ação: Captação de nova rota de voo internacional entre Madri e Fortaleza

Captação de voo internacional (PATI)

Destinos contemplados: Fortaleza (CE)

Mercados ativados: Portugal

Ação: Captação de nova rota de voo internacional entre Lisboa e Fortaleza



Fonte: Embratur

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 Rota das Emoções

Destinos contemplados: Camocim, Jericoacoara e Cruz (Preá).

Mercados ativados: Espanha e México.

Segmentos: Luxo, Sol e Praia, Ecoturismo, Aventura, Cultura e Bem-estar.

Principais resultados: o Famtour contou com a participação de oito operadores e/ou agentes de viagem representantes de operadoras de turismo com sede na Espanha e México. Realizada entre os dias 06 a 14 de junho de 2025, a ação proporcionou aos participantes uma experiência imersiva na Rota das Emoções.

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 do Ceará.

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.



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:



Feiras em que houve destaque dos produtos do Ceará

| Feiras | Ano | Mercado Ativado | Destino Promovido |
|-------------------------|------|-----------------|-------------------|
| Travel & Adventure Show | 2025 | Estados Unidos | Estado do Ceará |
| IMEX Frankfurt | 2025 | Alemanha | Estado do Ceará |



Estande do Brasil na IMEX Frankfurt, 2025 - Fonte: Embratur.

