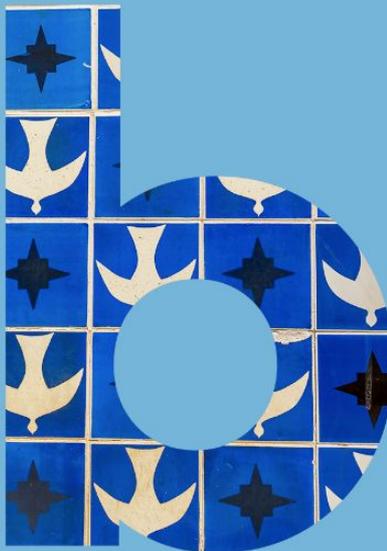




PRINCIPAIS  
AÇÕES

# DISTRITO FEDERAL

 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

## **Distrito Federal em Números**

3

## **Principais Ações - 2023 e 2024**

Ações de apoio à comercialização internacional

Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Outras Ações Realizadas

4

## **Principais Ações - 1º Semestre 2025**

Ações de promoção nos mercados internacionais

Ações com Companhias Aéreas

Outras Ações Realizadas

# 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.

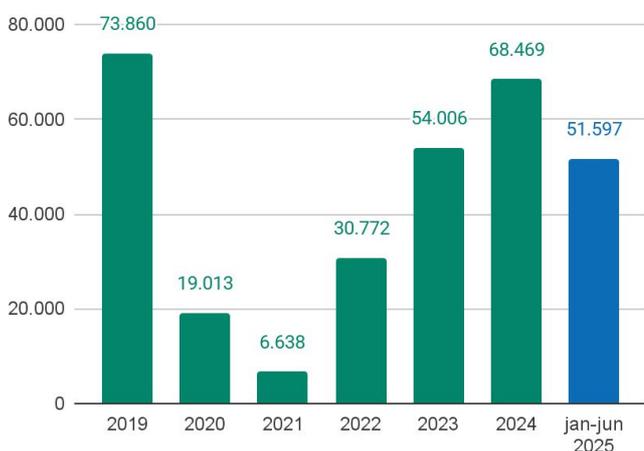
Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação 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 Distrito Federal**, 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 Distrito Federal 68.469 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 54.006 em 2023 e 68.469 em 2024, representando um aumento de 26,78%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Distrito Federal em seus roteiros. No primeiro semestre de 2025, turistas 51.597 entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Distrito Federal. No mesmo período de 2024, foram 28.210, o que representa um aumento de 82,9%

## Entradas de turistas estrangeiros pelo DF



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o DF\*

\*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas:  
(principais) Gol, Latam, Copa Airlines, TAP e Aerolineas Argentinas.

Países de origem: Portugal, Estados Unidos, Panamá, Argentina, Peru, Chile, Colômbia e México.

Cidades de origem: Lisboa, Miami, Orlando, Cidade do Panamá, Buenos Aires, Lima, Santiago, Bogotá e Cancún.

Quantidade de voos: - 1.409

Assentos disponíveis: - 271.159

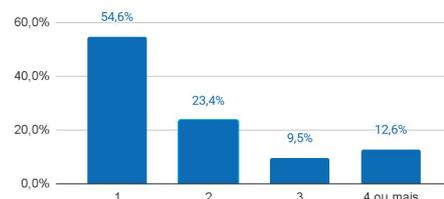
Participação do DF na oferta de voos para o Brasil: - 3,81%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

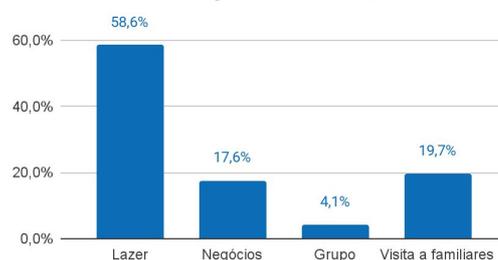


ForwardKeys

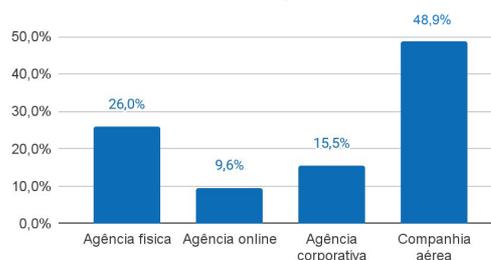
## Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



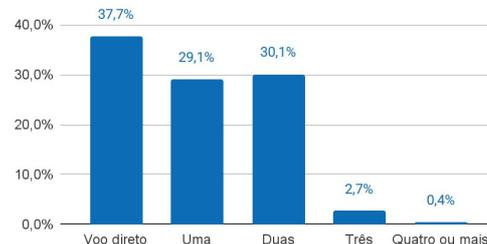
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Distrito Federal recebeu turistas aéreos, principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Chile, Argentina e Peru no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (77,2%) e Rio de Janeiro (11,3%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Brasília.

## 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.

### Press trips

Viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino por meio da experimentação. Esta ação busca 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 Distrito Federal e Goiás - 2023

**Destino contemplado:** Brasília, Pirenópolis, Cavalcanti, São Jorge e Alto Paraíso.

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

**Principais Resultados:** a ação englobou 28 empresas entre companhias aéreas, receptivo, hotéis, restaurantes e atrativos em 5 cidades de Goiás e Distrito Federal, como Brasília, Pirenópolis, Cavalcanti, São Jorge e Alto Paraíso. Foram realizados, aproximadamente, 36 contatos com atores locais. Como resultado da ação, já foram publicadas 5 matérias

**Alcance de público:** + de 4,5 milhões de leitores

**Valor de exposição:** R\$ 800 mil

**Segmento:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Natureza



## Press Trip Distrito Federal e Rio Grande do Norte - 2024

**Destino contemplado:** Brasília, Tibau do Sul e Natal.

**Mercado ativado:** Argentina e Chile.

**Principais resultados:** Contou com 5 participantes sendo 2 jornalistas argentinos e 3 chilenos. O alcance de público e valor de exposição midiática ainda em apuração no 2o semestre de 2024.

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



## 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.

### Famtour

A ação faz parte do Programa “Especialistas em Brasil” e consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para operadores de turismo internacional, com objetivo de promover o destino por meio da experimentação. Busca proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa resultar no desenvolvimento e comercialização de produtos turísticos.

### Famtour América Latina - 2024

**Destinos contemplados:** Brasília; Alto Paraíso de Goiás; Cavalcante e Rio de Janeiro.

**Mercados ativados:** Chile e Colômbia.

**Segmentos:** Multiprodutos, Natureza e Ecoturismo.

**Principais resultados:** o famtour contou com a participação de 7 operadores internacionais provenientes do Chile e Colômbia, em março de 2024.



## Famtour 5: Manaus/AM, Novo airão/AM e Brasília - 2024

**Destino contemplado:** Brasília.

**Mercados ativados:** Suíça e França.

**Segmentos:** Multiprodutos, Natureza e Ecoturismo.

**Principais resultados:** Esta edição do Encontro de Relacionamento integrou o ABAV Expo Buyers Club. Foram convidados a participar, como Hosted Buyers, os 29 operadores internacionais convidados para os famtours realizados no período, sendo de responsabilidade da organizadora do evento o convite e seleção dos DMCs nacionais.



## Famtour 6: Belém, Alter do Chão e Brasília

**Destino contemplado:** Brasília.

**Mercado ativado:** Estados Unidos.

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

**Principais resultados:** Participação dos operadores convidados na ABAV Expo 2024, participaram do evento 20 DMCs e 29 operadores internacionais provenientes dos 3 famtours que ocorreram simultaneamente, resultando em, no mínimo, 400 reuniões realizadas.



## Famtour 7: Pantanal, Bonito e Brasília

**Destino contemplado:** Brasília.

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

**Segmentos:** Multiprodutos

**Principais resultados:** foram selecionados para o famtour 10 operadores e/ou agentes de viagem, especializados em multiprodutos. Na ABAV 2024 os operadores e/ou agentes de viagem participantes deste famtour uniram-se aos participantes de outros dois famtours que ocorreram simultaneamente, resultando em um encontro que envolveu 29 operadores internacionais e 20 DMCs brasileiras.



## Feiras Internacionais 2023 e 2024

A ação consiste na capacitação de co-expositores selecionados e indicados, montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais voltadas para a promoção e comercialização turística em mercados estratégicos, na Europa.

**Feiras em que houve destaque dos produtos do Distrito Federal:**

FITUR Madri (2024). Mercado ativado: Espanha. Destinos promovidos: Brasília

## 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.

### 6.1 Bike tour pelas 4 escalas de Lúcio em Brasília

**Destino:** Brasília (DF).

Imagens (foto e vídeo) dos visitantes pelo tour de bicicleta (passando em frente à Catedral) com a imagem da Esplanada em plano amplo ao fundo.



Bike tour pelas 4 escalas de Lúcio em Brasília

## Outras Ações Realizadas:

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

Ação de capacitação e preparação do mercado nacional, visando a melhoria da competitividade internacional. Com conteúdos relacionados ao comportamento do viajante, inteligência de mercado, diversidade, promoção e gestão de pequenos negócios turísticos, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas relevantes para uma melhor comercialização turística no exterior.

Workshop de capacitação nacional, realizado na cidade de Brasília, com a participação de 25 pessoas.



### Banco de imagens - 2023

Produção de imagens tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas. A 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

**Destino contemplado:** Brasília.

## Banco de imagens de Audiovisual - 2024:

Produção de imagens em audiovisual tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas. Cessão de direitos de uso para a promoção turística internacional. Foram realizadas a captação, produção, edição e tratamento de vídeos para uso e distribuição nas redes e nas produções audiovisuais da Embratur e dos destinos selecionados.

**Destino contemplado:** Brasília.

**Segmentos:** Ecoturismo, Aventura, Bem-estar, Náutico e MICE.

**Experiências selecionadas:** experiências aquáticas de aventura, cicloturismo, visitação em museus, experiência de futebol, prática de yoga, picnic no parque, experiências aquáticas de lazer, experiência em eventos de negócios (conferências, congressos, seminários), experiência em festivais musicais



## Relatórios e Estudos - 2023

Essa 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.

**2023: Relatório de Mercados Estratégicos:** Jornada do Turista Internacional (Capítulo Distrito Federal)

## Promoção do Afroturismo

**2023:** Encontro inicial para planejar o desenvolvimento do Afroturismo nos próximos 10 anos. Parceria da Embratur, BID, Ministério do Turismo, Ministério da Igualdade Racial e Diáspora Black. O objetivo foi contribuir com a geração de divisas no país, com foco no fomento do turismo internacional e no aumento do ticket-médio do turista estrangeiro.

**Destino contemplado:** Brasília

## 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.

## ABAV- 2024

A ABAV Expo atua para promover o encontro entre expositores e visitantes altamente qualificados, proporcionando o contato com a maior diversidade de produtos, serviços e destinos voltados à indústria de viagens e turismo, fomentando novos negócios e promovendo a capacitação do segmento de agenciamento de viagens.

**Destino contemplado:** Brasília

**Segmento:** Turismo de Negócios e Eventos (MICE)

---

## Projeto Rally dos Sertões - 2024

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 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.

### 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:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

## 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\*

## Experiência Bike tour 4 escalas de Lúcio em Brasília

**Destino:** Recife.

**Descrição:** o Bike Tour oferece uma imersão única no modo de vida local, explorando a cidade de uma forma diferente. Com duração de seis horas, o circuito passa pelo Eixo Monumental e pela Unidade Vizinhança, incluindo paradas para explicações, fotos e contemplação. O passeio atravessa as quatro Escalas de Lúcio: Monumental, Gregária, Residencial e Bucólica, destacando as diferenças e a importância do projeto modernista para a arquitetura e urbanismo. Opcionalmente, é possível fazer uma parte do percurso de metrô com as bicicletas, oferecendo uma nova perspectiva da cidade, acessível apenas ao transporte sobre duas rodas.

**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 Monumental

**Destino:** Brasília

**Descrição:** a visita guiada à Vinícola Brasília proporciona uma imersão no universo dos vinhos, abordando temas como vinificação, a técnica da dupla poda e os processos da produção. Com duração de 1h30, o passeio inclui quatro degustações de vinhos harmonizadas com uma tábua de frios. O roteiro começa na loja da vinícola, segue pelo jardim de variedades, onde estão as parreiras de uvas Syrah, passando pela sala de tanques de fermentação e terminando na cave subterrânea, onde estão as barricas. É uma experiência completa que une aprendizado, aromas e sabores.

**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.

## 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 Brasília como destaque referente ao novo voo Bogotá-Brasília, operado pela GOL.



#### **New flight connecting Colombia to Brazil**

##### ***Bogotá – Brasília: 3 weekly flights starting February 4***

Starting February 4, 2025, Gol Airlines will launch the Bogotá (BGT) – Brasília (BSB) route, further strengthening connections between South America and the heart of Brazil, Brasília. This new route not only enhances access to one of the country’s main domestic flight hubs but also opens doors for travelers to explore the beauty of the Brazilian Cerrado, the architectural treasures of our capital, and the natural wonders of Goiás, with its historic towns and breathtaking waterfalls.

Fonte: Embratur.

### Visit Brasil 11º edição

Newsletter destaca estratégias para impulsionar o turismo MICE nas cidades – Rio de Janeiro, São Paulo, Foz do Iguaçu, Manaus, Salvador e Brasília.

## 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.

#### Captação de voo internacional (PATI)

**Destino contemplado:** Brasília

**Mercado ativado:** Colômbia

**Ação:** ativação no estande Brasil em parceria com a Inframérica para divulgação da nova rota BOG-BSB, assim como aumento de conhecimento sobre o destino Brasília e arredores.



Fonte: Embratur.

## Ativação com companhia aérea

**Destino contemplado:** Brasília

**Mercado ativado:** Portugal

**Ação:** ativação Descubra Brasília e seus sabores cooking show e degustação no estande Brasil durante a Feira BTL, com a promoção de Brasília por meio do Feel Brasil.



Fonte: Embratur.

## 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 de Mercado Internacional

**Destino contemplado:** Brasília

**Mercado ativado:** Itália

**Ação:** capacitação presencial para agentes de viagem em parceria com a Embaixada de Roma e organizada pela TAP Itália.

## Outras Ações

### Edital Rota das Monografias

**Destino contemplado:** Brasília

**Descritivo:** a ação tem por objetivo premiar as melhores monografias entregues e aprovadas em cursos de graduação na área de turismo no Brasil que abordem os temas Inovação e/ou Inteligência de Mercado e/ou Economia Criativa e/ou Sustentabilidade ESG (Environmental, Social and Governance), que além de excelência, apresentem aspectos inovadores em sua colaboração e proposições para o desenvolvimento do turismo brasileiro.

**Premiação da monografia:** CATEGORIAS FUNDAMENTAIS DE UMA POLÍTICA DE TURISMO GASTRONÔMICO NO BRASIL: COMER É UM ATO POLÍTICO? Do Curso de Bacharelado em Turismo - UnB. Autora: Braga, Melissa Maria Santos.



Fonte: Embratur.

m b b r o

r a t u r

[embratur.com.br](http://embratur.com.br)

n b b r a t

e m b b