



PRINCIPAIS  
AÇÕES

MARANHÃO

 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

## Maranhão 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.

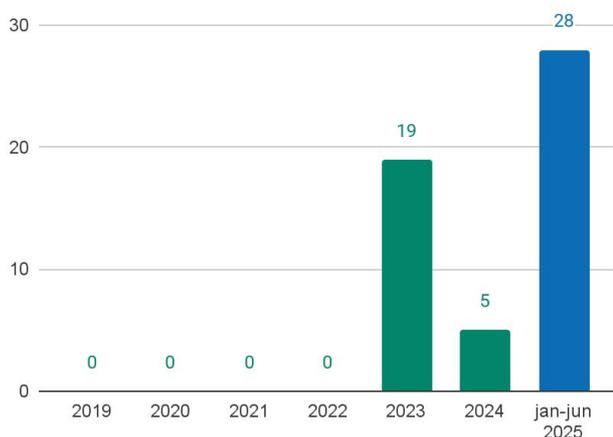
Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação 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, no Estado do Maranhão**, 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 Maranhão 5 turistas. Esse baixo número e falta de histórico são em decorrência da ausência de voos internacionais e cruzeiros regulares ao destino. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Maranhão em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 28 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Maranhão. No mesmo período de 2024, foram 3.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo MA



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o MA\*

\*janeiro a junho de 2025

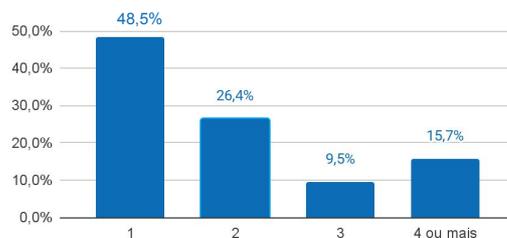
Os dados do Maranhão estão zerados, pois não temos voos internacionais diretos para o MA.

Fonte: Anac e Embratur

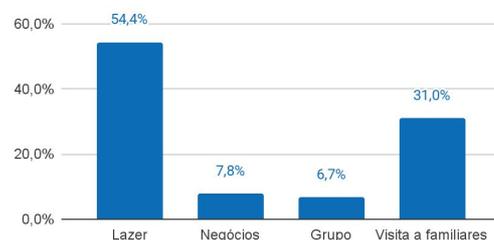


ForwardKeys

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



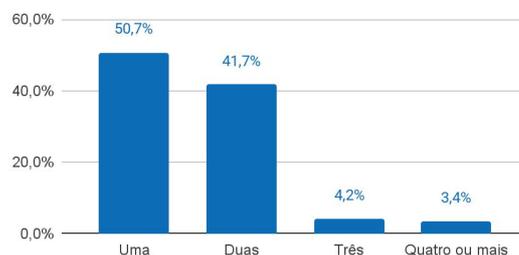
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada:

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Maranhão recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Itália, Espanha e França no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (71,7%), Brasília (9,7%), Fortaleza (4,0%), Rio de Janeiro (3,9%) e Recife (3,5%) como principais portões de entrada.

## Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

### Famtour

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

### Famtour Rota das Emoções e Lençóis Maranhenses - 2023

**Destinos contemplados:** São Luís, Barreirinhas, Santo Amaro do Maranhão e Atins.

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

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

**Principais resultados:** este famtour, realizado no período de 8 a 16 de julho de 2023, contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 do Reino Unido. Estimou-se a entrada de cerca de 600 novos turistas como resultado dessa ação, sendo que 100% dos convidados avaliaram a infraestrutura das cidades visitadas como excelente e pronta para o recebimento de turistas internacionais.



## Famtour Jalapão e Chapada das Mesas - 2023

**Destinos contemplados:** Carolina e Riachão.

**Mercados ativados:** Portugal e Espanha.

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

**Principais resultados:** este famtour, realizado em outubro de 2023, contou com a participação de 7 (sete) operadores internacionais, sendo 4 da Espanha e 3 de Portugal. Dos convidados presentes na ação, 71,42% (5 operadores) informaram que têm intenção de incremento de até 100 turistas para o Brasil, dentro dos destinos visitados, em até um ano.



### 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:** São Luís.

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

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

**Principais resultados:** os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.

### 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.



## Feiras Internacionais

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

### Feiras em que houve destaque dos produtos do Estado do Maranhão:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
<b>NYITS New York</b>	2023	Estados Unidos	Estado do Maranhão
<b>FIT América Latina</b>	2023	Argentina	Estado do Maranhão
<b>BTL Lisboa</b>	2023	Portugal	Estado do Maranhão e São Luís
<b>BTL Lisboa</b>	2024	Portugal	Estado do Maranhão e São Luís
<b>ITB Berlim</b>	2024	Alemanha	Estado do Maranhão e São Luís
<b>WTM London</b>	2024	Reino Unido	Estado do Maranhão
<b>FIT América Latina</b>	2024	Argentina	Estado do Maranhão
<b>TTG Travel Experience</b>	2024	Itália	São Luís

## 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 com ativações de destinos do Amazonas:

Galeria	Ano	Destinos Contemplados	Mercados Ativos
Galeria Visit Brasil New York	2023	São Luís e Estado do Maranhão	Estados Unidos

## 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: Rota das Emoções: Navegação pelo Rio Preguiças

**Destino:** Rota das Emoções - Barreirinhas (MA).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes na navegação pelo Rio Preguiças chegando na comunidade Bar da Hora.



**Experiência:** Rota das Emoções: Navegação pelo Rio Preguiças

## 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 na Europa - 2023

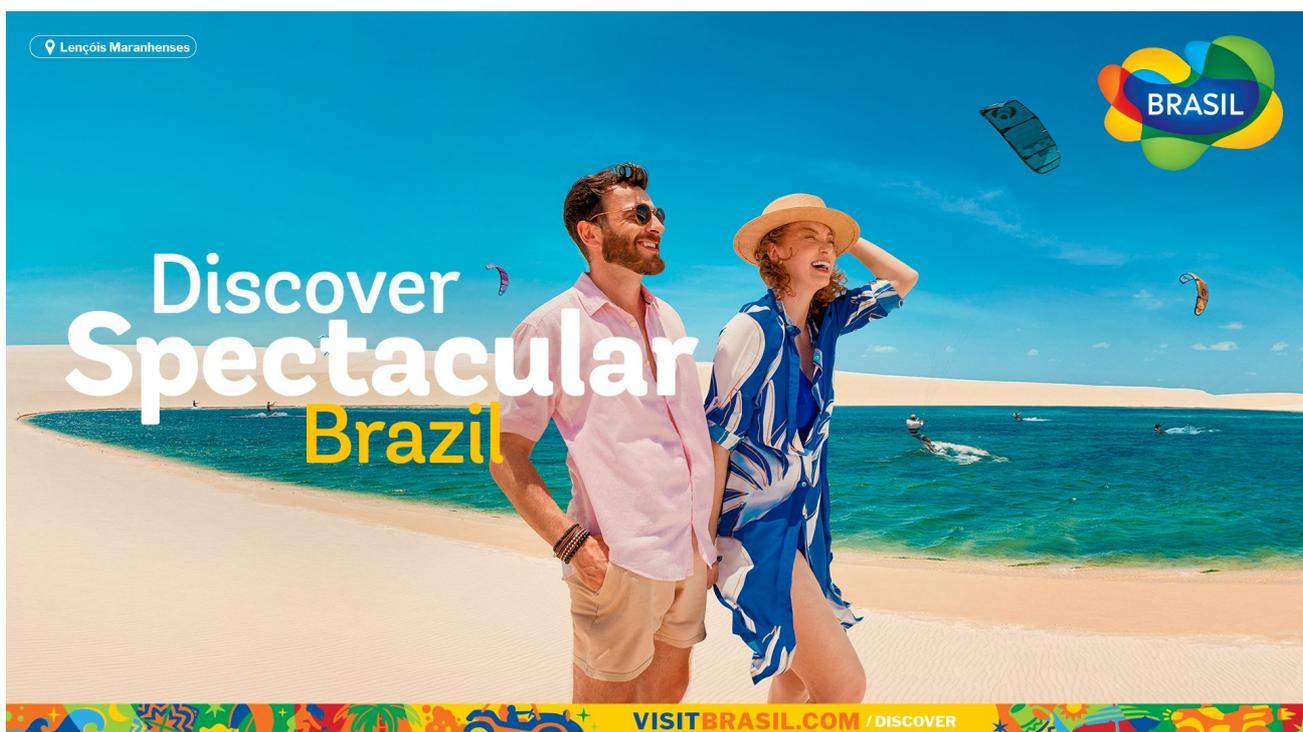
Campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Discover Spectacular Brazil” (Descubra um Brasil Espetacular), com objetivo de mostrar para o público europeu um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

**Destinos contemplados:** Barreirinhas, São Luís, Atins e Santo Amaro do Maranhão.

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

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies (TripAdvisor, El Corte Inglés, Trailfinders, DialAFlight, Odigeo, Viventura, Quality Group, Expedia, Solferias, Abreu, Voyage Privé, Latin Routes); Publicidade programática (GDB e Teads) e TV Conectada (Showheroes)

**Principais resultados:** estimou um alcance de mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%. Estima-se que ao longo de toda a campanha tenham sido alcançados mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções.



## 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:** Barreirinhas (Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses).

**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.



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

**Destino contemplado:** Barreirinhas.

**Participantes:** 30 pessoas.



## Banco de Imagens

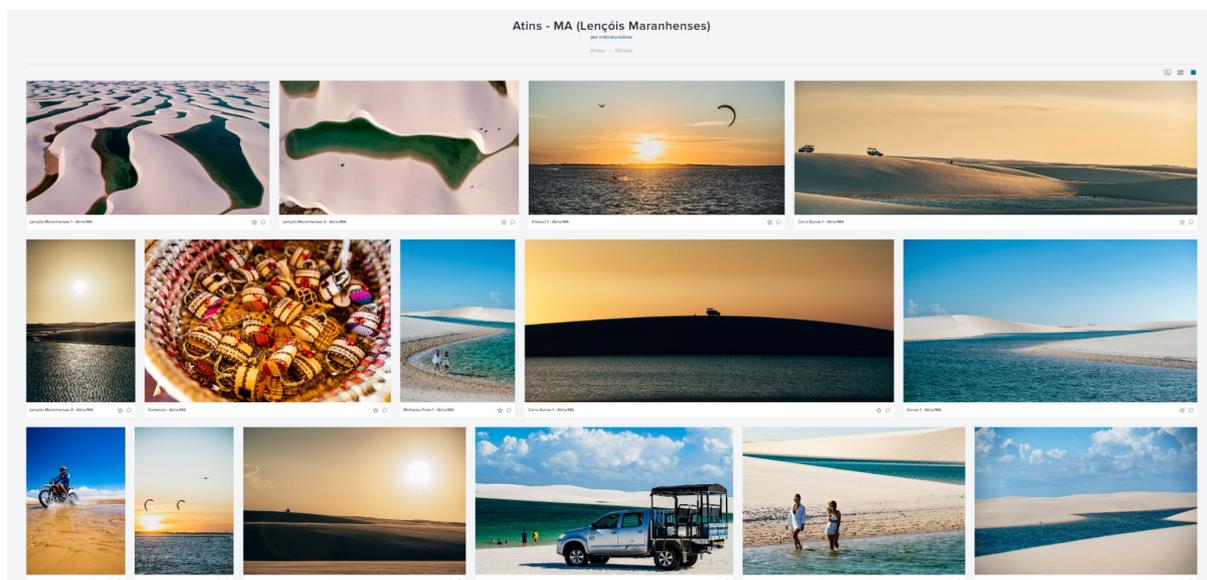
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

### Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2024:

Cessão de direitos de uso de imagens de 20 (vinte) imagens tratadas e em alta resolução de destinos do Amapá, com foco na promoção turística, incluídas as etapas de captação, produção, edição e tratamento das imagens.

**Destinos contemplados:** São Luís, Atins, Barreirinhas, Santo Amaro do Maranhão, Araiases, Tutóia, Carolina e Paulino Neves.

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



## Relatórios e Estudos

Esta ação consiste na elaboração de relatórios e estudos de inteligência, que são documentos analíticos e investigativos elaborados para a tomada de decisões estratégicas, uma vez que oferecem uma análise aprofundada de dados e tendências, bem como previsões sobre cenários futuros.

### Relatório de Mercados Estratégicos

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

## Newsletter Visit Brasil News -2024

Divulgação dos Lençóis Maranhenses na newsletter Visit Brasil, em julho de 2024.



**BRASIL**

**VISIT  
BRASIL  
NEWS**

### LENÇÓIS MARANHENSES

*Explore el Paraíso de Dunas Blancas en el Noreste de Brasil*

Lagunas cristalinas que forman un oasis en medio de magníficas dunas blancas: el paraíso que parece un cuadro es real y se encuentra en Maranhão, ubicado en el noreste de Brasil.

Descubre cómo explorar los Lençóis Maranhenses, uno de los destinos más espectaculares de Brasil y **una de las 50 maravillas naturales del mundo**, según la publicación Business Insider. El lugar también fue señalado por el periódico **The New York Times** como el **11º destino turístico del mundo con la mejor experiencia para vivir en 2023**.

El Parque Nacional dos Lençóis es un paraíso ecológico con **155 mil hectáreas de dunas, ríos, lagunas y manglares**. La región recibe lluvias y está bañada por ríos. Las aguas pluviales forman lagunas que se extienden por prácticamente todo el área del parque, creando un paisaje singular e incomparable, con dunas moldeadas por el viento.

Además de la belleza natural incomparable, los Lençóis Maranhenses ofrecen una **experiencia cultural rica y auténtica**. Las comunidades locales reciben a los visitantes con calidez y simpatía, compartiendo sus tradiciones y costumbres, con una rica gastronomía local.

¡Disfruta del paisaje y prepárate para una experiencia inolvidable en los Lençóis Maranhenses!

 **CÓMO LLEGAR**

El aeropuerto más cercano se encuentra en **São Luís** que tiene conexión desde São Paulo. Desde São Luís, solo te separan 250 kilómetros hasta Barreirinhas, en coche, la puerta de entrada principal a este paraíso natural.

## Ações de promoção nos Mercados Internacional

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.

### Realidade Virtual

É uma ferramenta estratégica de promoção turística que utiliza tecnologia de realidade virtual para oferecer ao público uma experiência imersiva, inovadora e sensorial dos principais destinos turísticos do Brasil. Desenvolvida pela Embratur, a solução destaca atrativos autênticos, sustentáveis e de alto valor agregado, permitindo que visitantes, operadores e comunicadores internacionais "viajem" pelo país sem sair do lugar, aumentando o conhecimento e o desejo pelos destinos brasileiros. A ferramenta integra-se a outras ações promocionais da Embratur como feiras internacionais, Galerias Visit Brasil e outros eventos estratégicos, ampliando o alcance e o impacto das iniciativas de marketing do Brasil no exterior.

**Público-alvo:** B2B e B2C.

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

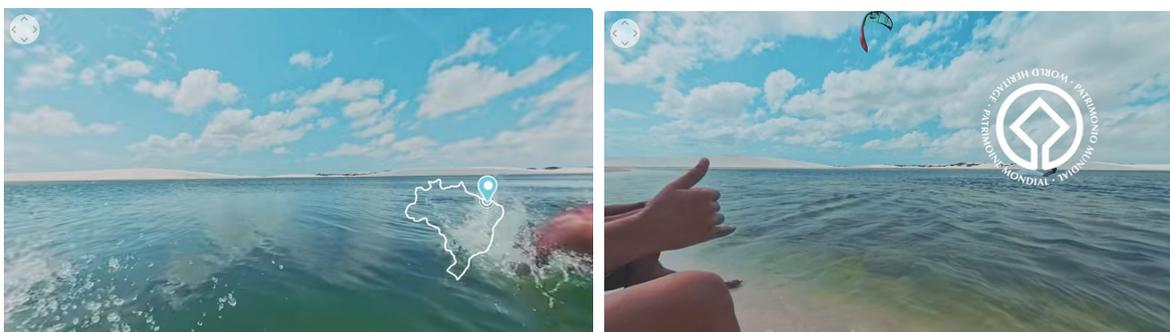
Consideração

## Destino captado: Lençóis Maranhenses (MA)

**Experiência:** Piquenique ao Pôr do Sol nos Lençóis Maranhenses.

**Descrição:** uma experiência exclusiva em um dos cenários mais deslumbrantes do Brasil. O passeio começa a bordo de uma jardineira 4x4, conduzindo os viajantes por trilhas de areia até as paradisíacas lagoas de Atins, no Canto do Atins. Após explorar esse paraíso de águas cristalinas e dunas a perder de vista, o dia se encerra com um piquenique privativo ao pôr do sol, acompanhado de um brinde especial. Uma vivência única, que combina aventura, contemplação e o encanto singular dos Lençóis Maranhenses.

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



**Prints:** Lençóis Maranhenses (MA) - Piquenique ao pôr do sol

**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

## Rota das Emoções: Navegação pelo Rio Preguiças

**Destino:** Barreirinhas.

**Descrição:** O passeio ao Povoado Bar da Hora oferece uma imersão no ecossistema e nas tradições do Delta do Rio Preguiças. A travessia inicia com a navegação por águas cercadas de palmeiras e mangues, passando por vilarejos de pescadores como Vassouras, Espadarte e Moitas, até chegar ao Farol do Preguiças, em Mandacaru. Após a visita ao farol, o trajeto segue até o Povoado Bar da Hora, onde será apresentada a Casa Novo Horizonte. A comunidade destaca iniciativas sustentáveis, como a produção de adubo orgânico e o sistema de biodigestor. A experiência inclui visitas a residências com produção de alimentos orgânicos e criação de galinhas caipiras, além de uma parada para almoço com frutos do mar ou pratos locais. O passeio finaliza com um tradicional tour náutico, guiado por pescadores locais que demonstram técnicas de pesca artesanal.

**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.

## Plânctons Luminosos

**Destino:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descrição:** Os Plânctons noturnos são minúsculos organismos marinhos que brilham no escuro em noites sem lua. O passeio começa com a saída da vila de Atins para observar esse fenômeno e finaliza nas dunas branquinhas dos Lençóis Maranhenses para apreciar as estrelas num céu belíssimo.

**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.

## Piquenique ao pôr do sol nos Lençóis Maranhenses

**Destino:** Lençóis Maranhenses.

Descrição: O passeio começa às 15h com destino a um cenário deslumbrante para contemplar o pôr do sol nos Lençóis Maranhenses. Cercado por dunas infinitas e lagoas cristalinas, o visitante é convidado a vivenciar um momento único de conexão com a natureza. Durante a experiência, é oferecida uma platter de frios acompanhada de snacks, suco natural e água, criando uma atmosfera ainda mais especial enquanto o sol se põe no horizonte. A paisagem encantadora e a tranquilidade do ambiente transformam cada instante em uma memória inesquecível, até o último raio de sol desaparecer na vastidão dos Lençóis.

**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.

## Quilombo urbano da Liberdade

**Destino:** São Luís (MA)

**Descrição:** Este passeio oferece uma imersão na rica cultura maranhense, celebrando tradições como o bumba-meu-boi, tambor de crioula e o reggae. A experiência começa no vibrante Bairro da Liberdade. A primeira parada é na sede do Boi da Floresta (Sotaque da Baixada), onde apresentações cativantes revelam a história, as coreografias e as indumentárias dessa tradição. Uma oficina de percussão adiciona um toque interativo ao roteiro. Em seguida, o visitante explora a sede do Boi de Leonardo (Sotaque de Zabumba) e se conecta com o tambor de crioula. No Novo Quilombo, um passeio guiado revela a autenticidade de objetos rústicos e histórias da comunidade local. A experiência termina ao som do reggae, celebrando a diversidade cultural do Maranhão.

**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 Histórico Cidade Griot - Praia Grande

**Destino:** São Luís.

**Descrição:** a experiência Cidade Griot Praia Grande é uma imersão no Centro Histórico de São Luís a partir da perspectiva afro-maranhense. Entre ruas, becos e monumentos é possível conhecer o que a história oficial não conta, apresentando personalidades negras africanas e afro-maranhenses que ali viveram, gerando uma conexão do visitante com a ancestralidade negra do Brasil.

**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.

## Ativação de experiências da Vitrine Visit Brasil nas ferramentas Embratur

As ativações de experiências da Vitrine Visit Brasil seguiu 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

**Destino contemplado:** Barreirinhas

**Descritivo:** Para a FITUR Madrid 2025, foi selecionada a experiência maranhense “Navegação pelo Rio Preguiça” que faz parte da “Rota das Emoções”. O destino “Rota das Emoções” foi escolhido com base em suas características singulares e na motivação dos turistas espanhóis.



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 News 7º edição

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descritivo:** na 7º edição da Newsletter foi comentada a apresentação das Rota das Emoções e dos Lençóis Maranhenses como um dos produtos ativados na Feira FITUR 2025.



### 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!

Fonte: Embratur.

## Visit Brasil News 9º edição

**Destino contemplado:** São Luís.

**Descritivo:** na 9º Newsletter que circulou em março foi promovido o destino classificado pela UNESCO como patrimônio cultural e natural

### São Luís (Maranhão):

O centro histórico de São Luís é Patrimônio Cultural da Humanidade e encanta com sua arquitetura colonial, azulejos portugueses e ruas de paralelepípedos. A cidade é porta de entrada para os Lençóis Maranhenses, um dos cenários mais deslumbrantes do país e o mais recente Patrimônio Mundial Natural. [Veja mais detalhes!](#)



Fonte: Embratur.

## Visit Brasil News 11ª edição

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descritivo:** na 11ª Newsletter que circulou no dia 29 de maio foi comunicado o início da campanha publicitária "Não há lugar como o Brasil" nos EUA que será vinculada do dia 20 de maio até 20 de junho com foco nos patrimônios da UNESCO impulsiona os destinos Rio de Janeiro, Paraty, Lençóis Maranhenses e Pantanal.



### Nueva campaña publicitaria muestra a Estados Unidos que no hay lugar como Brasil

¡Auténtico, vibrante y sostenible! Así es como Brasil se presenta en la nueva campaña publicitaria lanzada en Estados Unidos. Con el eslogan "**No hay lugar como Brasil**", la acción destaca experiencias únicas en destinos como el Pantanal, Lençóis Maranhenses, Río de Janeiro y Paraty, todos reconocidos como Patrimonios Mundiales por la UNESCO. Emitida entre el 20 de mayo y el 20 de junio, la campaña apuesta por contenidos audiovisuales inmersivos que muestran a turistas reales viviendo momentos inolvidables.

Fonte: Embratur.

## Visit Brasil News 12ª edição

**Destino contemplado:** São Luís.

**Descritivo:** a 12ª Newsletters apresenta destinos para o segmento LGBTQIA+ friendly, com destaque para a cidade de São Luís.



**São Luís**

The capital of Maranhão, is also advancing inclusive hospitality policies. In 2024, the city launched a [guide](#) to better serve LGBTQIA+ tourists. In addition to its historic center, recognized as a UNESCO World Heritage Site, São Luís is the gateway to the breathtaking Lençóis Maranhenses – a magnet for travelers seeking natural beauty, authenticity, and transformative experiences. [Discover this destination!](#)

Fonte: Embratur.

## 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 do Maranhão, São Luís e Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses

**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.

## 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 Promocional do Brasil nos Estados Unidos 2025

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Mercados ativados:** Estados Unidos e Canadá.

**Segmentos:** Luxo, Sol e Praia, Ecoturismo, Aventura e Cultural.

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

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

**Principais resultados:** a campanha "There's no place like Brazil", foi veiculada no período de 20/05 a 20/05/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve como objetivo central aumentar a conscientização dos viajantes dos Estados Unidos e Canadá sobre o Brasil como uma alternativa atrativa para as férias, despertando o desejo de explorá-lo e vivenciar experiências únicas.



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 11: Rota das Emoções

**Destinos contemplados:** São Luís, Barreirinhas e Santo Amaro do Maranhão.

**Mercado ativado:** Espanha

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia e Turismo Cultural

**Descritivo:** ação foi realizada no período de 08 a 12 de maio de 2025, nos destinos de Santo Amaro (MA), Barreirinhas(MA) e São Luís (MA), com a participação de três jornalistas oriundos do mercado espanhol, por um período de cinco dias, com foco em experiência e produtos turísticos dos segmentos e nichos de Sol e Praia (Costeiro) e Cultural (Gastronomia e Base Comunitária).



Fonte: Embratur.

## Ações Promocionais Digitais

### 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.

## Participação no pré-FITUR

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descritivo:** participação em coquetel pré-FITUR promovido pela TAP com trade internacional e imprensa para fortalecimento das relações institucionais e reforço de promoção da Rota das Emoções.



## Ativação em parceria com TAP Airlines durante FITUR 2025

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descritivo:** ativação da Rota das Emoções no estande Brasil durante a FITUR. Objetivo da ação é o aumento do conhecimento do destino e das experiências fornecidas pela Rota das Emoções juntamente com a divulgação da nova rota da TAP Airlines que conecta a Europa (Lisboa) com Fortaleza e facilita o acesso às experiências da Rota das Emoções. A ação gerou engajamento com operadores internacionais e reforço da imagem da rota para o público final.

## Ativação em parceria com TAP Airlines durante BTL 2025

**Destino contemplado:** Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

**Descritivo:** durante a BTL, a TAP participou de ativações promocionais com os destinos da Rota das Emoções. Em parceria com as secretarias de turismo e empresários locais, a companhia oferece sorteou passagens para esses destinos, promovendo o turismo e fortalecendo a conexão entre Portugal e o Brasil.



## 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.

### 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\*

\*especialmente quando houver presença de fornecedores de produtos do trade brasileiro

## Roadshow Visit Nordeste - 2025

**Destino contemplado:** Estado de Maranhão

**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:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

## Feiras em que houve destaque dos produtos do Maranhão:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	São Luís
FITUR	2025	Espanha	São Luís
ITB	2025	Alemanha	Estado do Maranhão
VITRINE ANATO	2025	Colômbia	São Luís



Fonte: Embratur.

## 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\*

### Famtour 11: Rota das Emoções

**Destinos contemplados:** São Luís, Santo Amaro do Maranhão, Barreirinhas, Atins, Tutóia.

**Mercados ativados:** Espanha, México.

**Segmentos e nichos:** Turismo de Luxo, Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural e Turismo de Bem-estar.

**Descritivo:** 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.



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

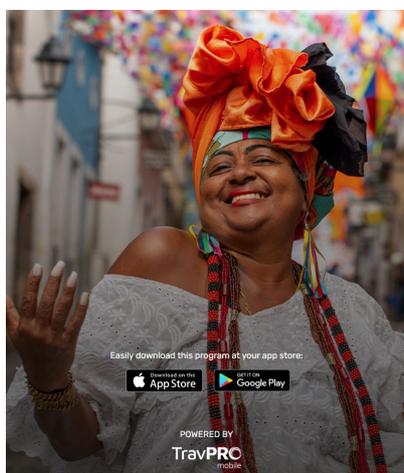
Consideração

## Módulo: Ecoturismo e Turismo de Aventura

**Destinos contemplados:** Rota das Emoções.

**Segmentos:** 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.



Fonte: Embratur.

**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

[NEED HELP?](#)  
[I'M NOT AN ADVISOR](#)

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 do Maranhão.

**Mercado Ativado:** Itália.

**Segmentos:** Turismo de Luxo.

**Número de participantes:** 15.



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