



PRINCIPAIS  
AÇÕES

MATO  
GROSSO  
DO SUL



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

Marília da Silva Ferreira

1

## **Apresentação**

2

## **Mato Grosso do Sul 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.

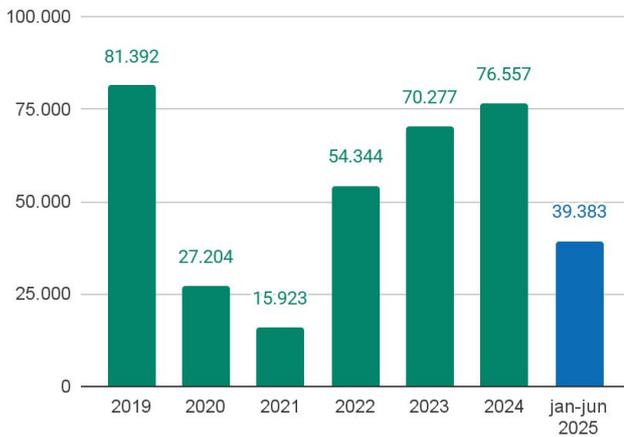
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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 Mato Grosso do Sul**, 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 Mato Grosso do Sul 76.557 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 70.277 em 2023 e 76.557 em 2024, representando um aumento de 8,94%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Mato Grosso do Sul em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 39.383 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Mato Grosso do Sul. No mesmo período de 2024, foram 35.308, o que representa um aumento de 11,54%.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo MS



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o MS\*

\*janeiro a junho de 2025

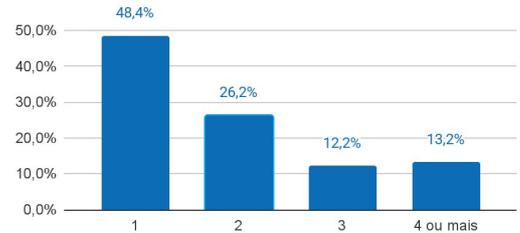
Dados do Mato Grosso do Sul estão zerados, pois não temos voos internacionais diretos para o MS.

Fonte: Anac e Embratur

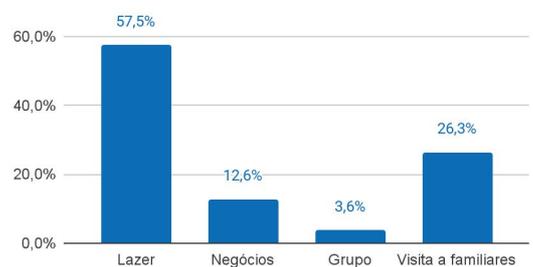


ForwardKeys

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



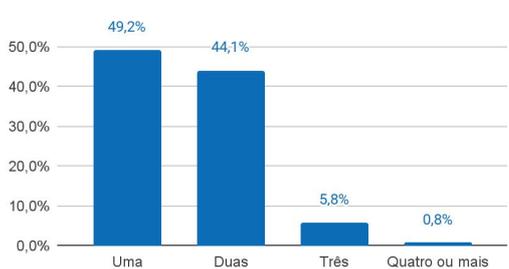
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada:

São Paulo Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Mato Grosso do Sul recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Reino Unido, Chile e Espanha no ano primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (91,6%) e Brasília (3,8%).

## 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

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 7: Pantanal, Bonito e Brasília

**Destinos contemplados:** Bonito e Miranda.

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

**Segmentos:** Multiproduto.

**Principais resultados:** Famtour com 10 participantes (sendo 4 da Alemanha e 6 do Reino Unido). O período de realização da ação foi de 21 a 28 de agosto de 2024, quando os participantes puderam vivenciar uma diversificada gama de atividades, que destacaram a riqueza cultural, as belezas naturais e as infraestruturas de cada destino, proporcionando uma experiência imersiva nas cidades de Bonito(MS), Miranda(MS) (Pantanal).

## 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 Mato Grosso do Sul:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIT América Latina	2023	Argentina	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
Travel & Adventure Show Los Angeles	2023	Estados Unidos	Bonito
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado do Mato Grosso do Sul
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
FITPAR Paraguay	2023	Paraguai	Bonito
WTM London	2023	Reino Unido	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
FITUR Madri	2024	Espanha	Bonito e Corumbá
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Mato Grosso do Sul e Bonito
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	Bonito
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Mato Grosso do Sul, Bonito e Rota Pantanal
FITPAR	2024	Paraguai	Estado do Mato Grosso do Sul, Bonito e Rota Pantanal

## 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.

### Safári no Pantanal

**Destino:** Pantanal-Sul - Aquidauana.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes em conexão com a natureza no passeio 4x4 (transmitir ideia de safári) em Aquidauana.

### Experiência no Abismo Anhumas

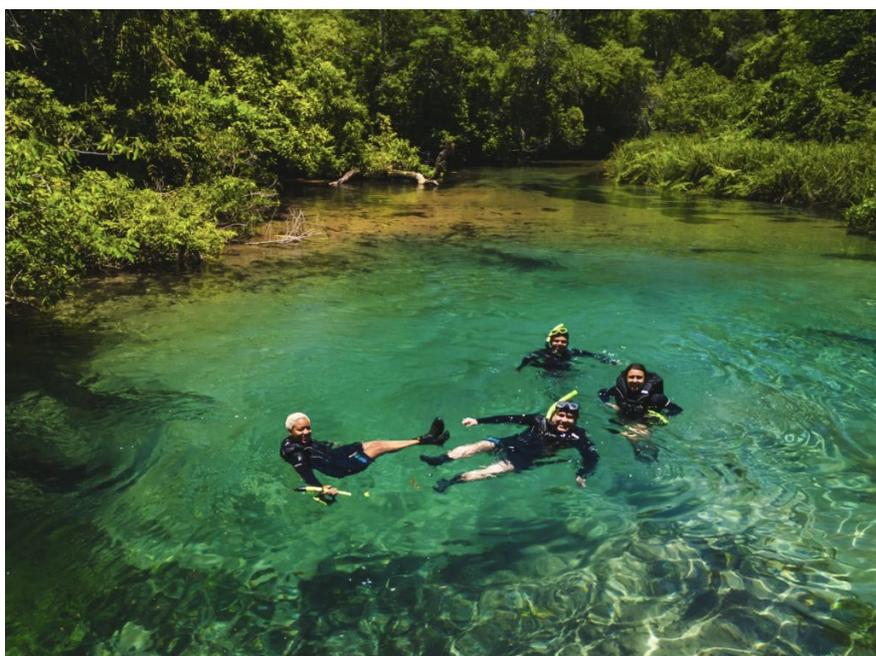
**Destino:** Bonito.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes descendo de rapel elétrico (com equipamentos de segurança) com visão da gruta no Abismo Anhumas.

### Flutuação no Rio da Prata

**Destino:** Bonito.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes flutuando pelo Rio da Prata



Flutuação no Rio da Prata

## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões. O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

### Campanhas Promocionais Segmentadas

Esta ação consiste na promoção internacional da imagem do Brasil, em mercados internacionais estratégicos, visando incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

#### Campanha Promocional Europa - 2023

**Destinos contemplados:** Bonito.

**Mercados ativados:** Reino Unido, França, Alemanha, 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:** campanha publicitária e de marketing digital, realizada no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023, na Europa, denominada “Discover Spectacular Brazil” (Descubra um Brasil Espetacular) teve o intuito 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. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 79.242.624 impressões, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%.



## 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:** Corumbá (Pantanal).

**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:** Foram geradas 71.019.771 de impressões; 438.179 cliques, com uma taxa de cliques (CTR) de 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:** Bonito.

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

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



### Ações Promocionais Digitais

Esta ação consiste no desenvolvimento de estratégias de mídia digital tendo o Visit Brasil como anunciante e seus canais digitais como destino, utilizando anúncios pagos em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Pinterest, focadas nos mercados internacionais estratégicos.

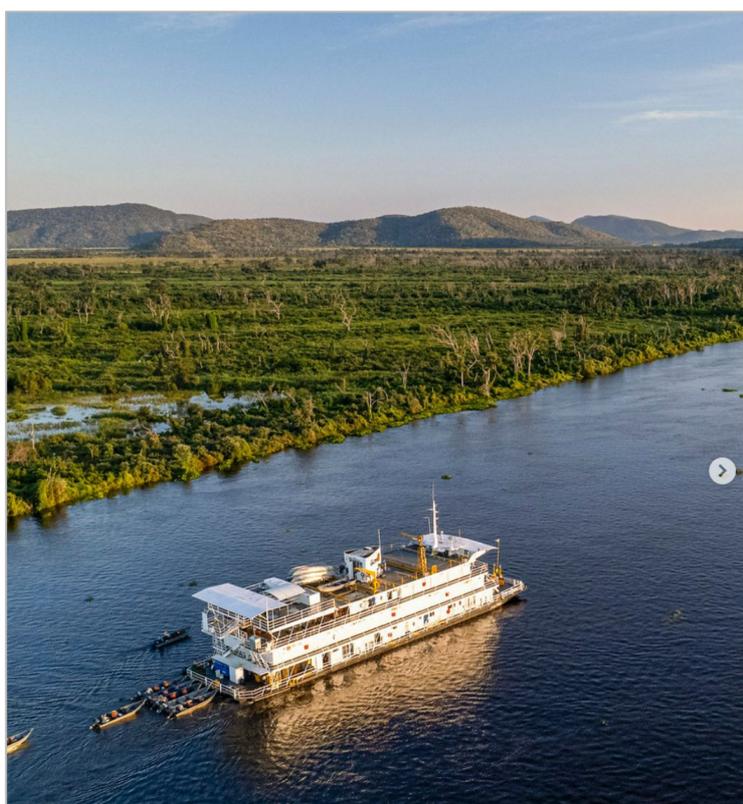
## Campanha Always On - 2024

**Destinos contemplados:** Bonito e Corumbá.

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

**Segmentos:** Turismo de Natureza, 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.



visitbrasil

visitbrasil is One of the destinations that make up the Pantanal in the state of Mato Grosso do Sul, the city of Corumbá is a destination for those who love being amongst nature! Among the main activities tourists can enjoy there are boat rides along the Paraguay River, bird watching and contemplating the incredible Pantanal landscape. Here's one more destination for your bucket list!

Use #VisitBrasil and share more of Brazil with us!

Corumbá, Mato Grosso do Sul

#Brazil #Tourism #VisitBrasil #Corumbá #MatoGrossoDoSul

Um dos destinos que compõem o Pantanal Sul-mato-grossense, a cidade de Corumbá é um destino para estar em contato com a natureza! Entre as principais atividades que o lugar oferece, está o passeio de chalana pelo Rio Paraguai, a observação de aves e a contemplação da incrível paisagem pantaneira. Imperdível!

Use a #VisitBrasil e compartilhe registros do Brasil com a gente!

Corumbá, Mato Grosso do Sul

#Brazil #Turismo #VisitBrasil #Corumbá #MatoGrossoDoSul

44 sem Ver traducción

## 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 Corumbá, no dia 7 de agosto de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Corumbá.

**Participantes:** 24 pessoas.



## Banco de Imagens

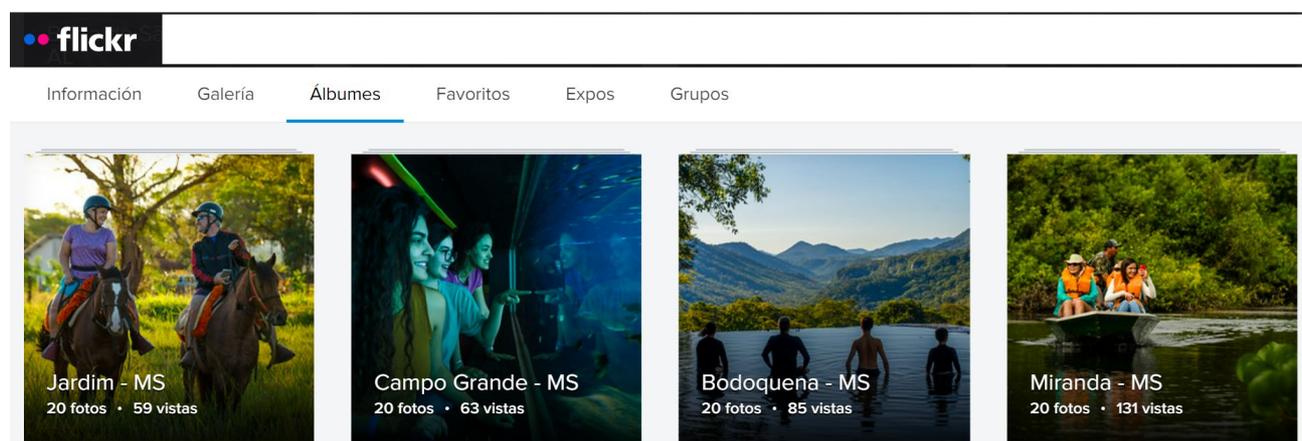
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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:** Campo Grande, Bonito, Miranda, Jardim, Bodoquena, Corumbá e Aquidauana.

**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 Mato Grosso do Sul).

## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

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

### 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

## Experiência: Safári e Cavalgada Pantaneira

**Destino contemplado:** Pantanal

**Segmentos e nichos :** Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Luxo e Nômades.

**Descrição:** uma fusão perfeita entre duas paixões: fotografia e a observação da rica fauna e flora do Pantanal. Em um emocionante passeio pelos campos a bordo de um veículo 4x4, você se aproxima da vida cotidiana dos peões, acompanhando-os na rotina diária. A cavalgada é realizada em cavalos pantaneiros, criados na própria fazenda, oferecendo uma montaria ideal para explorar as margens da vazante do castelo e as cordilheiras, regiões densamente arborizadas que abrigam uma grande diversidade de animais. Um passeio inesquecível em pleno coração do Pantanal.



Fonte: Embratur.

## Visit Brasil 3 - Ações Promocionais Digitais por rede social - 2025

**Destinos contemplados:** Pantanal.

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

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

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



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

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão\*

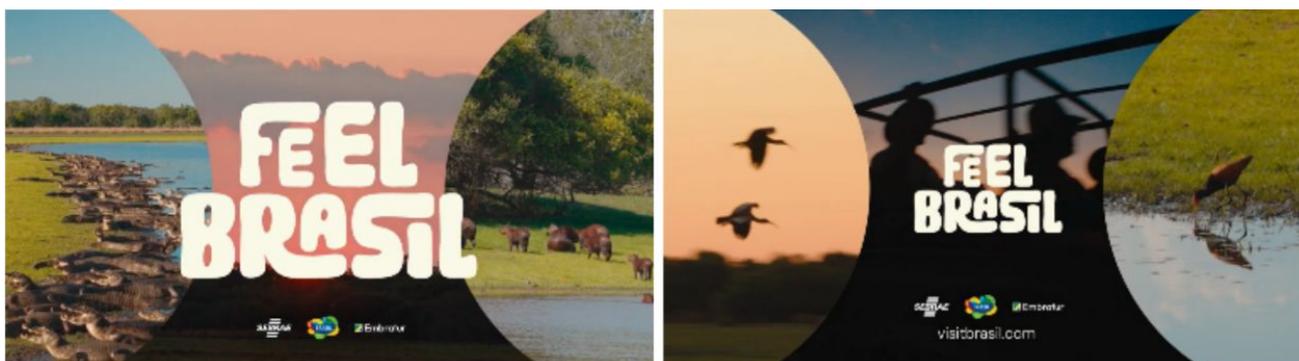
### Experiência: Safári e Cavalgada Pantaneira

**Destino:** Pantanal Sul - Aquidauana (MS).

**Descrição:** um refúgio aconchegante, fundado em 2003 e localizado no coração do Pantanal. Desde o início, dedicado a oferecer experiências autênticas que permitem que os hóspedes mergulhem na rica cultura e biodiversidade da região. Os roteiros incluem safáris fotográficos, cavalgadas, passeios de canoa e focagem noturna, permitindo a exploração das belezas naturais do bioma. Os especialistas locais e condutores promovem uma conexão íntima com o meio ambiente, compartilhando conhecimentos sobre a fauna, flora e cultura pantaneira. A Baía das Pedras também colabora com projetos de preservação ambiental licenciados pelo IBAMA, afinal a missão da empresa é proporcionar uma experiência transformadora, onde cada visita é uma jornada inesquecível de descoberta e conexão com a natureza.

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

**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.



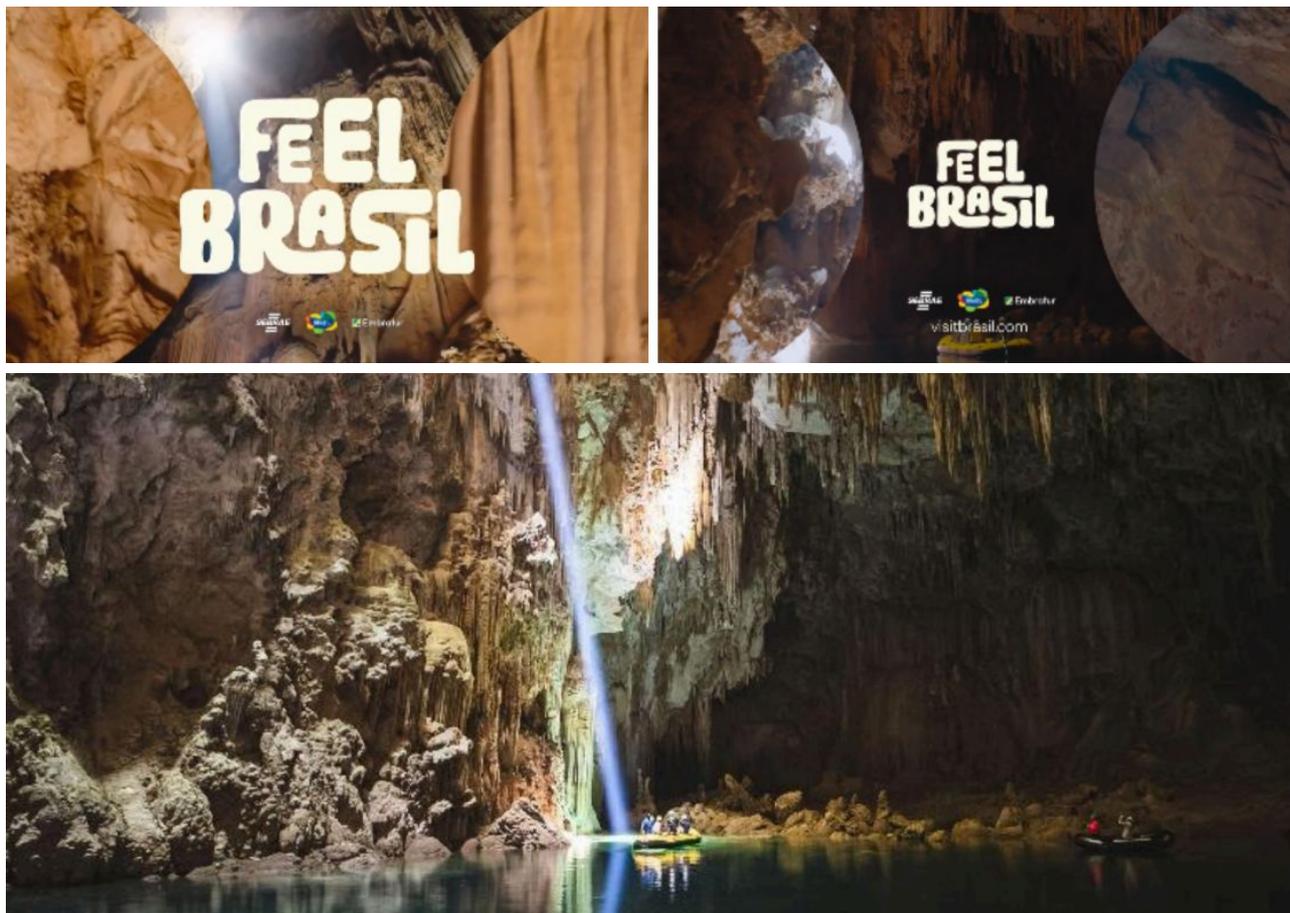
Experiência Safári no Pantanal. **Fonte:** Embratur.

## Experiência no Abismo Anhumas - Rappel em Caverna

**Destino:** Bonito.

**Descrição:** Abismo Anhumas é uma caverna com um lago subterrâneo de 80 m de profundidade. A aventura começa com um rapel elétrico de 72 m, onde o visitante pode admirar a beleza da caverna durante a descida, que leva de 3 a 5 minutos. Ao chegar ao coração da caverna, um guia especializado conduzirá um passeio de bote pelo lago, permitindo a observação de suas fascinantes formações. Para os mais aventureiros, a flutuação na superfície do lago oferece uma vista impressionante do fundo, com visibilidade de até 60 metros. Os mergulhadores podem explorar as profundezas da caverna, onde encontram fósseis e formações únicas. Mesmo sem experiência, o turista pode participar do mergulho de batismo, com instrutor acompanhando. Para aproveitar esta aventura, todos os equipamentos são fornecidos e a segurança é garantida.

**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.



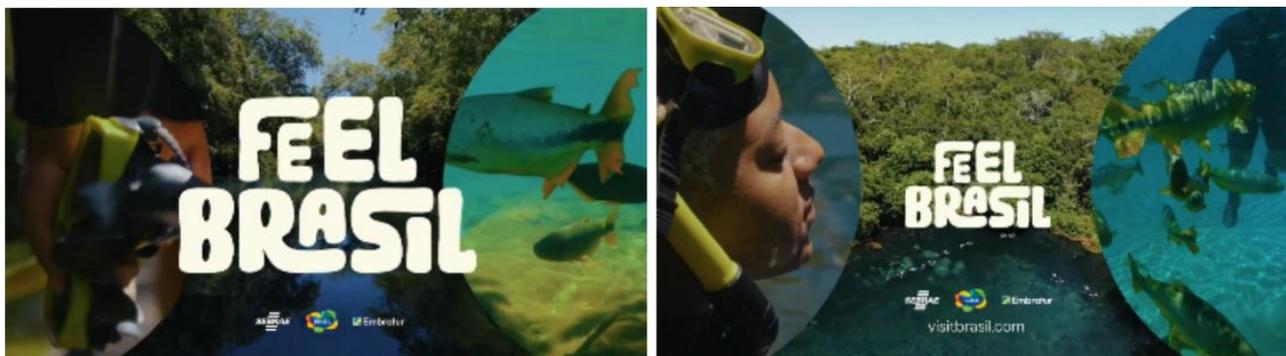
Experiência no Abismo Anhumas.

## Trilha e Flutuação no Recanto Ecológico Rio da Prata

**Destino:** Bonito e Jardim.

**Descrição:** essa experiência em uma RPPN (Reserva Particular do Patrimônio Natural) proporciona um contato direto com a natureza, combinando trilha em mata ciliar e flutuação em águas cristalinas. O turista percorre 1,7 km pelo Rio Olho d'Água e rio da Prata, observando de perto cardumes de peixes típicos da região, como piraputangas, dourados e curimatás, além de uma vegetação subaquática exuberante. Todo o percurso é realizado com segurança, utilizando colete, máscara e nadadeiras fornecidas. Após a aventura, os visitantes podem desfrutar de um delicioso almoço de fazenda e relaxar em áreas dedicadas à contemplação e descanso.

**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.



Experiência Flutuação no Rio da Prata. **Fonte:** Embratur

## Campanha Promocional Segmentada

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

**Público-alvo:** B2B2C e B2C.

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão\*

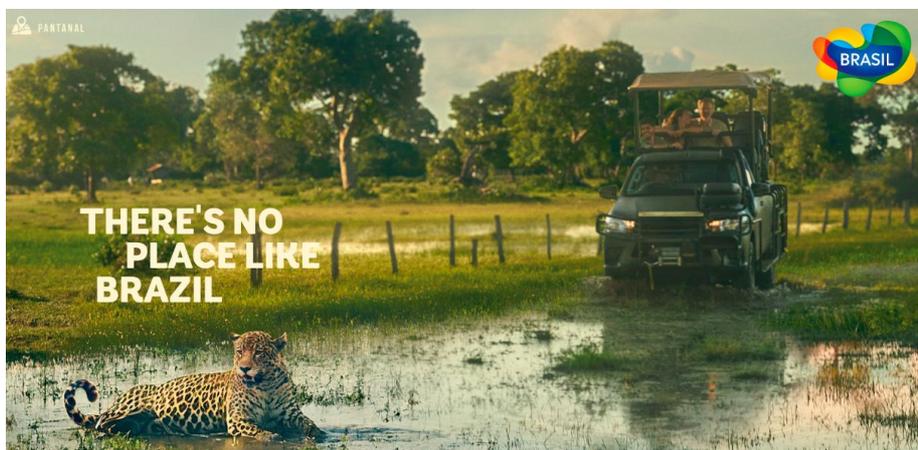
## Campanha “Embratur Europa 2025”

**Destino contemplado:** Pantanal.

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

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

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



Fonte: Embratur.

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

## Campanha Cooperada

É uma ferramenta estratégica de promoção turística internacional, customizada e orientada à conversão, baseada em ações cooperadas entre a Embratur e parceiros públicos ou privados do setor turístico. A iniciativa promove destinos brasileiros nos canais de venda e comunicação dos parceiros intermediários – como OTAs, operadoras, GDS, metasearch, marketplaces e mídia programática – por meio do compartilhamento de investimentos, conteúdos e recursos. Cada parceiro ativa seus próprios canais, sejam digitais (sites de reservas, redes sociais, e-mail marketing, mídia programática) ou offline (outdoors, eventos, feiras, press trips), enquanto a Embratur oferece insumos estratégicos para garantir alinhamento com as diferentes etapas da jornada do viajante. As campanhas podem ser direcionadas ao público geral ou a nichos específicos, sempre com métricas de desempenho e impacto bem definidas, promovendo experiências autênticas no Brasil e impulsionando a conversão de turistas.

**Público-alvo:** B2B

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

## Campanha Promocional Cooperada com Viajes El Corte Inglés na Espanha

**Destinos contemplados:** Pantanal, Bonito e Campo Grande.

**Descritivo:** conjunto de ações promocionais, publicitárias e de posicionamento estratégico voltadas à projeção internacional do Brasil como destino turístico competitivo, diversificado e sustentável. O Viajes El Corte Inglés é a agência de viagens do grupo El Corte Inglés, uma das maiores redes varejistas da Espanha. A empresa oferece serviços de turismo como pacotes nacionais e internacionais, reservas de voos, hotéis, cruzeiros e viagens corporativas. Esta campanha teve como objetivo inserir o destino MS no maior canal de comercialização de viagens da Espanha potencializado com uma campanha cooperada promocional.

**Mercados ativados:** Espanha e Portugal.

**Segmentos e nichos:** Ecoturismo e Turismo de Aventura. Birdwatching e Observação de Fauna e Flora.

**Principais resultados:** esta campanha teve como objetivo inserir o destino MS no maior canal de comercialização de viagens da Espanha potencializado com uma campanha cooperada promocional.

VIAJES El Corte Inglés

Agencias y cita previa | Centro de ayuda | Identificarse | 91 33 00 732

VERANO\* OFERTAS GRANDES VIAJES\* CRUCEROS VUELO+HOTEL HOTELES CIRCUITOS VUELOS CARIBE DISNEY

Brasil, 15 Dias - Circuito clásico

São Paulo, Campo Grande, Pantanal, Bonito y Río de Janeiro

Desde 6.666€ -10%  
**5.000€**  
Salida el 24/11/2025 desde Madrid

Origen  Fecha de inicio Lun, 24 Nov 2025  Habitaciones 2 Adultos, en 1 habitación

Banner do destino Mato Grosso do Sul no site do Viaje El Corte Francês. **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:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

## Galeria Visit Brasil Paris- 2025

**Destinos contemplados:** Pantanal.

**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

## 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 10 - Campo Grande e Miranda (MS) - 2025

**Destinos contemplados:** Campo Grande e Miranda.

**Mercados ativados:** Estados Unidos.

**Segmentos e nichos:** Ecoturismo e Turismo de Aventura. Observação de Fauna e Flora.

**Descritivo:** a press trip foi realizada no período de 31 de março a 04 de abril de 2025, reunindo três jornalistas oriundos dos Estados Unidos. A experiência resultou em uma viagem equilibrada e segura que proporcionou aos participantes uma vivência rica em atividades de Aventura, Ecoturismo e *Wildlife*. O roteiro foi cuidadosamente elaborado para proporcionar uma experiência única e vibrante de Campo Grande e Miranda, no Mato Grosso do Sul.



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 8ª edição

**Destino contemplado:** Corumbá.

**Descritivo:** na 8ª edição da Newsletter foi anunciado a campanha “Não há lugar como Brasil” que teve o destino de Corumbá e Pantanal como um dos produtos ativados no mercado europeu.

### Corumbá (Mato Grosso do Sul)

Corumbá (Mato Grosso do Sul): Corumbá é a porta de entrada para viver momentos inesquecíveis no Pantanal, um dos biomas mais ricos do Planeta. As experiências combinam observação de aves, ecoturismo e imersão na natureza pantaneira. **Se encante pelo Pantanal!**



Corumbá | MS

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.

### Feira Internacional

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

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

#### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos da Bahia:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
<b>FITUR</b>	2025	Espanha	Estado do Mato Grosso do Sul
<b>ITB Berlin</b>	2025	Alemanha	Estado do Mato Grosso do Sul
<b>Travel &amp; Adventure Show</b>	2025	Estados Unidos	Bonito



Cooking show Mato Grosso do Sul no estande do Brasil na FITUR 2025  
**Fonte:** Embratur.

### Brasil Travel Specialist

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

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

## Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

### Módulos: Ecoturismo e Turismo de Aventura

**Destinos contemplados:** Bonito e Pantanal.

**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.

### Pages



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