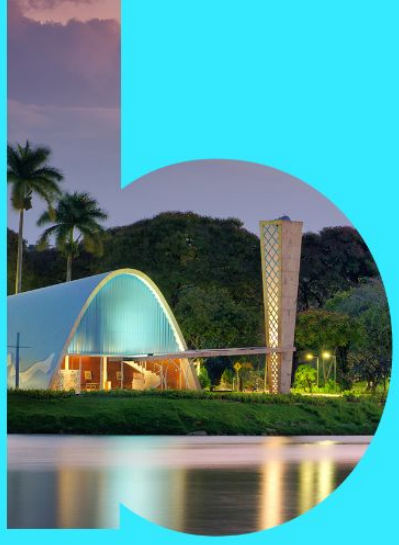


PRINCIPAIS AÇÕES

MINAS GERAIS

Embratur

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

Índice

1 **Apresentação**

2 **Minas Gerais 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

apresentação

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.

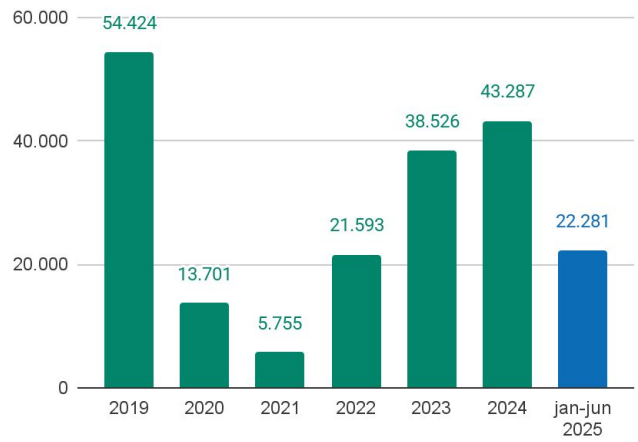
O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, no **no período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025**, no **Estado de Minas Gerais**, com foco na promoção e no apoio à inserção dos destinos locais no mercado internacional, reafirmando o compromisso com a descentralização e o fortalecimento das economias regionais por meio do turismo.

2 Minas Gerais em Números 2023-2025

Material elaborado pela Gerência de Informação e Inteligência em Dados.
Acesse dados.embratur.com.br

Em 2024, entraram pelas fronteiras de Minas Gerais 43.287 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 38.526 em 2023 e 43.287 em 2024, representando um aumento de 12,36%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Minas Gerais em seus roteiros. No primeiro semestre de 2025, 22.281 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada Minas Gerais. No mesmo período de 2024, foram 20.743, o que representa um aumento de 7,41%.

Entradas de turistas estrangeiros por MG



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para MG*

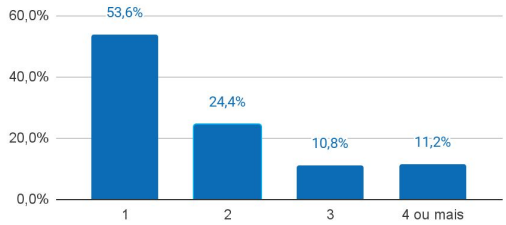
*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais)		Azul, TAP, Copa Airlines, Latam, Gol e Sky Airline.
Países de origem (principais):		Portugal, Estados Unidos, Panamá, Chile, Curaçao e Argentina.
Cidades de origem: (principais)		Lisboa, Cidade de Panamá, Orlando, Santiago, Curaçao, Buenos Aires, Fort Lauderdale, Iquique e San Carlos de Bariloche.
Quantidade de voos:	-	716
Assentos disponíveis:	-	159.807
Participação do MG na oferta de voos para o Brasil:	-	1,94%

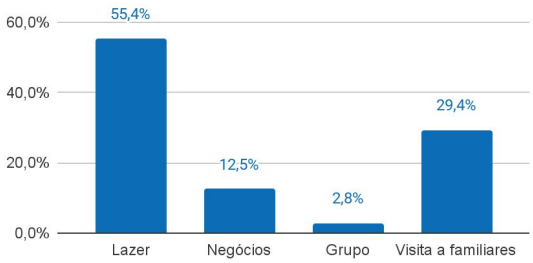
Fonte: Forwardkeys e Embratur

ForwardKeys

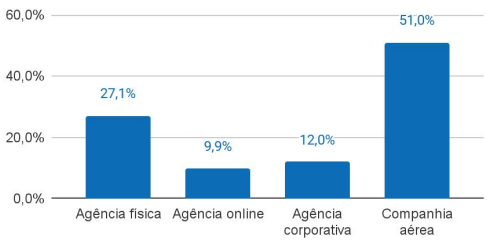
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



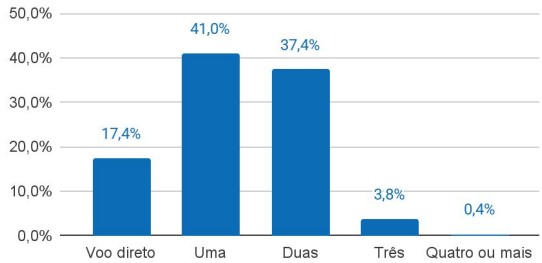
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada secundários:	São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Minas Gerais recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Chile, Argentina e Canadá no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (80,3%), Rio de Janeiro (7,9%), Brasília (4,6%) e Salvador (2,9%) como portões de entrada além do Aeroporto de Belo Horizonte.
Fonte: ForwardKeys e Embratur.

3 Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

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

Press Trip

Esta ação consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores digitais, comunicadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente partilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

Carnaval Minas Gerais - 2024

Destinos contemplados: Belo Horizonte, Brumadinho e Ouro Preto.

Mercados ativados: Argentina e Chile.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Afroturismo e Diversidade.

Principais resultados: a press trip contou com 5 comunicadores (jornalistas e influenciadores). Estimou-se a geração de aproximadamente R$842.625,00 em valoração de mídia até o momento. Como resultado da ação já foram publicadas 16 (dezesseis) matérias. O alcance das matérias total é de cerca de 9,8 milhões de leitores, com a soma total das matérias publicadas. Foram realizados 40 (quarenta) contatos com atores locais (associações, proprietários de estabelecimentos locais e etc).

LA GACETA en Brasil: en Ouro Preto, los estudiantes dan lecciones de carnaval

Título: LA GACETA en Brasil: en Ouro Preto, los estudiantes dan lecciones de carnaval. **Data:** 13/02/2024 **Veículo:** La Gaceta.**Valoração:** USD 15 mil.

Un postre de verdura y comida de tropa hacen "delicioso" a Belo Horizonte

Título: Un postre de verdura y comida de tropa hacen "delicioso" a Belo Horizonte. **Data:** 17/02/2024. **Veículo:** La Gaceta. **Valoração:** USD 15 mil

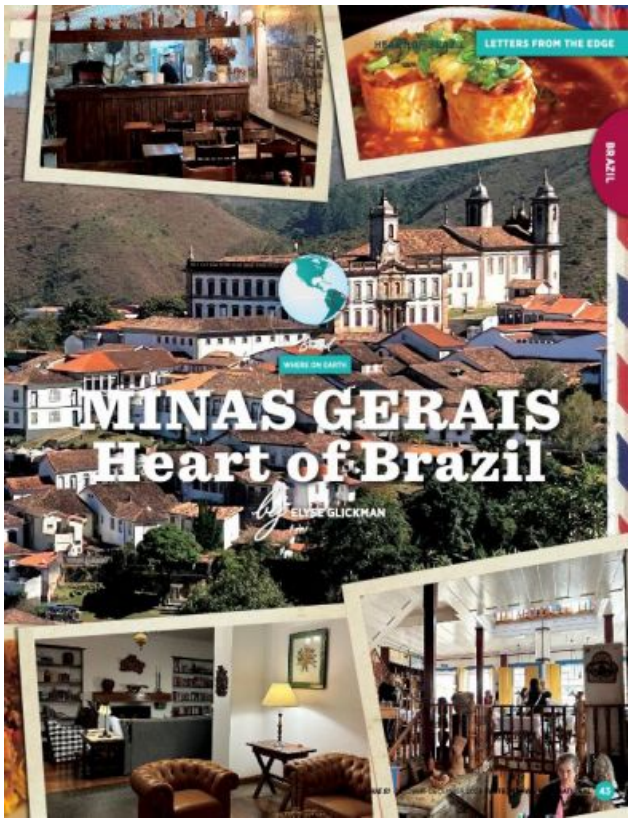
Cidades Históricas de Minas Gerais - 2023

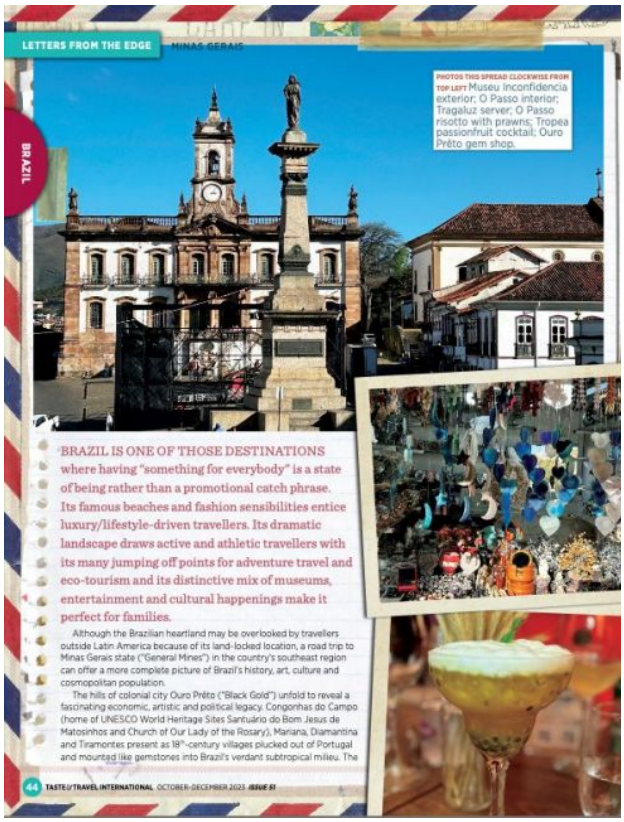
Destino: Belo Horizonte, Mariana, Brumadinho, Ouro Preto, Tiradentes e Congonhas.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmento: Cultura, Gastronomia, História e Natureza.

Principais Resultados: : a ação englobou 26 (vinte e seis) empresas entre companhias aéreas, receptivo, hotéis, restaurantes e atrativos. Foram publicadas 7 (sete) matérias com alcance de 77 milhões de leitores. A valoração de mídia total dos resultados até o momento é de R$ 3.7 milhões.





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: Belo Horizonte.

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 Bem-Estar.

Principais resultados: os roadshows, realizados em fevereiro de 2024, contou com 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro. Ativação de 14 segmentos e 17 nichos promovidos durante as capacitações e reuniões de produto, com uma estimativa de negócios de USD 1.260.014,50.

Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégica de roadshows, em formato de galeria de arte e por meio de uma experiência imersiva, focada na promoção, marketing e exportação de serviços turísticos para agentes do mercado (B2B), público final (B2C) e imprensa. O objetivo é contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no exterior, destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos brasileiros.

Galeria Visit Brasil Los Angeles - 2023

Destinos contemplados: Estado de Minas Gerais.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos (MICE)

Principais resultados: Galeria executada no período de 2 a 4 de novembro de 2023, na cidade de Los Angeles, com a participação de 114 visitantes.

Galeria Visit Brasil Miami - 2023

Destino contemplado: Estado de Minas Gerais.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos (MICE).

Principais resultados: Galeria executada no período de 9 a 11 de novembro de 2023, na cidade de Miami, com a participação de 115 visitantes.

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 de Minas Gerais:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Fitur Madrid	2023	Espanha	Estado de Minas Gerais
ITB Berlin	2023	Alemanha	Estado de Minas Gerais
NYITS New York	2023	Estados Unidos	Estado de Minas Gerais
Fitur Madrid	2024	Espanha	Belo Horizonte
FIT América Latina	2024	Argentina	Belo Horizonte

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

A campanha publicitária e de marketing digital, 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.

Destinos contemplados: Belo Horizonte, Mariana, Brumadinho, Ouro Preto, Tiradentes, Congonhas.

Mercado ativado: Reino Unido, França, Alemanha, Portugal e Espanha.

Mídias utilizadas Marketing digital em redes sociais, online travel agencies, publicidade programática, inovadores digitais.

Principais resultados: a campanha publicitária e de marketing digital foi realizada no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023, na Europa realizada em 5 países. A estratégia de mercado que guiou a campanha contempla focos com cliente final (B2C) e com trade (B2B). A estratégia central da Embratur para a Europa é diversificar a oferta dos destinos acessíveis para os turistas oriundos destes países. Estima-se que 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%.

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 Belo Horizonte, no dia 17 de julho de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Belo Horizonte.

Participantes: 47 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 direitos de uso de imagens de 20 (vinte) imagens tratadas e em alta resolução de destinos de Minas Gerais, com foco na promoção turística, incluídas as etapas de captação, produção, edição e tratamento das imagens.

Destinos contemplados: São Lourenço, São João del Rei, Poços de Caldas, Ouro Preto, Diamantina, Monte Verde, Conceição do Ibitipoca, Serra do Cipó, Caxambú, Cambuquira, Brumadinho, Tiradentes, Belo Horizonte.

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: Jornada do Turista Internacional

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Minas Gerais).

Ações ESG

As ações ESG (Environmental, Social, and Governance) lideradas pela Embratur têm como foco preservar o meio ambiente, valorizar as comunidades locais, e garantir transparência e responsabilidade na gestão turística. As estratégias ESG visam minimizar o impacto ambiental, promover a inclusão social e fortalecer a governança, alinhando o desenvolvimento turístico com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). São ações que também agregam valor ao destino, atraindo turistas conscientes e investidores comprometidos com a sustentabilidade.

Diagnóstico ESG dos destinos brasileiros

Ação realizada em parceria com Unedestinos direcionada aos Conventions & Visitors Bureau que, por meio de uma pesquisa online, irá identificar as principais oportunidades e desafios do tema para posteriores ações de melhoria

Destinos contemplados: Poços de Caldas e Uberlândia.

Segmentos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

4 Principais Ações - 1° Semestre 2025

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.

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 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Galeria Visit Brasil Paris - 2025

Destinos contemplados: Cidades Históricas de Minas Gerais

Mercado ativado: França.

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

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

Fonte: Embratur

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional que consiste em um portfólio diversificado de experiências turísticas e vivências autênticas, mapeadas e selecionadas pela Embratur, distribuídas pelas cinco macrorregiões turísticas do país, criteriosamente avaliadas para atender ao perfil e às expectativas do turista internacional. Essas experiências seguem uma esteira completa de promoção e comercialização internacional que inclui: captação de imagens profissionais, integração em plataforma *online* multilingue, 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*

Da Roça à Mesa

Destino: Belo Horizonte (MG).

Descrição: experiência gastronômica que desvenda o sabor autêntico de Minas Gerais. No Restaurante Roça Grande, o jantar harmonizado em três tempos é mais que uma refeição: é uma celebração da cultura alimentar mineira. Cada prato é acompanhado por vinhos ou café regionais cuidadosamente selecionados, criando uma perfeita combinação de sabores e tradição. Ao longo da experiência, o turista será transportado pelas histórias e memórias das festas populares de Minas, sentindo a conexão entre o alimento e suas raízes. E, para tornar a noite ainda mais especial, o visitante pode dividir a mesa com quem cultiva os insumos utilizados nos pratos – porque aqui, o principal ingrediente é o ser humano.

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.

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

Foto da experiência Da Roça à Mesa. **Fonte:** Embratur.

Pampulha: Beagá para todos os sentidos

Destino: Belo Horizonte (MG).

Descrição: Uma nova forma de explorar a Pampulha conecta o visitante à região por meio do tato, olfato e paladar. Embora o conjunto arquitetônico idealizado por Oscar Niemeyer seja impressionante, o foco desta experiência está em criar uma conexão sensorial e emocional com o local. A proposta inclui a imersão nas histórias que moldam a identidade da cidade, tornando o passeio inclusivo e acessível para pessoas de todas as idades. O roteiro culmina na Casa Juscelino Kubitschek, onde um piquenique especial celebra os sabores tradicionais do cotidiano das famílias de Belo Horizonte, proporcionando um momento de convivência e memória afetiva em meio a um dos cenários mais emblemáticos da capital mineira.

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.

Foto da Experiência Pampulha: Beagá para todos os sentidos. **Fonte**: Embratur

Minas é Muitas - passeio gastronômico nos Mercados de BH

Destino: Belo Horizonte (MG).

Descrição: Uma mistura de café da manhã, brunch, literatura e jogo de tabuleiro. Nesse passeio, todos os participantes recebem um mapa de Minas Gerais e uma cartela de adesivos. Para cada sabor mineiro "conquistado", um adesivo é colocado no mapa, que depois se transforma em uma decoração para o lar. A experiência é guiada por uma jornalista gastronômica, um escritor e passa pelos dois principais mercados da cidade, o Mercado Central e o Mercado Novo.

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.

Foto da experiência Minas é Muitas - passeio gastronômico nos Mercados de BH.
Fonte: Embratur

Visita mediada em Inhotim

Destino: Belo Horizonte (MG).

Descrição: A visita aborda os acervos artístico e ambiental do Inhotim de forma conjunta com suas mesclas e significados de acordo com os perfis de interesse do grupo de visitantes. A vista ocorre em recortes do espaço, pois é impossível visitar satisfatoriamente todo o espaço em um único dia. Não há roteiro pré-definido, os caminhos percorridos serão ajustados entre o mediador e o grupo de visitantes.

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.

Foto da experiência Visita mediada em Inhotim. **Fonte:** Embratur.

Tour do Queijo Terroir Vertentes

Destino: Tiradentes (MG).

Descrição: a Rota do Queijo Terroir Vertentes oferece uma imersão na tradição do queijo minas artesanal, considerado patrimônio imaterial do Brasil desde 2008. Criada para promover o desenvolvimento econômico e gastronômico dos 26 municípios que formam o Circuito Turístico Trilha dos Inconfidentes, a rota permite que o visitante conheça a história do queijo no estado e explore a gastronomia local. O passeio inclui visitas a propriedades rurais e a oportunidade de interagir com pequenos e médios produtores. Em 2018, o roteiro conquistou o segundo lugar no 1° Prêmio Nacional do Turismo, na categoria Turismo de Base Comunitária, impulsionando o turismo e a geração de renda na região.

Enxoval: 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas — português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês — foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.

Foto da experiência Tour do Queijo Terroir Vertentes. **Fonte**: Embratur

Becos de Tiradentes

Destino: Tiradentes (MG).

Descrição: Walking Tour "Becos de Tiradentes" oferece uma imersão histórica e cultural única. Durante o passeio, os participantes exploram ruas, becos e bosques, conhecendo os principais pontos de Tiradentes e descobrindo detalhes e curiosidades sobre a cidade. O roteiro inclui locais emblemáticos como a Igreja e Largo das Mercês, Ponte das Forras, Capela Bom Jesus da Pobreza, Capelas dos Passinhos, Museu Padre Toledo, Matriz de Santo Antônio e muitos outros. Além de dicas exclusivas e brindes, essa caminhada revela a verdadeira história de Tiradentes, proporcionando uma experiência surpreendente e enriquecedora para todos os participantes.

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.

Foto da experiência Becos de Tiradentes. **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 8° edição

Destino contemplado: Belo Horizonte.

Descritivo: a Newsletter veiculado para CRM selecionado no dia 27 de fevereiro divulga a nova rota da AZUL entre Belo Horizonte e Bariloche.

Azul
Bariloche-Belo Horizonte: início da operação 18 de junho

Fonte: Embratur

Visit Brasil News 12° edição

Destino contemplado: Belo Horizonte.

Descritivo: a Newsletter veiculado para CRM selecionado no dia 30 de junho apresenta Belo Horizonte na lista de cidades na lista de cidades acolhedoras para o público e divulga o Guia LGBTQIAPN+.

Fonte: Embratur

Ações com Companhias Aéreas

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

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

Ativação junto com a TAP durante a BTL

Destino contemplado: Estado de Minas Gerais e Ouro Preto.

Descritivo: Em parceria com a TAP foi realizada uma ativação no estande do Brasil na BTL, realizada no período de 12 a 16 de março de 2025, em Lisboa, Portugal, juntamente com a com SECULT MINAS + VILA GALÉ OURO PRETO + TAP + chefs MG.

Ativação Experimente Minas cooking show e degustação. **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, consequentemente, 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 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos de Minas Gerais

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	Belo Horizonte
FITUR	2025	Espanha	Belo Horizonte

Estande do Brasil na FITUR 2025. **Fonte**: Embratur.

Estande do Brasil na BTL 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

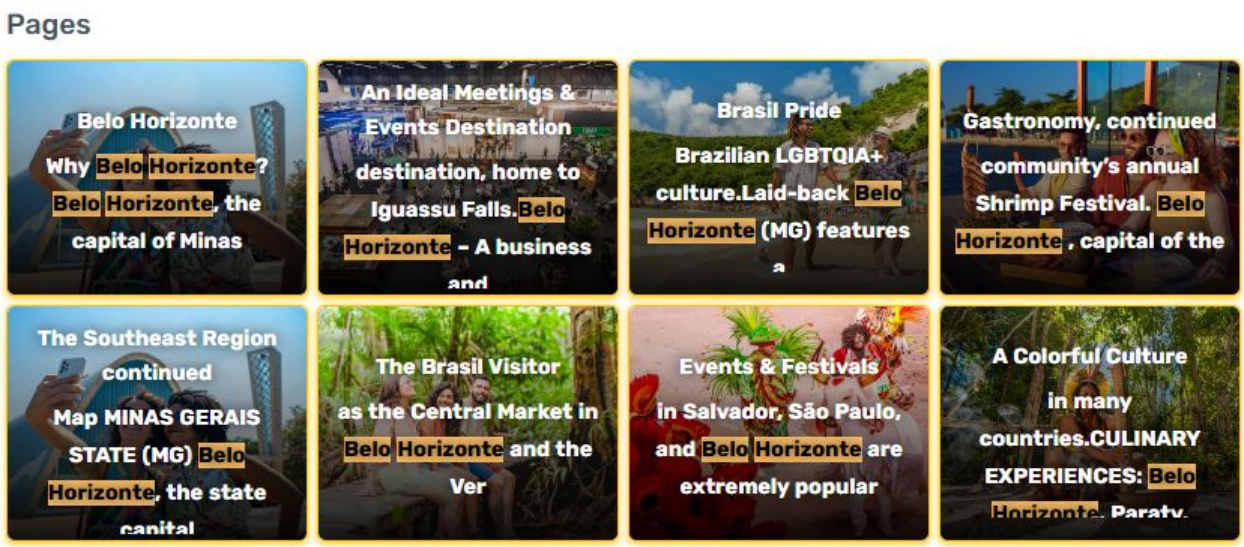
2 Consideração

Módulos: MICE

Destino contemplado: Belo Horizonte.

Segmento: MICE.

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.

Outras ações

Turismo Transforma

Turismo Transforma é uma websérie da Embratur que destaca o potencial transformador do turismo em diferentes contextos, mostrando como ele pode gerar impactos positivos na economia, cultura e sociedade de destinos turísticos brasileiros

Belo Horizonte: Um destino sustentável

Destino contemplado: Belo Horizonte

Descritivo: O minidoc Turismo Transforma - Belo Horizonte: Um destino sustentável é resultado do Concurso ESG da Embratur, no qual a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A (Belotur) ficou em primeiro lugar devido suas experiências sustentáveis enquanto destino. Publicado no canal do Youtube da Embratur no dia 08 de abril de 2025, já alcançou mais de 2500 visualizações.

Fonte: Embratur.

Edital Rota das Monografias

Destino contemplado: Estado de Minas Gerais.

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

Premiação da monografia: TURISMO E MULHERES COM 60 ANOS OU MAIS: DESAFIOS E POSSIBILIDADES NA PROMOÇÃO DO ENVELHECIMENTO ATIVO E DA QUALIDADE DE VIDA. Do Curso de Bacharelado em Turismo - UFMG. Autora: Medeiros, Rosimeire Lourenço.

Fonte: Embratur.

Editais de Inovação Aberta para *Startups*

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

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

Pré-AceleraTUR

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

Destino Contemplado: Belo Horizonte.

Descritivo: referência nacional em soluções de eficiência energética, a GreenAnt, recebeu investimento para a realização de uma Prova de Conceito (PoC), com uma solução de monitoramento inteligente do consumo de energia elétrica. O projeto está sendo testado em Belo Horizonte (MG).

Fonte: Embratur.

embratur.com.br