



PRINCIPAIS
AÇÕES
PARANÁ
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

Paraná 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 promoção nos mercados internacionais

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.

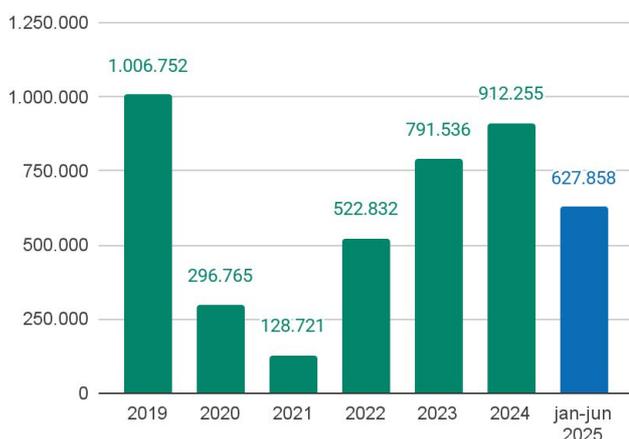
Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação 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 Paraná**, 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 Paraná 912.255 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 791.536 em 2023 e 912.255 em 2024, representando um aumento de 15,25%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Paraná em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 627.858 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Paraná. No mesmo período de 2024, foram 507.560, o que representa aumento de 23,70%.

Entradas de turistas estrangeiros pelo Paraná



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para PR*

*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais) Latam, Aerolíneas Argentinas, Azul, e JetSmart.

Países de origem: Chile, Argentina, Peru, Uruguai, Paraguai.

Cidades de origem: Santiago, Buenos Aires, Lima, Montevidéu e Assunção.

Quantidade de voos: - 443

Assentos disponíveis: - 74.832

Participação do PR na oferta de voos para o Brasil: - 1,20%

Fonte: Anac e Embratur

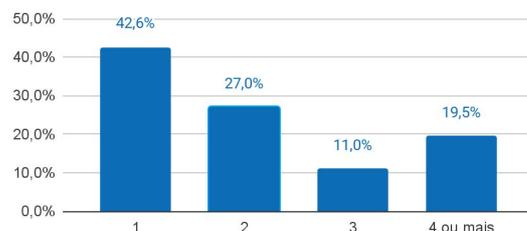
O Paraná recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Alemanha, Chile, Reino Unido e Espanha no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (81,8%), Rio de Janeiro (11,7%) e Brasília (1,2%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Curitiba.

Fonte: ForwardKeys e Embratur.

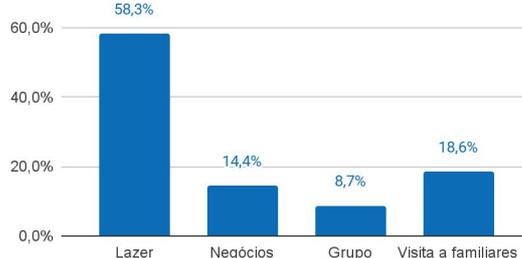


ForwardKeys

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



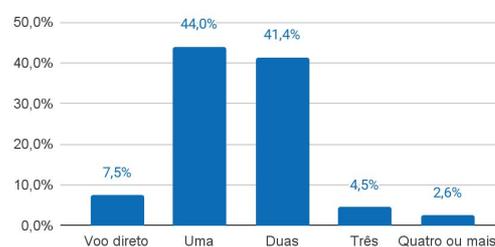
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada jan-jun 2025:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

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 Foz do Iguaçu e Rio de Janeiro - 2023

Mercados ativados: Argentina, Chile, México e Paraguai.

Segmentos: Turismo de Natureza; Turismo Cultural; Turismo Gastronômico; Turismo de negócios e eventos (MICE).

Principais resultados: o famtour contou com a participação de 7 operadores internacionais provenientes do Chile e Colômbia, em março de 2024. o famtour, realizado no período de 23 a 30 de setembro de 2023, contou com a participação de 8 operadores internacionais, sendo 2 da Argentina, 3 do México, 1 do Chile e 2 do Paraguai. A análise do conjunto de informações obtidas junto aos operadores participantes revela que os destinos foram vistos de forma muito positiva em sua infraestrutura e serviços turísticos. Estimou-se a entrada de, aproximadamente, 2.000 novos turistas como resultado dessa ação.



Famtour Curitiba, Morretes e São Paulo - 2024

Destinos: Curitiba e Morretes.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Peru.

Segmento: Turismo de negócios e eventos (MICE).

Principais Resultados: o famtour, realizado no período de 28 de julho a 03 de agosto de 2024, contou com um grupo de 8 representantes das empresas selecionadas, incluindo operadores, agentes de viagem e outras empresas especializadas no segmento MICE, sendo 2 da Argentina, 3 do México e 3 da Colômbia.



Famtour Foz do Iguaçu e Rio de Janeiro - 2024

Destino: Foz do Iguaçu.

Mercados ativados: México e Peru.

Segmento: Turismo de negócios e eventos (MICE).

Principais Resultados: o famtour, realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, contou com a participação de 7 operadores e/ou agentes de viagem, especializados no segmento multiprodutos, sendo 4 do México e 3 do Peru.



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 compartilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

Press Trip Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu

Destino contemplado: Foz do Iguaçu

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Ecoturismo e Turismo de Luxo

Principais resultados: a ação contou com a participação de 5 jornalistas, sendo todos jornalistas que escrevem para veículos de comunicação dos Estados Unidos. As atividades incluíram uma variedade de experiências dentro dos segmentos de cultura, gastronomia, sol e praia e ecoturismo, incluindo também o turismo de luxo, incluso na programação após detectarmos o crescente interesse por esse segmento e equilibrando tempo para descanso e produção de conteúdo, com o objetivo de maximizar a geração de matérias sobre os destinos no mercado norte-americano.



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.

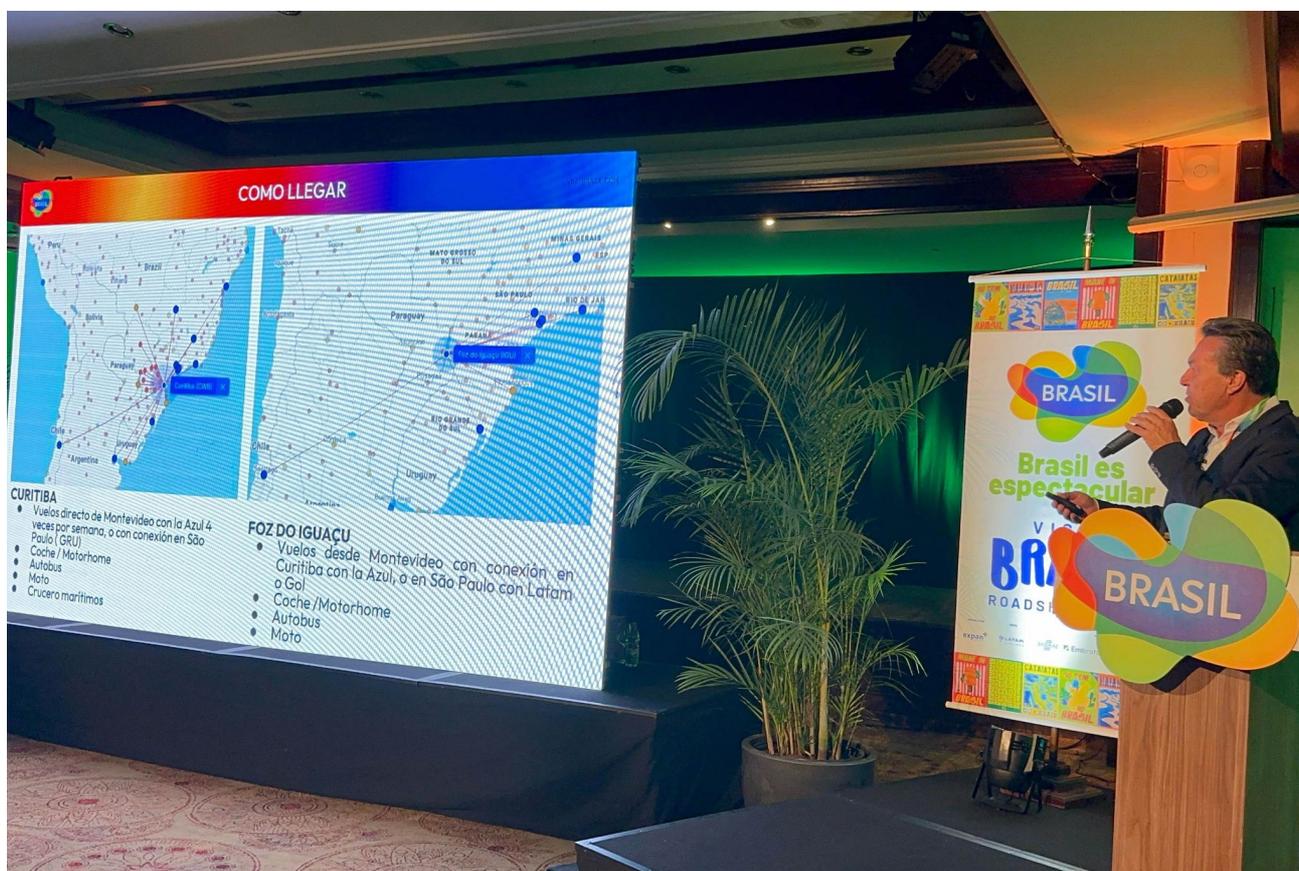
Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

Destinos contemplados: Curitiba, Foz do Iguaçu e Estado do Paraná.

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

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Sol e Praia, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), 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.



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 Paraná:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
IBTM World	2023	Espanha	Foz do Iguaçu
T&AS Los Angeles	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
BTL Lisboa	2023	Portugal	Foz do Iguaçu
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Foz do Iguaçu
IFTM Top Resa	2023	França	Foz do Iguaçu
NYITS New York	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
FITPAR Paraguay	2023	Paraguai	Foz do Iguaçu
IMEX America	2023	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
TTG Travel Experience	2023	Itália	Foz do Iguaçu
Vitrine Turística ANATO	2023	Colômbia	Foz do Iguaçu
ITB Berlim	2023	Alemanha	Foz do Iguaçu
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	Foz do Iguaçu
FITUR Madri	2024	Espanha	Foz do Iguaçu

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado do Paraná
T&AS Los Angeles	2024	Estados Unidos	Foz do Iguaçu
BTL Lisboa	2024	Portugal	Foz do Iguaçu
IBTM World	2024	Espanha	Foz do Iguaçu e Estado do Paraná
FIEXPO Latin America	2024	Panamá	Foz do Iguaçu e Estado do Paraná
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	Foz do Iguaçu
IBTM World	2024	Espanha	Foz do Iguaçu
WTM London	2024	Reino Unido	Foz do Iguaçu
FITPAR	2024	Paraguai	Foz do Iguaçu
IFTM Top Resa	2024	França	Foz do Iguaçu
TTG Travel Experience	2024	Itália	Foz do Iguaçu

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 Estados Unidos - 2023

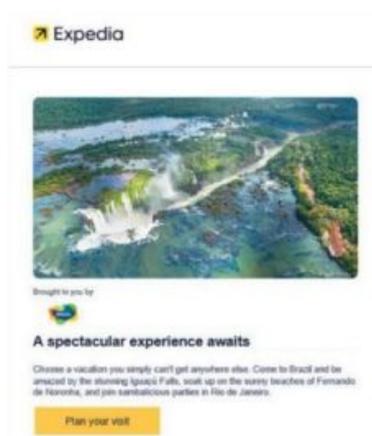
Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); OTAs (Amadeus – Travel Audience, TripAdvisor, Skyscanner e Expedia); Site de Projeto Especial (CNN); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhia Aérea (Delta Air Lines); Cartão de Crédito (American Express).

Principais resultados: campanha promocional realizada nos Estados Unidos, em canais online e offline, no período de 17 de julho a 18 de setembro de 2023. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 106.642.942 impressões, 355.479 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,33%.



Campanha Promocional Europa - 2023

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

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

Segmentos: Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: a campanha foi promovida no mercado europeu, em canais online e offline, no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023. Foi traduzida para 5 idiomas a fim de se comunicar adequadamente com os mercados-alvo. Estima-se ter alcançado mais de 20 milhões de pessoas durante todo o período da campanha, com uma entrega de + de 130 mil inserções. No geral, a iniciativa produziu mais de 83 milhões de impressões e mais de 652 mil cliques.



Campanha Promocional América Latina - 2023

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

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

Segmentos: Turismo de Aventura e Ecoturismo.

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: a campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano. Realizada no período de 02 de outubro a 30 de novembro de 2023, o resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 71.019.771 impressões, 438.179 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.

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: Curitiba e Morretes.

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

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

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” (2024)

Workshop de capacitação nacional, realizado em Cuiabá, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

Participantes: 21 pessoas.



Banco de Imagens

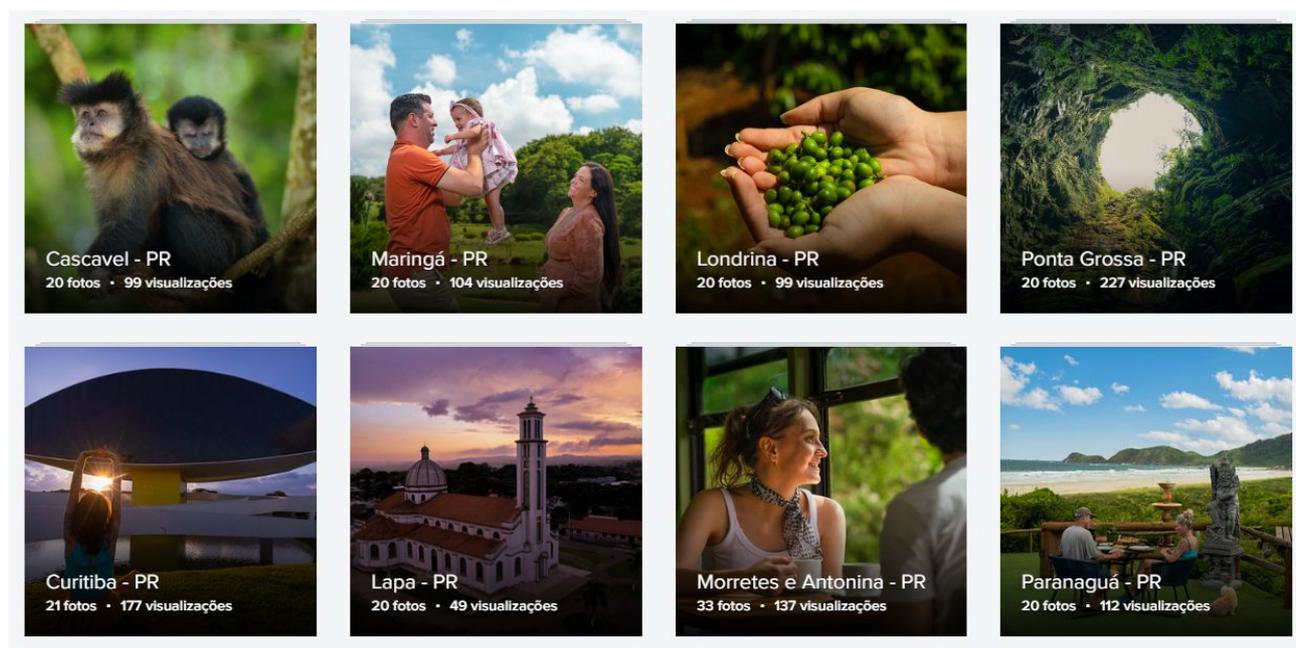
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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: Curitiba, Foz do Iguaçu, São José dos Pinhais, Ponta Grossa, Londrina, Paranaguá (Ilha do Mel), Morretes, Antonina, Maringá e Ribeirão Claro, Lapa, Prudentópolis.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Ecoturismo e Turismo de Aventura.



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 Paraná).

Estudo de Segmento- Sistema de monitoramento para Destinos Turísticos Inteligentes

2023: Destinos contemplados - Foz do Iguaçu e Ponta Grossa.

Casa Brasil

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

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo de Aventura e turismo de Sol e Praia.



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.

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

Patrocínio

As ações de patrocínio da Embratur visam fortalecer a presença internacional do Brasil como destino turístico de excelência, promovendo a imagem do país em eventos estratégicos e ampliando a visibilidade das riquezas culturais e naturais brasileiras. Essas iniciativas buscam atrair um público diversificado, composto por turistas, investidores, influenciadores e formadores de opinião, contribuindo para o aumento da competitividade turística do Brasil no cenário global.

Summit Tur 5.0

Primeira edição do evento focado em Inovação e ESG, com parceria do Itaipu Parquetec.

Destino Contemplado: Foz do Iguaçu



**summit
tour 5.0**

Seminário de Inovação e
Sustentabilidade no Turismo

**27, 28 e 29
de novembro**

Realização

Embratur itaipu
parquetec

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.

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*

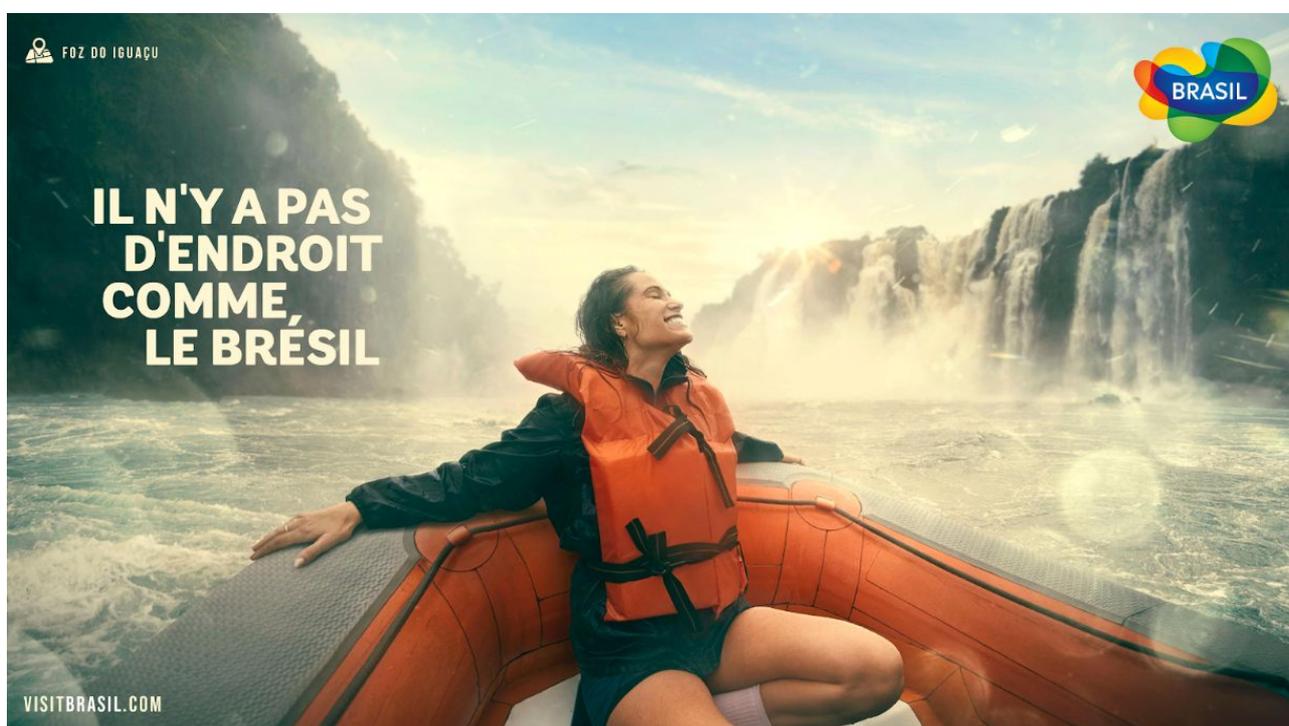
Campanha “Embratur Europa 2025”

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

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.

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

Destino contemplado: Foz do Iguaçu.

Mercado ativado: França.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Gastronomia, Festas Populares, e Patrimônio.

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



Fonte: Embratur.

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional que consiste em um portfólio diversificado de experiências turísticas e vivências autênticas, mapeadas e selecionadas pela Embratur, distribuídas pelas cinco macrorregiões turísticas do país, criteriosamente avaliadas para atender ao perfil e às expectativas do turista internacional. Essas experiências seguem uma esteira completa de promoção e comercialização internacional que inclui: captação de imagens profissionais, integração em plataforma online multilíngue, ativação em *feiras*, *press trips*, *famtours*, *workshops* e rodadas de negócios com buyers globais. Voltada ao protagonismo local e à diversidade cultural e natural do Brasil, a iniciativa potencializa ofertas sustentáveis e transformadoras, gerando impacto socioeconômico direto para as comunidades. Com foco em visibilidade global e geração de negócios de alto valor para pequenos empreendimentos, o Feel Brasil consolida o país como um destino plural, inovador e plenamente preparado para o mercado internacional.

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

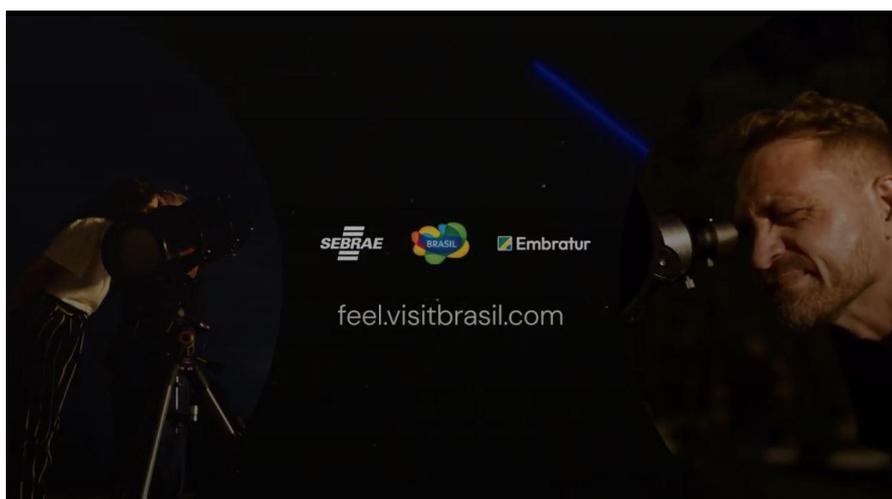
Conversão*

Cosmos Iguassu

Destino: Foz do Iguaçu.

Descrição: Cosmos Iguassu envolve Astronomia, Cultura e História. São apresentados conceitos desde o surgimento do universo, formação de Estrelas, Galáxias, Planetas até a composição atual e tendências futuras. Demonstra como os povos antigos davam importância ao conhecimento do Céu para a condução de suas atividades e gestão do tempo. Os contextos da atividade ressaltam a Cultura Guarani. Primeiramente, o Cosmos é observado a olho nu, exatamente como as antigas culturas, desvendando o conhecimento sobre o universo. Logo após é realizada a observação com telescópio, onde é possível observar astros com muito mais detalhes. Finalizando, os participantes são convidados a ter um contato físico com um 'extraterrestre' cientificamente real. Nesse momento é possível se aproximar e interagir com as grandezas do Cosmos.

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.



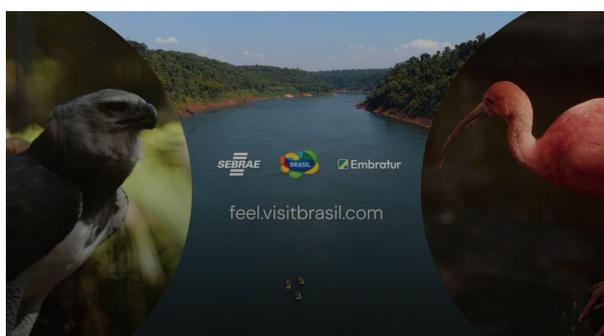
Fonte: Embratur.

Nature Experience

Destino: Foz do Iguaçu.

Descrição: este passeio oferece uma imersão na natureza, começando pelo Parque das Aves, o maior da América Latina. Criado para preservar espécies ameaçadas e tratar animais resgatados do tráfico, o parque abriga mais de 1.320 aves de 143 espécies, incluindo tucanos, papagaios e araras. A visita, que dura cerca de 2 horas e meia, segue com uma trilha de 25 minutos pelo Aguaray Ecosporte, uma área de proteção ambiental. Chegando ao Rio Iguaçu, o visitante fará um passeio de caiaque de 35 minutos pelas águas do rio, seguido de uma trilha de 20 minutos até a Cachoeira Tamanduá para um refrescante banho. Um passeio perfeito para os amantes da natureza. este passeio oferece uma imersão na natureza, começando pelo Parque das Aves, o maior da América Latina. Criado para preservar espécies ameaçadas e tratar animais resgatados do tráfico, o parque abriga mais de 1.320 aves de 143 espécies, incluindo tucanos, papagaios e araras. A visita, que dura cerca de 2 horas e meia, segue com uma trilha de 25 minutos pelo Aguaray Ecosporte, uma área de proteção ambiental. Chegando ao Rio Iguaçu, o visitante fará um passeio de caiaque de 35 minutos pelas águas do rio, seguido de uma trilha de 20 minutos até a Cachoeira Tamanduá para um refrescante banho. Um passeio perfeito para os amantes da natureza.

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.



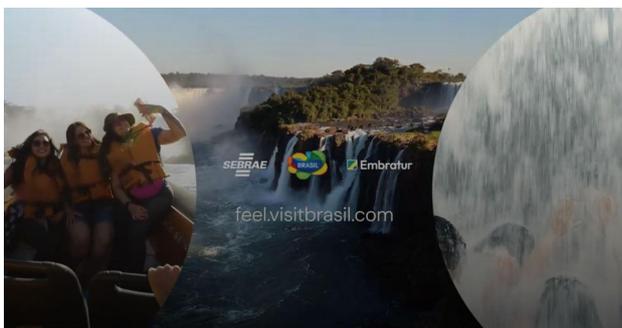
Fonte: Embratur.

Macuco Safari

Destino: Foz do Iguaçu

Descrição: a experiência combina aventura e contato direto com a exuberante Mata Atlântica, proporcionando momentos inesquecíveis no Parque Nacional do Iguaçu. O passeio começa com um trajeto de 2 km em carrinhos elétricos, guiados por especialistas trilingües que apresentam a fauna e flora locais. Em seguida, os visitantes percorrem uma trilha suspensa de 600 metros para maior imersão na natureza, com a opção de ir diretamente ao cais para quem possui mobilidade reduzida. A experiência culmina em um emocionante passeio de barco de 25 minutos que leva os participantes até as quedas d'água das Cataratas do Iguaçu, unindo adrenalina e beleza natural.

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.



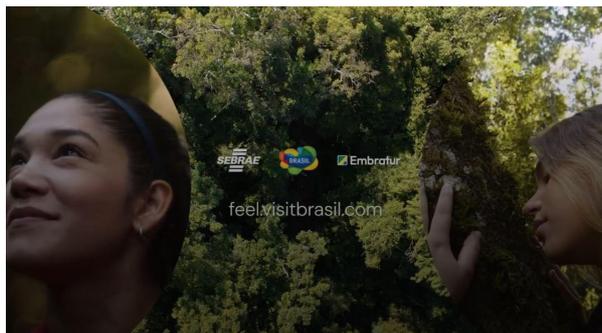
Fonte: Embratur.

Banho de Floresta no Parque Nacional do Iguaçu

Destino: Foz do Iguaçu

Descrição: a experiência convida o visitante a despertar todos os sentidos para vivenciar a felicidade da floresta. Inspirar, expirar, respirar o ar fresco, sentir os aromas da mata, ouvir o som das águas e ressonar com a natureza. Na exuberante biodiversidade da Mata Atlântica, um Instrutor especializado em bem-estar compartilha através da caminhada de contemplação o reconhecimento das relações ecológicas e humanas com técnicas específicas sensoriais e meditativas, finalizando com exercícios bioenergéticos para potencializar os benefícios ao bem-estar e a saúde integral em conexão com a natureza.

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.

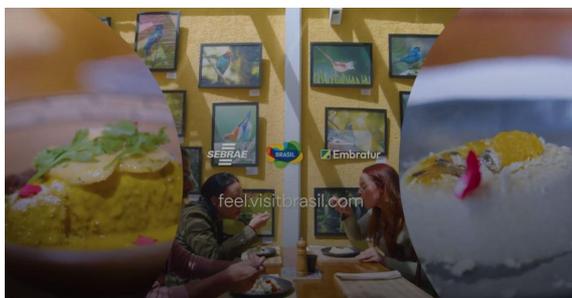


Fonte: Embratur.

CuritiAves

Descrição: uma experiência imersiva em Curitiba, combinando observação de aves, contato com a biodiversidade urbana e uma vivência gastronômica única. O visitante inicia o dia no Parque Barigui, explorando trilhas e identificando aves nativas e migratórias, enquanto guias especializados compartilham curiosidades sobre as espécies e seu papel ecológico. Após um coffee break ao ar livre, a experiência segue para o Restaurante Easy Cheff, onde o Chef Felipe Cavalcanti apresenta um menu degustação autoral inspirado na relação das aves com a Mata Atlântica. Durante o almoço, os participantes apreciam uma exposição fotográfica da avifauna local e concluem a experiências conscientizadas da importância da biodiversidade com registros de uma experiência sensorial e única.

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.



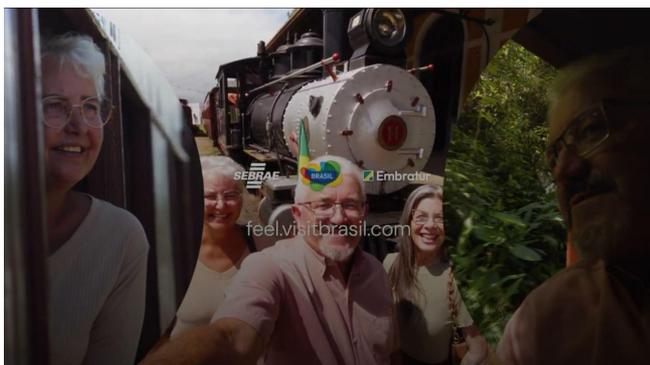
Fonte: Embratur.

Trem Caiçara de Antonina À Morretes

Destino: Curitiba

Descrição: esta experiência oferece o melhor do patrimônio cultural e da natureza, começando com uma visita à tradicional Fábrica de Bala de Banana. Em seguida, os visitantes fazem um mini City Tour por Antonina, conhecendo o centro histórico da cidade. A aventura continua a bordo do Trem Caiçara, a locomotiva a vapor mais antiga em funcionamento no Brasil, que leva até Morretes. Lá, é possível vivenciar uma emocionante experiência off-road 4x4, explorando áreas de beleza natural única. Durante o passeio, um guia especializado compartilha histórias locais, criando uma imersão completa na cultura, história e natureza da região, com opções gastronômicas típicas e paradas para fotos inesquecíveis.

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.

Ações com Companhias Aéreas

Editais de Chamamento de Propostas de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos

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.

Público-alvo: B2B (aeroportos e companhias aéreas brasileiras e estrangeiras).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

Press Trip Latam - Paraná

Destinos contemplados: Ilha do Mel, Curitiba e Morretes.

Mercados ativados: Peru.

Principais resultados: a press trip ocorreu nos dias 6 a 10 de março com influenciadores peruanos para fortalecer a promoção do voo da Latam Lima - Curitiba e promover os pontos turísticos paranaenses.



Fonte: Embratur.

*A depender das propostas apresentadas

Campanha Digital realizada com LATAM

Destinos contemplados: Curitiba.

Mercados ativados: Chile e Peru

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

Campanha Digital realizada com JETSMART

Destinos contemplados: Curitiba.

Mercados ativados: Chile e Peru

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

Fonte: Embratur.

Evento na Embaixada do Brasil em Lima

Destino contemplado: Curitiba e Foz do Iguazú.

Mercado ativado: Peru.

Ação: realizado na Embaixada do Brasil em Lima o evento foi destinado para o trade peruano. Com aproximadamente 100 convidados, entre representantes de agências de viagem e a equipe B2B da LATAM, a iniciativa teve como foco capacitar agentes e promover a comercialização de pacotes sobre os destinos e experiências oferecidas no Brasil.



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 7ª edição (Newsletter)

Descritivo: a 7ª edição Newsletter comunicou o início da campanha publicitária "Não há lugar como o Brasil" na Europa que será vinculada do dia 22 de janeiro até 28 de fevereiro na Bélgica, Países Baixos, Reino Unido, Alemanha, França e Espanha onde é destacado o destinos Foz do Iguaçu.

Com o slogan '**Não há lugar como Brasil**', a campanha será divulgada entre 22 de janeiro e 28 de fevereiro na Bélgica, Países Baixos, Reino Unido, Alemanha, França e Espanha. As peças publicitárias mostram experiências autênticas e sustentáveis, com muito sol, praia, natureza, cultura e gastronomia, destacando destinos como Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Alter do Chão e Salvador, e biomas como Amazônia e Pantanal. E lembrem-se: no VisitBrasil.com vocês vão encontrar conteúdo sobre os outros destinos incríveis no Brasil. **Assista!**

Fonte: Embratur.

Visit Brasil News 9ª edição (Newsletter)

Descritivo: a 9ª edição do Visit Brasil News destaca que a Newsletter destaca a aparição das Cataratas do Iguaçu entre as 25 melhores atrações do mundo no Traverlers' Choice Awards da plataforma TripAdvisor.

Travelers' Choice Awards: o melhor dos melhores de 2025

Cataratas do Iguaçu (Paraná) e Cristo Redentor (Rio de Janeiro) ficaram entre as 25 melhores atrações do mundo. Já na categoria hotéis, o **Colline de France (Gramado/RS)** foi eleito o melhor do mundo, e o **Salinas Maragogi All Inclusive Resort (Alagoas)** também marcou presença no ranking global.

Fonte: Embratur.

Visit Brasil News 11ª edição (Newsletter)

Descritivo: a 11ª edição do Visit Brasil News destaca que o Brasil apareceu em 15º no ranking mundial da ICCA. Foz do Iguaçu - que ficou em 3º lugar no ranking das cidades brasileiras e também apresentou estratégias para impulsionar o turismo MICE na cidade de Foz do Iguaçu.



Ranking ICCA: Brasil entra em el Top 15 global y lidera en América

Foz do Iguaçu



Parque Nacional do Iguaçu

Con un crecimiento del 166% en comparación con 2023, Foz do Iguaçu retoma el 3º lugar entre las ciudades brasileñas en el ranking ICCA. La ciudad encanta con su naturaleza exuberante — incluyendo las Cataratas del Iguazú, una de las 7 Maravillas Naturales del Mundo — y una infraestructura preparada para grandes eventos. Foz también se destaca por el papel de Itaipú Binacional en el escenario ambiental y energético, la fuerza del agronegocio y su ubicación estratégica en la Triple Frontera con Argentina y Paraguay, lo que impulsa la conectividad y el comercio. [iDescubre cómo este destino puede transformar un viaje!](#)

Fonte: Embratur.

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

As ferramentas de apoio à comercialização internacional consistem em um conjunto articulado de iniciativas 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.

Por meio da realização de encontros de negócios, participação em feiras e eventos internacionais, roadshows, plataformas digitais especializadas e outras estratégias de relacionamento e inteligência comercial, essas ferramentas buscam criar sinergias entre a oferta nacional e a demanda internacional.

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

Conscientização

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos do Estado do Paraná:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FITUR	2025	Espanha	Foz do Iguaçu
Vitrine Turística ANATO	2025	Colômbia	Estado do Paraná e Foz do Iguaçu
ITB	2025	Alemanha	Foz do Iguaçu
BTL	2025	Portugal	Foz do Iguaçu
Seatrade Cruise Global	2025	Estados Unidos	Estado do Paraná
IMEX Frankfurt	2025	Alemanha	Foz do Iguaçu
FIEXPO	2025	Costa Rica	Foz do Iguaçu



Apresentação durante a FIEXPO 2025 e estande Brasil na IMEX Frankfurt. **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,

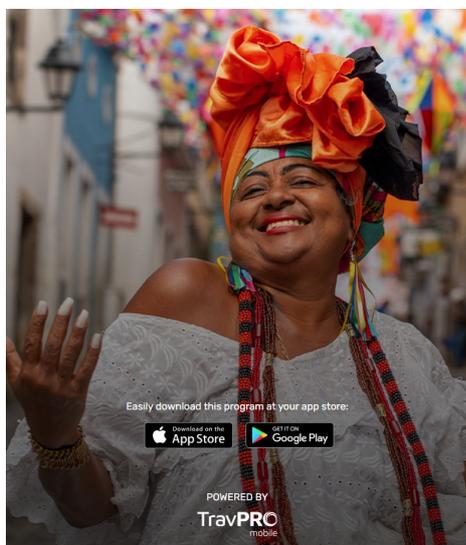
Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração





**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

By continuing you agree with our [privacy policy](#) and [terms and conditions](#).

NEED HELP?

I'M NOT AN ADVISOR

Módulos de Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Ecoturismo e Turismo de Aventura

Destinos contemplados: Curitiba e Foz do Iguaçu.

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.

<p>UNESCO NATURAL WORLD HERITAGE SITES</p> <p>Atlantic Forest South-East Reserves (Paraná / São Paulo) This group</p>	<p>SOUTH REGION</p> <p>its stunning coastal beauty, while Paraná's Foz do Iguaçu</p>	<p>Event/Group Experiences</p> <p>Landmark (where the Iguaçu and Paraná rivers join, forming the</p>	<p>Nature & Outdoor Adventure</p> <p>PARKS Iguaçu National Park in Paraná with its series of</p>
<p>The South Region</p> <p>PARANÁ STATE (PR) Curitiba, the Paraná state capital is a</p>	<p>Natural Heritage</p> <p>Southeastern Reserves, São Paulo and Paraná These Reserves include</p>	<p>Lay of the Land</p> <p>region, which includes states of Paraná (PR), Santa Catarina (SC</p>	<p>Curitiba</p> <p>course menu and live music. Paranáista Memorial & Sculpture Garden: Brasil</p>

Fonte: Embratur.

m b r o

r a t u r

embratur.com.br

n b r a t

e m b o