



PRINCIPAIS
AÇÕES

PERNAMBUCO



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

Pernambuco 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.

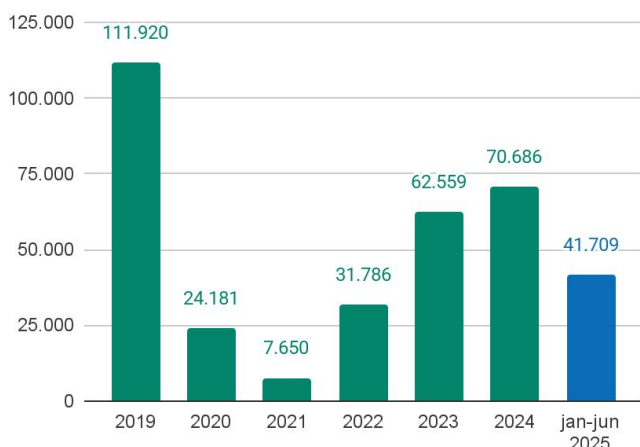
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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 de Pernambuco**, 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 de Pernambuco 70.686 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 62.559 em 2023 e 70.686 em 2024, representando um aumento de 12,99%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Pernambuco em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 41.709 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada Pernambuco. No mesmo período de 2024, foram 27.603, o que representa aumento de 51,10%.

Entradas de turistas estrangeiros pelo PE



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o PE*

*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais)	TAP, Azul, Gol, e Latam.	
Países de origem	Portugal, Estados Unidos, Argentina, Uruguai, Chile, Espanha e Paraguai.	
Cidades de origem:	Lisboa, Orlando, Fort Lauderdale, Buenos Aires, Montevideu, Santiago, Porto, Córdoba, Madri e Asunção.	
Quantidade de voos:	-	558
Assentos disponíveis:	-	132.724
Participação de PE na oferta de voos para o Brasil:	-	1,51%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

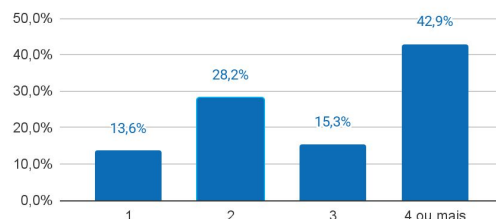
Pernambuco recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Portugal, Chile, Uruguai e Estados Unidos no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (69,5%), Rio de Janeiro (19,3%), Brasília (5,6%) e Maceió (1,3%) como portões de entrada além do Aeroporto de Recife.

Fonte: ForwardKeys e Embratur.

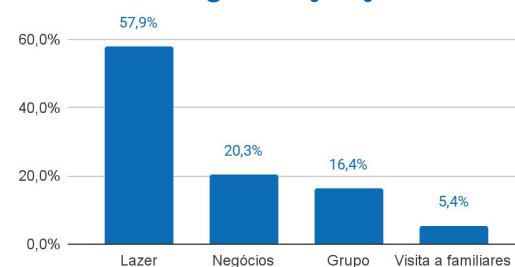


ForwardKeys

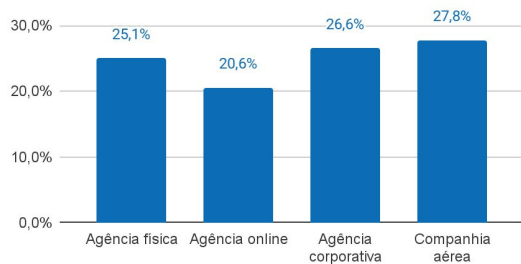
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



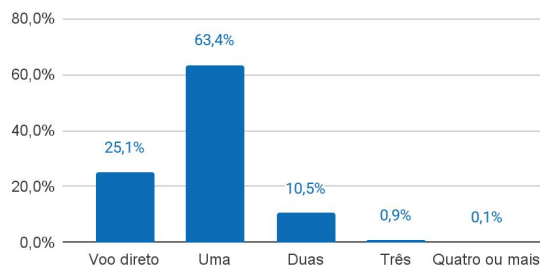
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Outros portões de entrada:

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 Recife e Fernando de Noronha - 2023

Destinos contemplados: Recife, Olinda e Fernando de Noronha.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Aventura e Afroturismo.

Principais resultados: este *famtour* contou com 7 operadores que esperam atrair, aproximadamente, 1.500 novos turistas como resultado dessa ação. Envolveu 3 stakeholders: Sebrae Nacional, Sebrae de Pernambuco e Secretaria de Turismo e Lazer de Recife. 100% dos convidados avaliaram a infraestrutura das cidades visitadas como excelente e bom. 71,4% dos convidados avaliaram que o roteiro está pronto ou excelente para ser promovido.



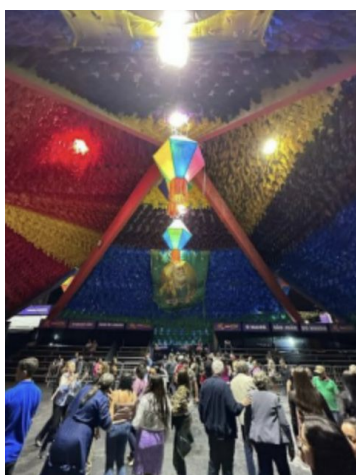
Famtour Festas Juninas - 2023

Destinos contemplados: Campina Grande (PB) e Caruaru (PE).

Mercados ativados: Argentina, Chile e Peru.

Segmento: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Natureza.

Principais Resultados: este *famtour* contou com a participação de 14 operadores internacionais, sendo 2 da Argentina, 6 do Chile e 6 do Peru. A infraestrutura de turismo das cidades visitadas foi considerada excelente e boa por 81,3% dos participantes, o que é um indicativo positivo para o desenvolvimento turístico da região.



Roadshow

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.

Roadshow Visit Brasil América Latina - 2024

Destino contemplado: Estado de Pernambuco.

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

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

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



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 Pernambuco:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL Lisboa	2023	Portugal	Recife e Estado de Pernambuco
FIT América Latina	2023	Argentina	Recife
FIT Madrid	2023	Espanha	Recife
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado de Pernambuco
BTL Lisboa	2024	Portugal	Estado de Pernambuco
FITPAR	2024	Paraguai	Estado de Pernambuco
FIT América Latina	2024	Argentina	Recife

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.

Tour por Recife e suas pontes

Destino: Recife (PE)

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes no catamarã admirando a paisagem de Recife (captar a ideia de "Veneza Brasileira").

Mergulho recreativo em Recife

Destino: Recife (PE).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes fazendo a experiência do mergulho no Parque dos Naufrágios.

Turismo Regenerativo na Biofábrica de Corai

Destino: Recife (PE).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes "plantando" corais no centro de pesquisa da Biofábrica em Porto de Galinhas.

Bike tour em Recife Antigo

Destino: Recife (PE)

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes pelo passeio de bicicleta no Recife Antigo (Marco Zero) mostrando o patrimônio arquitetônico com os participantes na bicicleta.



Tour por Recife e suas pontes

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: Fernando de Noronha e Ipojuca.

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

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, 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 Estados Unidos - 2023

Destinos contemplados: Fernando de Noronha e Ipojuca.

Mercados ativados: 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: a campanha promocional foi realizada nos Estados Unidos, em canais online e offline, no período de 18 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 Estados Unidos - 2024

Destinos contemplados: Fernando de Noronha.

Mercados ativados: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok e LinkedIn); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies (Expedia e Amadeus) e Publicidade programática (GDB, Teads, Range e Adspool).

Principais resultados: a campanha publicitária e de marketing digital foi realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. A campanha, denominada “It’s Spectacular. It’s for you.” (É espetacular. É para você), teve o intuito de mostrar para o público norte-americano um Brasil que valoriza a sustentabilidade ambiental, promove experiências únicas e diversificadas, e acolhe turistas de todas as origens com hospitalidade e autenticidade. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 38.489.483 impressões, 96.574 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,76%.



Campanha Promocional do Brasil na América Latina - 2024

Destino contemplado: Porto de Galinha (PE).

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

Segmentos: Turismo de Sol e Praia; Turismo de Natureza; Turismo Cultural; Turismo Gastronômico.

Principais resultados: a campanha se destacou ao combinar diversas estratégias de visibilidade digital durante a veiculação. Foram utilizadas plataformas de mídia social, anúncios online para maximizar o engajamento e a exposição da marca; a narrativa da campanha expressou o Brasil como um país líder no segmento de turismo de sol e praia, com resorts e aliado ao bem-estar e a rica gastronomia do país, atributos do Brasil que são altamente valorizados pelo público-alvo.



Print de imagem das Artes da Campanha do Brasil na América Latina 2024

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: Tamandaré, Recife e Porto de Galinhas.

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia.

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

Destino contemplado: Recife.

Participantes: 25 pessoas.



Banco de Imagens

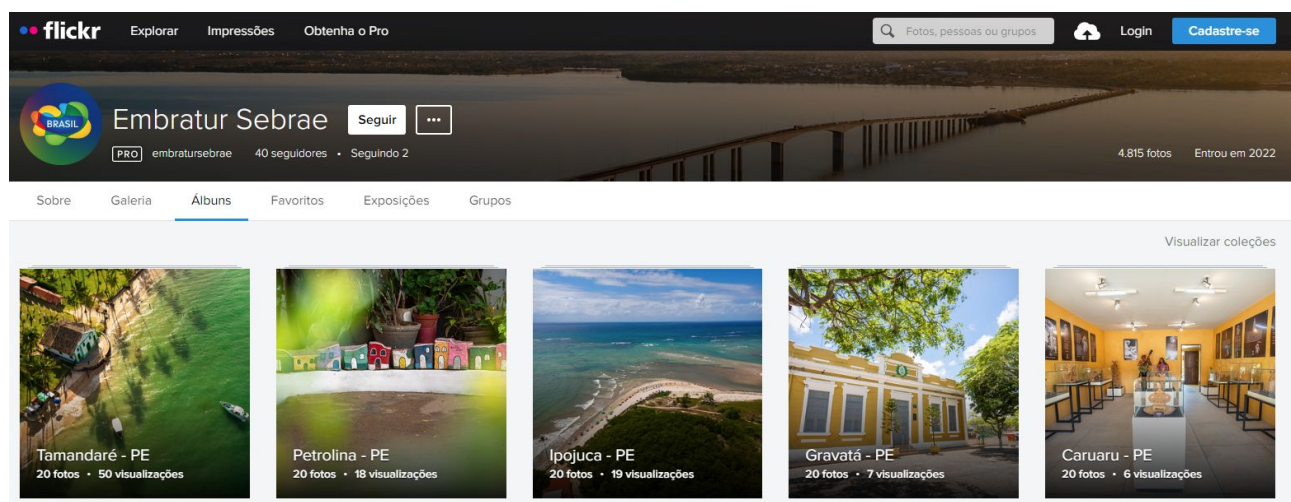
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas (para cada destino contemplado).

Destinos contemplados: Tamandaré, Petrolina, Ipojuca, Gravatá, Caruaru e Cabo de Santo Agostinho.

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



Relatórios e Estudos

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

Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Pernambuco).

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: Porto de Galinhas.

Patrocínios

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

Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual (www.descubrabil.com.ar), com foco na venda de pacotes turísticos a diversos destinos no Brasil, oferecidos por empresas integrantes do Comitê Visite Brasil na Argentina às redes de agências e consumidores finais, além de divulgação em redes sociais.

Destino contemplado: Fernando de Noronha.

Mercado ativado: Argentina.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Natureza.



Noronha2B - Festival de Cinema de Fernando de Noronha

Patrocínio para organização e realização de evento relacionado ao mercado audiovisual, estruturado em quatro eixos de ação que passam pela importação e exportação de conteúdos, serviços e consumidores. O N2B buscou fomentar a internacionalização de narrativas brasileiras que ajudem na promoção de destinos turísticos do nosso país.

Destino contemplado: Fernando de Noronha.

Segmentos: Turismo Cinematográfico, Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Ecoturismo e Turismo de Natureza.



Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

Ao ampliar o reconhecimento da marca Brasil no exterior, essas ações contribuem decisivamente para a construção de uma imagem positiva e consistente do país, estimulando o desejo de 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.

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

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

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

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

Tour por Recife e suas pontes

Destino: Recife

Descrição: um passeio encantador de Catamarã pelas águas do rio Capibaribe, explorando as três ilhas do Centro de Recife: Santo Antônio, Recife Antigo e Boa Vista. Durante a navegação, os visitantes passarão sob a icônica Ponte do Limoeiro, a Ponte Princesa Isabel e a Ponte Duarte Coelho, enquanto apreciam as deslumbrantes paisagens de diversos pontos turísticos, incluindo a Praça do Marco Zero, o Ginásio Pernambucano, a Assembleia Legislativa, o Teatro de Santa Isabel e o charmoso casario da Rua da Aurora. A bordo, um guia especializado compartilha histórias fascinantes e curiosidades sobre a cidade.

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.



Prints do vídeo da experiência Tour por Recife e suas pontes



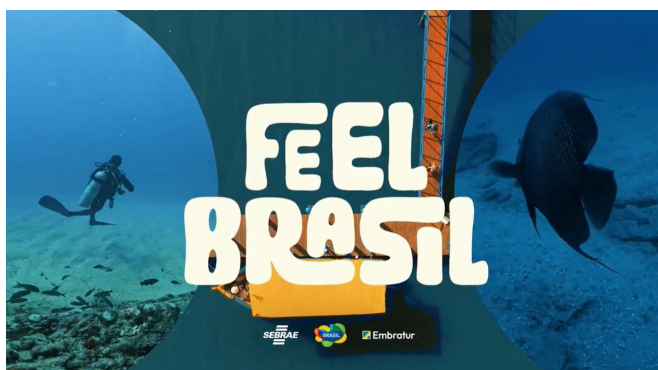
Foto da experiência Tour por Recife e suas pontes

Mergulho recreativo em Recife

Destino: Recife

Descrição: descobrir os mistérios submersos de Recife em um emocionante passeio de mergulho que explora cerca de vinte naufrágios, incluindo alguns históricos e artificiais? Cada mergulho oferece uma chance única de explorar esses tesouros do fundo do mar e vivenciar a rica história da região. Tudo isso com instrutores altamente treinados garantindo que o turista tenha uma experiência tranquila, segura e possa se concentrar na beleza e nas histórias que esses naufrágios têm a oferecer.

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.



Prints do vídeo da experiência Mergulho recreativo em Recife

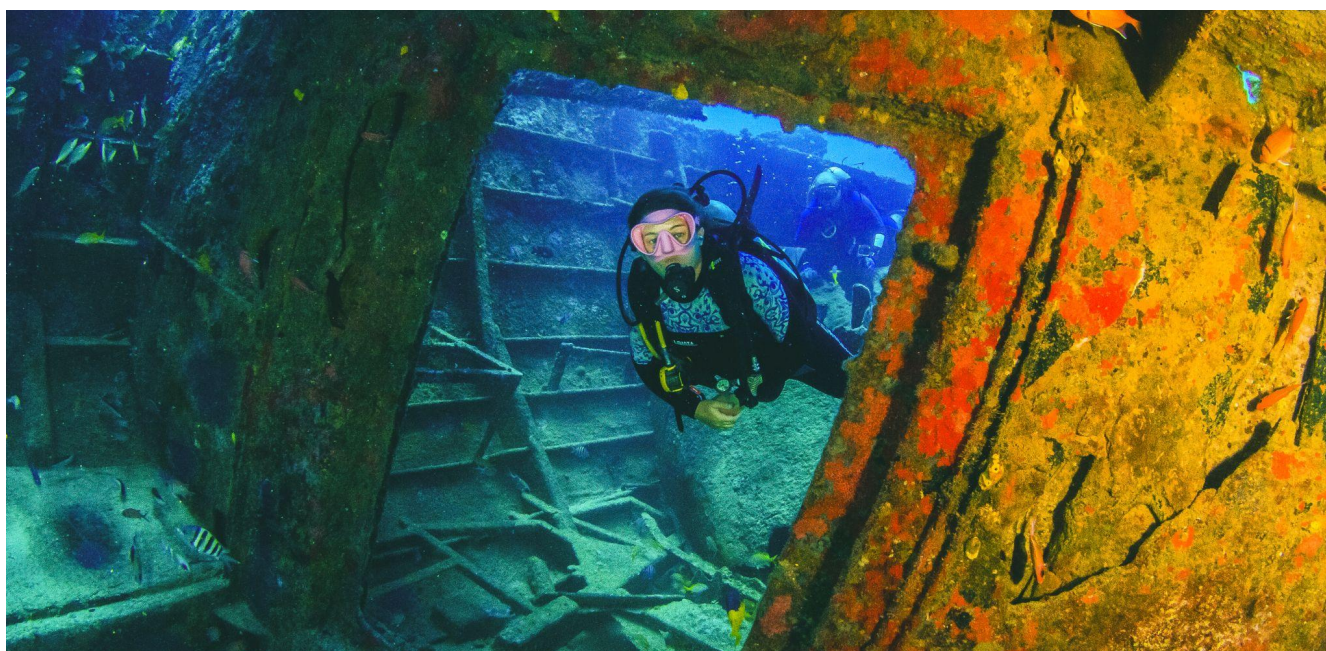


Foto da experiência Mergulho recreativo em Recife

Turismo regenerativo na Biofábrica de Corais

Destino: Porto de Galinhas

Descrição: uma experiência inesquecível em Porto de Galinhas, onde o turista se tornará parte da regeneração dos recifes de coral com jangadeiros e biofabricantes dedicados à preservação da natureza. Em um passeio de 3 horas, o visitante acompanhará a rotina de um biofabricante, participando ativamente do plantio e da recuperação de corais, uma iniciativa pioneira no Brasil de turismo regenerativo. Ao plantar um coral, receberá a tutela dele e poderá acompanhar seu crescimento por um ano! A atividade inclui um emocionante passeio de jangada, flutuação com snorkel sobre berçários de corais e visita à base flutuante, onde ajudará a preparar fragmentos para o plantio.

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.



Prints do vídeo da experiência Turismo regenerativo na Biofábrica de Corais



Foto da experiência Turismo regenerativo na Biofábrica de Corais

Bike tour em Recife Antigo

Destino: Recife.

Descrição: roteiro imperdível de bicicleta pela zona sul do Recife que começa na famosa praia de Boa Viagem, seguindo pelas praias do Pina e Brasília Teimosa, uma autêntica vila de pescadores. Os visitantes explorarão os arrecifes, onde terão uma vista deslumbrante da cidade, e continuarão até o Parque de Esculturas Francisco Brennand. Atravessando de barco até o Recife Antigo, o primeiro núcleo urbano, conhecerão os bairros históricos, praças e prédios marcantes, além de pedalar pelas pontes que tornam Recife a "Veneza Brasileira". Eles também visitarão a primeira sinagoga das Américas e finalizarão no icônico Mercado de São José. Uma experiência rica em cultura e belezas naturais!

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.



Prints do vídeo da experiência Bike tour em Recife Antigo.



Fonte: Embratur

Ações Promocionais Digitais

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional do Brasil ancorada no ecossistema digital da marca Visit Brasil. Focada em mercados prioritários, a ação envolve campanhas segmentadas em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok, Pinterest e mídias programáticas, com inteligência de dados para atingir públicos-alvos específicos. Combinadas à estratégias de otimização para mecanismos de busca e inteligência artificial, essas iniciativas ampliam a visibilidade dos destinos brasileiros, integrando ações orgânicas e pagas. Os conteúdos são distribuídos pelos canais oficiais do Visit Brasil – site, redes sociais, blogs e recursos multimídia em seis idiomas – oferecendo experiências inspiradoras, informações qualificadas e estímulo à conversão, reforçando o Brasil como destino desejado no ambiente digital global.

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

Promoção Digital por Redes Sociais - Visit Brasil 3 - 2025

Destinos contemplados: Praia dos Carneiros – Tamandaré e Estado do Pernambuco

Mercados ativados: Argentina, Chile e Estados Unidos.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia.



Print do conteúdo da Praia dos Carneiros, para a Argentina

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 9ª edição

Na 9ª Newsletter que circulou em março a cidade pernambucana de Sirinhaém é exaltada por ter conquistado o 3º lugar na Categoria de Comunidades Prósperas no Prêmio Green Destinations Stories Awards com o projeto de turismo de base comunitária. E a praia pernambucana de Muro Alto - Ipojuca apareceu entre as melhores do mundo no Traveler's Choice awards promovido pela TripAdvisor.



Visit Brasil News 10ª edição

Na 10ª Newsletter que circulou em abril os destinos de Recife e Fernando de Noronha foram destacados como locais ideais para a prática de mergulho.



Mergulho

Amantes de mergulho encontram no estado de Pernambuco as melhores experiências. **Recife** surpreende com o Parque de Naufrágios Artificiais de Pernambuco e suas mais de 26 embarcações submersas. Já no arquipélago **Fernando de Noronha**,

Fonte: Embratur

Visit Brasil News 11ª edição

Na 11ª Newsletter que circulou em maio é anunciada nova rota aérea com destino à Recife.

JetSMART – Buenos Aires/Recife (4 vezes por semana, desde el 1 de julio)

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: Mergulho de Batismo em Fernando de Noronha.

Destino contemplado: Fernando de Noronha

Segmentos: Ecoturismo e Turismo de Aventura e Observação de fauna e flora..

Descrição: reconhecido mundialmente como um dos melhores destinos para o mergulho, Fernando de Noronha oferece uma experiência única para iniciantes. Durante o mergulho de batismo, os participantes têm a oportunidade de explorar as águas cristalinas do arquipélago com o acompanhamento de um instrutor especializado. O passeio começa a bordo da embarcação, onde o instrutor explica os equipamentos e sinais de comunicação. O mergulho, com duração de até 30 minutos e profundidade de até 12 metros, revela a abundante vida marinha do local, com encontros emocionantes com arraias, tubarões e uma variedade impressionante de peixes. Uma experiência inesquecível para quem deseja se conectar com a natureza subaquática.



Prints Fernando de Noronha (PE) - Mergulho de batismo. 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.

Famtour

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de viagens imersivas e personalizadas de familiarização com os destinos turísticos brasileiros, voltadas a operadores e agentes de turismo internacionais. Desta forma, proporciona contato direto com atrativos, serviços e experiências autênticas do Brasil, ampliando o conhecimento técnico sobre a oferta turística nacional.

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

Público-alvo: B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração*

Famtour 12 - Serra da Capivara e Petrolina - 2025

Destinos contemplados: Petrolina (PE).

Mercados ativados: Bélgica, Canadá, França e Suíça.

Segmentos e nicho: Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Cultura

Descritivo: a ação contou com oito profissionais de turismo oriundos da Bélgica, Canadá, França e Suíça, e foi realizada no período de 25/07 a 01/08 de maio de 2025, contemplando os destinos de São Raimundo Nonato (Parque Nacional da Serra da Capivara - PI) e Petrolina (PE).



Fonte: Embratur

*Especialmente quando a programação inclui encontros de networking e rodadas de negócios com fornecedores do trade nacional

Roadshow

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de rodadas de negócios presenciais entre fornecedores do trade e destinos turísticos brasileiros com compradores internacionais - operadores, agentes de viagens e parceiros institucionais do mercado emissor onde o evento ocorre. A iniciativa conecta diretamente a oferta turística brasileira aos principais players do trade internacional, por meio de apresentações personalizadas, *networking* qualificado e promoção de experiências e produtos turísticos em mercados estratégicos. Ao promover encontros comerciais presenciais, os roadshows fortalecem a imagem do Brasil como destino turístico, estimulam a geração de negócios, aumentam a competitividade do setor e consolidam parcerias comerciais.

Público-alvo: B2B (operadores e agentes de viagens)

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

Roadshow Visit Nordeste - 2025

Destino contemplado: Estado de Pernambuco

Mercados ativados: Reino Unido e Itália.

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

Principais resultados: este roadshow ocorreu de 31 de março a 4 de abril, em Londres e Milão, foi a primeira ação deste novo momento em que a Região Nordeste se apresenta unida para mostrar ao mercado turístico internacional que é um destino moderno, diverso e preparado para oferecer experiências únicas aos viajantes.



Fonte: Embratur

Galeria Visit Brasil

É uma ferramenta inovadora de promoção internacional da Embratur que utiliza de espaços de Galerias de Arte para divulgar o Brasil em formato de “pop-up”. Com temáticas específicas, a estratégia é apresentar os destinos e experiências turísticas ao público internacional por meio de elementos que expressam a essência de nossa brasilidade como arte, cultura, música, moda, patrimônio histórico cultural material e imaterial por meio de exposições e ativações sensoriais que promovam a diversidade e autenticidade brasileira.

Com uma abordagem criativa e contemporânea, a Galeria Visit Brasil possui o objetivo de inspirar e conectar o visitante com a Marca Brasil, fomentando o turismo por meio de experiências imersivas e de espaços de debates que geram engajamento, reforçam a imagem positiva do país e ampliam o desejo de visita. A iniciativa também atua como ambiente estratégico de relações públicas, recepcionando imprensa, influenciadores, trade, autoridades e formadores de opinião. Integrada às demais ferramentas de promoção da Embratur e adaptada aos perfis dos mercados-alvo, a Galeria potencializa o soft power brasileiro, posicionando o país como destino criativo, plural e sustentável.

Público-alvo: Relações Públicas (PR), B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

Galeria Visit Brasil Paris - 2025

Destinos contemplados: Estado de Pernambuco e Fernando de Noronha.

Mercados ativados: França.

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

Principais resultados: Galeria Visit Brasil 1, realizada em Paris/França de 26 a 30 de abril de 2025. A iniciativa, organizada pela Embratur e Sebrae, teve como foco a promoção dos patrimônios brasileiros listados pela UNESCO como estratégia para consolidar o Brasil como um destino de referência para o turista internacional.



Fonte: Embratur

Feira Internacional

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

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

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

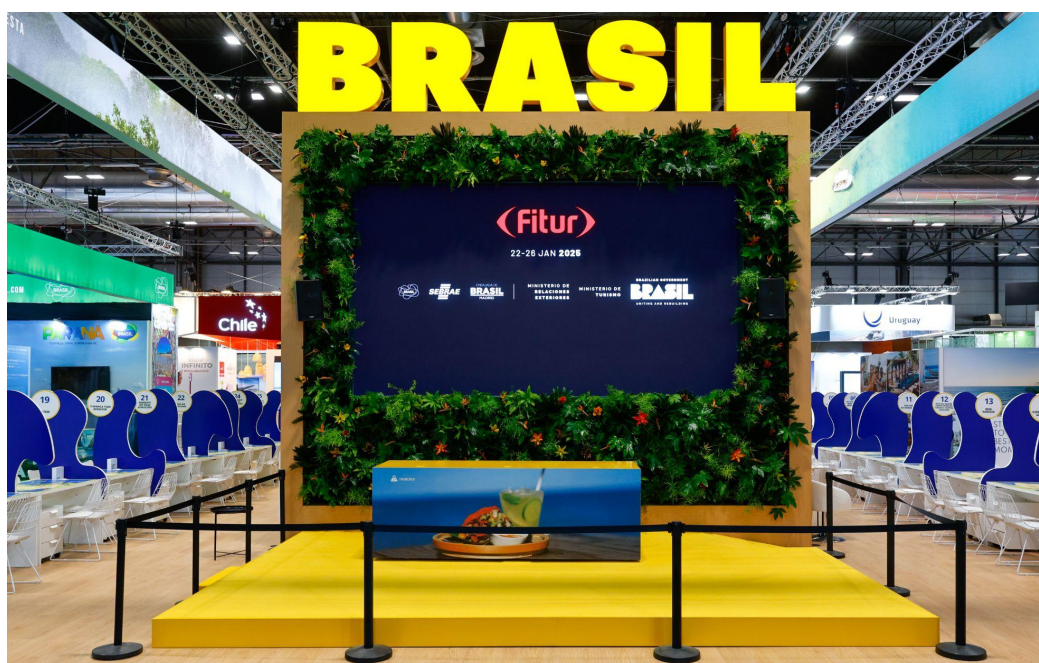
Conversão

4

Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos do Estado de Pernambuco:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	Estado de Pernambuco
FITUR	2025	Espanha	Recife
ITB Berlin	2025	Alemanha	Estado do Pernambuco
Vitrina Turística ANATO	2025	Colômbia	Recife



Stand 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

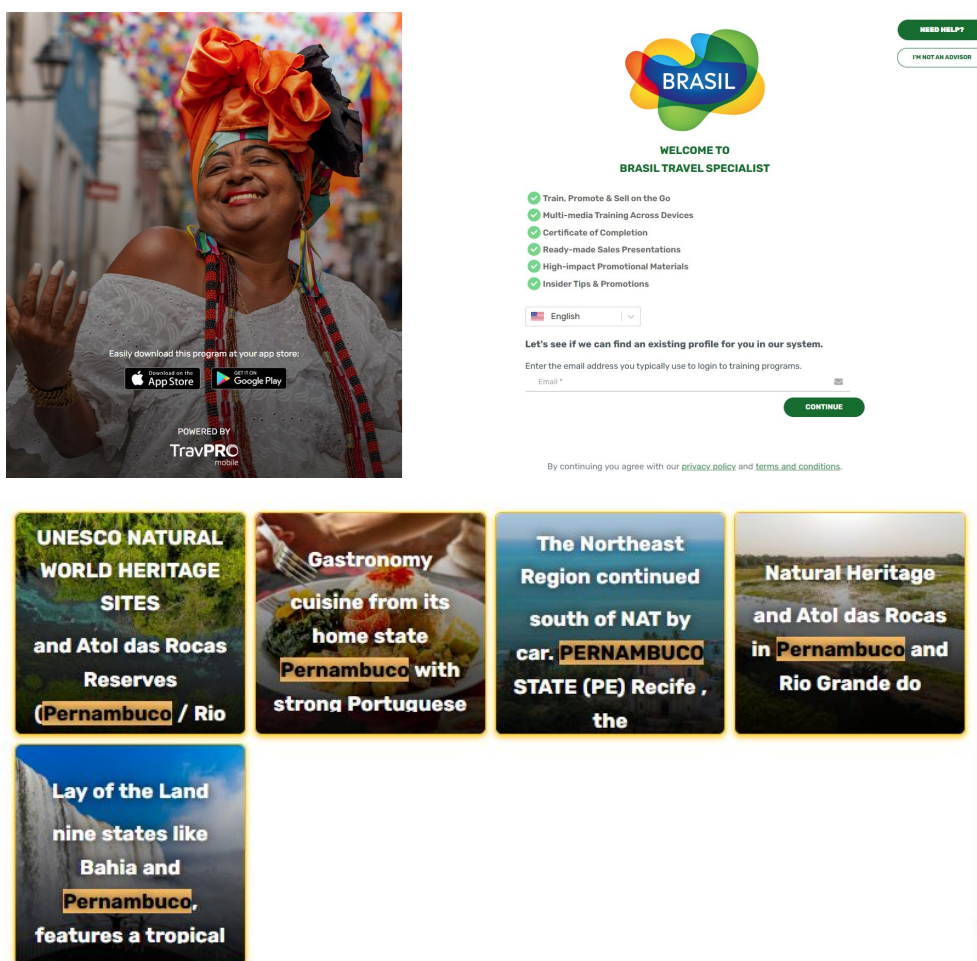
2

Consideração

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

Destinos contemplados: Estado de Pernambuco.

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



BRASIL

WELCOME TO
BRASIL TRAVEL SPECIALIST

- ✓ Train, Promote & Sell on the Go
- ✓ Multi-media Training Across Devices
- ✓ Certificate of Completion
- ✓ Ready-made Sales Presentations
- ✓ High-impact Promotional Materials
- ✓ Insider Tips & Promotions

English

Let's see if we can find an existing profile for you in our system.

Enter the email address you typically use to login to training programs.

Email *

CONTINUE

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

UNESCO NATURAL WORLD HERITAGE SITES and Atol das Rocas Reserves (Pernambuco / Rio

Gastronomy cuisine from its home state Pernambuco with strong Portuguese

The Northeast Region continued south of NAT by car. PERNAMBUCO STATE (PE) Recife, the

Natural Heritage and Atol das Rocas in Pernambuco and Rio Grande do

Lay of the Land nine states like Bahia and Pernambuco, features a tropical

Fonte: Embratur



embratur.com.br