



PRINCIPAIS  
AÇÕES  
**PIAUÍ**  
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

Maria Eduarda Lopes

1

## Apresentação

2

## Piauí em Números

3

## Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional  
Ações de promoção nos mercados internacionais  
Outras Ações

4

## Principais Ações - 1º Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais  
Ações de apoio à comercialização internacional

# apre senta ção

1

A **Embratur** (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo) tem como missão institucional consolidar a imagem do Brasil como destino turístico competitivo, atrativo e sustentável no mercado internacional, gerando valor à cadeia produtiva do setor e contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país.

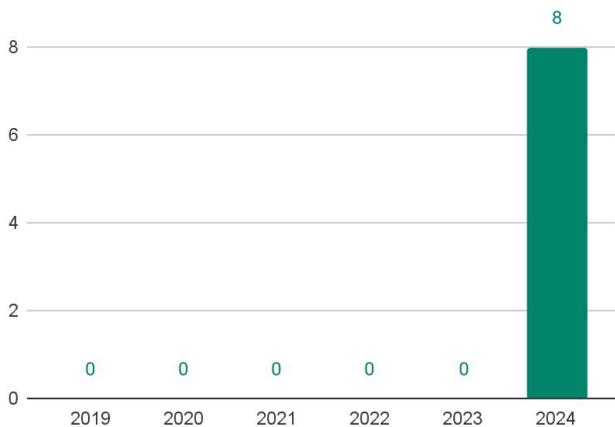
Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação e demais atores relevantes do ecossistema nacional e internacional de turismo.

Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade do setor por meio da qualificação da oferta, da geração de inteligência de mercado e do estímulo à inovação e à sustentabilidade.

O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, no **período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025**, no **Estado do Piauí**, 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 Piauí 8 turistas. Esse baixo número e falta de histórico são em decorrência da ausência de voos internacionais regulares ao destino. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Piauí em seus roteiros. No primeiro semestre de 2025, 0 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada Piauí. No mesmo período de 2024, foram 8.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo PI



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o PI\*

\*janeiro a junho de 2025

Dados do Piauí estão zerados, pois não temos voos internacionais diretos para o PI.

Fonte: Anac e Embratur

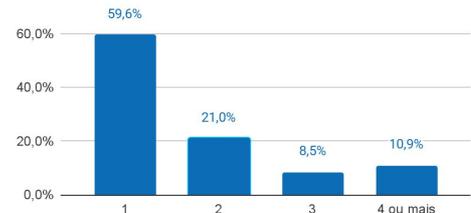
O Piauí recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Alemanha, Itália e Chile no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (82,7%), Brasília (9,1%), Recife (3,4%), Fortaleza (2,5%), e São Luiz (0,5%) como portões de entrada.

Fonte: ForwardKeys e Embratur.

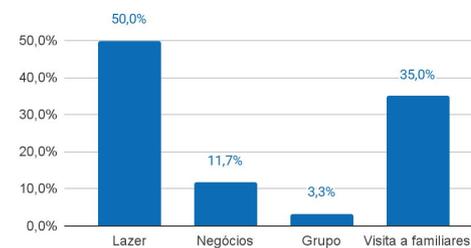


ForwardKeys

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



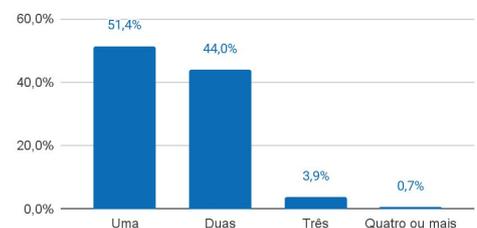
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada:

São Paulo e Brasília

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 Rota das Emoções

**Destinos contemplados:** Parnaíba e Luís Correia.

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

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Sol e Praia

**Principais resultados:** este famtour contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 de Londres. 100% dos convidados avaliaram a infraestrutura das cidades visitadas como excelente e pronta para o recebimento de turistas internacionais.



## 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 Serra da Capivara 2023

**Destino contemplado:** São Raimundo Nonato.

**Mercados ativados:** França.

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

**Principais resultados:** Famtour realizado no período de 22 a 30 de julho de 2023, com 5 jornalistas franceses.

## 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 Piauí:**

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FITUR Madri	2024	Espanha	Estado do Piauí
BTL Lisboa	2024	Portugal	Serra da Capivara
ITB Berlim	2024	Alemanha	Luís Correia

## 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.

### Rota das Emoções: Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim

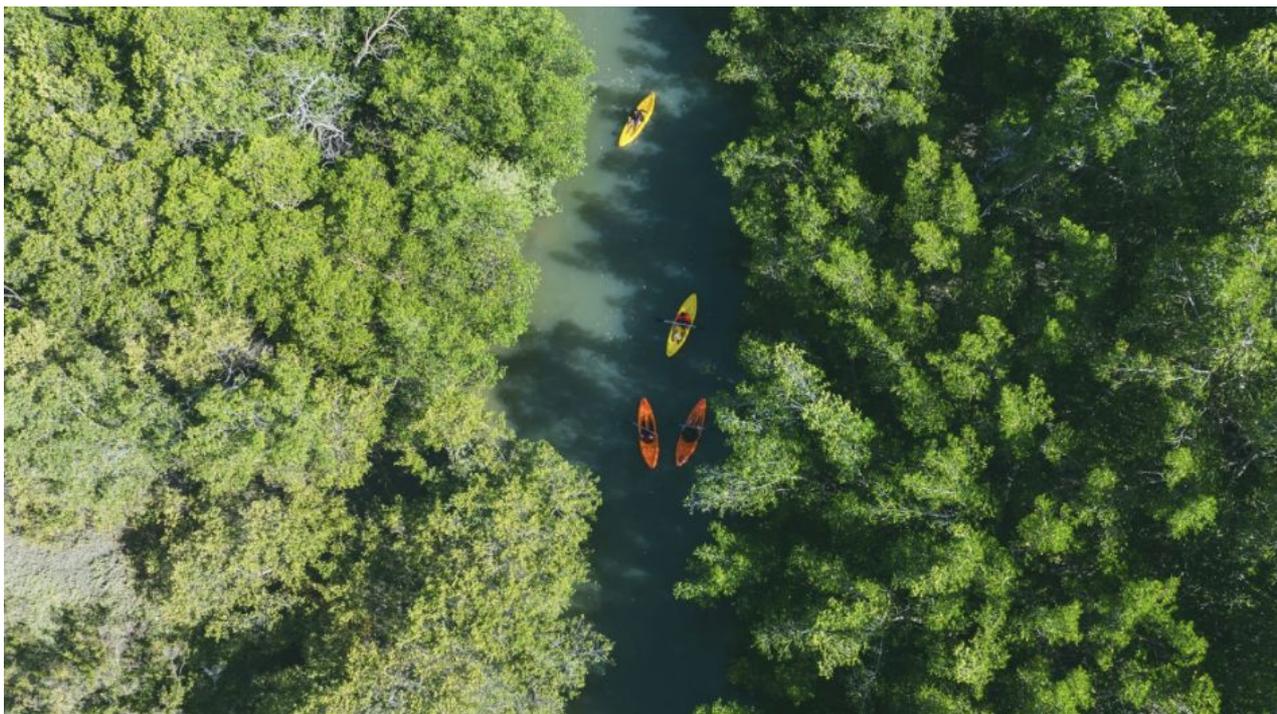
**Destino:** Rota das Emoções - Cajueiro da Praia (PI).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes no passeio de caiaque pelo Rio Camurupim (com os equipamentos de segurança adequados) chegando em uma praia para a degustação (a praia que for no dia a depender da maré

### Tour pela Baía das Canárias com revoada dos Guarás

**Destino:** Rota das Emoções - Parnaíba (PI).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes admirando a revoada dos guarás no pôr do sol no Delta do Parnaíba (Baía do Caju).



Rota das Emoções: Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim

## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

### Campanhas Promocionais Segmentadas

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

#### Campanha Promocional na Europa - 2023.

**Destino contemplado:** Parnaíba (Rota das Emoções) e Luís Correia (Rota das Emoções).

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

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

**Principais resultados:** o resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 79.242.624 impressões, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%. Estima-se que ao longo de toda a campanha tenham sido alcançados mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções.



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

**Destino contemplado:** Parnaíba.

**Número de participantes:** 24 participantes.



## Banco de Imagens

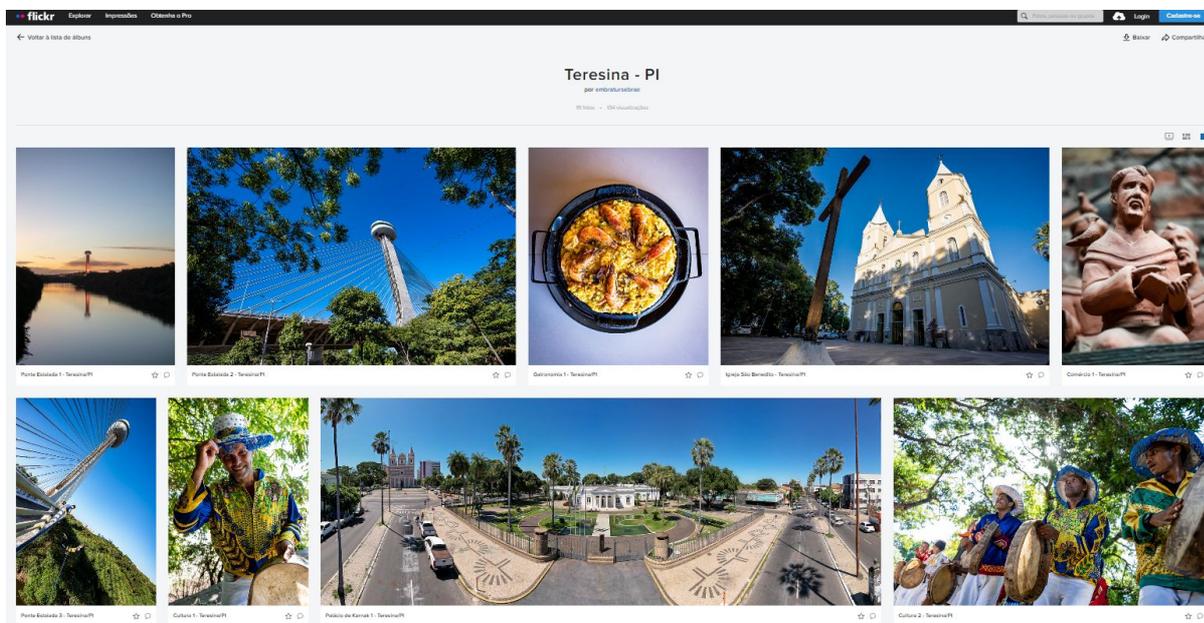
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

**Destino contemplado:** Teresina.

**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 Piauí).

## 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.

#### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

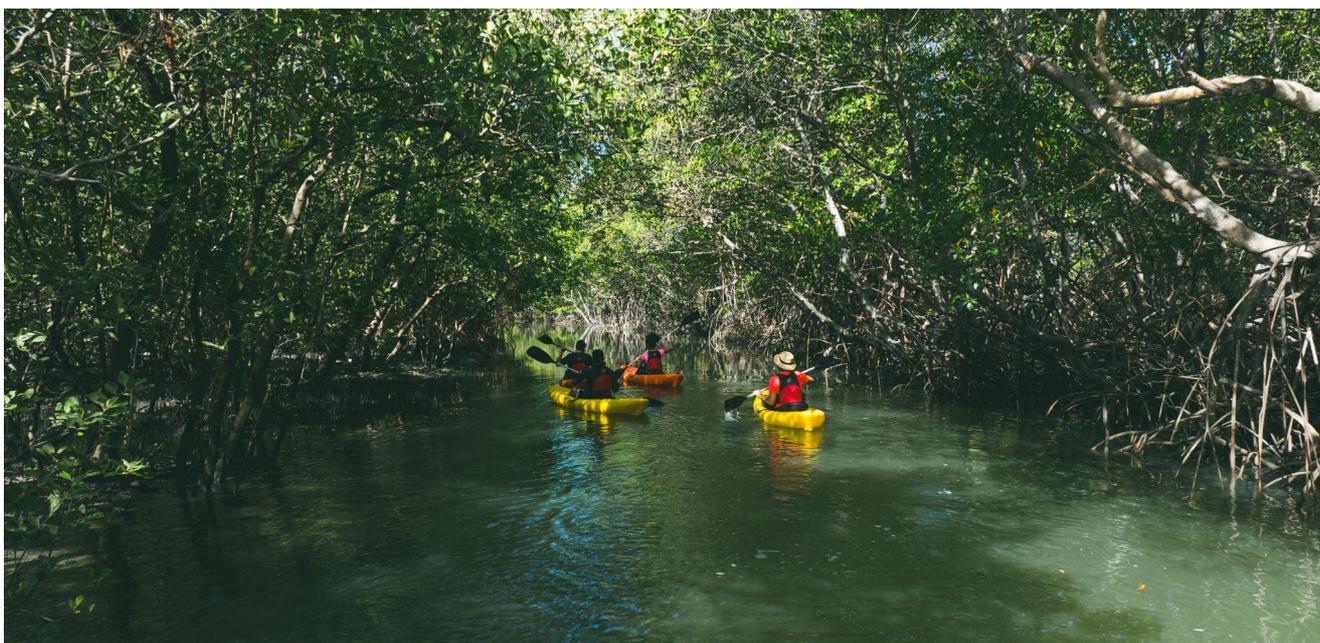
Conversão\*

## Rota das Emoções: Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim

**Destino:** Rota das Emoções - Cajueiro da Praia (PI).

**Descrição:** experimente o equilíbrio perfeito entre aventura, luxo e imersão na natureza com o nosso passeio de caiaque pelo Rio Camurupim. Em um roteiro cuidadosamente planejado para garantir uma experiência leve e relaxante, você será levado de charrete até o ponto de partida e remará por um cenário exuberante de manguezais, repleto de vida silvestre. Durante a jornada, haverá paradas para banho e fotografia, onde será possível observar aves, peixes e crustáceos nativos. Para finalizar com estilo, oferecemos uma degustação exclusiva de iguarias locais — tábua de frios, frutas, castanhas de caju, cajuína e um brinde com espumante. Um passeio pensado para quem busca um contato íntimo com a natureza, sem abrir mão do conforto e requinte.

**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.



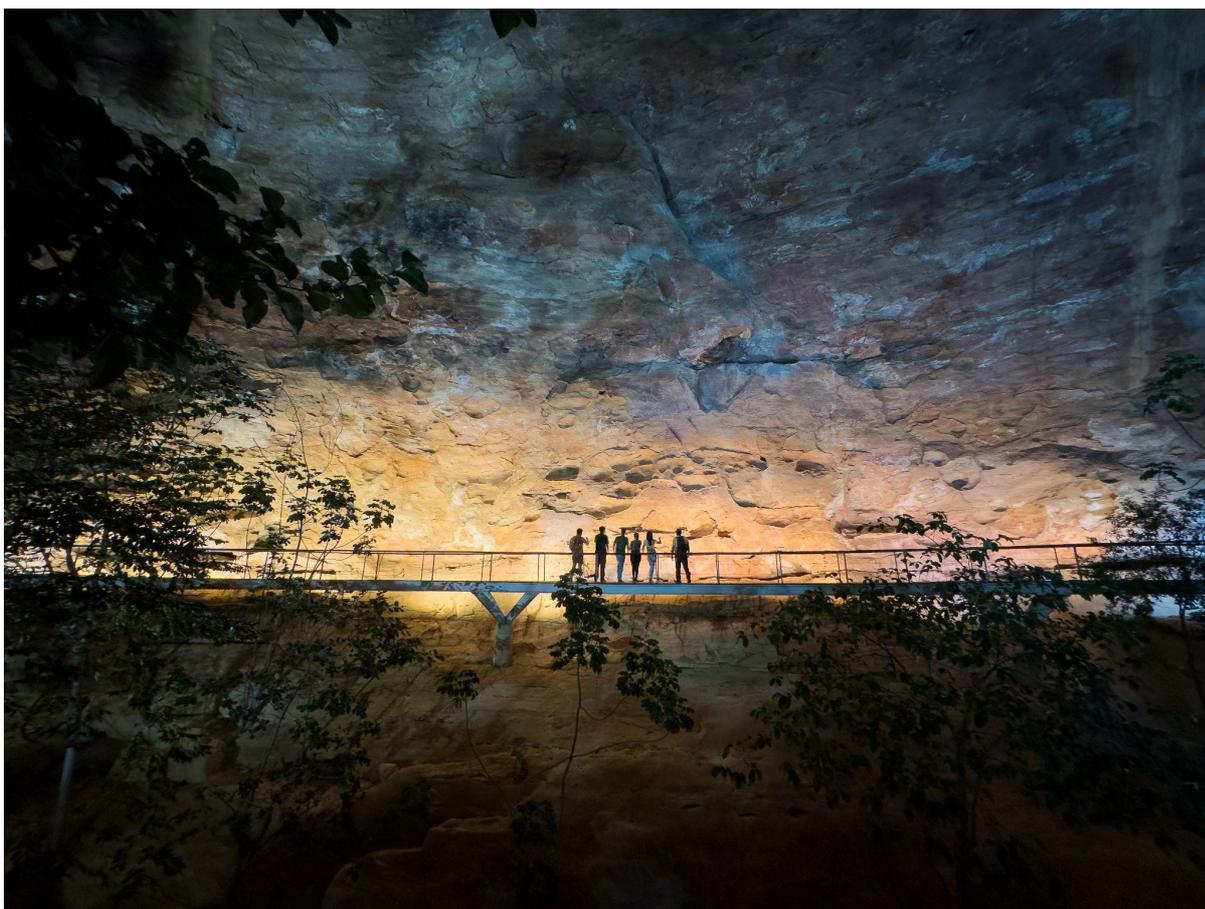
Fonte: Embratur.

## Visita noturna ao Boqueirão da Pedra Furada

**Destino:** Serra da Capivara (PI).

**Descrição:** a visita noturna ao sítio arqueológico Toca do Boqueirão da Pedra Furada é uma experiência única em um dos mais importantes sítios arqueológicos do mundo. Local de estudos realizados por pesquisadores brasileiros e franceses na década de 1970, revelou vestígios de fogueiras estruturadas com mais de 50 mil anos, sendo um dos registros mais antigos da presença humana no continente americano. Localizado no Parque Nacional Serra da Capivara, que abriga mais de 1.300 sítios arqueológicos, a Toca do Boqueirão da Pedra Furada destaca-se por sua história e importância. Com iluminação especial, permite visitas noturnas que transformam o local em um museu a céu aberto, proporcionando uma imersão inesquecível na história da humanidade.

**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.

## Circuito Vale Canoas

**Destino:** Serra da Capivara (PI).

**Descrição:** o circuito Vale Canoas, com 7 km, proporciona uma experiência única com vistas panorâmicas deslumbrantes. Durante o passeio, é possível admirar os impressionantes cânions de arenito e conglomerado, além de pinturas rupestres com 6 a 12 mil anos de história. O percurso também oferece momentos de relaxamento com banhos em caldeirões naturais, cercados por uma natureza completamente preservada. Uma oportunidade imperdível para quem busca beleza, história e contato direto com o meio ambiente.

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



Fonte: Embratur.

## Ativação da Rota das Emoções durante FITUR 2025

### Destino contemplado: Rota das Emoções

**Descritivo:** Para a FITUR Madrid 2025, foi selecionada a experiência do Piauí “Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim” que faz parte da “Rota das Emoções”. O destino "Rota das Emoções" foi escolhido com base em suas características singulares e na motivação dos turistas espanhóis.

Experiência “Passeio de caiaque pelo Rio Camurupim”    Ativação Rota das Emoções na FITUR 2025



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 do Piauí, São Luís e Parque Nacional da Serra da Capivara

**Mercado ativado:** França

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

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



Fonte: Embratur.

## Visit Brasil News (Newsletter)

É uma ferramenta estratégica de promoção turística, em formato de newsletter mensal, que conecta operadores, agências, imprensa e demais players do trade internacional com informações estratégicas sobre o turismo brasileiro: traz análises de tendências de mercado, lançamentos de produtos e roteiros, agenda de feiras e rodadas de negócios, casos de sucesso B2B e calls-to-action para catálogos e briefings, tudo com curadoria editorial e design otimizado para maximizar a taxa de abertura, engajamento e geração de leads, fortalecendo o conhecimento, a consideração e a retenção da Marca Brasil nos mercados emissores.

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

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Visit Brasil News 7º edição

**Destino contemplado:** Parnaíba (Delta do Parnaíba).

**Descritivo:** 7º edição da newsletter promoveu o programa "Brasil Travel Specialist"; anunciou novas rotas aéreas e divulgou a Rota das Emoções apresentada na FITUR, com destaque para o Delta do Parnaíba.



### Das dunas inundadas ao kitesurf em praias paradisíacas

Durante a participação da FITUR 2025, o Brasil apresentou um dos seus grandes tesouros: a **Rota das Emoções**. Caminhar pela imensidão exuberante dos **Lençóis Maranhenses**, assistir à magnífica revoada dos guarás no **Delta do Parnaíba**, praticar kitesurf em praias paradisíacas de **Jericoacoara** são algumas das experiências imperdíveis da Rota das Emoções. O roteiro passa por três estados do nordeste brasileiro e mostra um Brasil autêntico!

Fonte: Embratur.

## Ações com Companhias Aéreas

### Editais de Chamamento de Propostas de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos (Pati)

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

## Participação no PRÉ-FITUR

### Destino contemplado: Rota das Emoções

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



## Ativação em parceria com TAP Airlines durante FITUR 2025

### Destino contemplado: Rota das Emoções

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

## Ações de Apoio à Comercialização Internacional

As ações de apoio à comercialização internacional consistem em um conjunto articulado de ferramentas estratégicas voltadas à facilitação do acesso e ao fortalecimento da presença dos destinos e produtos turísticos brasileiros nos mercados emissores internacionais prioritários. Essas iniciativas contemplam ações estruturadas que visam estimular a geração de negócios, ampliar as conexões comerciais e consolidar canais de distribuição entre os destinos brasileiros e os principais *players* do *trade* turístico global.

O objetivo é ampliar a visibilidade dos produtos turísticos brasileiros, estimular a inserção competitiva das empresas nacionais no mercado externo e, conseqüentemente, fomentar o aumento do fluxo de turistas internacionais ao Brasil, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no país.

### Roadshow

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

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

#### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Roadshow Visit Nordeste - 2025

**Destino contemplado:** Estado do Piauí.

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

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

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



Fonte: Embratur.

### 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\*

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

## Famtour 11: Rota das Emoções

**Destinos contemplados:** Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correa, Barra Grande e Cajueiro da Praia.

**Mercados ativados:** Espanha, México.

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

**Descritivo:** o famtour contou com a participação de oito operadores e/ou agentes de viagem representantes de operadoras de turismo com sede na Espanha e México. Realizada entre os dias 06 a 14 de junho de 2025, a ação proporcionou aos participantes uma experiência imersiva na Rota das Emoções.



Fonte: Embratur.

## Famtour 12: Serra da Capivara

**Destino contemplado:** São Raimundo Nonato.

**Mercados ativados:** Bélgica, Canadá, França e Suíça.

**Segmentos e nichos:** Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo Cultural. Patrimônio

**Descritivo:** Famtour, com oito profissionais de turismo oriundos da Bélgica, Canadá, França e Suíça, realizado 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.

## Brasil Travel Specialist

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

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

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

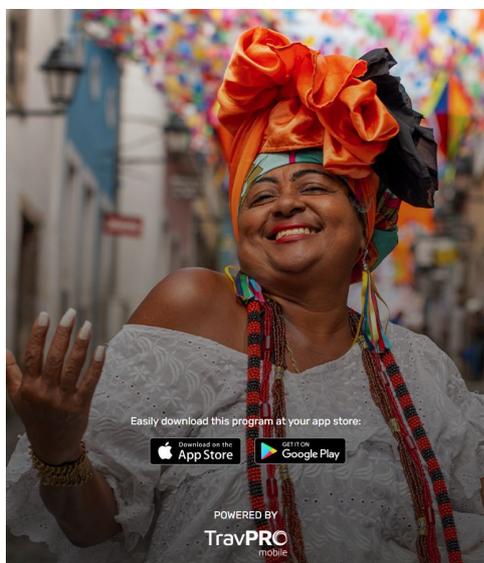
Consideração

## Módulo: Ecoturismo e Turismo de Aventura

**Destinos contemplados:** Rota das Emoções.

**Segmentos:** Ecoturismo e Turismo de Aventura.

**Descritivo:** planejamento, curadoria e disponibilização de conteúdo sobre o destino, nos idiomas espanhol e inglês, para o treinamento online e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais, além de incluir um programa de incentivos com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e impulsionar a comercialização das experiências turísticas brasileiras.



Easily download this program at your app store:



POWERED BY  
TravPRO  
mobile



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](#).

## Capacitação de Mercados Internacionais

É uma ferramenta estratégica de desenvolvimento profissional que oferece sessões online interativas, ministradas por especialistas da Embratur e parceiros, para atualizar operadores, agências e outros players do *trade* sobre produtos, tendências de mercado e melhores práticas de venda do Brasil. Por meio de apresentações técnicas, estudos de caso e Q&A ao vivo, os webinars promovem a difusão de conhecimento, estreitam relacionamentos e geram leads qualificados, preparando o *trade* para oferecer o destino Brasil com excelência.

**Público-alvo:** B2B (operadores, agentes de viagens, DMCs e distribuidores internacionais de turismo e cias aéreas)

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Capacitação AMEX Roma

Capacitação AMEX presencial facilitada pela Coordenação de Mercados Internacionais para agentes de viagem do *trade* Italiano realizada em parceria com a Embaixada de Roma e organizada pela TAP Itália.

**Destino contemplado:** Estado do Piauí.

**Mercado Ativado:** Itália.

**Segmentos:** Turismo de Luxo.

**Número de participantes:** 15.



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