



PRINCIPAIS  
AÇÕES

# RIO GRANDE DO NORTE

 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

1

## Apresentação

2

## Rio Grande do Norte em Números

3

## Principais Ações - 2023 e 2024

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

4

## Principais Ações - 1º Semestre 2025

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

# 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.

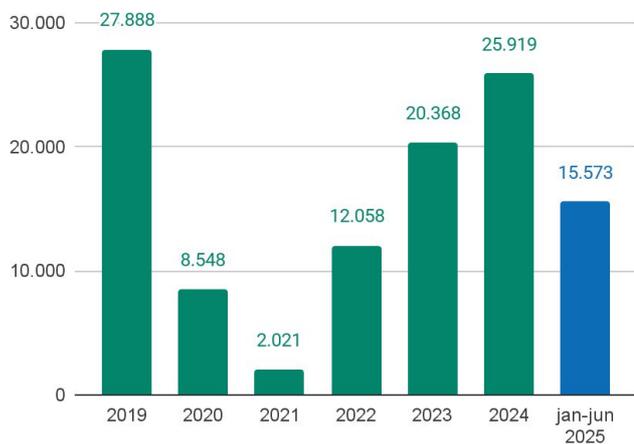
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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 Rio Grande do Norte**, 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 Rio Grande do Norte 25.919 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 20.368 em 2023 e 25.919 em 2024, representando um aumento de 27,25%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Rio Grande do Norte em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 15.573 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Rio Grande do Norte. No mesmo período de 2024, foram 11.140, o que representa aumento de 39,79%.

## Entradas de turistas estrangeiros pelo RN



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o RN\*

\*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais)	Tap e Gol.
Países de origem:	Portugal e Argentina.
Cidades de origem:	Lisboa e Buenos Aires.
Quantidade de voos:	- 213
Assentos disponíveis:	- 36.648
Participação de RN na oferta de voos para o Brasil:	- 0,58%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

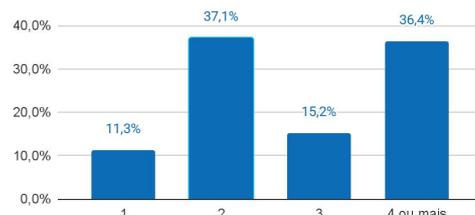
O Rio Grande do Norte recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Portugal, Uruguai e Paraguai no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (70,7%), Rio de Janeiro (15,3%), Brasília (9,0%) e Fortaleza (2,2%) como portões de entrada, além do Aeroporto de Natal.

Fonte: Forwardkeys e Embratur.

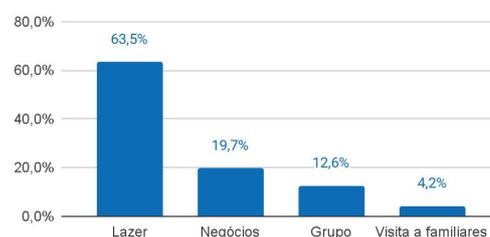


ForwardKeys

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



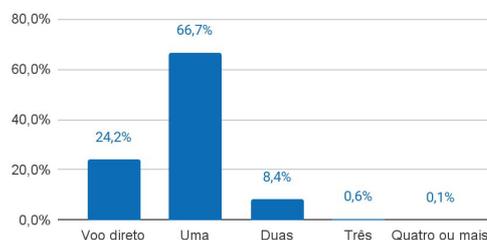
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais 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.

### 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 Grande do Norte - 2023

**Destinos contemplados:** Natal, Caicó e Tibau do Sul.

**Mercado ativado:** França.

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

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

#### Press Trip Brasília, Tibau do Sul e Natal - 2024

**Destinos contemplados:** Tibau do Sul e Natal.

**Mercados ativados:** Argentina e Chile.

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

**Principais resultados:** esta press trip contou com a participação de 5 participantes, sendo 2 jornalistas da Argentina e 3 jornalistas do Chile.



## 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:** Estado do Rio Grande do Norte.

**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.



## Galeria Visit Brasil

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

## Galeria Visit Brasil Londres- 2023

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.

**Destino contemplado:** Estado do Rio Grande do Norte.

**Mercado ativado:** Reino Unido.

**Segmentos:** Turismo Cultural. Turismo de Sol e Praia.

**Principais resultados:** Galeria executada no período de 3 a 4 de novembro de 2023, na cidade de Londres, com a participação de 319 visitantes. Foi promovida uma experiência com degustação e mostra viva rendeira pelo Estado do Rio Grande do Norte.






### EXPERIÊNCIA RIO GRANDE DO NORTE

**Degustação + Mostra Viva Rendeira,** promovendo o estado do Rio Grande do Norte como destino turístico em âmbito internacional, divulgando as potencialidades e a cultura da região.



EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

## 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 Rio Grande do Norte:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FITUR Madri	2023	Espanha	Estado do Rio Grande do Norte
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Rio Grande do Norte
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Estado do Rio Grande do Norte
TTG Travel Experience	2023	Itália	Estado do Rio Grande do Norte
WTM London	2023	Reino Unido	Estado do Rio Grande do Norte
FITUR Madri	2024	Espanha	Estado do Rio Grande do Norte
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Rio Grande do Norte
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Rio Grande do Norte

## 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 Latinos - 2023

Campanha promocional do turismo brasileiro para o mercado latino em canais on e offline, realizada entre outubro e novembro de 2023. A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, portanto, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, com praias deslumbrantes, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

**Destino contemplado:** Tibau do Sul (Pipa).

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

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais - Meta, TikTok e LinkedIn; Inovadores Digitais - Google e YouTube; Online Travel Agencies - Despegar, All Seasons e Mega Travel, Publicidade programática - GDB e Teads; TV Conectada - Showheroes; Companhias Aéreas - Jetsmart e Sky.

**Principais resultados:** foram geradas 71.019.771 de impressões; 438.179 cliques, com uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.



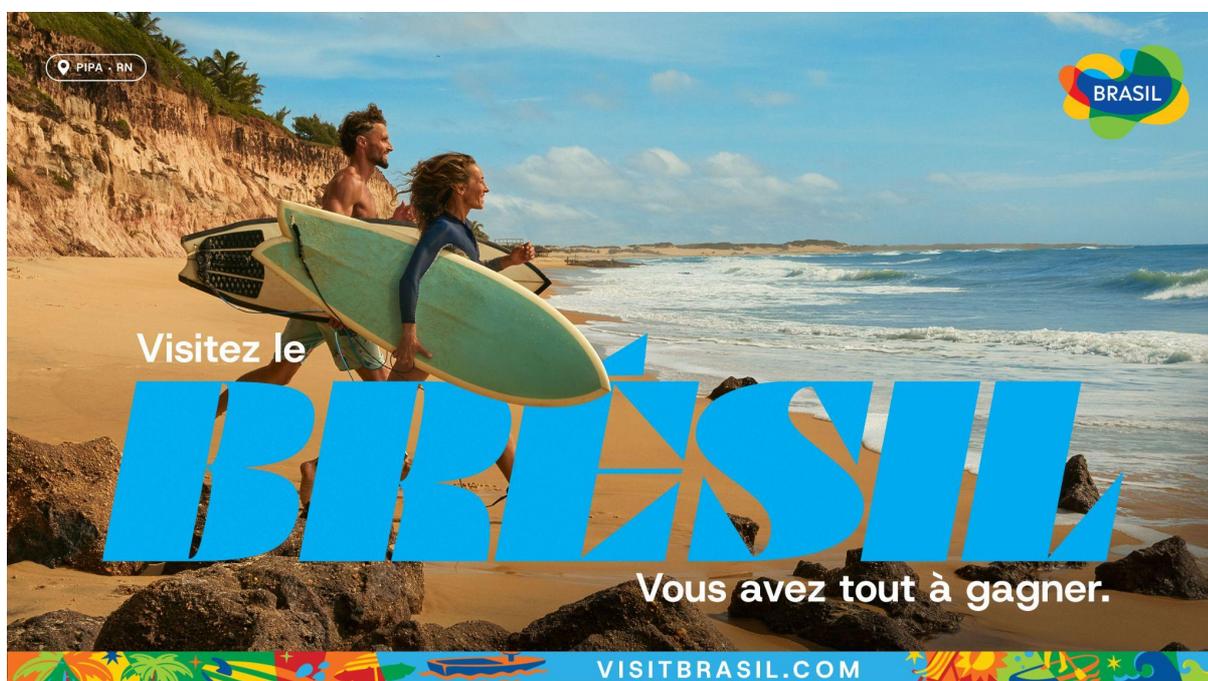
## Campanha Promocional Europa - 2024

Campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa em meios on e offline, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. Pretendeu-se destacar a diversidade natural do Brasil, além do foco esportivo, atraindo os turistas europeus para vivenciarem experiências únicas, valorizando as belezas naturais e culturais, além de destacar seu compromisso com a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. A campanha associava cada localidade com um modalidade esportiva praticada na olimpíada.

**Destinos contemplados:** Tibau do Sul (Pipa).

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

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



## Ações Promocionais Digitais

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

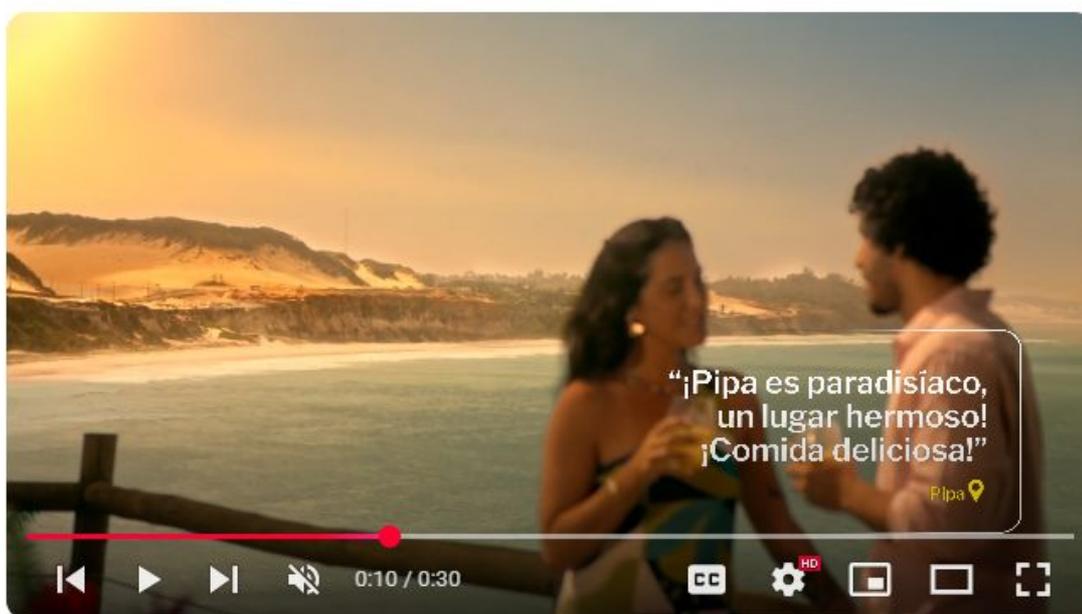
### Campanha Always On - 2024

**Destino contemplado:** Pipa.

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

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

**Principais resultados:** aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.



### Disfrutá de un Brasil Espectacular



Visit Brasil  
34.2K subscribers

Subscribe

5



Share



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

**Destino contemplado:** Tibau do Sul.

**Número de participantes:** 26 participantes.



### Banco de Imagens

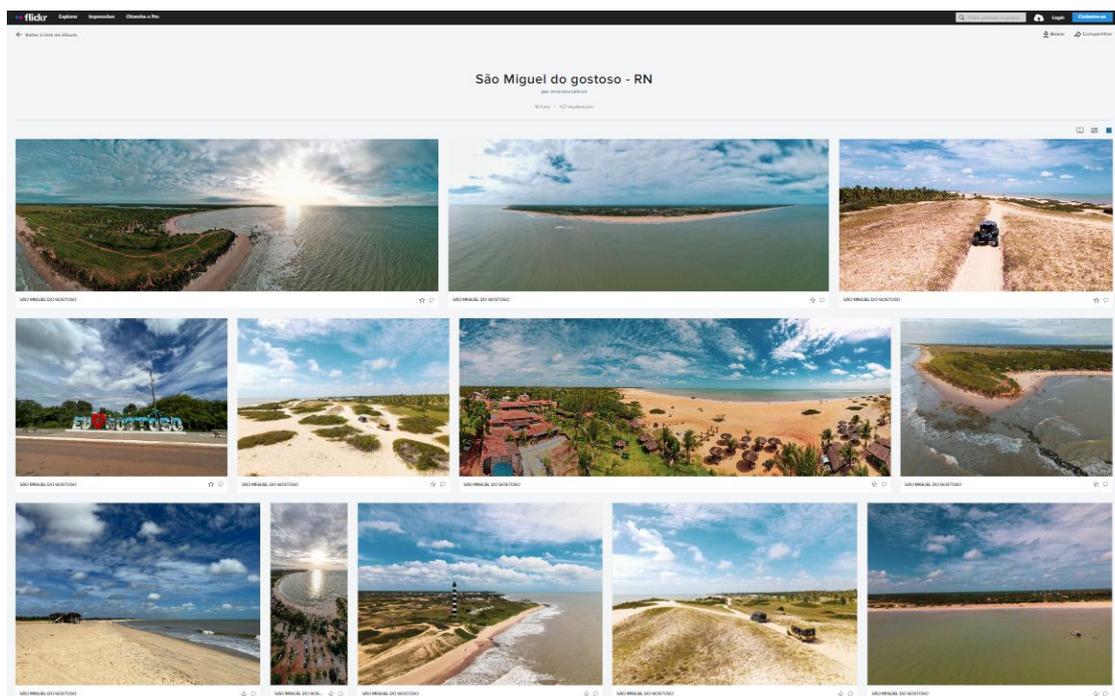
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

### Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023:

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas.

**Destinos contemplados:** Natal, Tibau do sul (Pipa), São Miguel do Gostoso, Galinhos, Natal.

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



## Relatórios e Estudos

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

### Relatório de Mercados Estratégicos: Jornada do Turista Internacional

**2023:** Jornada do Turista Internacional (Capítulo Rio Grande do Norte).

**2024:** Relatório de Segmento Tibau do Sul/RN.

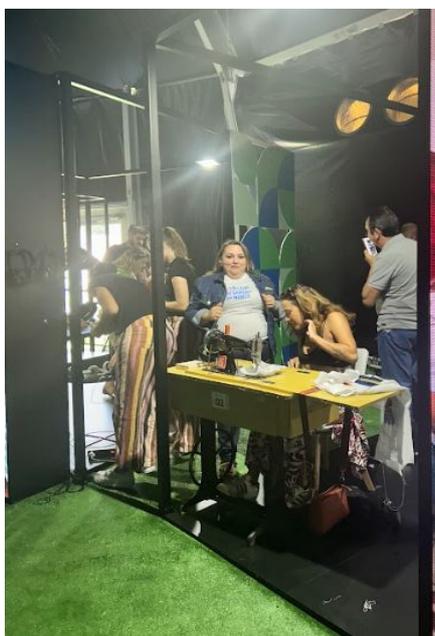
## Casa Brasil

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.

**Destinos contemplados:** Timbaúba dos Batistas e Tibau do Sul (Pipa).

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

**Participação:** o Rio Grande do Norte utilizou a Casa Brasil para promover o turismo de sol e praia, além de mostrar seu potencial para o turismo cultural, esportivo e de aventura, com especial destaque para a prática do Kitesurf. A ação foi fundamental para atrair novos turistas e investimentos para o estado. O Estado junto ao Município de Timbaúba dos Batistas levaram duas bordadeiras para tecer jaquetas e bastidores ao vivo.



## 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.

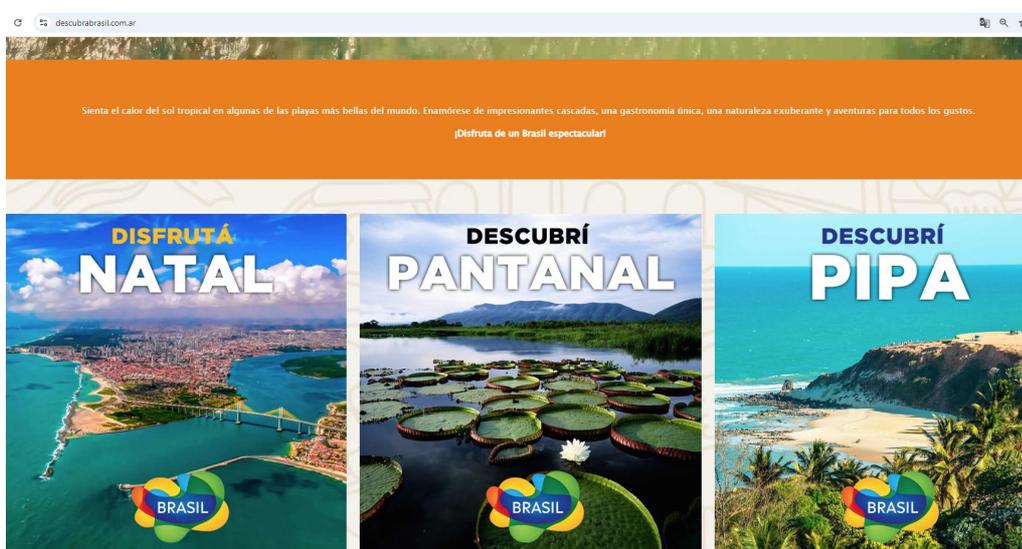
## Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual ([www.descubrabil.com.ar](http://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.

**Destinos contemplados:** Natal e Tibau do Sul (Pipa).

**Mercado ativado:** Argentina.

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

### 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

## Visit Brasil 3 - 2025

**Destinos contemplados:** Genipabu, Natal e Pipa.

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

**Segmentos:** Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo Cultural, Turismo de Sol e Praia.

**Nicho:** Gastronomia.

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

Print do conteúdo de Pipa, para a Argentina



Fonte: Embratur.

## Ações de Apoio à Comercialização Internacional

As ações 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.

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

3

Conversão\*

## Roadshow Visit Nordeste - 2025

**Destino contemplado:** Estado do Rio Grande do Norte.

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

**Principais resultados:** o Roadshow Visit Nordeste 2025, que aconteceu 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

Print do [materia](#) no site [blogantenado.com](#)

# RN integra exposição “Visite o Nordeste” e divulga potencial turístico no mercado europeu

By Eugênio Bezerra • abril 1, 2025 • 2 mins read

116,0 Views



## 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 Rio Grande do Norte:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
ITB Berlin	2025	Alemanha	Estado do Rio Grande do Norte
Vitrine Turística ANATO	2025	Colômbia	Estado do Rio Grande do Norte

### Print da participação na Anato 2025



Fonte: Instagram @rnemprotur

## Outras Ações

### Workshop de Capacitação Nacional:

É uma ferramenta estratégica voltada ao fortalecimento da competitividade do turismo brasileiro no cenário internacional. Realizados em diversas Unidades da Federação, esses encontros promovem a qualificação técnica do trade nacional por meio de conteúdos atualizados e direcionados, abordando temas como marketing internacional, comportamento do viajante internacional, inteligência de mercado, tendências globais de consumo, inovação em experiências turísticas e oportunidades em mercados estratégicos. Ao articular conhecimento, dados e práticas de promoção internacional, a ação contribui para alinhar a oferta nacional às demandas do mercado global, ampliando o preparo dos destinos e agentes locais para atuação eficaz na promoção e comercialização do Brasil como destino turístico internacional.

**Público-alvo:** B2G. B2B e B2C

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

### Encontro para Apresentação do Plano Brasis 2025-2027 - Rio Grande do Norte

**Destino contemplado:** Natal.

**Descritivo:** Encontro de Apresentação do Plano Brasis, realizado no dia 16/06/2025, no Centro de Convenções de Natal (Pavilhão Nísia Floresta, com a participação de 275 pessoas. Esse encontro teve por objetivo o alinhamento da estratégia nacional de promoção turística internacional e orientações para as ações de promoção turística internacional do estado.



Fonte: Embratur.

## Relatórios e Estudos de Inteligência:

É uma ferramenta estratégica de inteligência de mercado que visa subsidiar a tomada de decisões no campo da promoção e comercialização turística. Esses documentos oferecem análises aprofundadas de dados, tendências de mercado, comportamento do consumidor e projeções de cenários futuros. Com base em metodologias analíticas, os estudos orientam ações mais eficazes, permitem o direcionamento de recursos e fortalecem o posicionamento competitivo do Brasil como destino turístico. A Embratur utiliza esses insumos para planejar, ajustar e validar suas estratégias, alinhando-as às dinâmicas do turismo internacional.

**Público:** B2B2C

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Plano Brasis: Plano de Ação para Promoção Turística Internacional - RN

**Destino contemplado:** Estado do Rio Grande do Norte.

**Descritivo:** documento que orienta e alinha as ações do Estado com a Estratégia de Marketing Turístico Internacional do Brasil (Plano Brasis) para o período de 2025 a 2027



Fonte: Embratur.

## Concursos e Premiações

Essa modalidade tem como foco identificar e reconhecer, por meio de premiações financeiras ou não financeiras, empresas, iniciativas e soluções que se destaquem em termos de inovação e outros critérios técnicos definidos conforme os temas e especificidades de cada chamada. Os concursos funcionam como uma vitrine para boas práticas e ideias transformadoras, além de ampliar o alcance e o engajamento do ecossistema de inovação no setor de turismo.

**Público:** B2B

### Etapas do funil de vendas:

1

Conscientização

2

Conhecimento

3

Consideração

4

Conversão

## Editais Rota das Monografias

**Destino contemplado:** Estado do Rio Grande do Norte.

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

**Premiação da monografia:** RECURSOS E FERRAMENTAS DE TECNOLOGIAS DE TURISMO INTELIGENTE: UM ESTUDO EM EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS EM NATAL/RN. Do Curso de Bacharelado em Turismo - UFRN. Autora: Silva, Beatriz Nascimento da.



Fonte: Embratur.

