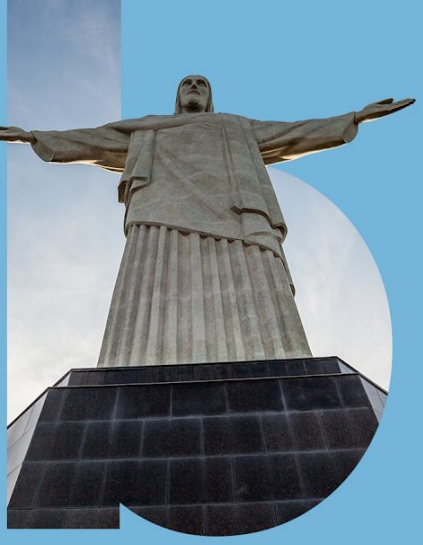


BRASIL

PRINCIPAIS AÇÕES

RIO DE JANEIRO

Embratur

Embratur

FICHA TÉCNICA

EMBRATUR

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur
Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete (PRESI)
Bruno Villa Santana

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)
Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete (DGI)
Roseane Costa Pereira da Silva

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)
Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete (DMINS)
Sáskia Lima de Castro

Gerência de Projetos Especiais (GPESP)
Marcelle Mello de Carvalho

Gerência de Inovação (GI)
Marina Dimetre Fernandes Arruda

Gerência de Comunicação (GCOM)
Rafael Mello Rodrigues

Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade (GIDC)
Fábio Montanheiro

Gerência de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional (GNEI)
Alexandre Nakagawa

Gerência de Eventos Internacionais (GEI)
Simone Scorsato

Gerência de Integração de Projetos (GIP)
Adriana de Lucena Francisco

Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca (GCIGM)
Patrick Leal Costa

Gerência de Projetos Estruturantes (GRPE)
Ana Paula Caetano Jacques

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Coordenação de Gestão Estratégica
Carolina Stolf

Inteligência de Dados
Anner Luis Pariche Valdiviezo
Cristiano Borges
Daniele Montenegro
Edson Duarte
Scarlett Queen Bispo
Theogenes Rocha

Elaboração
Ângela Braga
Lídice Calixto Moraes
Yure Lobo

Design Gráfico
Natália Bomfim
Ronald Andrade
Marília da Silva Ferreira

1 Apresentação

2 Rio de Janeiro 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 - 1° Semestre 2025

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

apresentação

1

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

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

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

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

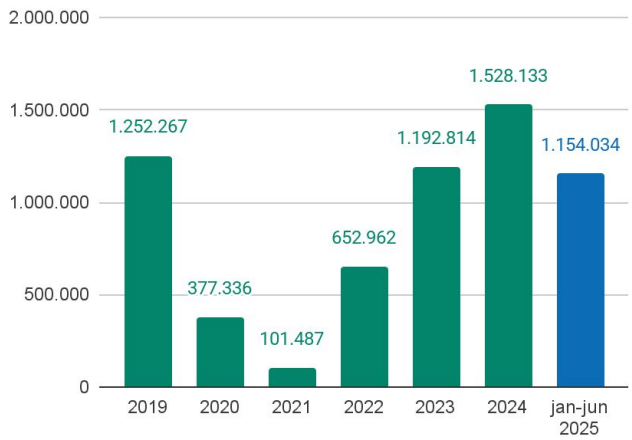
2 Rio de Janeiro em Números | 2023-2025

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

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Rio de Janeiro 1.528.133 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 1.192.814 em 2023 e 1.528.133 em 2024, representando um aumento de 28,11%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Rio de Janeiro em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 1.154.034 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Rio de Janeiro. No mesmo período de 2024, foram 760.280, o que representa aumento de 51,10%.

Entradas de turistas estrangeiros pelo RJ



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o RJ*

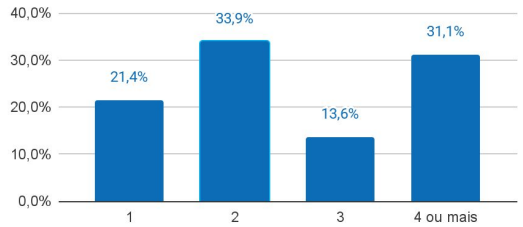
*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais)		JetSmart, Gol, Aerolineas Argentinas, Latam, British Airways, Sky Airline. TAP, American Airlines, Emirates, Flybondi, Copa Airlines, Air France, Avianca, Delta Air Lines e Alitalia.
Países de origem (principais):		Argentina, Chile, Estados Unidos, Portugal, Uruguai, Panamá, França, Colômbia, Reino Unido, Itália, Países Baixos, Emirados Árabes Unidos, Alemanha, Espanha, Peru e Paraguai.
Cidades de origem: (principais)		Buenos Aires, Santiago, Lisboa, Montevidéu, Cidade do Panamá, Paris, Bogotá, Miami, Londres, Roma, Amsterdam, Dubai, Córdoba, Nova York e Houston.
Quantidade de voos:	-	8.090
Assentos disponíveis:	-	1.785.310
Participação de RJ na oferta de voos para o Brasil:	-	21,9%

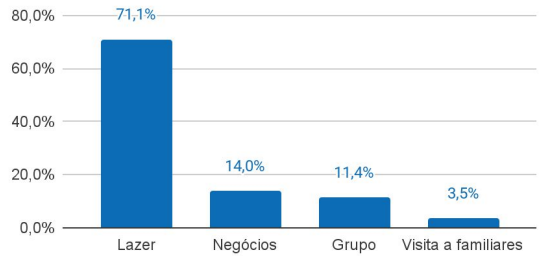
Fonte: Flowardkeys e Embratur.

ForwardKeys

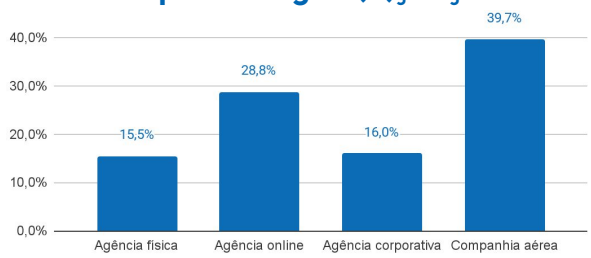
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



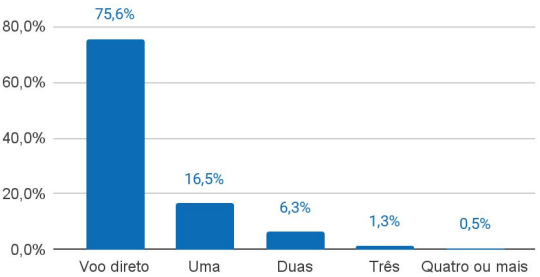
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



Quantidade de conexões até a RJ (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada:	São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Rio de Janeiro recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Estados Unidos, França e Portugal no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (76,7%), Brasília (5,3%), Florianópolis (3,5%) como portões de entrada além do Aeroporto do Rio de Janeiro (Galeão). Fonte: ForwardKeys e Embratur.

3 Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

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

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 Mercado Latino

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) e Foz do Iguaçu (PR).

Mercado ativado: Argentina, Chile, México, Paraguai.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos.

Principais resultados: o famtour contou com a participação de 8 operadores internacionais, em setembro de 2023, sendo dois da Argentina, três do México, um do Chile e dois do Paraguai. Estimou-se a entrada de, aproximadamente, 2.000 novos turistas como resultado dessa ação.

Famtour Foz do Iguaçu e Rio de Janeiro - 2024

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) e Foz do Iguaçu (PR).

Mercado ativado: México e Peru

Segmentos: Multiproduto.

Principais resultados: o *famtour*, realizado dia 09 de agosto de 2024, com a participação dos 7 operadores e/ou agentes de viagem, sendo 4 do México e 3 do Peru, do segmento de multiprodutos

Famtour Rio de Janeiro e São Paulo - 2024

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP).

Mercados ativados: México e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos.

Principais resultados: o famtour contou com a participação de 10 operadores internacionais provenientes do México e Colômbia, em março de 2024. Estimou-se, dentro do período de um ano, a expectativa de receber até 1900 turistas mexicanos, que podem potencialmente gerar até 7 milhões de reais de incremento na economia brasileira. Já para o mercado colombiano, o número de turistas é de até 700, que podem gerar até 2 milhões de reais.

Famtour Mercado Estados Unidos - 2024

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA).

Mercado ativado: Estados Unidos

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

Principais resultados: o famtour contou com a participação de 8 operadores internacionais provenientes dos Estados Unidos, no mês de março de 2024. Estimou-se que esta ação possa atrair mais de 1.000 turistas americanos, que podem potencializar a geração de até 4 milhões de reais na economia brasileira.

Famtour Rio de Janeiro (RJ)- 2024

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) .

Mercados ativados: Reino Unido.

Segmentos: Turismo Cultural, Ecoturismo

Principais resultados: foi executado um famtour com 10 operadores oriundos do Reino Unido no Rio de Janeiro/RJ.

Famtour Maceió (AL) e Rio de Janeiro (RJ)- 2024

Destinos contemplados: Rio de Janeiro (RJ) e Maceió (AL).

Mercados ativados: Argentina e Paraguai.

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

Principais resultados: o famtour, realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, contou com a participação de 8 operadores e/ou agentes de viagem, especializados no segmento multiprodutos, com foco especial em lazer e resorts, sendo 4 da Argentina e 4 do Paraguai. Resultados em apuração no 2o semestre de 2024.

Famtour Brasília (DF), Chapada dos Veadeiros (GO) e Rio de Janeiro (RJ) - 2024

Destinos contemplados: Brasília (DF), Chapada dos Veadeiros (GO) e Rio de Janeiro (RJ).

Mercados ativados: Chile e Colômbia.

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

Principais resultados: o famtour, realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, contou com a participação de 7 operadores e/ou agentes de viagem, do segmento de multiprodutos, em especial o segmento de turismo de natureza e ecoturismo, sendo 3 do Chile e 4 da Colômbia. Resultados em apuração no 2o semestre de 2024.

Press Trip

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

Press Trip Mercado Europeu - 2023

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: França.

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

Principais resultados: esta press trip contou com a participação de 5 jornalistas franceses. Estimou-se um alcance de público e +2,2 milhões de usuário únicos e um valor de exposição midiática de R$ 3,1 milhões.

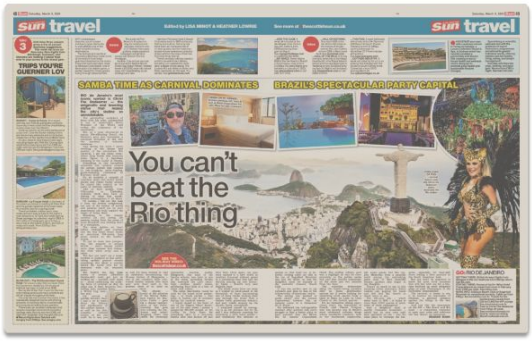
Press Trip Mercado Europeu - 2024

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Reino Unido.

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

Principais resultados: esta press trip ocorreu no período de 08 e 14 de fevereiro, com 5 jornalistas britânicos. Foi gerado total de 4 matérias em veículos relevantes, bem como diversos conteúdos em redes sociais publicados por convidados em tempo real, a press trip com destino ao Rio de Janeiro gerou mais de R$ 6,7 milhões em valoração de mídia.



Press Trip Mercado Latino - 2024

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Argentina e Chile.

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

Principais resultados: esta press trip ocorreu no período de 4 a 11 de agosto de 2024, com 5 participantes, sendo 2 jornalistas chilenos e 3 jornalistas argentinos. Os resultados serão apurados no 2o semestre de 2024.

Press Trip Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu

Destinos contemplados: Foz do Iguaçu

Mercado ativado: Estados Unidos.

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

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

Galeria Visit Brasil

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

Galeria Visit Brasil Los Angeles - 2023

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Estados Unidos.

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

Principais resultados: a Galeria Visit Brasil Los Angeles foi executada no período de 2 a 4 de novembro de 2023, em Los Angeles, com a participação de 114 visitantes. Já a Galeria Visit Brasil Miami foi executada no período de 9 a 11 de novembro de 2023, em Miami, com a participação de 115 participantes. O Rio de Janeiro foi contemplado com uma experiência imersiva, por meio de uma masterclass de samba

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 de Janeiro:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
IBTM World	2023	Espanha	Rio de Janeiro
FIT América Latina	2023	Argentina	Rio de Janeiro
New York International Travel Show	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
FITUR Madri	2023	Espanha	Rio de Janeiro
Vitrina Turística ANATO	2023	Colômbia	Rio de Janeiro
BTL Lisboa	2023	Portugal	Rio de Janeiro
ITB Berlim	2023	Alemanha	Rio de Janeiro
Seatrade Cruise Global	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	Rio de Janeiro
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Rio de Janeiro
TTG Travel Experience	2023	Itália	Rio de Janeiro
IMEX America	2023	Estados Unidos	Rio de Janeiro
WTM London	2023	Reino Unido	Rio de Janeiro
FITUR Madri	2024	Espanha	Rio de Janeiro
FIEXPO Latin America	2024	Panamá	Rio de Janeiro
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	Rio de Janeiro
IFTM Top Resa	2024	França	Rio de Janeiro
WTM London	2024	Reino Unidos	Rio de Janeiro
TTG Travel Experience	2024	Itália	Rio de Janeiro
IBTM World	2024	Espanha	Rio de Janeiro
FITPAR Paraguai	2024	Paraguai	Rio de Janeiro
FIT América Latina	2024	Argentina	Rio de Janeiro
ILTM Cannes	2024	França	Rio de Janeiro

Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

Campanhas Promocionais Segmentadas

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

Campanha Promocional Estados Unidos - 2023

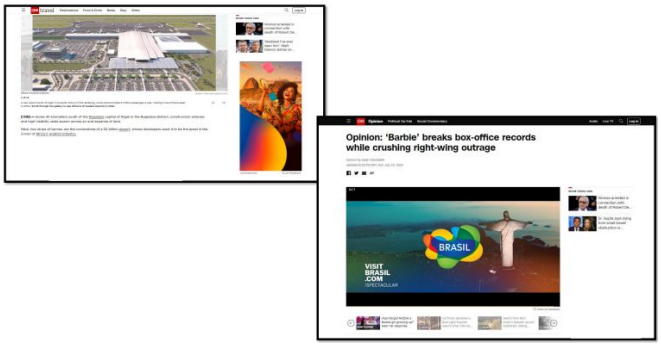
A iniciativa visa revitalizar a percepção do Brasil como um destino turístico singular para os visitantes dos Estados Unidos, destacando mensagens fundamentais. Nosso propósito inclui o incremento significativo do fluxo de turistas norte-americanos durante seus períodos de férias no Brasil.

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

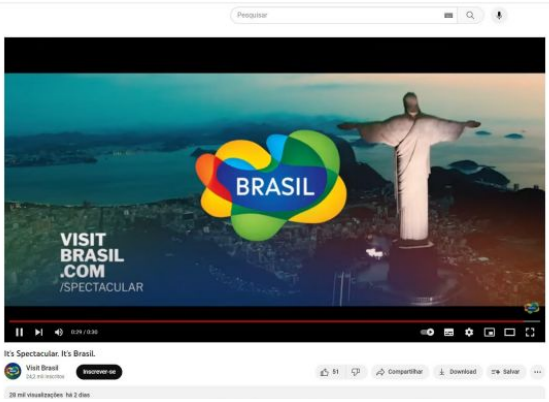
Mercado ativado: Estados Unidos.

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) e Cartão de Crédito (American Express).

Principais resultados: 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%.



CNN
Período de veiculação: julho a agosto



YOUTUBE
Período de veiculação: julho a agosto

Campanha Promocional Europa - 2023

A campanha publicitária e de marketing digital, denominada "Discover Spectacular Brazil" (Descubra um Brasil Espetacular), portanto, teve o intuito de mostrar para o público europeu um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

Destino contemplado: Rio de Janeiro e Paraty.

Mercado ativado: França, Reino Unido, Alemanha, Holanda, Suíça, Portugal, Espanha.

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) e Cartão de Crédito (American Express).

Principais resultados: campanha realizada em canais on e offline, entre outubro e novembro de 2023. Estima-se ter alcançado mais de 20 milhões de pessoas durante todo o período da campanha, com uma entrega de + de 130 mil inserções.

Campanha Promocional Latinos - 2023

Campanha publicitária e de marketing digital com objetivo de reforçar o Brasil como um destino de férias e feriados ideais para as atividades de Sol e Praia. O público-alvo possui um interesse especial em destinos internacionais, com preferência por locais na América do Sul ou com características semelhantes ao Brasil. Além disso, buscam experiências de viagem que incluam conteúdos turísticos ambientalmente e socialmente sustentáveis.

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok e LinkedIn); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies3 (Despegar, All Seasons e Mega Travel); Publicidade programática (GDB e Teads); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhias Aéreas (Jetsmart e Sky).

Principais resultados: campanha realizada em canais on e offline, entre outubro e novembro de 2023. Estimou-se como resultado global dessa iniciativa um total de 71.019.771 impressões, 438.179 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.

Campanha Promocional Estados Unidos - 2024

A iniciativa visa revitalizar a percepção do Brasil como um destino turístico singular para os visitantes dos Estados Unidos, destacando mensagens fundamentais. Nosso propósito inclui o incremento significativo do fluxo de turistas norte-americanos durante seus períodos de férias no Brasil.

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Estados Unidos.

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

Principais resultados: A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “It’s Spectacular. It's for you.” (É espetacular. É para você), foi realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. O intuito foi 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 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.

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

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

Segmentos: Turismo Esportivo (Mountain Bike), Turismo de Natureza e Turismo Cultural.

Campanha Promocional do Brasil na América Latina - 2024

Destino contemplado: Búzios (RJ)

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.

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.

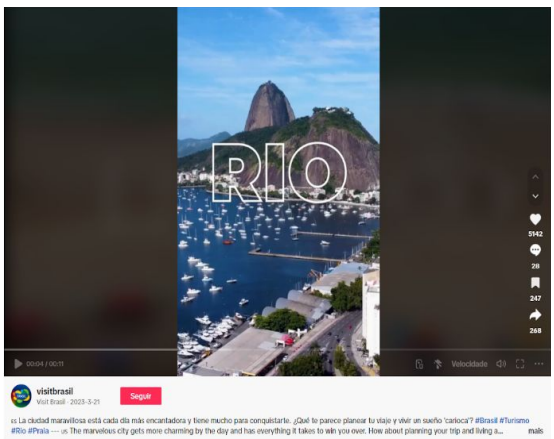
Campanha Always On - 2024

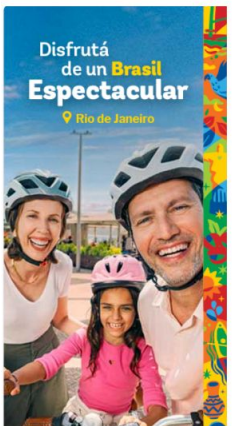
Destino contemplado: Rio de Janeiro.

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.





Outras Ações

Workshop de Capacitação Nacional

Esta ação consiste na capacitação e preparação do mercado nacional para melhoria da competitividade internacional, por meio de workshops realizados nas Unidades da Federação, com conteúdos relacionados ao comportamento dos viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

Workshop "Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo" - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado no Rio de Janeiro, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Participantes: 27 pessoas.

Banco de Imagens

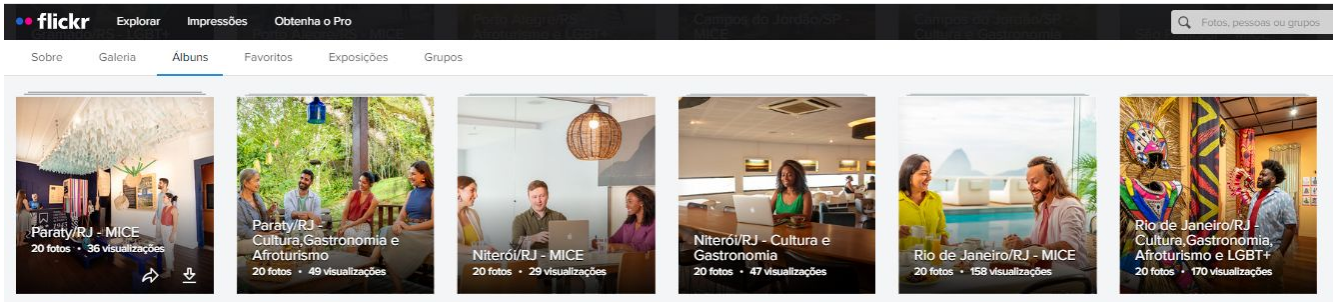
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023

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

Destinos contemplados: Rio de Janeiro, Paraty e Niterói.

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 de Janeiro).

Relatório sobre Riscos Climáticos: Costa Verde - Paraty

2023: estudo com objetivo de analisar os riscos climáticos e as práticas de sustentabilidade adotadas pelos pequenos negócios de turismo na região e recomendações de ações de mitigação.

Promoção do Afroturismo

Esta iniciativa visa promover o afroturismo como uma atividade que facilita a reconexão com a identidade e a história afrodescendente, valorizando as contribuições e perspectivas negras através do turismo. Trata-se de uma experiência que engloba produtos e serviços criados e oferecidos por pessoas negras, especialmente, para a comunidade negra.

Afroturismo na WTM América Latina

2023: reunião da Embratur com representantes de 15 organizações que promovem o afroturismo no Brasil na feira WTM América Latina.

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Afroturismo na ABAV Expo 2023

2023: Apresentação sobre Afroturismo em painel na feira ABAV Expo 2023.

Destino Contemplado: Rio de Janeiro.

Casa Brasil

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

Destino contemplado: Rio de Janeiro

Participação: como uma das principais vitrines turísticas do Brasil, o Rio de Janeiro aproveitou a Casa Brasil para destacar suas atrações culturais e naturais Cristo Redentor e a escadaria Selarón em formato instagramável, além de reforçar o Carnaval carioca como evento de referência para o turismo internacional, com exposição de uma fantasia reciclada e totem de quiz. A participação do estado foi estratégica para promover o turismo pós-Olimpíadas. Durante os 17 dias, o Visit Rio aplicou um Quizz sobre a cidade e, no dia 11/08, levou a roda de samba Samba de Quartier.

Ações ESG

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

Diagnóstico ESG dos destinos brasileiros

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

Destinos contemplados: Rio de Janeiro e Petrópolis.

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.

35ª Bauernfest: Festa do Colono Alemão de Petrópolis/RJ - 2024

O evento, patrocinado pela Embratur, tem como foco a promoção da cultura e o resgate das origens, gerando conhecimento geral da cultura alemã, além de empregos diretos e indiretos. O evento fomenta também o comércio local e a divulgação internacional de Petrópolis.

Destino contemplado: Petrópolis.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico.

3° Festival das Estrelas

A iniciativa, com patrocínio da Embratur, tem como objetivo principal a popularização da ciência através da astronomia e a promoção do astroturismo. A cidade de Santa Maria Madalena é o ponto de referência para observação do céu noturno no Estado do Rio de Janeiro, no Brasil e na América Latina.

Destino contemplado: Santa Maria Madalena.

Segmentos: Astroturismo, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico

Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual (www.descubrabrasil.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: Rio de Janeiro.

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, 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.

Presstrip

É uma ferramenta estratégica de promoção e relacionamento internacional voltada para jornalistas e veículos de comunicação dos mercados emissores estratégicos, com o objetivo de gerar cobertura editorial espontânea e qualificada sobre o Brasil como destino turístico. Seu principal objetivo é promover o destino Brasil por meio da experimentação direta, proporcionando vivências e experiências autênticas, com roteiros personalizados. A partir disso, espera-se que os participantes produzam reportagens, matérias e artigos em meios de comunicação impressos, digitais e/ou audiovisuais. As press trips contribuem diretamente para o fortalecimento da reputação do país, ampliam a visibilidade internacional e reforçam a credibilidade das ações institucionais de promoção.

Conversão principal: mídia espontânea em veículos qualificados.

Público-alvo: jornalistas e editores internacionais (RP).

Etapas do funil de vendas:	
1 Conhecimento	2 Consideração

Press Trip 9: Carnaval Rio de Janeiro - 2025

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural e festas populares.

Principais resultados: a *press trip* foi realizada no período de 28 de fevereiro a 05 de março de 2025, com foco em turismo cultural, em sinergia com o turismo de negócios e eventos, reunindo cinco participantes, sendo quatro jornalistas e uma influenciadora digital oriundos dos Estados Unidos.

Fonte: Embratur.

Campanha Promocional Segmentada

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional constituída por um conjunto integrado de ações promocionais, publicitárias e de posicionamento estratégico voltadas à projeção internacional do Brasil como destino turístico competitivo, diversificado e sustentável. Desenvolvidas para mercados prioritários, essas campanhas utilizam narrativas inspiradoras e conteúdos segmentados para promover os atrativos nacionais por meio de uma abordagem multicanal — incluindo mídia tradicional, digital, redes sociais, out of home e ações junto ao trade turístico. Ao estimular o desejo de viagem, reforçar a Marca Brasil e impulsionar a conversão de visitantes, essas campanhas contribuem diretamente para o aumento da entrada de turistas internacionais, geração de divisas e fortalecimento do turismo como vetor de emprego e renda.

Público-alvo: B2B2C e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

3 Conversão*

Campanha Promocional do Brasil nos Estados Unidos 2025

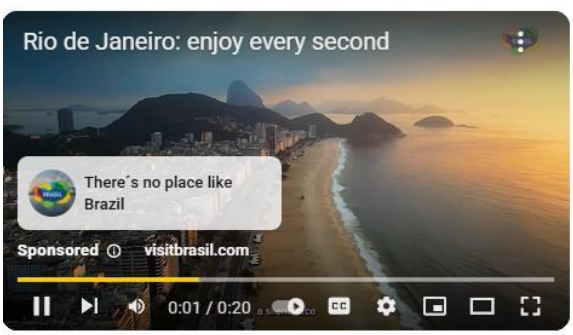
Destino contemplado: Rio de Janeiro e Paraty.

Mercados ativados: Estados Unidos e Canadá.

Segmentos: Luxo, Sol e Praia, Ecoturismo, Aventura e Cultural.

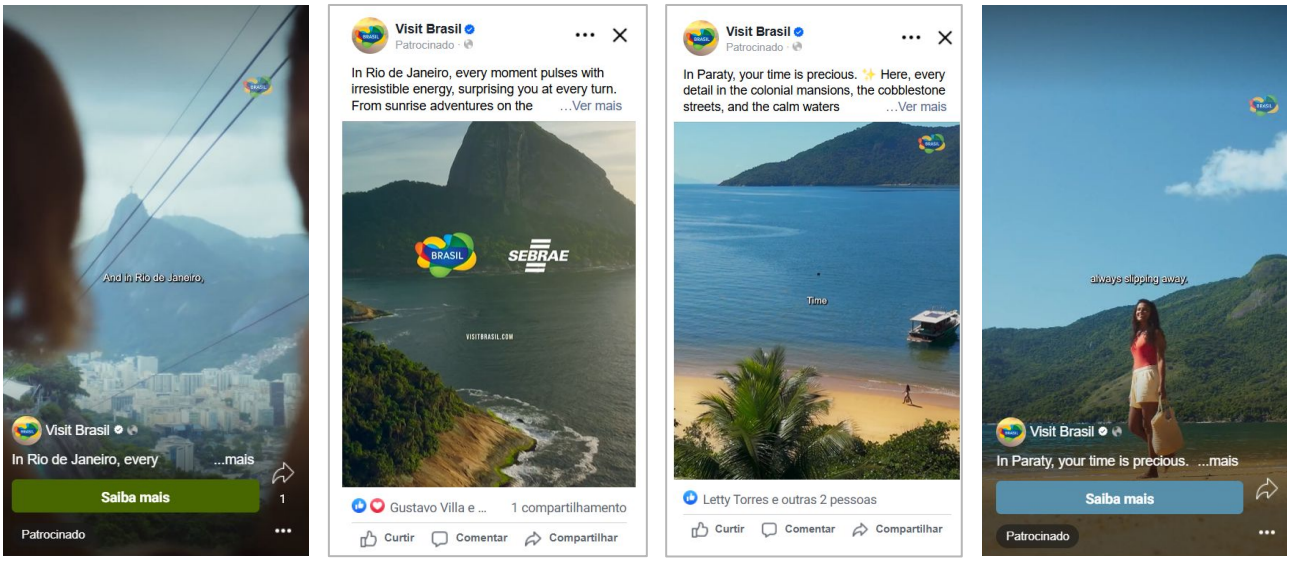
Mídias utilizadas: utilizou anúncios pagos em plataformas como Google, Meta (Facebook e Instagram), Mídia Programática e outros.

Principais resultados: a campanha "There´s no place like Brazil", foi veiculada no período de 20/05 a 20/05/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve como objetivo central aumentar a conscientização dos viajantes dos Estados Unidos e Canadá sobre o Brasil como uma alternativa atrativa para as férias, despertando o desejo de explorá-lo e vivenciar experiências únicas.



Print de imagem do Youtube. **Fonte:** Embratur

*Quando o conteúdo estiver vinculado a um canal de vendas e/ou reservas da experiência ou destino.



Período de veiculação: 20/05/25 a 20/06/25
Praças: Estados Unidos e Canadá. *Prints* de imagem do feed e reels do Facebook. **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 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Galeria Visit Brasil Paris- 2025

Destinos contemplados: Costa Verde e Niterói

Mercado ativado: França.

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

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

Fonte: Embratur

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

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

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

3 Conversão*

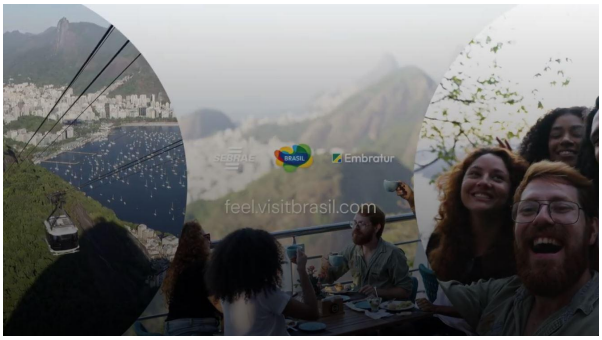
Amanhecer no Parque Bondinho

Destino: Rio de Janeiro.

Descrição: realizada captação de imagens no Bondinho com a subida para o Pão de Açúcar ao fundo, com registro das cores no céu do amanhecer do Rio de Janeiro; e também os visitantes durante a experiência do café da manhã com a vista privilegiada da cidade ao fundo.

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

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



Print do vídeo da experiência Amanhecer no Parque Bondinho / Foto da experiência Amanhecer no Parque Bondinho. **Fonte:** Embratur

Almoço Solidário Refeitório Gastromotiva

Destino: Rio de Janeiro.

Descrição: o Refettorio Gastromotiva proporciona uma experiência gastronômica única, combinando sabor, sustentabilidade e impacto social. Durante o almoço, aberto ao público de segunda a sexta-feira, o espaço oferece menus completos criados por alunos em formação, sob supervisão de uma equipe experiente. Os pratos, que incluem entrada, prato principal, sobremesa e bebida, são assinados por chefs renomados e valorizam o aproveitamento integral dos alimentos, com preços acessíveis. Além das refeições deliciosas, o ambiente surpreende pela arquitetura e design, com curadoria de Vik Muniz, mobiliário dos Irmãos Campana e iluminação de Maneco Quinderé. Ao visitar, o cliente experimenta um cardápio de alta qualidade enquanto apoia uma causa social, unindo gastronomia, arte e propósito.

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.

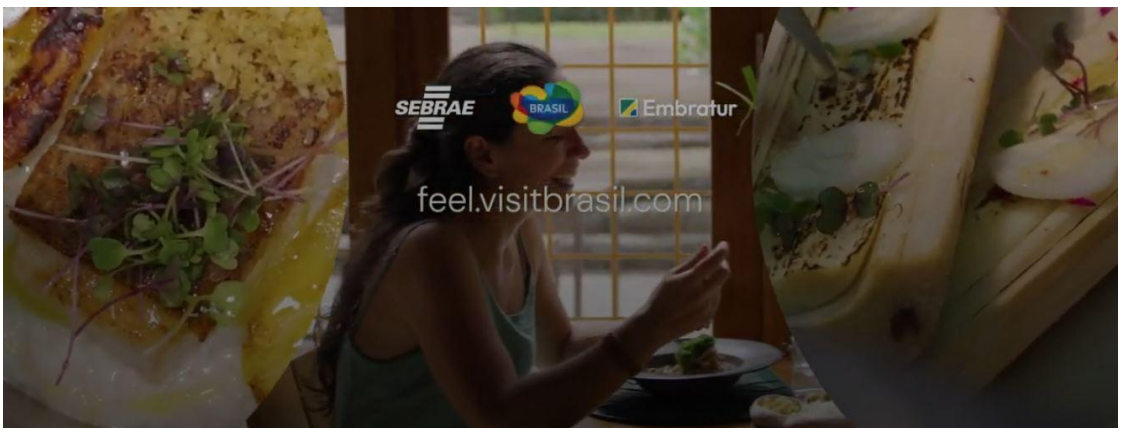
Print do vídeo da experiência Gastronômica Solidária no Refettorio Gastromotiva / / Foto da experiência Gastronômica Solidária no Refettorio Gastromotiva. **Fonte:** Embratur

Visitação a Bananal

Destino: Paraty

Descrição: a Fazenda Bananal oferece um dia repleto de experiências que unem aprendizado, diversão e contato com a natureza. Os visitantes podem explorar trilhas educativas, como a Micotrilha e o Caminho da Floresta, conhecendo a biodiversidade da Mata Atlântica. Atividades interativas incluem a criação de bombas de sementes com a Juçara, observação de abelhas sem ferrão e oficinas de arte utilizando elementos naturais. O passeio também destaca práticas sustentáveis, como a Imersão na Agrofloresta e Tecnologias Sustentáveis, e proporciona momentos de criatividade no Ecossistema do Brincar. Para encerrar, há degustação de juçaí e aprendizado sobre PANCs no contexto da agricultura regenerativa. Cada atividade promove conexão com a terra, valorização da biodiversidade e conscientização ambiental.

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.



Print do vídeo da experiência Fazenda Bananal: Imersão na floresta, cultura, história e gastronomia de Paraty. **Fonte:** Embratur

Foto da experiência Fazenda Bananal: Imersão na floresta, cultura, história e gastronomia de Paraty. **Fonte:** Embratur

Stand Up Paddle: Nascer do Sol em Copacabana

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: a experiência de Stand Up Paddle ao nascer do sol em Copacabana oferece uma maneira única de começar o dia no Rio de Janeiro. O passeio começa com a chegada na tenda em Copacabana antes do amanhecer, onde os equipamentos são fornecidos. Após uma breve instrução de segurança e técnicas de remo, os participantes entram no mar para uma remada tranquila, apreciando o nascer do sol sobre o horizonte de Copacabana. Após a atividade, o grupo retorna à praia, guarda os equipamentos e aproveita o tempo livre para fotos e relaxamento. Com vistas deslumbrantes e águas calmas, o passeio é ideal para todas as idades e níveis de habilidade.

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.

Print do vídeo da experiência Stand Up Paddle: Nascer do Sol em Copacabana.
Fonte: Embratur

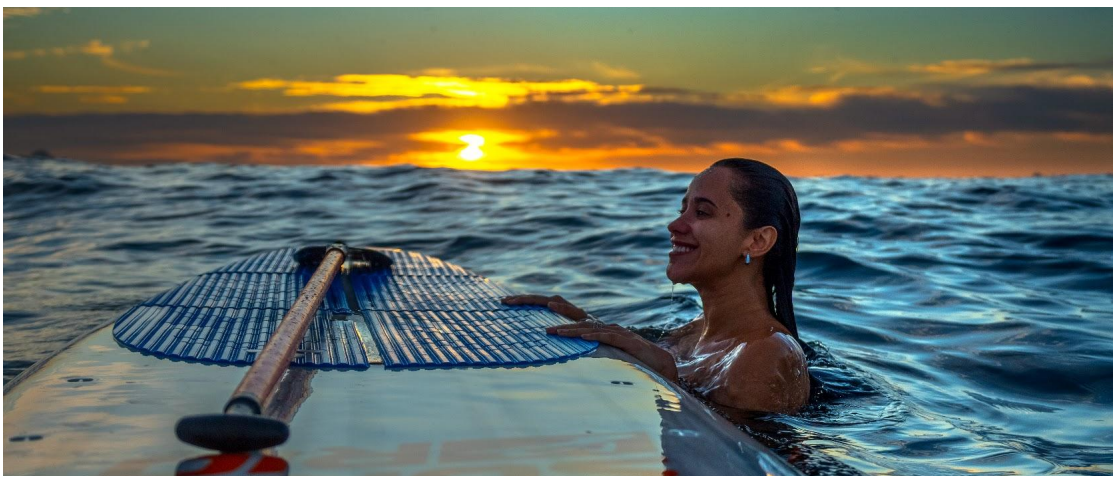


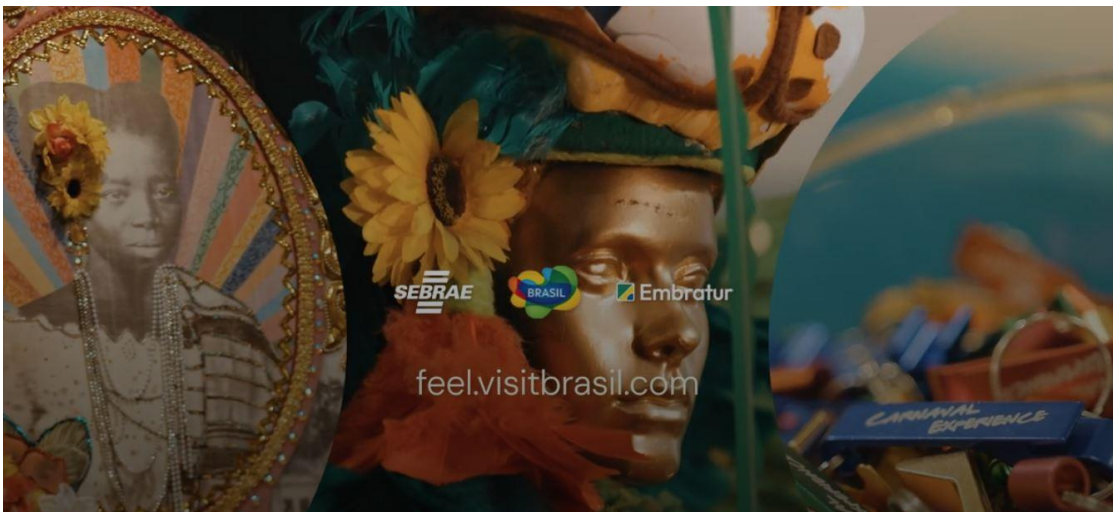
Foto da experiência Stand Up Paddle: Nascer do Sol em Copacabana.
Fonte: Embratur

Carnaval Experience

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: o passeio Carnaval Experience oferece uma imersão no universo das Escolas de Samba do Rio de Janeiro. Durante a experiência, o visitante conhece os bastidores da criação do espetáculo carnavalesco, desde a elaboração dos enredos até a confecção das fantasias e carros alegóricos. Além disso, o roteiro apresenta a história do samba e do Carnaval carioca, destacando sua importância cultural e sua contribuição para a identidade do Rio de Janeiro. Uma oportunidade única de vivenciar a magia e a tradição do maior espetáculo a céu aberto do mundo.

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.



Print do vídeo da experiência Carnaval Experience - Bastidores do Carnaval do Rio na Cidade do Samba.**Fonte:** Embratur

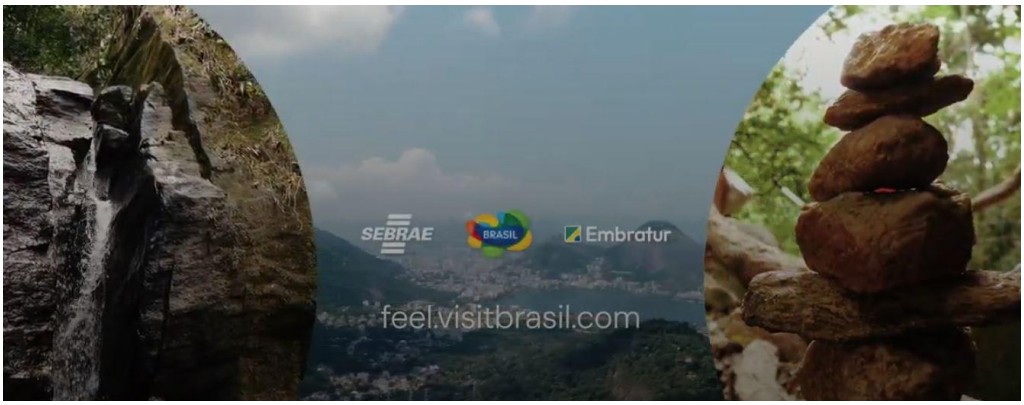
Foto da experiência Carnaval Experience - Bastidores do Carnaval do Rio na Cidade do Samba. **Fonte:** Embratur

Circuito das Cachoeiras Secretas do Parque da Tijuca

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: o passeio pela Trilha da Cachoeira do Horto e Circuito das Cachoeiras Secretas leva o visitante a uma sequência de quedas d'água localizadas no Parque Nacional da Tijuca, um dos cenários naturais mais encantadores do Rio de Janeiro. O trajeto inclui trechos de trilhas e caminhadas com dificuldade moderada, que desafiam os participantes a superar obstáculos naturais enquanto apreciam a beleza da flora e, ocasionalmente, a presença de animais selvagens. O passeio começa na Cachoeira do Jequitibá e segue por trilhas que levam a outras quedas d'água, culminando na famosa Cachoeira do Chuveiro, também chamada de Cachoeira do Box devido ao formato de suas rochas. Todas as cachoeiras do circuito são ideais para banho, proporcionando momentos de conexão com a natureza.

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



Print do vídeo da experiência Circuito das Cachoeiras Secretas do Parque da Tijuca
Fonte: Embratur

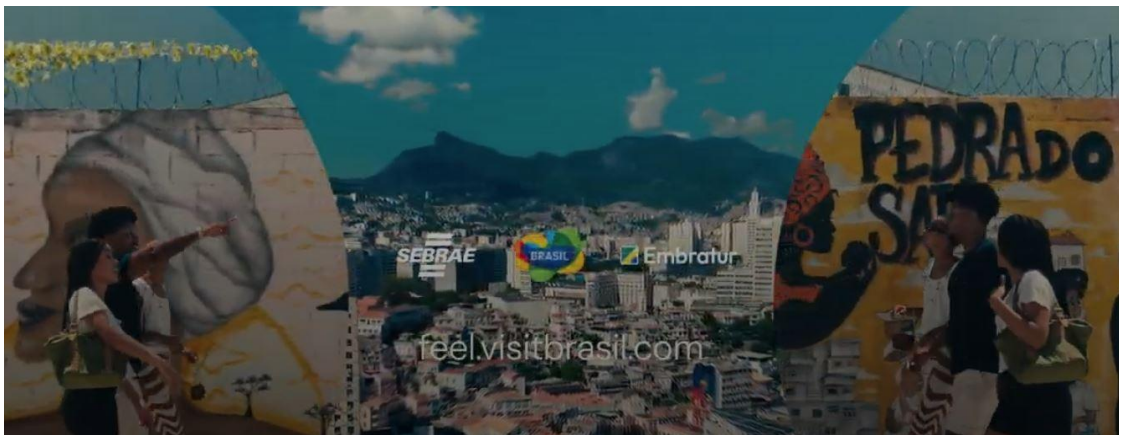
Foto da experiência Circuito das Cachoeiras Secretas do Parque da Tijuca.
Fonte: Embratur

Uma experiência imersiva na Pequena África

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: um tour que resgata a herança africana e a história do povo preto no Rio de Janeiro, passando por locais emblemáticos do Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana, situados na zona portuária da cidade. A região, conhecida como Pequena África desde o início do século XX, guarda memórias e marcos culturais que moldaram a história do Rio e do Brasil. Uma experiência que vai transformar o olhar do visitante sobre o Centro do Rio e apresentar a riqueza do patrimônio cultural negro.

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.



Print do vídeo da Experiência imersiva na Pequena África.
Fonte: Embratur

Foto da Experiência imersiva na Pequena África.
Fonte: Embratur

Ações com Companhias Aéreas

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

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

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

Etapas do funil de vendas:

1. Conhecimento
2. Consideração
3. Conversão*

*A depender das propostas apresentadas

Campanha Digital com Lufthansa - 2025

A Lufthansa realizou uma campanha digital nos mercados alemão, austríaco, suíço e belga para promover o Brasil como destino turístico, com ações em redes sociais e mídia programática.

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercados ativados: Alemanha, Áustria, Bélgica e Suíça.

Principais resultados: a campanha digital realizada pela Lufthansa dentro do Plano de Promoção contratado, no Programa de Aceleração do Turismo (PATI), contemplou ações nos mercados alemão, austríaco, suíço e belga, com foco na ampliação do conhecimento e da consideração do Brasil como destino turístico. A iniciativa incluiu veiculações em redes sociais e mídia programática, direcionadas a públicos qualificados. O plano foi integralmente executado e encontra-se em fase de revisão de resultados e comprovação. Os resultados preliminares indicam um aumento de 17% nas vendas para o Brasil pelo Grupo Lufthansa durante o período da campanha, com destaque para os mercados-alvo da ação, que apresentaram um crescimento de 40% nas vendas (Fonte Forward Keys).

Campanha Digital realizada com JETSMART

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Uruguai.

Principais resultados: a campanha veiculada nos três mercados prioritários do Cone Sul, em parceria com a JetSMART, com foco em passagens promocionais e visibilidade de destinos brasileiros com push notifications, disparos de e-mail marketing e redes sociais

Ativação na FITUR parceria com LATAM

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercados ativados: Espanha.

Principais resultados: a participação ocorreu no dia 23 de janeiro de 2025 como apoiador no lançamento oficial da plataforma de capacitação Brasil Travel Specialist no Stand Brasil para o trade europeu durante a FITUR na Espanha. Sorteio de passagens para o Rio de Janeiro e engajamento de agentes de viagem e operadores europeus.

Aline Mafra, diretora de Vendas e Marketing da Latam Brasil

A Latam oferecerá um sorteio de viagens para três destinos brasileiros (Rio de Janeiro, Salvador ou a Amazônia) como incentivo aos primeiros inscritos. A premiação será sorteada entre os profissionais do trade internacional que se inscreverem até março de 2025.

Fonte: Panrotas.

Campanha Digital realizada com LATAM

Destinos contemplados: Rio de Janeiro.

Mercados ativados: Chile e Peru.

Principais resultados: Campanha realizada em parceria com a LATAM.

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

Fonte: Embratur.

Visit Brasil 7° edição

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: a newsletter comunicou o início da campanha publicitária "Não há lugar como o Brasil" na Europa que foi vinculada do dia 22 de janeiro até 28 de fevereiro na Bélgica, Países Baixos, Reino Unido, Alemanha, França e Espanha promovendo o destino do Rio de Janeiro.

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

Visit Brasil 8° edição

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: a newsletter comenta sobre a realização do evento de Turismo de Luxo *InVoyage* que ocorreu no Rio de Janeiro.

InVoyage pela primeira vez nas Américas

O turismo de luxo tomou conta do Rio de Janeiro! A Cidade Maravilhosa foi a primeira das Américas a receber o InVoyage, que reuniu mais de 180 profissionais agentes de viagens e eventos corporativos de alto nível. O evento, que contou com o apoio da Embratur, foi uma oportunidade para o trade internacional vivenciar o potencial brasileiro, desenvolver novas relações comerciais e fechar negócios, impulsionando as viagens corporativas e de incentivo em nosso país.

Visit Brasil 9° edição

Destino: Rio de Janeiro e Paraty

Descrição: a newsletter reforça a presença do Brasil na Europa anunciado a abertura do Visit Brasil Office em Lisboa. Divulgou os patrimônios brasileiros da UNESCO. Cidade também ganhou destaque no Travelers' Choice Awards aparecendo como destino favorito dos viajantes - desde a primeira edição do prêmio. A praia de Ipanema desponta entre as melhores do mundo - liderando o ranking da América do Sul - e o Cristo Redentor ficou entre as 25 melhores atrações do mundo.

Rio de Janeiro:

A Cidade Maravilhosa foi a primeira do mundo a receber da UNESCO o título de Patrimônio Cultural. Do Cristo Redentor ao Pão de Açúcar, passando pelas icônicas praias de Copacabana e Ipanema, e o Parque Nacional da Tijuca, o Rio combina natureza exuberante com uma vida urbana vibrante. **Conheça o destino!**

Rio de Janeiro | RJ

Paraty (Rio de Janeiro):

Reconhecida como Patrimônio Mundial Misto, Paraty é um paraíso de biodiversidade e história. Seu centro histórico preservado, com ruas de paralelepípedos e casarões coloniais, é cercado por uma natureza deslumbrante, incluindo trilhas, cachoeiras, ilhas e praias paradisíacas. **Saiba mais!**

Visit Brasil 11° edição

Destino: Rio de Janeiro e Paraty

Descrição: Newsletter destaca que o Brasil apareceu em 15° no ranking mundial da ICCA. O Rio de Janeiro ficou em 2° lugar no ranking nacional. Destaca também estratégias para impulsionar o turismo MICE na cidade. Newsletter também comunicou o início da campanha publicitária "Não há lugar como o Brasil" nos EUA que será vinculada do dia 20 de maio até 20 de junho com foco nos patrimônios da UNESCO impulsiona os destinos Rio de Janeiro e Paraty entre outros além de divulgar a nova rota aérea da LATAM entre Rio de Janeiro e Buenos Aires.

Rio de Janeiro

Río se consolida como el principal destino no capitalino de América Latina para eventos internacionales y ocupa la 2ª posición en América, según el ranking ICCA 2024. La ciudad combina atractivos turísticos, como el Cristo Redentor —una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo—, con una infraestructura robusta, con más de 350 hoteles y 42 mil unidades habitacionales. En el campo técnico-científico, alberga instituciones de referencia como Fiocruz, centros de innovación tecnológica, el legado olímpico deportivo y es referente nacional en investigación energética. La ciudad es escenario de experiencias completas, donde el turismo, la ciencia y la cultura caminan juntos. **¡Déjate encantar por Río!**

Museu do Amanhã - Rio de Janeiro

Visit Brasil 12° edição

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: a Newsletter destaca o impacto do show da Lady Gaga que atraiu 2,5 milhões de turista para o Rio de Janeiro. Durante o mês ocorreu na cidade recebeu a 5° edição da Rio de Cores onde monumentos foram iluminados com as cores do arco iris. Divulgação de nova aeronave da FLYBONDI na rota Rio de Janeiro - Cordoba

GAGACABANA 2025: Concert draws 2.5 million people

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

Destino: Rio de Janeiro

Descrição: capacitação AMEX presencial para agentes de viagem em parceria com a Embaixada de Roma e organizada pela TAP Itália. Capacitação presencial facilitada contou com 15 agentes do trade italiano.

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

Fonte: Embratur.

Experiência: Imersão Cultural na Pequena África

Destino contemplado: Rio de Janeiro

Segmento: Turismo Cultural, Afroturismo e Turismo Gastronômico

Descrição: um tour envolvente pelos marcos históricos da Pequena África, região do Rio de Janeiro assim nomeada pelo artista e sambista Heitor dos Prazeres no início do século XX. Parte do Circuito Histórico e Arqueológico de Celebração da Herança Africana, essa experiência propõe uma nova perspectiva sobre o Centro do Rio, ressignificando a história do povo preto e sua influência na construção da identidade brasileira. O percurso destaca locais emblemáticos da cultura afro-brasileira, culminando em um almoço na Casa Omolokum, restaurante especializado em gastronomia de matriz africana, onde os visitantes degustam pratos inspirados nas tradições culinárias dos terreiros. Uma vivência autêntica e transformadora, que conecta passado, presente e futuro.

Prints: Conteúdos desenvolvidos**. Fonte**: Embratur.

Visit Brasil Summit

O Visit Brasil Summit é uma plataforma estratégica da Embratur voltada à promoção da imagem do Brasil como destino turístico internacional competitivo, inovador e sustentável. Estruturado como um evento de alto nível, o Summit reúne tomadores de decisão, especialistas globais, representantes de mercados prioritários, parceiros institucionais e lideranças do trade turístico nacional e internacional. Configura-se como uma ferramenta da Embratur para fortalecer o posicionamento turístico do Brasil no cenário internacional, ampliar as conexões institucionais e comerciais, gerar inteligência estratégica e estimular o alinhamento entre as iniciativas públicas e privadas.

Público: B2G. B2B e B2C

Etapas do funil de vendas:

1. Conscientização
2. Conhecimento
3. Consideração.

Visit Brasil Summit - 1° edição

Destino contemplado: Rio de Janeiro

Descrição: realizado nos dias 19 e 20 de maio de 2025, no Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, o evento reuniu um público total de 4.249 participantes, sendo 435 presenciais e 3.814 online, com ampla representatividade de instituições públicas, iniciativa privada, especialistas nacionais e internacionais, lideranças setoriais e formadores de opinião.

Cerimônia de Abertura do Visit Brasil Summit / Dispositivo de honra do Visit Brasil Summit. **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.

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*

*Especialmente quando houver presença de fornecedores de produtos do trade brasileiro

ICCA Roadshow - 2025

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Segmentos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

Principais resultados: com edições no Rio de Janeiro, entre 18 e 19 de março, o roadshow reuniu autoridades do setor para impulsionar a captação de eventos internacionais no Brasil e capacitar empresários do segmento MICE (meetings, incentive, conferences and exhibitions).

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 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos da Rio de Janeiro:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	Rio de Janeiro
FITUR	2025	Espanha	Rio de Janeiro
Vitrine Turística ANATO	2025	Colômbia	Rio de Janeiro
InVoyage in Rio	2025	N/A	Rio de Janeiro
IMEX Frankfurt	2025	Alemanha	Rio de Janeiro e Estado do Rio de Janeiro
FIEXPO	2025	Costa Rica	Rio de Janeiro

Balcão de atendimento Visit Rio na Vitrine ANATO 2025. **Fonte**: Embratur.

Brasil Travel Specialist

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 (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

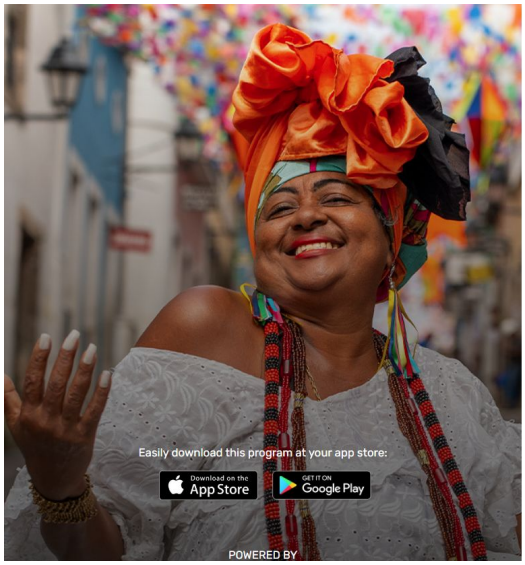
2 Consideração

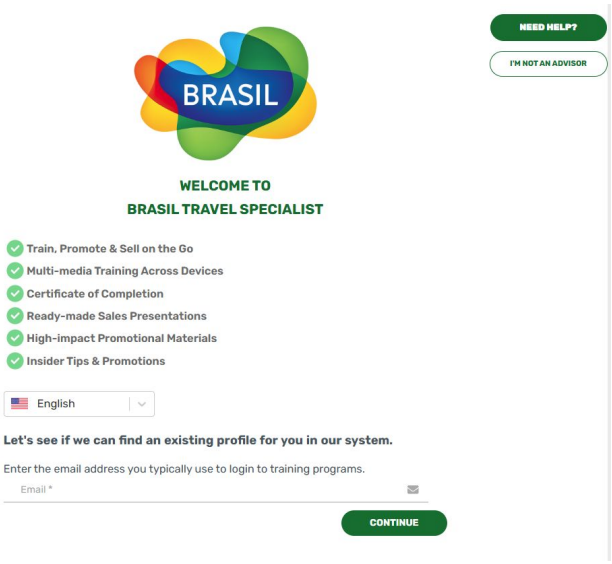
Módulos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Região Sudoeste, Patrimônio da UNESCO e Orgulho do Brasil.

Destinos contemplados: Rio de Janeiro, Costa Verde (Paraty e Angra dos Reis).

Segmentos: MICE, 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.





Fonte: Embratur.

EmbraturLab

EmbraturLAB é o laboratório de inovação da Embratur com foco em iniciativas que visam desenvolver um turismo mais competitivo, sustentável e diversificado, promovendo experiências autênticas e criando valor para os turistas e o trade de turismo nacional. A EmbraturLAB é responsável pelo desenvolvimento de inovação aplicada ao turismo com o propósito de fomentar soluções criativas, tecnológicas e sustentáveis para os desafios estratégicos do setor. Alinhado às diretrizes nacionais de promoção do turismo internacional, o laboratório atua como uma plataforma colaborativa de experimentação e cocriação, promovendo a competitividade dos destinos e a qualificação dos serviços turísticos brasileiros com foco na sustentabilidade e no turismo responsável.

Editais de Inovação Aberta para Startups

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

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

Os formatos das chamadas podem variar de acordo com o nível de maturidade das soluções e com os objetivos específicos de cada desafio. A seguir, os principais formatos utilizados:

Desafios de inovação

As chamadas voltadas para desafios de inovação têm como objetivo identificar soluções já disponíveis no mercado que possam melhorar ou resolver uma questão estratégica específica do setor. Não exigem desenvolvimento, coprodução ou cocriação de propostas. Por isso, dispensam um conjunto de ações encadeadas e demandam um tempo de execução mais curto.

Provas de Conceito (POCs)

Algumas chamadas são voltadas para a seleção de soluções inovadoras que serão testadas por meio de Provas de Conceito (POCs). Cada POC permite avaliar a aplicabilidade e a eficácia da solução em contexto real, garantindo seu alinhamento com as necessidades do mercado e orientando a possível implementação em escala. Essa abordagem prática possibilita o refinamento das propostas com base em evidências concretas, indo além da simples identificação de soluções promissoras.

Acelerações e pré-acelerações

Os Programas de Inovação Aberta podem incluir trilhas formativas e de desenvolvimento voltadas ao aperfeiçoamento das soluções e dos empreendimentos, por meio de processos de aceleração ou pré-aceleração. Esses programas diferem entre si quanto ao escopo e à duração: as acelerações envolvem um conjunto mais robusto de ações estruturadas para aprimorar produtos, serviços e modelos de negócio, ao longo de um período mais extenso.

Validação Tecnológica

Destinada a soluções tecnológicas maduras e já validadas, mas que ainda não tenham sido aplicadas ao setor de turismo ou a contextos específicos - como destinos ou empreendimentos turísticos. O processo de validação tecnológica permite a realização de adaptações e testes por meio de fomento financeiro. Essa etapa inclui acompanhamento técnico contínuo, tem maior duração que uma POC e conta com aporte financeiro mais elevado, condicionado à apresentação de um plano de trabalho e à prestação de contas dos resultados.

Concursos e Premiações

Essa modalidade tem como foco identificar e reconhecer, por meio de premiações financeiras ou não financeiras, empresas 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

Desafio Brasil Festivo

Destino Contemplado: Paraty.

Descritivo: soluções inovadoras vão melhorar a experiência do turista internacional em Paraty (RJ). Três startups selecionadas pelo Desafio Brasil Festivo, promovido pelo EmbraturLab, o laboratório de inovações da Embratur, em parceria com o Sebrae, atuam no município pela primeira vez, com apoio da Secretaria de Turismo local, durante a Festa Literária Internacional de Paraty (Flip).Startups selecionada para execução da POC (Prova de Conceito) no Festival Literário de Paraty: SeeuApp, Trashino, Interactplace

Inovação em Rotas Turísticas

Esta ferramenta tem como objetivo apoiar o trade turístico no desenvolvimento de novas rotas e ofertas turísticas inovadoras. Isso será alcançado por meio da promoção de uma cultura de inovação, incentivando a criação de serviços turísticos baseados na identificação de ativos locais que agreguem valor aos destinos e proporcionem experiências relevantes e atrativas aos turistas.

Além disso, busca-se capacitar os participantes no uso de metodologias de inovação, com foco na cocriação com atores locais, maximizando o engajamento e as contribuições na construção coletiva de novas ofertas turísticas.

O processo adota uma abordagem metodológica baseada na inovação, que pressupõe a participação de diferentes públicos e agentes do território na escuta ativa e investigação dos ativos culturais, históricos, sociais e naturais a serem valorizados na cocriação de novos serviços turísticos. A metodologia inclui ainda a criação de MVPs (Mínimos Produtos Viáveis) e pilotos para validação e aprimoramento das ofertas desenvolvidas.

- Etapas do processo de cocriação e prototipagem de ofertas turísticas inovadoras:
- Identificação das vocações turísticas do território, mapeando potenciais para novas ofertas;
- Cocriação e curadoria de conteúdo das rotas em conjunto com agentes locais;
- Realização de pilotos para testar a atratividade e a eficácia das rotas desenvolvidas;
- Validação com o público final, prioritariamente turistas internacionais;
- Formatação das rotas validadas para apresentação em rodadas de negócios e a operadores internacionais.

Programa Novas Rotas

Destinos contemplados: Barra do Piraí, Vassouras, Angra dos Reis, Itaguaí, Mangaratiba, Paraty, Rio Claro, Araruama, Armação de Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Carapebus, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Macaé, Maricá, Quissamã, Rio das Ostras, São Pedro da Aldeia e Saquarema.

Principais resultados: o Programa Novas Rotas da Embratur visa expandir o turismo internacional no Brasil, focando em destinos além dos tradicionais, com ênfase em experiências sustentáveis e conectadas à realidade local. O programa oferece suporte técnico em sustentabilidade, inteligência de dados e inovação tecnológica para estados e municípios fora da rota turística tradicional. Ao todo, foram 139 profissionais capacitados, reforçando nosso compromisso com o desenvolvimento do turismo e a valorização dos destinos do nosso estado.

Outras Ferramentas

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.

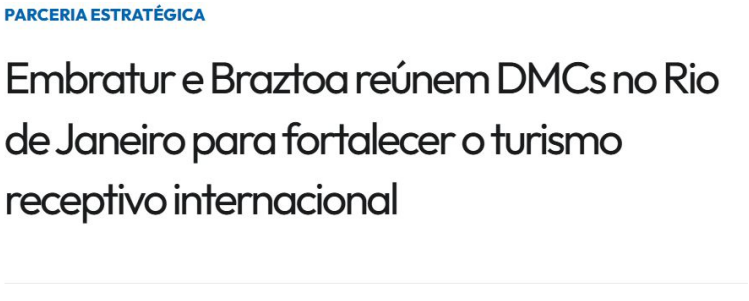
Público: B2G. B2B e B2C

Etapas do funil de vendas:	
1 Conhecimento	2 Consideração

Encontro com DMCs (Destination Management Companies) - 2025

Destino contemplado: Rio de Janeiro

Descritivo: a Embratur, em parceria com a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) e com apoio do AquaRio/Grupo Cataratas e do Visit Rio, realizou no dia 29/07, no Rio de Janeiro, um encontro exclusivo com os DMCs (da cidade. A iniciativa teve como foco apresentar a atuação das instituições e os objetivos da nova parceria de cooperação técnica entre a Agência e a Braztoa, voltada ao fortalecimento do turismo receptivo internacional.


PARCERIA ESTRATÉGICA

Embratur e Braztoa reúnem DMCs no Rio de Janeiro para fortalecer o turismo receptivo internacional

Trabalho conjunto vem para qualificar a oferta turística nacional, promover o país no exterior de forma integrada e ampliar oportunidades de negócios para o setor

Encontro para a apresentação do Plano Brasis 2025 - 2027

Destino contemplado: Rio de Janeiro

Descrição: Apresentação do Plano Brasis e alinhamento da estratégia nacional de promoção turística internacional e orientações para as ações de promoção turística internacional do estado.

Fonte: Embratur.

Relatório 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 - RJ

Destino contemplado: Estado do Rio de Janeiro.

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.

Patrocínio

As ações de patrocínio da Embratur configuram-se como uma ferramenta estratégica de posicionamento internacional do Brasil enquanto destino turístico competitivo, diversificado e de alto valor agregado. Por meio do apoio institucional a eventos e iniciativas qualificadas e de reconhecida relevância para o setor, a Agência visa potencializar a projeção da imagem do país em mercados prioritários, promovendo seus ativos culturais, naturais e criativos de forma integrada. Essas iniciativas buscam ampliar o alcance da marca Brasil junto a públicos-chave — como turistas internacionais, investidores, formadores de opinião e influenciadores —, contribuindo para o fortalecimento da reputação do destino e para a geração de fluxos turísticos sustentáveis, qualificados e conectados às diretrizes da política de promoção turística do país.

Público: B2B2C

Etapas do funil de vendas:

1 Conscientização

2 Conhecimento

3 Consideração

Reunião Anual do Comitê Técnico ISO/TC 228 – Turismo e Serviços Correlatos

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Principais resultados: Organizado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), com apoio da Embratur, Ministério do Turismo, Sebrae Nacional, Confederação Nacional do Comércio (CNC) e Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), o encontro visa promover melhores práticas no setor e fortalecer a posição do Brasil como líder em normas internacionais de turismo. Este evento internacional reúne especialistas de 105 países para discutir e desenvolver normas que assegurem a qualidade, segurança e sustentabilidade dos serviços turísticos.

LCM - LatAm Content Meeting

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Segmento: Turismo Cultural e turismo Audiovisual

Principais resultados: O LatAm Content Meeting (LCM) é um evento internacional dedicado ao mercado de conteúdos não-ficcionais, realizado anualmente no Rio de Janeiro. Ele conecta produtores e criadores latino-americanos com parceiros globais, oferecendo oportunidades de negócios, sessões de pitch, painéis e workshops com líderes da indústria audiovisual.

LCM - LatAm Content Meeting

Destino contemplado: Rio de Janeiro.

Segmento: Turismo Cultural e turismo Audiovisual

Principais resultados: O LatAm Content Meeting (LCM) é um evento internacional dedicado ao mercado de conteúdos não-ficcionais, realizado anualmente no Rio de Janeiro. Ele conecta produtores e criadores latino-americanos com parceiros globais, oferecendo oportunidades de negócios, sessões de pitch, painéis e workshops com líderes da indústria audiovisual.

embratur.com.br