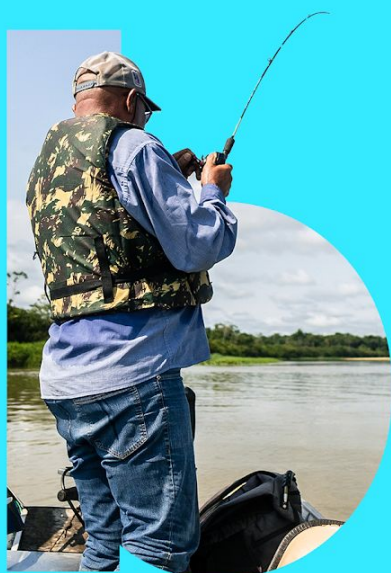




PRINCIPAIS AÇÕES RONDÔNIA

 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

Rondônia em Números

3

Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional

Ações realizadas

4

Principais Ações - 1º Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais

apre senta ção

1

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

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

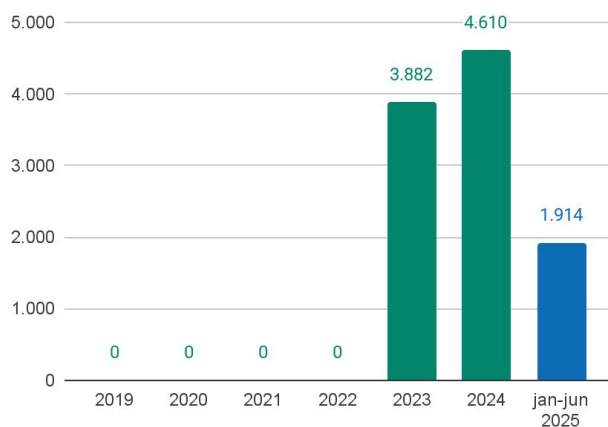
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade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

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

Em 2024, entraram pelas fronteiras de Rondônia 4.610 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 3.882 em 2023 e 4.610 em 2024, representando um aumento de 18,7%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Rondônia em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 1.914 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada Rondônia. No mesmo período de 2024, foram 1.170, o que representa aumento de 63,59%.

Entradas de turistas estrangeiros por RO



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para RO*

*janeiro a junho de 2025

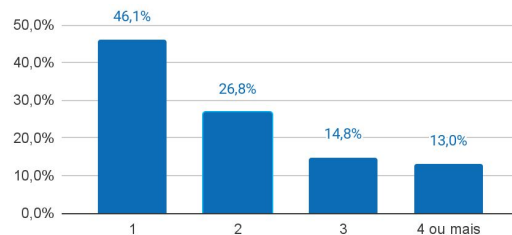
Dados do Rondônia estão zerados, pois não temos voos internacionais diretos para o RO.

Fonte: Forwardkeys e Embratur

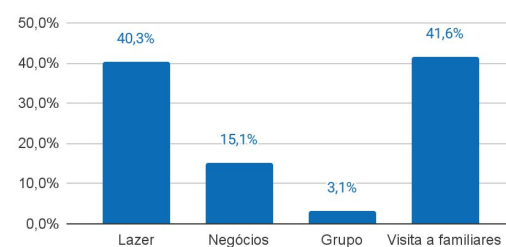


ForwardKeys

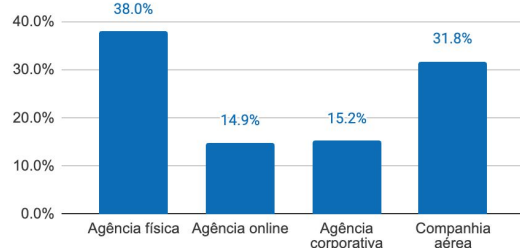
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



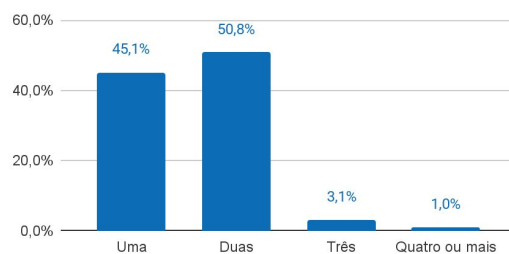
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada secundários:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Rondônia recebeu turistas aéreos principalmente de Portugal, Estados Unidos, Espanha, Reino Unido e Itália no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (46,5%), Brasília (37,3%), Belo Horizonte (9,0%), Manaus (4,8%) e Cuiabá (0,5%) como portões de entrada.

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.

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, os brasileiros.

Galeria com ativações destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos e destinos de Rondônia:

Feiras	Ano	Destinos Contemplados	Mercados Ativados
Galeria Visit Brasil New York	2024	Estado de Rondônia e cidade de Boa Vista	Estados Unidos



Ações Realizadas

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 do 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 Porto Velho, no dia 01 de fevereiro de 2024, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Porto Velho.



Banco de Imagens

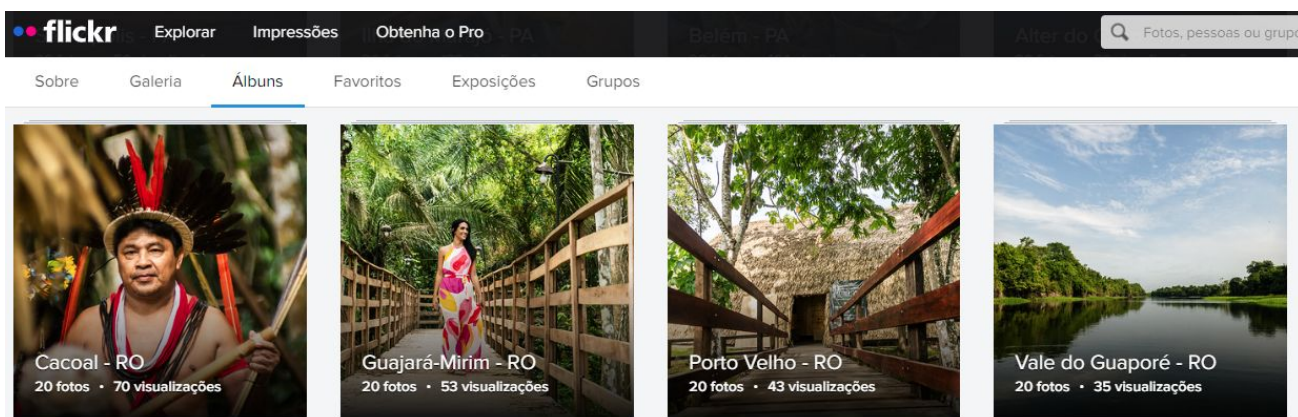
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2024

Cessão de direitos de uso de imagens de 20 (vinte) imagens tratadas e em alta resolução dos destinos do Espírito Santo, com foco na promoção turística, incluídas as etapas de captação, produção, edição e tratamento das imagens.

Destinos contemplados: Porto Velho, Guajará Mirim, Cacoal e Vale do Guaporé.

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



Relatórios e Estudos

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

Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Rondônia).

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 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.

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

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

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

Turismo Yabnaby do Povo Paiter Suruí

Destino: Cacoal (RO).

Descrição: Gastronomia, turismo de café e etnoturismo no Território Indígena do Povo Paiter Suruí – com hotel e alojamento.

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



Fonte: Embratur

