



PRINCIPAIS  
AÇÕES

SANTA  
CATARINA

 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

## **Santa Catarina em Números**

3

## **Principais Ações - 2023 e 2024**

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

4

## **Principais Ações - 1º Semestre 2025**

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

# apre senta ção

1

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

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

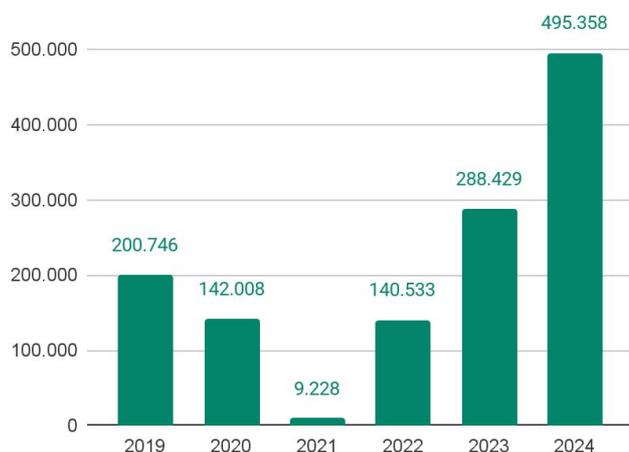
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade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

O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, no **período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025**, no **Estado de Santa Catarina** 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 Santa Catarina 495.358 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 288.429 em 2023 e 495.358 em 2024, representando um aumento de 71,74%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Santa Catarina em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 526.703 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada Santa Catarina. No mesmo período de 2024, foram 315.697, o que representa aumento de 66,84%.

## Entradas de turistas estrangeiros por SC



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o SC\*

\*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas:  
(principais)

Gol, Sky Airline, Latam, JetSmart, Aerolineas Argentinas, Flybondi, TAP, Copa Airlines, Azul, Paranaair.

Países de origem  
(principais):

Argentina, Chile, Portugal, Panamá, Uruguai e Paraguai.

Cidades de origem:  
(principais)

Buenos Aires, Santiago, Lisboa, Cidade do Panamá, Córdoba, Montevideu, Rosário e Assunção.

Quantidade de voos:

- 2.306

Assentos disponíveis:

- 445.805

Participação de SP na oferta de voos para o Brasil:

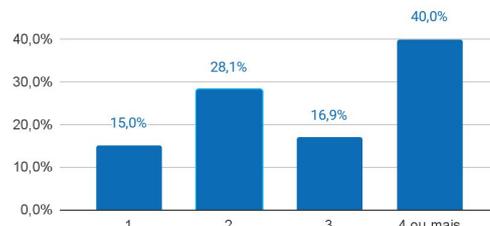
- 6,24%

Fonte: Forwardkeys e Embratur.

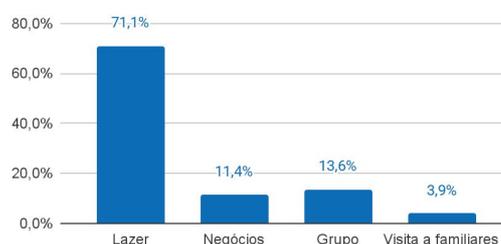


ForwardKeys

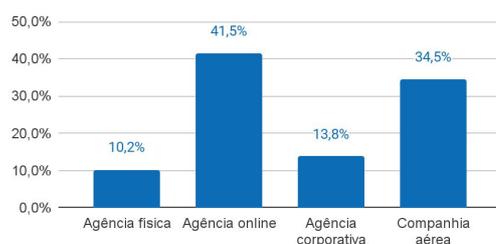
## Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



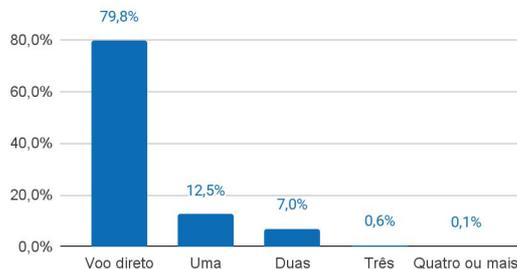
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada:

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Santa Catarina recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Estados Unidos, Portugal e Alemanha no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (85,9%), Rio de Janeiro (9,5%) e Porto Alegre (1,0%) como portões de entrada para além dos aeroportos internacionais do estado. Fonte: Forwardkeys e Embratur

## Ações de Apoio à Comercialização Internacional

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

### Press Trip

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

### Press trip Santa Catarina - 2023

**Destinos contemplados:** Florianópolis, Urubici, São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urussanga, Praia Grande, Laguna, Imbituba, Itapema, Porto Belo, Bombinhas, Balneário Camboriú, São Francisco do Sul e Joinville.

**Mercado ativado:** Itália.

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo de Natureza (Rural) e Turismo de Aventura.

**Principais resultados:** durante a organização, planejamento e execução da press trip, foram realizados 51 contatos com atores locais (associações, proprietários de estabelecimentos locais e etc) em 14 cidades de Santa Catarina. Como resultado da ação, já foram publicadas 4 matérias nos veículos F e Azione. Estima-se um alcance de público e 13.402.000 leitores e um valor de exposição midiática de R\$ 705.797,00.



## Press trip Rio de Janeiro e Florianópolis - 2024

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

**Destino contemplado:** Florianópolis.

**Mercado ativado:** Argentina.

**Segmento:** Turismo de Sol e Praia.

**Principais resultados:** o famtour foi realizado no período de 4 a 11 de agosto de 2024, com foco na promoção dos destinos Florianópolis/SC e Rio de Janeiro/RJ, direcionada a 5 participantes, sendo 2 jornalistas oriundos do Chile e 3 jornalistas oriundos da Argentina. Demais resultados estão sendo apurados no 2o semestre de 2024.



## 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 Mato Grosso do Sul:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Negócios e Eventos (MICE)

## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

### Campanhas Promocionais Segmentadas

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

### Campanha Promocional Latinos - 2023

**Destino contemplado:** Florianópolis.

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

**Segmentos:** Turismo de Sol e Praia, Turismo LGBTQIA+, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais (Meta, TikTok e LinkedIn); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies<sup>3</sup> (Despegar, All Seasons e Mega Travel) ; Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhias Aéreas (JetSMART e Sky).

**Principais resultados:** A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, realizada no período de 02 de outubro a 30 de novembro de 2023, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 71.019.771 impressões, 438.179 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,54%.



## Campanha promocional na Europa - 2024

**Destino contemplado:** Florianópolis.

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

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

**Mídias utilizadas:** Redes Sociais: i) Facebook/Instagram, ii) Tiktok, iii) Pinterest, iv) Youtube; Links Patrocinados: Google; Portais: i) Eurosport, ii) Le Monde; Programáticas: i) GDB, ii) Adspool, iii) Range, Teads, iv) Seedtag, v) OPL, vi) Azerion, vii) Zoon, viii) Verve, ix) Sojern, x) Moovit; OTAs e Cias. Aéreas.

**Principais resultados:** campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. O objetivo foi promover 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. Demais resultados em apuração no 2o semestre de 2024.



## Campanha Promocional do Brasil na América Latina - 2024

**Destino contemplado:** Florianópolis (SC)

**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.

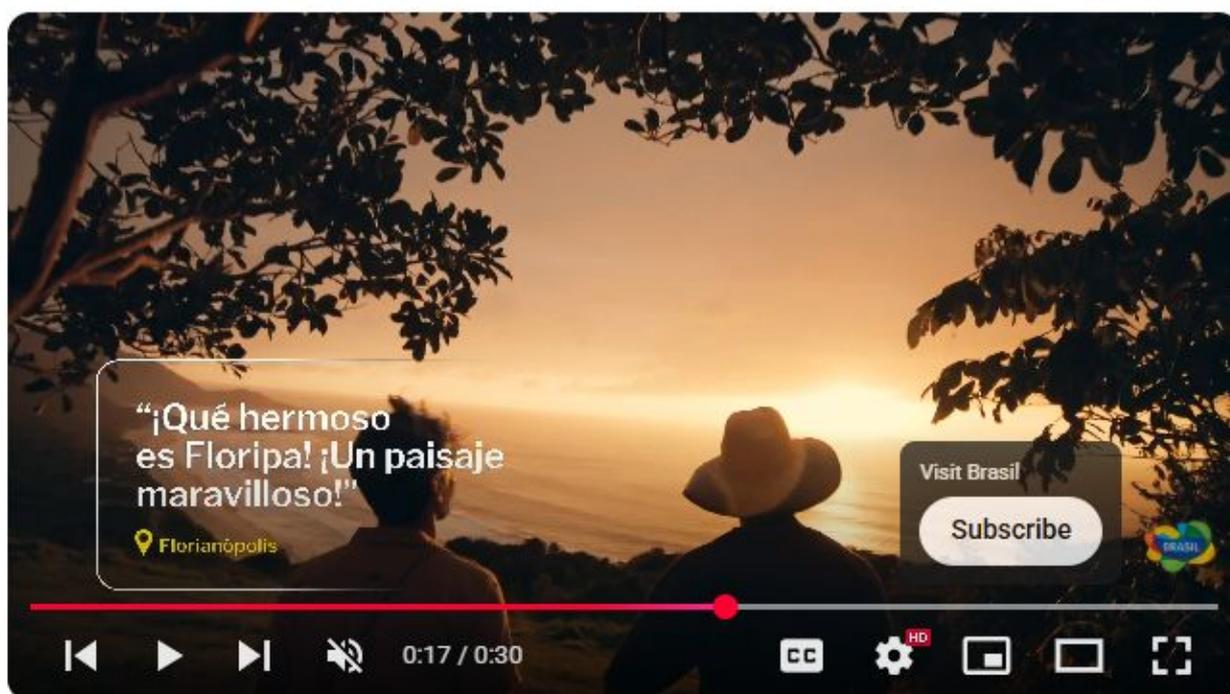
## Campanha Always On - 2024

**Destino contemplado:** Florianópolis.

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

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

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



### Disfrutá de un Brasil Espectacular



Visit Brasil

34.2K subscribers

Subscribe

5



Share



## Outras Ações

### Workshop de Capacitação Nacional

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

### Workshop “Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2023

Workshop de capacitação e preparação do mercado nacional, visando a melhoria da competitividade internacional e melhoria da comercialização turística no exterior. Público-alvo: Secretarias de Turismo estadual, municipal, trade e gestores regionais do Sebrae.

**Destino contemplado:** Itajaí.

**Número de participantes:** 21



## 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 destinos turísticos nacionais com foco na promoção turística.

**Destino contemplado:** Florianópolis.

**Segmentos:** Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo LGBTQIA+ e Afroturismo.



## Relatórios e Estudos

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

### Relatório de Mercados Estratégicos

**2023:** Jornada do Turista Internacional (Capítulo Santa Catarina).

### Estudo do Segmento - Vale do Itajaí - 2023

**Destino contemplado:** Bombinhas.

**Segmentos:** Turismo Sol e Praia. Ecoturismo e Turismo de Natureza.

### Estudo de Segmento Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) e Promoção Internacional do Brasil. - 2023

**Destino contemplado:** Florianópolis.

## 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 - 2024

Ação em parceria com a Unedestinos. Formulamos um questionário, 15 destinos responderam e estamos agendando reunião para detalhamento das informações com os top 7. Direcionado ao Convention & Visitors Bureau.

**Destino contemplado:** Balneário Camboriú.

**Segmentos:** Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

## Patrocínios

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

### Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual ([www.descubrabrasil.com.ar](http://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:** Florianópolis, Balneário Camboriú.

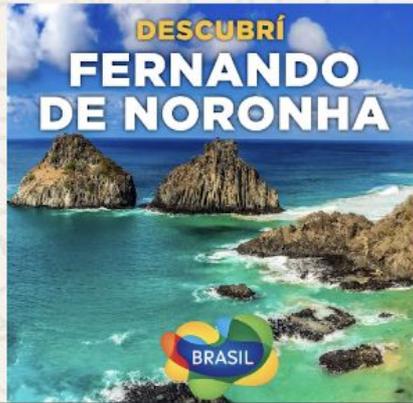
**Mercado ativado:** Argentina.

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



Sienta el calor del sol tropical en algunas de las playas más bellas del mundo. Enamórese de impresionantes cascadas, una gastronomía única, una naturaleza exuberante y aventuras para todos los gustos.

¡Disfruta de un Brasil espectacular!



## Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

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

Ao ampliar o reconhecimento da marca Brasil no exterior, essas ações contribuem decisivamente para a construção de uma imagem positiva e consistente do país, estimulando o desejo de visitação e influenciando diretamente o processo de decisão do turista internacional. Dessa forma, as estratégias de promoção internacional operadas pela Embratur reforçam a atratividade do Brasil no cenário global, potencializando o fluxo turístico e promovendo o desenvolvimento sustentável da atividade turística nacional.

### Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

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

**Público-alvo:** B2B e B2C.

#### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão\*

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

## Cicloturismo Floripa Sul da Ilha

**Destino:** Florianópolis

**Descrição:** um pedal bem variado passando por asfalto, trilhas e beira do mar, conhecendo as praias mais preservadas da ilha (Campeche, Morro das Pedras e Armação), seguidas das comunidades rurais da Costa de Cima e de Dentro, seguido de pedal à beira da água nas praias do Pântano do Sul e Açores. A experiência também inclui um banho de água doce no Parque Municipal da Lagoa do Peri, a maior lagoa de água doce de Florianópolis, uma jóia natural cercada por vegetação exuberante e tranquilidade.

**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.

## Walking Tour - StreetArt Tour em Florianpa

**Destino:** Florianópolis

**Descrição:** o passeio de Arte Urbana em Florianópolis, conduzido pelo Guia Manezinho, oferece uma imersão nos murais da cidade. Com 12 paradas, o tour revela segredos e interpretações de mais de 80 murais espalhados pelo Centro da cidade. Os temas abordam aspectos importantes da história local, como a representação de figuras como João da Cruz e Sousa e Antonieta de Barros. O circuito inclui murais geométricos e de lettering, tornando-se um espaço plural e dinâmico. Desde 2017, o Guia Manezinho conecta turistas e artistas, compartilhando histórias e áudios exclusivos. Reconhecido por sua expertise e prêmios, o guia também produziu um minidocumentário sobre a arte urbana da ilha.

**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

## Safári Baleia - uma aventura à beira da natureza!

**Destino:** Imbituba

**Descrição:** o passeio pela Rota da Baleia Franca leva os participantes a explorar as belas praias do Sul de Santa Catarina, entre os municípios de Laguna, Imbituba e Garopaba, conhecidos como berçários das baleias. Com um guia experiente, o visitante terá a oportunidade de observar a fauna, flora e entender a migração das baleias. O roteiro também revela a rica história local, incluindo os sambaquis indígenas e as influências da colonização europeia. O almoço, com pratos típicos da região, será servido nos melhores restaurantes. Além disso, o Museu Baleia e o Instituto Australis oferecem uma imersão na história da caça e na preservação da Baleia Franca. A experiência inclui a Garantia Baleeira de Observação de Baleias.

**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

## Trilha do Rio do Boi

**Destino:** Praia Grande

**Descrição:** o aventura começa com uma trilha desafiadora de 14 km (ida e volta) pelo leito de um rio, cruzando terrenos pedregosos e atravessando águas que variam em profundidade, da canela à cintura. O percurso inclui uma caminhada por densa mata, com subidas e descidas intensas que levam cerca de 1h30min até a margem do rio. A partir desse ponto, o trajeto segue cruzando o rio aproximadamente 20 vezes, proporcionando um desafio único. Com duração de 6 a 8 horas, é um passeio ideal para aventureiros que buscam superar limites e desfrutar de paisagens naturais incríveis. O deslocamento de 12 km até o ponto de partida pode ser feito com veículo próprio ou transfer contratado.

**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



## 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\*

## Campanha Digital realizada com LATAM

**Destinos contemplados:** Florianópolis.

**Mercados ativados:** Chile e Peru.

**Principais resultados:** a campanha realizada em parceria com a LATAM envolvendo mídia OOH (Out of Home) que se enquadra em todas as publicidades em todas as publicidades que atingem a espectador fora de casa.

## Campanha Digital realizada com JETSMART

**Destinos contemplados:** Florianópolis.

**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

The advertisement features a scenic background of a beach and mountains. It includes the JetSMART logo and a 'BRASIL' logo. A red box highlights the flight price: Santiago - Florianópolis desde \$ 69.580, with taxes of \$ 24.850, totaling \$ 94.430. The final price is labeled 'Final por tramo' with an airplane icon. Text at the bottom indicates the promotion is valid until 27/01/25 and provides the website www.JetSMART.com.

JetSMART

BRASIL

Santiago - Florianópolis desde

\$ 69.580

Por tramo + tasas \$24.850

\$ 94.430

Final por tramo ————— ✈

VISIT BRASIL .COM /DISFRUTA

VUELA HASTA EL 10 DE MARZO DEL 2025

Promoción válida hasta el 27/01/25. Bases legales en [www.JetSMART.com](http://www.JetSMART.com)

## Voo Inaugural da AZUL entre Assunção - Florianópolis

**Destinos contemplados:** Florianópolis.

**Mercados ativados:** Paraguai.

**Principais resultados:** apoio institucional da Embratur na divulgação da nova rota entre a capital paraguaia e a cidade de Florianópolis.



Representantes da Azul Linhas Aéreas, Zurich AirPort Brasil e do Governo de Santa Catarina. **Fonte:** Panrotas

## 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 8ª edição

Newsletter de fevereiro promove o turismo sustentável da cidade de Bombinhas.



Bombinhas | SC

### Bombinhas (Santa Catarina)

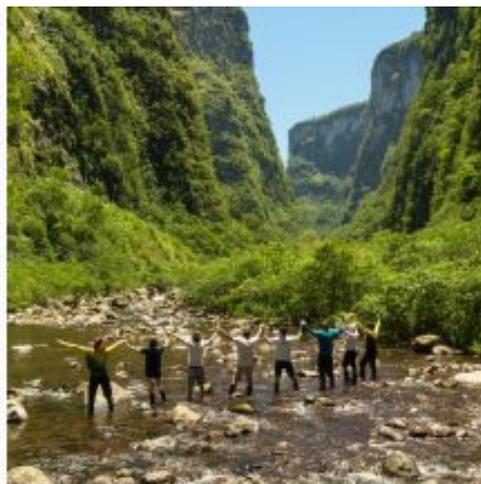
Com cenários deslumbrantes e iniciativas voltadas ao turismo responsável, Bombinhas é um destino imperdível para quem procura praias de águas cristalinas, mergulho, trilhas ecológicas e compromisso com a preservação ambiental. A cidade abriga diversas áreas de proteção ambiental, além de três praias com o selo Bandeira Azul - Praia de Quatro Ilhas, Praia do Mariscal e Praia da Conceição. [Leia mais!](#)

## Visit Brasil 10ª edição

Newsletters apresenta a região para realizar o Trekking da Trilha do Rio do Boi que levam ao Cânion Itaimbezinho e ao deslumbrante Cânion Fortaleza, integrantes do Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul.

### Trekking

Na divisa entre os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a terra se abre em fendas monumentais que parecem esculpidas à mão. Os Parques Nacionais de Aparados da Serra e da Serra Geral oferecem experiências únicas de trekking, como a **Trilha do Rio do Boi** e os percursos que levam ao **Cânion Itaimbezinho** e ao deslumbrante **Cânion Fortaleza**, integrantes do Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul.



Tilha do Rio do Boi

## Visit Brasil 12ª edição

Divulgação de nova aeronave da FLY BONDI na rota Florianópolis - Córdoba

- Córdoba – Florianópolis | New airline / Seasonal | Flybondi | Period: 12/03/2025 to 03/29/2026

## Ações de Apoio à Comercialização Internacional

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

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

### Famtour

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\*

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

## Famtour 8: Florianópolis e região – 2025

**Destinos contemplados:** Florianópolis, Itapema, Balneário do Camboriú e Penha.

**Mercados ativados:** Bolívia e Peru.

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

**Principais resultados:** este famtour contou com a participação de oito operadores, sendo quatro da Bolívia e quatro do Peru e proporcionou uma experiência imersiva nas cidades de Florianópolis (SC), Itapema (SC), Balneário Camboriú (SC) e Penha (SC). Houve a realização de um Encontro de Relacionamento, em que os participantes uniram-se a vinte fornecedores de serviços e/ou experiências turísticas e convidados institucionais.



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.

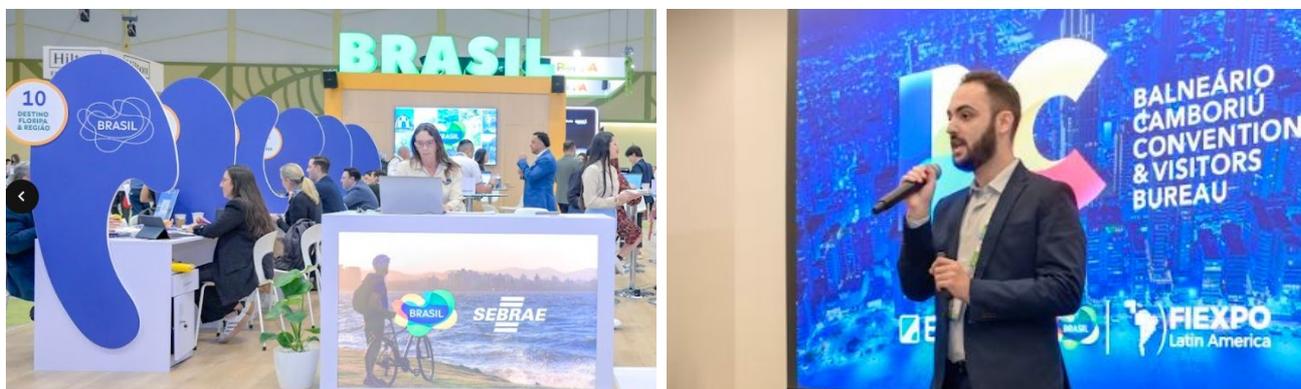
**Público-alvo:** B2B, com ações pontuais B2C, dependendo do perfil da feira.

### Etapas do funil de vendas:

1 Conscientização    2 Consideração    3 Conversão    4 Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos de **Santa Catarina**:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIEXPO	2025	Costa Rica	Florianópolis e Balneário Camboriú



Estande Brasil na FIEXPO. **Fonte:** Embratur

## Brasil Travel Specialist

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

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

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

## Módulos: MICE, Turismo Sustentável, 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.



Lagoa da Conceição, Florianópolis, Santa Catarina

### SUSTAINABLE TOURISM

- Sustainable tourism in Brazil promotes conservation and economic growth.
- Various projects focus on preserving endangered species and ecosystems.
- Tourists can participate in conservation efforts during their visits.

WATCH, LISTEN & READ MORE ▾

Fonte: Embratur

m b b r o

r a t u r

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

n b b r a t

e m b b