



PRINCIPAIS
AÇÕES

SÃO
PAULO

 Embratur



FICHA TÉCNICA

EMBRATUR

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete (PRESI)

Bruno Villa Santana

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete (DGI)

Roseane Costa Pereira da Silva

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)

Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete (DMINS)

Sáskia Lima de Castro

Gerência de Projetos Especiais (GPESP)

Marcelle Mello de Carvalho

Gerência de Inovação (GI)

Marina Dimetre Fernandes Arruda

Gerência de Comunicação (GCOM)

Rafael Mello Rodrigues

Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade (GIDC)

Fábio Montanheiro

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

Alexandre Nakagawa

Gerência de Eventos Internacionais (GEI)

Simone Scorsato

Gerência de Integração de Projetos (GIP)

Adriana de Lucena Francisco

Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca (GCIGM)

Patrick Leal Costa

Gerência de Projetos Estruturantes (GRPE)

Ana Paula Caetano Jacques

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Coordenação de Gestão Estratégica

Carolina Stolf

Inteligência de Dados

Anner Luis Pariche Valdiviezo

Cristiano Borges

Daniele Montenegro

Edson Duarte

Scarlett Queen Bispo

Theogenes Rocha

Elaboração

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Andrade

1

Apresentação

2

São Paulo 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
Outras Ações

apre senta ção

1

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

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

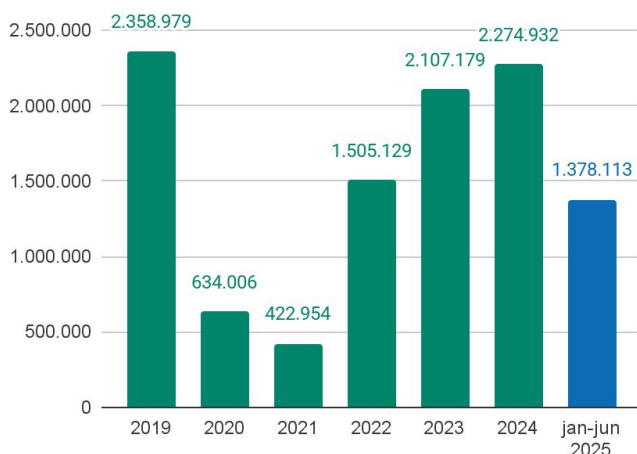
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade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

O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, no **período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025**, no **Estado de São Paulo**, 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 São Paulo 2.274.932 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 2.107.179 em 2023 e 2.274.932 em 2024, representando um aumento de 7,96%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram São Paulo em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 1.378.113 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada São Paulo. No mesmo período de 2024, foram 1.111.522, o que representa aumento de 23,98%.

Entradas de turistas estrangeiros por SP



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para SP*

*janeiro a junho de 2025

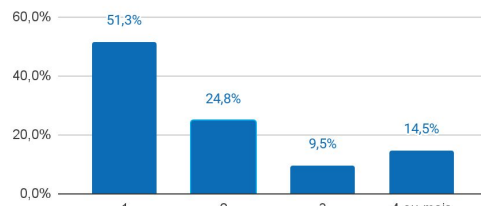
Cias aéreas: (principais)	Latam, Azul, Gol, American Airlines, United Airlines, Turkish Airlines, TAP, Copa Airlines, Delta Air Lines, Avianca, Air Canadá, Ethiopian Airlines, Air France, Iberia e Qatar Airways.
Países de origem (principais):	Estados Unidos, Argentina, Chile, Portugal, Espanha, Itália, Colômbia, Peru, Panamá, Alemanha, Reino Unido, Uruguai, Qatar e México.
Cidades de origem: (principais)	Buenos Aires, Santiago, Lisboa, Madri, Miami, Paris, Nova York, Bogotá, Lima, Cidade de Panamá, Roma, Londres, Frankfurt, Orlando e Montevidéu.
Quantidade de voos:	- 20.412
Assentos disponíveis:	- 5.165.459
Participação de SP na oferta de voos para o Brasil:	- 55,24%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

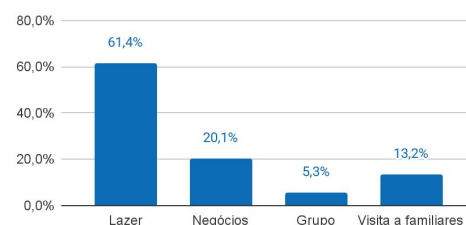


ForwardKeys

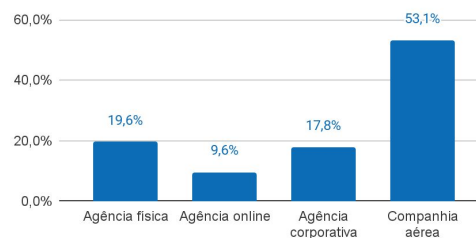
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



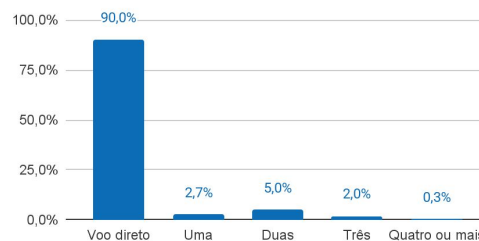
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Principais portões de entrada secundários:

Rio de Janeiro e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

São Paulo recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Argentina, Chile, Portugal e Reino Unido no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos do Rio de Janeiro (Galeão) e Brasília como portões de entrada secundários, 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.

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 São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ) - 2024

Destinos contemplados: São Paulo e Rio de Janeiro.

Mercados ativados: México e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Luxo, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Bem-estar.

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 Famtour MICE Curitiba, Morretes, São Paulo - 2024

Destinos contemplados: São Paulo, Curitiba e Morretes.

Mercados ativados: Argentina, Colômbia, México.

Segmentos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

Principais resultados: este Famtour foi realizado com a participação de 8 representantes das empresas selecionadas, incluindo operadores, agentes de viagem e outras empresas especializadas no segmento MICE, sendo 2 da Argentina, 3 da Colômbia e 3 do México. A ação foi realizada no período de 28 de julho a 03 de agosto de 2024, quando foram apresentadas experiências turísticas aplicáveis a viagens de negócios, eventos, incentivos e outras ofertas correlatas nas cidades de Curitiba/PR, Morretes/PR e São Paulo/PR.



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.

Roadshow

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo.

Roadshow Visit Brasil América Latina - 2024

Em fevereiro de 2024 foram realizados 5 roadshows com rodadas de negócios. Trata-se de uma ação de relacionamento B2B (business to business) para a realização de negócios com compradores internacionais dos mercados de realização das ações, entre eles operadores turísticos, agentes de viagem, companhias aéreas e imprensa especializada, com objetivo de potencializar as vendas para o Brasil.

Destino contemplado: São Paulo.

Mercados ativados: Uruguai (Montevidéu), Argentina (Buenos Aires), Chile (Santiago), Peru (Lima) e Colômbia (Bogotá).

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-estar (resorts).

Principais resultados: os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro. O que proporcionou não só o estabelecimento de novas parcerias, mas também permitiu uma experiência imersiva na cultura brasileira para os profissionais do trade turístico internacional. As ativações destacaram as vantagens únicas do Brasil e facilitando o networking entre o trade brasileiro e internacional.



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 Estado de São Paulo:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
IBTM World	2023	Espanha	São Paulo
FIT América Latina	2023	Argentina	São Paulo e São Sebastião
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado de São Paulo
FIEXPO Latin America	2023	Panamá	Estado de São Paulo
IMEX America	2023	Estados Unidos	Estado de São Paulo
Seatrade Cruise Global	2023	Estados Unidos	Ilhabela
FITUR Madri	2023	Espanha	São Paulo
BTL Lisboa	2023	Portugal	São Paulo
IMEX Frankfurt	2023	Alemanha	São Paulo
WTM London	2023	Reino Unido	Estado de São Paulo, São Paulo e Ilhabela
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado de São Paulo
Travel & Adventure Show	2024	Estados Unidos	São Sebastião e São Paulo
FITUR Madri	2024	Espanha	São Sebastião e São Paulo
BTL Lisboa	2024	Portugal	São Sebastião e São Paulo
ITB Berlim	2024	Alemanha	São Sebastião e São Paulo
FIEXPO Latin America	2024	Panamá	São Paulo
IMEX Frankfurt	2024	Alemanha	São Paulo
IBTM World	2024	Espanha	Estado de São Paulo
IBTM World	2024	Espanha	Campinas
WTM London	2024	Reino Unido	Estado de São Paulo
WTM London	2024	Reino Unido	São Paulo
WTM London	2024	Reino Unido	São Sebastião
FIT América Latina	2024	Argentina	São Paulo
FIT América Latina	2024	Argentina	São Sebastião
IFTM Top Resa	2024	França	São Sebastião

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 América Latina - 2023

Destino: São Paulo.

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

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

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); TV Conectada (Showheroes); Companhias Aéreas (JetSMART e Sky).

Principais resultados: a campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano. Realizada no período de 02 de outubro a 30 de novembro de 2023, 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 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: Santos.

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

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



Ações Promocionais Digitais

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

Campanha Always On - 2024

Destinos contemplados: São Paulo e São Sebastião.

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; Turismo Esportivo, Turismo Cultural; Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos (MICE).

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.



visitbrasil
Audio original

..



visitbrasil us São Paulo is ALWAYS stunning, but when night falls, the city transforms into a spectacle of lights that is simply dazzling! Tag that special someone you'd love to explore the stone jungle with! ✨🌃

#SãoPaulo #Tourism #Travel #Brazil #VisitBrasil

BR São Paulo é incrível de todas as formas, mas quando a noite cai, a cidade se transforma em um mar de luzes que é simplesmente deslumbrante! Marque aquela pessoa especial com quem você adoraria explorar a selva de pedra! ✨🌃

#SãoPaulo #Turismo #Viagem #Brasil #VisitBrasil

17 sem Ver traducción



visitbrasil
Florian Christl • Natural

...



visitbrasil us If you haven't yet seen the magic of the humpback whale season in São Sebastião, prepare to be amazed! This epic encounter between a humpback whale and a group of dolphins is just a small sample of the wonders that await you. Tag that special someone and start planning your trip to witness all of nature's beauty. 🐳🐬🌊

📍 São Sebastião, São Paulo
👤 @owillprado

#Brazil #Tourism #VisitBrasil #SaoSebastiao

—

BR Se você ainda não viu a magia da temporada de jubartes em São Sebastião, prepare-se para se encantar! Esse encontro épico entre uma baleia jubarte e um cardume de golfinhos é apenas uma pequena amostra das maravilhas que aguardam por você. Marque aquela pessoa especial e comece a planejar sua viagem para testemunhar toda a beleza da natureza. 🐳🐬🌊

📍 São Sebastião, São Paulo
👤 @owillprado

#Brasil #Turismo #VisitBrasil #SaoSebastiao

10 sem Ver traducción

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 em São Paulo, no dia 17 de outubro de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: São Paulo.

Participantes: 42 pessoas.



Banco de Imagens

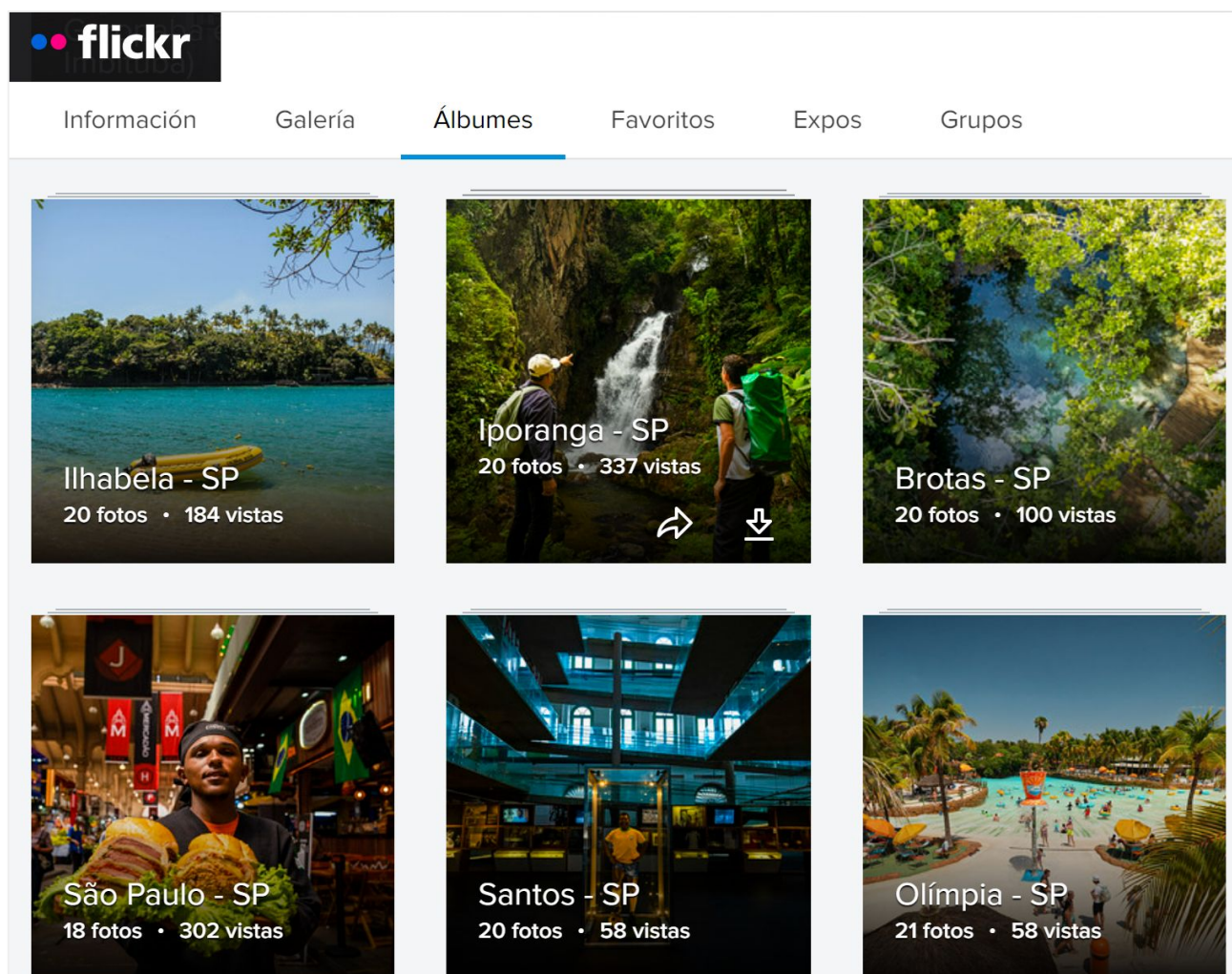
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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: São Paulo, Santos, Jundiaí, Vinhedo, Ilhabela, Iporanga, Brotas e Olímpia.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Ecoturismo e Turismo de Aventura.



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 Paraná).

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: São Paulo, Campinas, Atibaia e Guarujá.

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.

8ª Conferência Internacional de Diversidade - Câmara LGBT

A 8ª Conferência tem como objetivo, pensar novas práticas para que a diversidade seja respeitada e a tolerância seja uma constante em todos os espaços, além de debater possibilidades de negócios envolvendo o segmento LGBT. No Turismo os representantes de Países, Estados, Regiões e cidades irão divulgar seus destinos como LGBT friendly, além de empresas e profissionais do setor que pretendem trabalhar com o público LGBT e/ou ampliar o trabalho já existente.

Destinos

contemplados:

São

Paulo

Segmento: Turismo LGBTQIA+



**CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA
DIVERSIDADE**



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*

Maravilhas de São Paulo

Destino contemplado: São Paulo.

Descrição: São Paulo em 360°. História, sabores e belezas da metrópole que nunca dorme
- Os encantos de São Paulo em um passeio que une cultura, gastronomia e arquitetura, revelando os segredos da maior cidade da América Latina.

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

São Paulo, Pinheiros - Food and Graffiti Tour

Destino contemplado: São Paulo.

Descrição: Food & Graffiti Tour: Sabores e cores de Pinheiros em São Paulo - Descubra a fusão perfeita entre gastronomia e arte de rua em um passeio que revela o coração vibrante do bairro de Pinheiros.

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 brasileiras e estrangeiras).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

*A depender das propostas apresentadas.

Campanha Digital realizada com JetSMART

Destinos contemplados: São Paulo.

Mercados ativados: Chile, Argentina e Uruguai.

Descritivo: a campanha digital tinha o objetivo de aumentar o número de vendas de passagens para o Brasil através do aumento da visibilidade do destino Brasil por meio de notificação, disparo de e-mail marketing e redes sociais.

Campanha promocional do Brasil Digital e OOH da Royal Air Maroc e o Aeroporto de Guarulhos

Destinos contemplados: São Paulo.

Mercados ativados: Chile, Argentina e Uruguai.

Descritivo: o plano de promoção contratado da Royal Air Maroc e GRU contemplou campanhas digitais e de OOH em mercados estratégicos da Europa no período analisado, com o objetivo de ampliar o reconhecimento do Brasil como destino turístico e incentivar o fluxo de turistas internacionais. O plano de promoção segue em andamento com novas ações previstas a serem executadas com previsão de novos desdobramentos e entregas nos próximos meses.

Ativação com a TAP

Destinos contemplados: São Paulo.

Mercados ativados: Portugal

Descritivo: A BTL, Bolsa de Turismo de Lisboa, é a maior feira de turismo de Portugal e uma das mais relevantes da Europa. Realizada anualmente na capital portuguesa, o evento reúne profissionais do setor, destinos turísticos, agências de viagens, operadoras, hotéis, companhias aéreas e instituições oficiais, tanto nacionais quanto internacionais. Durante a BTL 2025, a TAP participou de quatro ativações promocionais com os destinos São Paulo, Rota das Emoções, Secult Minas e Brasília. Em parceria com as secretarias de turismo e empresários locais, a companhia ofereceu passagens para esses destinos, promovendo o turismo e fortalecendo a conexão entre Portugal e o Brasil.

Visit Brasil News (Newsletter)

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

Público-alvo: B2B e Relações Públicas (PR)

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Visit Brasil 8ª Edição

Destino contemplado: São Paulo.

Descritivo: newsletter para o mercado internacional

Córdoba-São Paulo: início da operação 2 de abril
Bariloche-São Paulo: início da operação 2 de julho

Visit Brasil 9ª edição

Destino contemplado: São Paulo.

Descritivo: newsletter para o mercado internacional divulgando nova rota da GOL para São Paulo, com origem em Córdoba (Argentina) e também a realização do Roadshow da ICCA que ocorreu em São Paulo e no Rio de Janeiro.



ICCA Brasil Roadshow pela primeira vez no país

Rio de Janeiro e São Paulo foram palco do ICCA Brasil Roadshow, evento que reuniu especialistas do setor MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) para promover o país como um destino qualificado para sediar eventos internacionais e capacitar empresários brasileiros do segmento. O roadshow destacou o potencial econômico brasileiro, reforçando nossa posição de destaque no ranking global da International Congress and Convention Association - ICCA. [Leia mais!](#)

Argentina:

Córdoba/São Paulo (GOL) - a partir de 02 de abril

Fonte: Embratur.

Visit Brasil 11ª edição

Destino contemplado: Campinas.

Descritivo: newsletter para o mercado internacional divulgando as novas rotas da Azul para Campinas, com origem em Mendoza (Argentina) e Montevideu (Uruguai).

Azul – Mendoza/Campinas (3 vezes por semana, del 17 de junio al 24 de agosto)

Azul – Montevideo/Campinas (5 vezes por semana, desde el 1 de julio)

Visit Brasil 12ª Edição

Destino contemplado: Campinas.

Descritivo: newsletter para o mercado internacional destaca a Parada Gay de São Paulo que é considerada a maior parada do mundo pelo Guinness World Records e a cidade é colocada como paraíso da gastronomia e da street art.



The world's largest LGBTQIA+ Pride Parade is in Brazil

The city of São Paulo reaffirmed its global leadership in promoting diversity with the 29th edition of the Pride Parade on the iconic Avenida Paulista on June 22. This year's theme – "Aging as LGBT+: Memory, Resistance, and Future" – shed light on the reality of the 60+ community, emphasizing the urgent need for support networks, inclusive public services, and policies that ensure a dignified, safe, and respectful aging process.

Recognized by the Guinness World Records as the largest Pride Parade in the world, this year's edition further strengthened Brazil's image as a welcoming, diverse country committed to human rights. A transformative experience for those who believe in tourism with purpose!

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.

Famtour

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de viagens imersivas e personalizadas de familiarização com os destinos turísticos brasileiros, voltadas a operadores e agentes de turismo internacionais. Desta forma, proporciona contato direto com atrativos, serviços e experiências autênticas do Brasil, ampliando o conhecimento técnico sobre a oferta turística nacional.

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

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

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento e

2

Consideração*

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

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

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

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento e

2

Consideração*

Ações com Companhias Aéreas

Famtour Royal Air Maroc (PATI)

Destinos contemplados: São Paulo e São Sebastião..

Mercados ativados: Espanha e Portugal

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Sol e Praia

Descritivo: famtour com o mercado espanhol com o objetivo de promover o voo direto entre Casablanca (Marrocos) e Guarulhos (São Paulo). A ação contou com um workshop com palestras e apresentações sobre destinos turísticos, cultura e oportunidades de negócios.



Fonte: Embratur.

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

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: SB2B (cia aérea, empresa de modais, operadores e agentes de viagens internacionais) e imprensa especializada

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento e

2

Consideração

Módulos: MICE, Turismo Sustentável, Ecoturismo e Turismo de Aventura

Destinos contemplados: Turismo de Negócios e Eventos (MICE).

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.



SÃO PAULO

São Paulo isn't just Brazil's economic powerhouse – it's a global hub where business, culture, and innovation intersect. As the largest city in the Southern Hemisphere, it offers an unmatched blend of corporate sophistication and Brazilian energy, making it a premier destination for meetings, trade fairs, and incentive travel.

Why São Paulo?

What sets São Paulo apart is its ability to balance global influence with local character seamlessly. It's home to Latin America's largest financial district, a thriving creative and tech scene, and a culinary landscape that stands shoulder-to-shoulder with the world's best. With top-tier event venues, world-class hospitality, and a dynamic cultural pulse, São Paulo delivers an effortless fusion of work and leisure, ensuring every event leaves a lasting impression.

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 São Paulo:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL Lisboa	2025	Portugal	São Sebastião e Estado de São Paulo
FITUR Madri	2025	Espanha	São Sebastião e Estado de São Paulo
ITB Berlim	2025	Alemanha	São Sebastião e Estado de São Paulo
Travel & Adventure Show	2025	Estados Unidos	São Sebastião
Vitrine Turística ANATO	2025	Colômbia	São Sebastião, Ilhabela e Estado de São Paulo
Seatrade Cruise Global	2025	Estados Unidos	São Sebastião, Santos e Ilhabela
IMNEX Frankfurt	2025	Alemanha	São Paulo
FIEXPO	2025	Costa Rica	São Paulo

Capacitação de Mercados Internacionais

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

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

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Capacitação Amex Roma

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

Destinos contemplados: Estado de São Paulo.

Mercado ativado: Itália.

Segmentos: Itália.

Número de participantes: 15.

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*

ICCA Roadshow

Destinos contemplados: São Paulo.

Descritivo: com edições no Rio de Janeiro, entre 18 e 19 de março, e em São Paulo, de 20 a 21 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.

*especialmente quando houver presença de fornecedores de produtos do trade brasileiro.

Outras ações

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-alvo: B2G. B2B e B2C

Etapas do funil de vendas:

1

Conscientização

2

Conhecimento

3

Consideração

4

Conversão

Prêmio do Afroturismo

Destino contemplado: São Paulo.

Descritivo: o 3º Prêmio do Afroturismo é uma premiação anual que reconhece iniciativas, profissionais e destinos que se destacam na valorização da cultura afro-brasileira no setor turístico. A cerimônia de 2025 ocorreu durante a WTM Latin America, realizada no Expo Center Norte, em São Paulo.

Avistar 2025

Destino contemplado: São Paulo.

Descritivo: o Avistar 2025 é o 18º Encontro Brasileiro de Observação de Aves, considerado o maior evento de birdwatching da América Latina. Será realizado de 16 a 18 de maio de 2025, no Jardim Botânico de São Paulo.

Turistech Summit

Destino contemplado: São Paulo.

Descritivo: o Turistech Summit é o principal evento de inovação no turismo brasileiro, promovido pelo Turistech Hub. Realizado anualmente no Cubo Itaú, em São Paulo, o evento reúne líderes do setor, startups e especialistas para discutir tendências, tecnologias emergentes e soluções sustentáveis para o mercado turístico.

