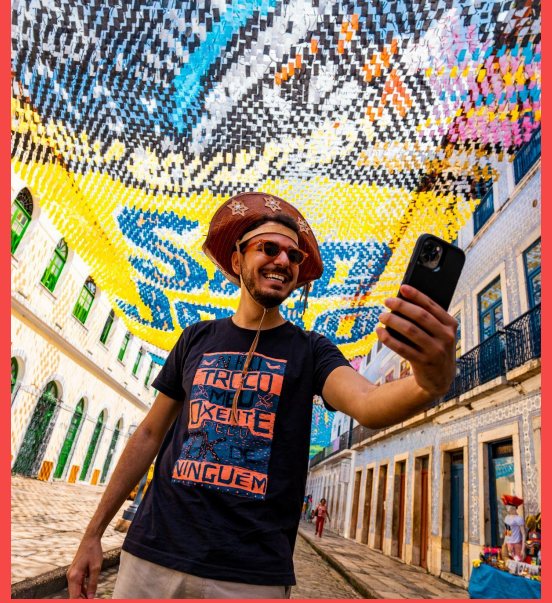




PRINCIPAIS AÇÕES

MARANHÃO

2023 e 2024



Ficha Técnica



Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete

Bruno Villa de Santana

Gerência de Comunicação (GCOM)

Rafael Mello Rodrigues

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete

Roseane Costa Pereira da Silva

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)

Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete

Sáskia Freire Lima de Castro

Coordenação de Gestão Estratégica

Carolina Elías Stolf

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Revisão Técnica

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Andrade

Maria Eduarda Lopes

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

Inteligência de Dados

Cristiano Borges

Daniele Montenegro

Edson Duarte

Paula Schulz

Scarlett Queen Bispo

Theogenes Rocha



An aerial photograph of a tropical beach with white sand and turquoise water. The image is overlaid with a red and teal geometric design. A red circle is partially visible in the top left corner. A teal triangle is in the bottom right corner. The word 'APRESENTAÇÃO' is written in white capital letters on the red background. The number '1' is written in teal on the teal background.

APRESENTAÇÃO

1



Apresentação

A **Embratur** tem como missão promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país.

Para isso, tem desenvolvido diversas parcerias com atores estratégicos como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Entidades de Classe e os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação, dentre outros parceiros relevantes no cenário turístico nacional e internacional.

Por meio destas parcerias, a Embratur tem implementado programas e ações que visam ampliar a promoção e a comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros e, consequentemente, elevando a competitividade internacional do setor, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e sustentável do Brasil.

Neste documento, são apresentadas algumas das principais ações realizadas pela Embratur e seus parceiros estratégicos, em 2023 e 2024, no Estado do Maranhão, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



MARANHÃO

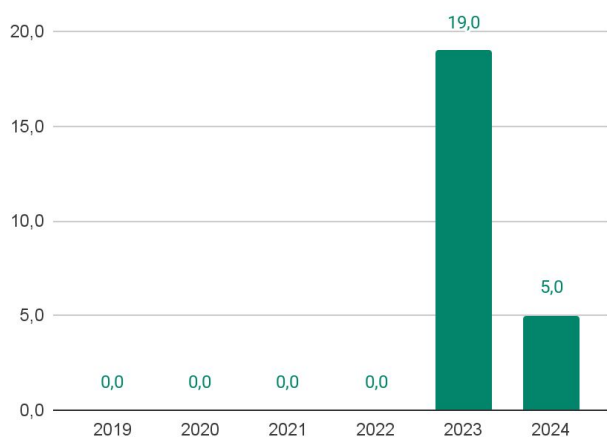
EM NÚMEROS

2

MA em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Maranhão 5 turistas. Esse baixo número e falta de histórico são em decorrência da ausência de voos internacionais e cruzeiros regulares ao destino. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Maranhão em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo MA



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o MA*

*janeiro a junho de 2025

Dados do Maranhão estão zerados, pois não temos voo direto para o MA.

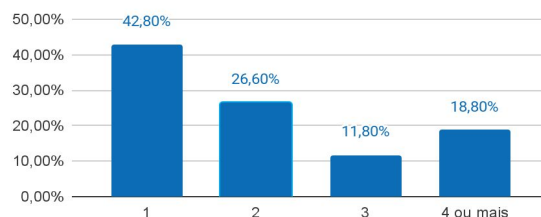
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

Fonte: Anac e Embratur

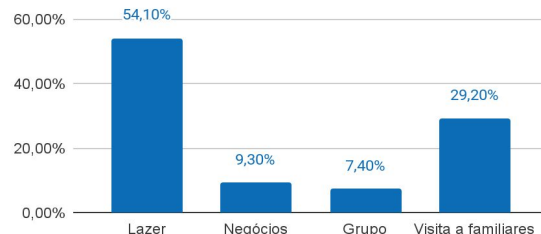


ForwardKeys

Tamanho do grupo em pessoas (%)



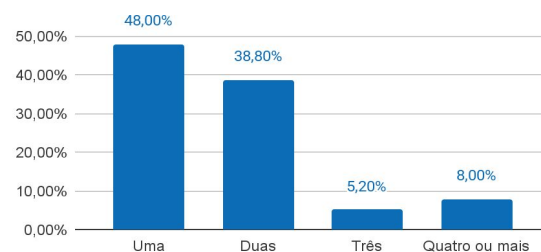
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o MA (%)



Principais portões de
entrada

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Maranhão recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Itália, Portugal, Espanha e França no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (61,2%), Brasília (7,4%), Rio de Janeiro (6,4%), Foz do Iguaçu (4,7%) e Fortaleza (4,7%) como portões de entrada.

**AÇÕES DE APOIO À
COMERCIALIZAÇÃO
INTERNACIONAL**

3

3. 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.

3.1. 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.

3.1.1 . Famtour Rota das Emoções e Lençóis Maranhenses - 2023

Destinos contemplados: São Luís, Barreirinhas, Santo Amaro do Maranhão e Atins.

Mercados ativados: Alemanha e Reino Unido.

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

Principais resultados: este famtour, realizado no período de 8 a 16 de julho de 2023, contou com a participação de 10 operadores internacionais, sendo 3 da Alemanha e 7 do Reino Unido. Estimou-se a entrada de cerca de 600 novos turistas como resultado dessa ação, sendo que 100% dos convidados avaliaram a infraestrutura das cidades visitadas como excelente e pronta para o recebimento de turistas internacionais.



3.1.2. Famtour Jalapão e Chapada das Mesas - 2023

Destinos contemplados: Carolina e Riachão.

Mercados ativados: Portugal e Espanha.

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

Principais resultados: este famtour, realizado em outubro de 2023, contou com a participação de 7 (sete) operadores internacionais, sendo 4 da Espanha e 3 de Portugal. Dos convidados presentes na ação, 71,42% (5 operadores) informaram que têm intenção de incremento de até 100 turistas para o Brasil, dentro dos destinos visitados, em até um ano.



3.2. 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.

3.3.1 . Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

Destino contemplado: São Luís.

Mercados ativados: Uruguai, Argentina, Chile, Peru e Colômbia.

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

Principais resultados: os *roadshows* resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.

3.4. Galeria Visit Brasil

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



3.4. 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 do Maranhão:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
NYITS New York	2023	Estados Unidos	Estado do Maranhão
FIT América Latina	2023	Argentina	Estado do Maranhão
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado do Maranhão e São Luís
BTL Lisboa	2024	Portugal	Estado do Maranhão e São Luís
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Maranhão e São Luís
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Maranhão
FIT América Latina	2024	Argentina	Estado do Maranhão
TTG Travel Experience	2024	Itália	São Luís

3.5. Galeria Visit Brasil

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

Galeria com ativações de destinos do Amazonas:

Galeria	Ano	Destinos Contemplados	Mercados Ativos
Galeria Visit Brasil New York	2023	São Luís e Estado do Maranhão	Estados Unidos

3.6. Vitrine Visit Brasil

Esta ação tem como objetivo estruturar um portfólio de experiências turísticas de alta competitividade para o turismo internacional. Esse portfólio é composto por 101 (cento e uma) experiências em segmentos prioritários, distribuídas nas cinco macrorregiões brasileiras e em 52 destinos turísticos nacionais.

3.6.1 Experiência: Rota das Emoções: Navegação pelo Rio Preguiças

Destino: Rota das Emoções - Barreirinhas (MA).

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes na navegação pelo Rio Preguiças chegando na comunidade Bar da Hora.



Experiência: Rota das Emoções: Navegação pelo Rio Preguiças

A photograph of a row of wind turbines on a grassy field, with their reflection visible in a body of water in the foreground. The sky is overcast with soft clouds. The image is partially covered by a teal and red geometric overlay in the top right corner.

AÇÕES DE PROMOÇÃO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS

4

4. 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.

4.1. 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.

4.1.1. Campanha Promocional na Europa - 2023

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

Destinos contemplados: Barreirinhas, São Luís, Atins e Santo Amaro do Maranhão.

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

Mídias utilizadas: Redes Sociais (*Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest*); *Inovadores Digitais (Google e YouTube)*; *Online Travel Agencies (TripAdvisor, El Corte Inglés, Trailfinders, DialAFlight, Odigeo, Viventura, Quality Group, Expedia, Solferias, Abreu, Voyage Privé, Latin Routes)*; Publicidade programática (GDB e Teads) e TV Conectada (*Showheroes*)

Principais resultados: estimou um alcance de mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%. Estima-se que ao longo de toda a campanha tenham sido alcançados mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções.



4.2. 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.

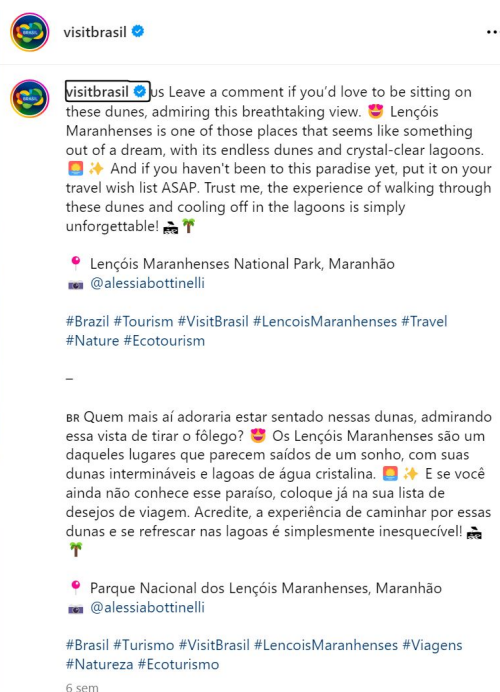
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Barreirinhas (Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses).

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.



Outras Ações

5



5. Outras Ações

5.1. 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.

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

Workshop de capacitação nacional, realizado em Barreirinhas, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Barreirinhas.

Participantes: 30 pessoas.



5.2. Banco de Imagens

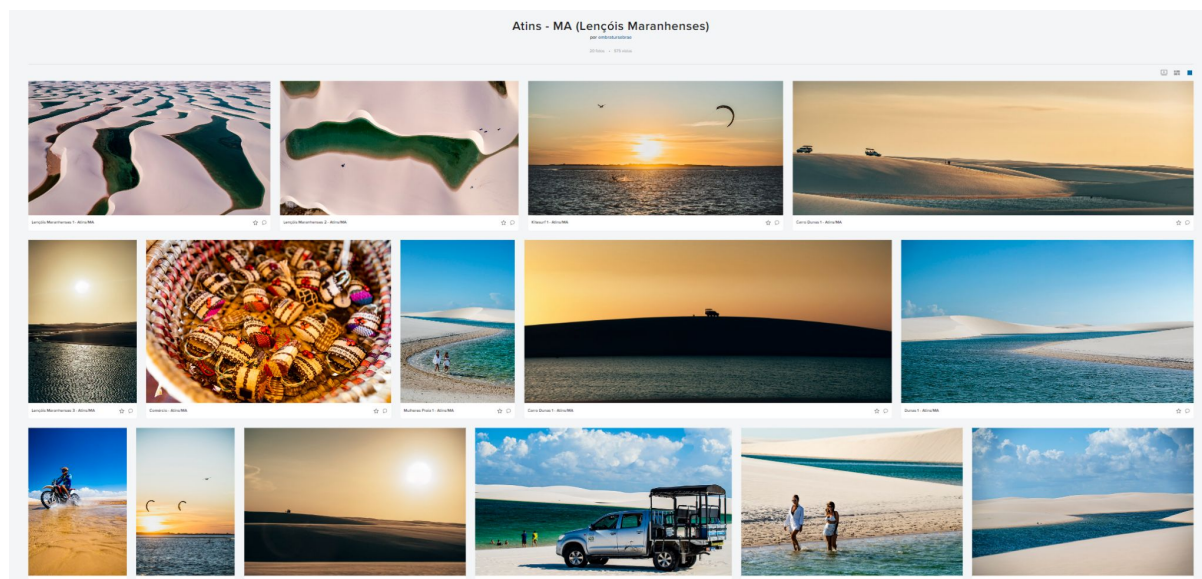
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

3.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2024:

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

Destinos contemplados: São Luís, Atins, Barreirinhas, Santo Amaro do Maranhão, Araíoses, Tutóia, Carolina e Paulino Neves.

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



5.3. 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.

5.3.1 Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Maranhão).

The image is a cover for a newsletter. It features a large, vibrant photograph of sand dunes at sunset or sunrise, with several off-road vehicles parked on the dunes. The top right corner has a red background with a white circle and a teal dot. A teal triangle is on the right side, containing a large teal number 6. The title 'Newsletter Visit Brasil News -2024' is in white text on the red background.

Newsletter Visit Brasil News -2024

6

6. Newsletter Visit Brasil News -2024

Divulgação dos Lençóis Maranhenses na newsletter Visit Brasil, em julho de 2024.



LENÇÓIS MARANHENSES

Explore el Paraíso de Dunas Blancas en el Noreste de Brasil

Lagunas cristalinas que forman un oasis en medio de magníficas dunas blancas: el paraíso que parece un cuadro es real y se encuentra en Maranhão, ubicado en el noreste de Brasil.

Descubre cómo explorar los Lençóis Maranhenses, uno de los destinos más espectaculares de Brasil y **una de las 50 maravillas naturales del mundo**, según la publicación Business Insider. El lugar también fue señalado por el periódico **The New York Times** como el **11º destino turístico del mundo con la mejor experiencia para vivir en 2023**.

El Parque Nacional dos Lençóis es un paraíso ecológico con **155 mil hectáreas de dunas, ríos, lagunas y manglares**. La región recibe lluvias y está bañada por ríos. Las aguas pluviales forman lagunas que se extienden por prácticamente todo el área del parque, creando un paisaje singular e incomparable, con dunas moldeadas por el viento.

Además de la belleza natural incomparable, los Lençóis Maranhenses ofrecen una **experiencia cultural rica y auténtica**. Las comunidades locales reciben a los visitantes con calidez y simpatía, compartiendo sus tradiciones y costumbres, con una rica gastronomía local.

¡Disfruta del paisaje y prepárate para una experiencia inolvidable en los Lençóis Maranhenses!

 **CÓMO LLEGAR**

El aeropuerto más cercano se encuentra en **São Luís** que tiene conexión desde São Paulo. Desde São Luís, solo te separan 250 kilómetros hasta Barreirinhas, en coche, la puerta de entrada principal a este paraíso natural.



