



Embratur



PRINCIPAIS
AÇÕES

RONDÔNIA

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 Elias Stolf

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

Revisão Técnica

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Andrade

Maria Eduarda Lopes

Inteligência de Dados

Cristiano Borges

Daniele Montenegro

Edson Duarte

Paula Schulz

Scarlett Queen Bispo

Theogenes Rocha



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 de Rondônia com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.

An aerial photograph showing two aluminum boats on a river. The boat in the foreground is partially submerged in dense green vegetation. The boat in the background is further up the river. The image is split diagonally into a teal upper half and a light brown lower half, with a white curved line and an orange dot in the top left corner.

RONDÔNIA

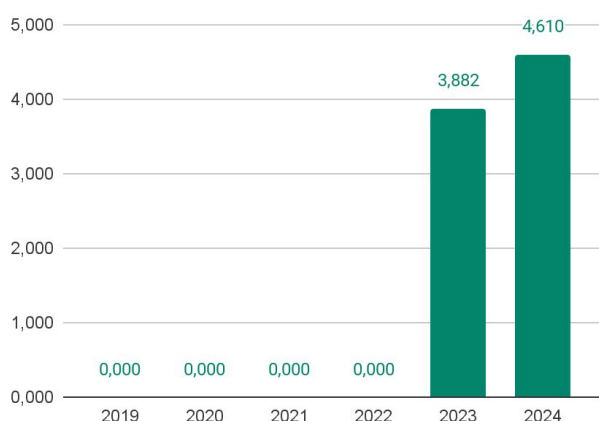
EM NÚMEROS

2

RO em números

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

Entradas de turistas estrangeiros por RO



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para RO*

*janeiro a junho de 2025

Os dados de Rondônia estão zerados, pois não temos voo direto para o RO.

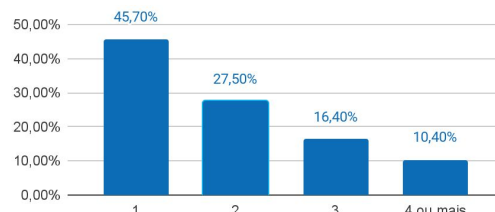
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

Fonte: Anac e Embratur

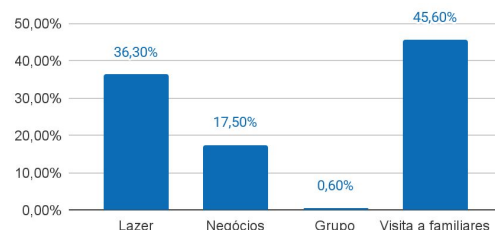


ForwardKeys

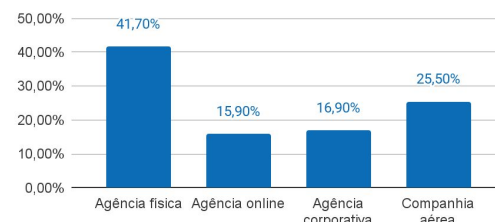
Tamanho do grupo em pessoas (%)



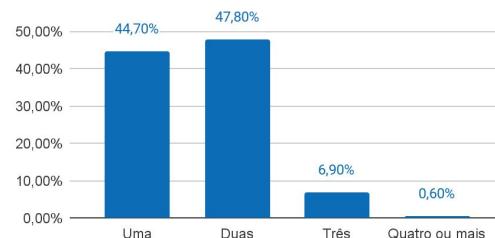
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até RO (%)



Principais portões de
entrada

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Rondônia recebeu turistas aéreos principalmente de Portugal, Estados Unidos, Espanha, Reino Unido e França no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (55,2%), Brasília (34,2%), Belo Horizonte (3,1%), Manaus (1,8%) e Cuiabá (1,4%) como portões de entrada.

An aerial photograph of a beach with waves crashing onto the shore. Several people are visible on the sand and in the water. The image is partially covered by a teal graphic overlay in the top right corner.

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. Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégia de roadshows, em formato de galeria de arte e por meio de uma experiência imersiva, focada na promoção, marketing e exportação de serviços turísticos para agentes do mercado (B2B), público final (B2C) e imprensa. O objetivo é contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no exterior, os brasileiros.

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

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





AÇÕES REALIZADAS

4

4. Ações Realizadas:

4.1. 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 do viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

4.1.1. Workshop “Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2024

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

Destino contemplado: Porto Velho.

Participantes: 44 pessoas.



4.2. Banco de Imagens

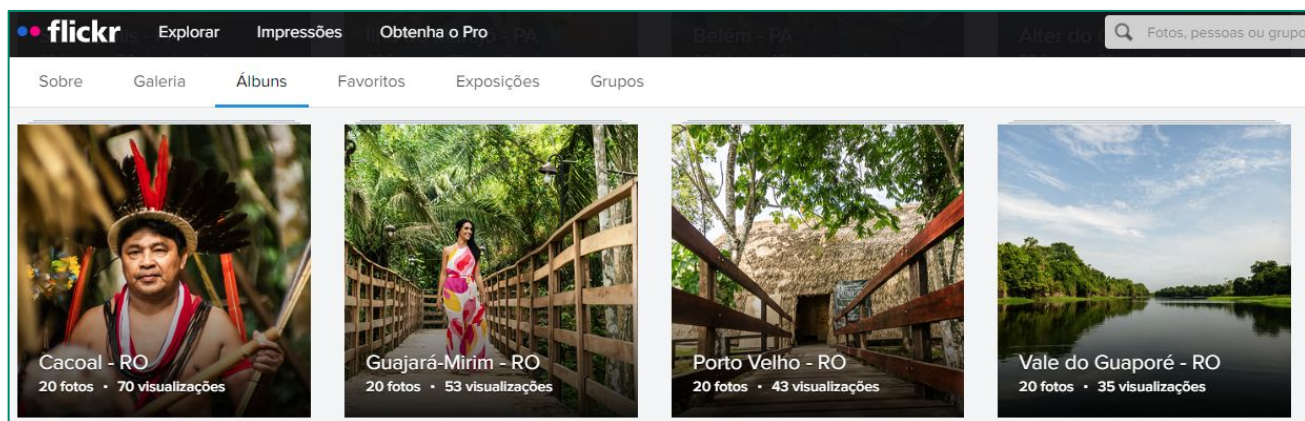
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

4.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2024:

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

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

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



4.3. 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.

4.3.1. Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Rondônia).

