



PRINCIPAIS AÇÕES

SANTA CATARINA

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 Santa Catarina, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.

SANTA CATARINA

EM NÚMEROS

2

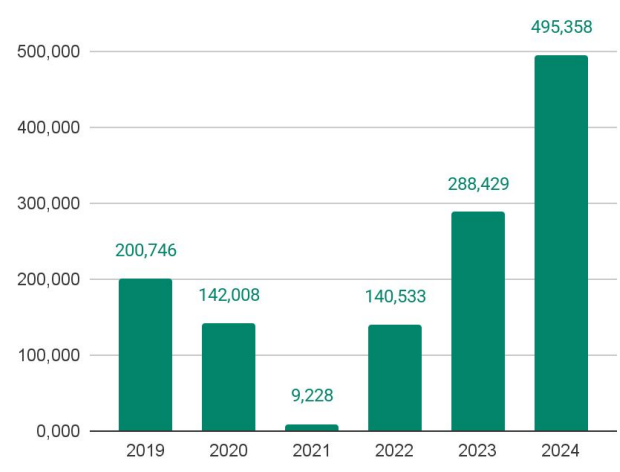




SC em números

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.

Entradas de turistas estrangeiros por SC



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para SC*

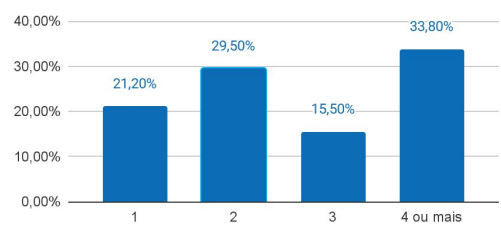
*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas:	Gol, Latam, JetSmart, Aerolineas Argentinas, Sky Airline, Fb Líneas, Copa Airlines, TAP, Azul, Paranair.
Países de origem:	Argentina, Chile, Panamá, Portugal, Uruguai e Paraguai.
Cidades de origem:	Santiago, Buenos Aires, Cidade do Panamá, Lisboa, Montevideu, Córdoba, Rosário e Assunção.
Quantidade de voos:	2.213
Assentos disponíveis:	431.111
Participação de SC na oferta de voos para o Brasil:	6,00%

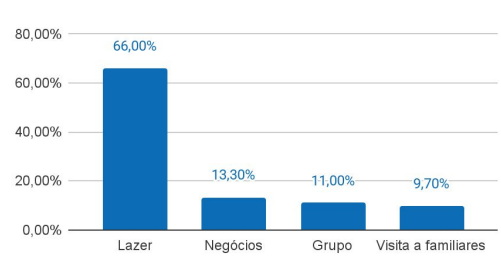
Fonte: Anac e Embratur



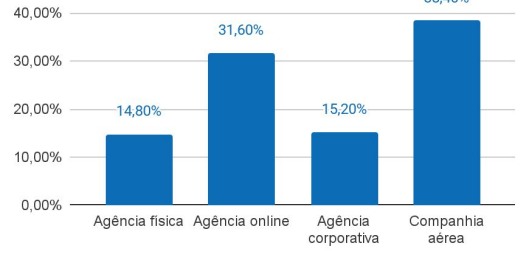
Tamanho do grupo em pessoas (%)



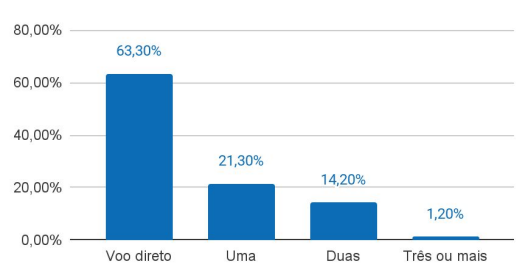
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até SC (%)



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, Alemanha e Portugal no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (86,0%), Rio de Janeiro (9,3%) e Brasília (1,1%) como portões de entrada para além dos aeroportos internacionais do estado.



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.

3.2. 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.

3.2.1. 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.





3.2.2. 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.



3.3. 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.

Feira em que houve destaque dos produtos de Santa Catarina:

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



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 Latinos - 2023

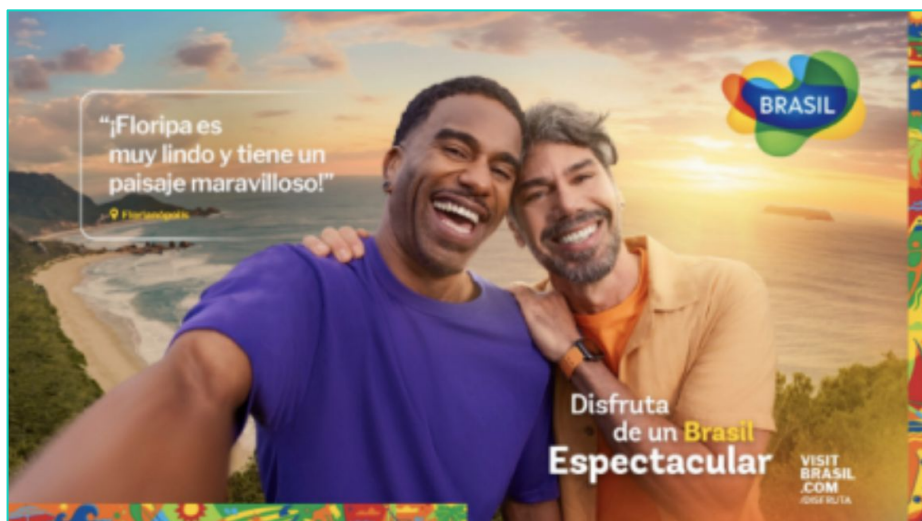
Destino contemplado: Florianópolis.

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 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”, 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%.



4.1.2. 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.



4.1.3. 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.



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.

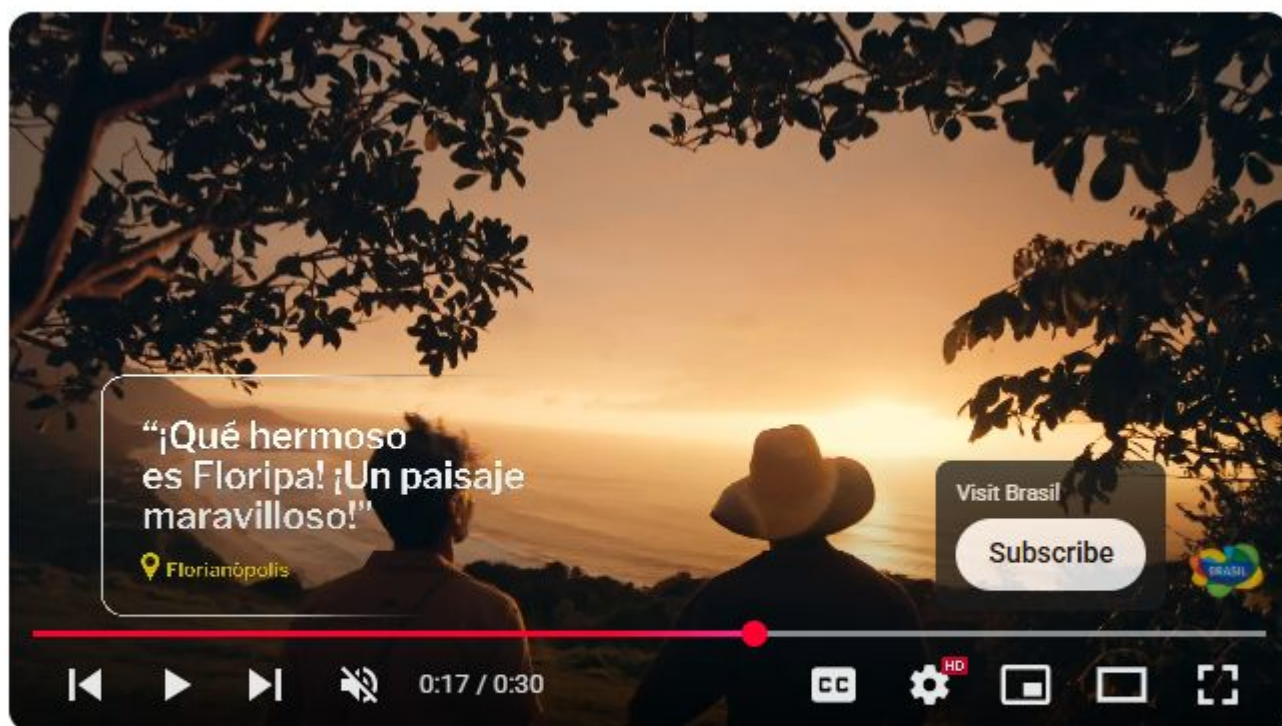
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: 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



An aerial photograph of a coastal city, likely Rio de Janeiro, showing a long sandy beach, the ocean with waves, and the city built into the hills. The image is partially covered by a dark blue diagonal overlay on the right side, which contains the text and a large number.

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 do 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 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



5.2. Banco de Imagens

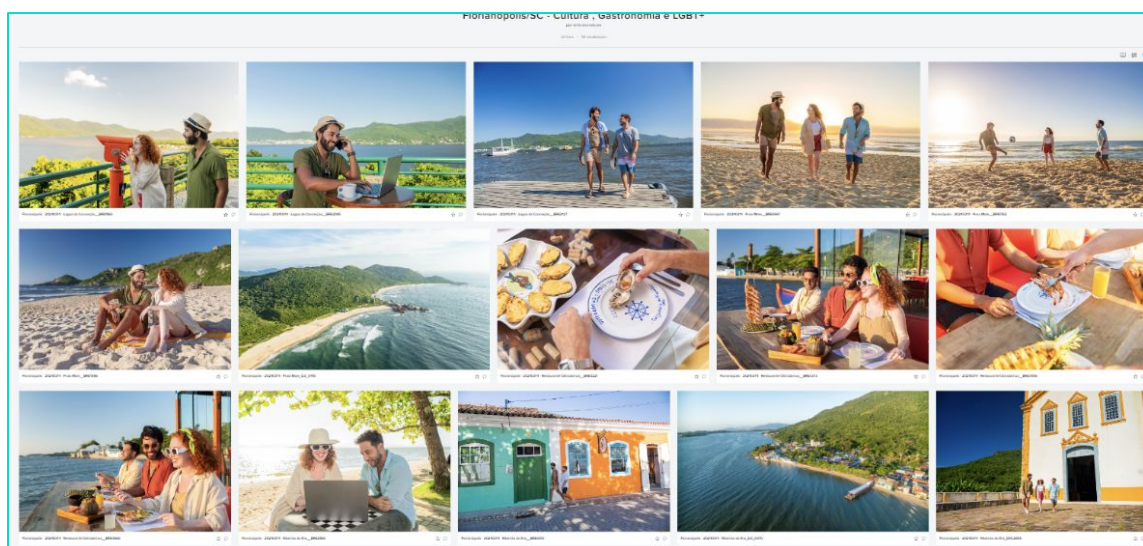
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

5.2.1. 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.



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 Santa Catarina).

5.3.2. Estudo do Segmento - Vale do Itajaí - 2023

Estudo de Riscos Climáticos no Vale do Itajaí.

Destino contemplado: Bombinhas.

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

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

Destino contemplado: Florianópolis.

5.4. 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.

5.4.1 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).

5.5. 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.

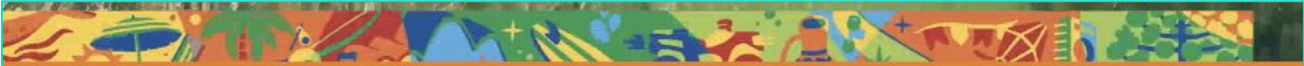
5.5.1 Visit Brasil Argentina

Patrocínio para desenvolvimento e criação de uma página virtual (www.descubrabraasil.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!

