



Embratur



PRINCIPAIS
AÇÕES

AMAZONAS

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

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



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, conseqüentemente, 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 Amazonas, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



AMAZONAS

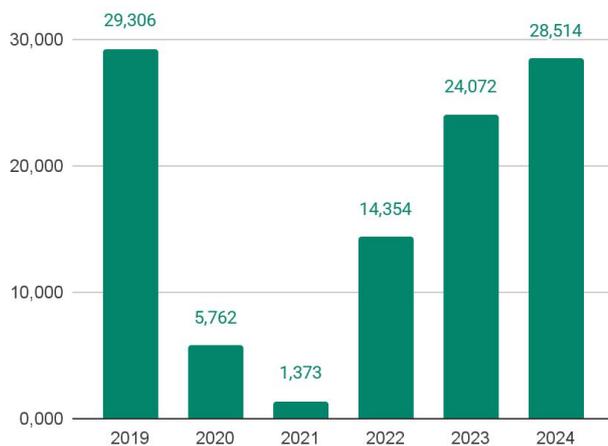
EM NÚMEROS

2

AM em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Amazonas 28.514 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 24.072 em 2023 e 28.466 em 2024, representando um aumento de 18,45%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Amazonas em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo AM



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o AM*

*janeiro a junho de 2025

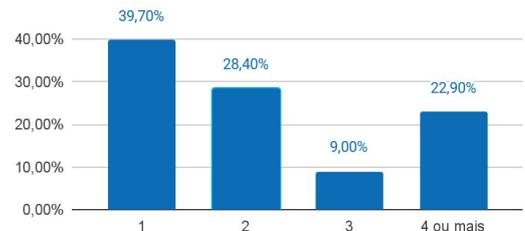
Cias aéreas:	Copa Airlines, Avianca, Azul e Gol.
Países de origem:	Estados Unidos, Colômbia e Panamá.
Cidades de origem:	Miami/Flórida, Fort Lauderdale/Flórida, Bogotá e Cidade do Panamá.
Quantidade de voos:	342.
Assentos disponíveis:	60.470.
Participação de AM na oferta de voos para o Brasil:	0,92%.

Fonte: Anac e Embratur

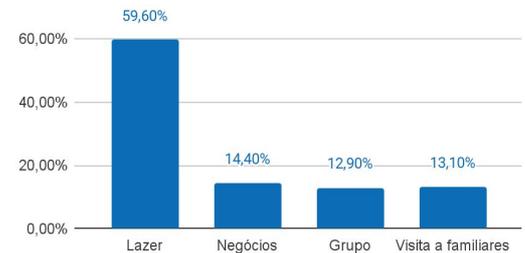


ForwardKeys

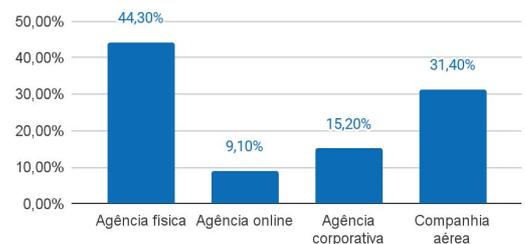
Tamanho do grupo em pessoas (%)



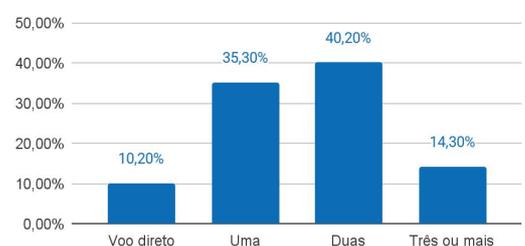
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o AM (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Amazonas recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Alemanha, Portugal, Itália e Argentina ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (64,6%), Rio de Janeiro (10,6%), Brasília (7,9%), Foz do Iguaçu (6,8%) e Belém (4,5%) como portões de entrada.



AÇÕES REALIZADAS

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 Amazonas - 2023

Destinos contemplados: Manaus e Parintins.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Cultura, Turismo de Natureza e Turismo de Gastronomia.

Principais resultados: este famtour, realizado no período de 26 de junho a 02 de julho de 2023, contou com a participação de 8 Operadores internacionais oriundos de 3 países: Argentina, Chile e Colômbia. A infraestrutura de turismo das cidades visitadas foi considerada excelente e boa por 100% dos participantes, assim como a gastronomia e a hospedagem.



3.1.1. Famtour Manaus, Novo Airão e Brasília- 2024

Destinos contemplados: Manaus, Novo Airão e Brasília

Mercados ativados: Suíça e França.

Segmentos: Cultura, Natureza e Gastronomia.

Principais resultados: este famtour, realizado no período ocorrida entre 21 e 28 de setembro de 2024, abrangeu os destinos Manaus/AM e Novo Airão/AM, com um encontro de relacionamento com o trade realizado durante a ABAV Expo 2024, que ocorreu em Brasília/DF, entre os dias 26 e 28 de setembro de 2024. Foi uma oportunidade de apresentar os destinos para grandes operadoras da Europa, o que abre portas para futuras inserções e expansão do conhecimento sobre os destinos brasileiros. Contou com 9 operadores turísticos, sendo 3 Suíça e 6 da França.

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 Manaus e Parintins - 2024

Destinos contemplados: Manaus e Parintins.

Mercados ativados: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Cultura e Turismo de Gastronomia.

Principais resultados: esta press trip, realizada no período de 24 a 30 de junho de 2024, contou com a participação de 4 participantes, sendo 2 influenciadores e 2 jornalistas dos Estados Unidos. A ação seguiu a estratégia da Embratur para 2024, que culmina na realização da Galeria Visit Brasil em Nova York, em setembro 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.

Feiras em que houve destaque dos produtos do Amazonas:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Fitur Madri	2023	Espanha	Estado AM
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado AM
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado AM
ITB Berlim	2023	Alemanha	Manaus
Seatrade Cruise Global	2023	Estados Unidos	Estado AM
Imex Frankfurt	2023	Alemanha	Estado AM
Fiexpo Latin America	2023	Panamá	Estado AM
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado AM
Travel & Adventure Show	2024	Estados Unidos	Estado AM
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado AM
WTM London	2024	Reino Unido	Estado AM e Manaus
FIT América Latina	2024	Argentina	Estado AM

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, os brasileiros.

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

Galeria	Ano	Destinos Contemplados	Mercados Ativados
Galeria Visit Brasil New York	2024	Presidente Figueiredo, Parque Nacional Anavilhanas, Parintins e Manaus	Estados Unidos





**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 Europa - 2023

Destinos contemplados: Tibau do Sul (PIPA).

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

Mídias utilizadas: Redes Sociais (*Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest*); Inovadores Digitais (*Google e YouTube*); *Online Travel Agencies*⁸(*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: campanha publicitária e de marketing digital, realizada no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023, na Europa, denominada “*Discover Spectacular Brazil*” (Descubra um Brasil Espetacular) teve o intuito 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. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 79.242.624 impressões, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%.



Destinos contemplados: Manaus.

Mercados ativados: Estados Unidos.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); OTAs (Amadeus – Travel Audience, TripAdvisor, Skyscanner e Expedia); Site de Projeto Especial (CNN); Publicidade programática (GDB e Teads); TV Conectada (Showheroes); Companhia Aérea (Delta Air Lines); Cartão de Crédito (American Express).

Principais resultados: A campanha publicitária e de marketing digital foi realizada no período de 17 de julho a 18 de setembro de 2023, nos Estados Unidos, denominada “*It’s Spectacular. It’s for you.*” (É espetacular. É para você), teve o intuito de mostrar para o público norte-americano um Brasil que valoriza a sustentabilidade ambiental, promove experiências únicas e diversificadas, e acolhe turistas de todas as origens com hospitalidade e autenticidade. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 106.642.942 impressões, 355.479 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,33%.



4.1.3. Campanha Promocional Estados Unidos - 2024

Destino contemplado: Manaus.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (*Meta, TikTok e LinkedIn*); Inovadores Digitais (*Google e YouTube*); *Online Travel Agencies (Expedia e Amadeus)* E Publicidade programática (*GDB, Teads, Range e Adspool*).

Principais resultados: a campanha publicitária e de marketing digital foi realizada no período de 22 de fevereiro a 31 de março de 2024 nos Estados Unidos. A campanha, denominada “*It’s Spectacular. It’s for you.*” (É espetacular. É para você), teve o intuito de mostrar para o público norte-americano um Brasil que valoriza a sustentabilidade ambiental, promove experiências únicas e diversificadas, e acolhe turistas de todas as origens com hospitalidade e autenticidade. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 38.489.483 impressões, 96.574 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,76%.



4.1.4. Campanha Promocional da Amazônia nos Estados Unidos - 2024

Destino contemplado: Manaus, Floresta Estadual do Paru, Alter do Chão, Parque Nacional de Anavilhanas.

Mercado ativado: Estados Unidos.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (*YouTube e Facebook/Instagram*); Agências e Operadoras de Viagem Offline e OTAs (*Internova, Skyscanner, Tripadvisor e USTOA*); Mídia Programática (*Adspool, Azerion, Range e Campania Mídia*); Exterior Digital (*Verve e US Media*)

Principais resultados: com lançamento oficial em 5 de setembro de 2024 e execução contínua até 30 de setembro de 2024, a campanha contribuiu para a presença significativa do destino neste mercado com um ROAS (métrica utilizada para medir a eficácia de campanhas publicitárias, especialmente em ambientes digitais. Ele calcula o retorno financeiro gerado para cada unidade monetária investida em publicidade) de 407,4%. Durante o período de execução da campanha promocional focada na Amazônia, direcionada ao mercado dos Estados Unidos, registrou-se um desempenho razoável em termos de alcance inicial. Por meio da OTA (Online Travel Agency), Skyscanner (B2B), foi possível encaminhar um total de 9.040 passageiros ao Brasil.



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: Manaus e Novo Airão

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Cultural e 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.



visitbrasil  Audio original

visitbrasil  Looking for an authentic experience in the heart of the Brazilian Amazon? A visit to the CIPIÁ Indigenous Community could be just what you're looking for! Get to know the centuries-old traditions of the village up close, try their cuisine and take part in their rituals... you can experience all of that. Tag someone who wants to experience community-based tourism!

Manaus, Amazonas
 @sebrae

#Brazil #Tourism #VisitBrasil #Manaus #Amazonas #IndigenousCommunity

BR Procurando por uma experiência autêntica no coração da Amazônia brasileira? Uma visita à Comunidade Indígena CIPIÁ pode ser o que você busca! Conhecer de perto as tradições seculares da aldeia, experimentar sua culinária e participar de seus rituais... tudo isso você pode viver por lá. Marque aqui alguém que tem vontade de viver uma experiência de turismo de base comunitária!

Manaus, Amazonas
 @sebrae

#Brasil #Turismo #VisitBrasil #Manaus #Amazonas #ComunidadeIndigena



visitbrasil

3451 publicaciones

176 mil seguidores

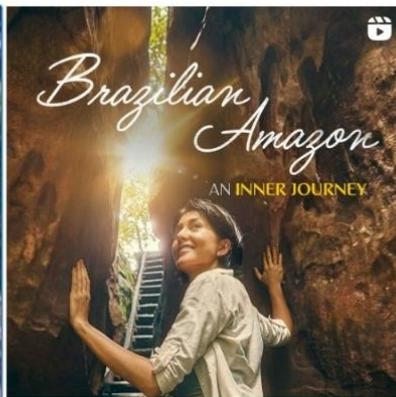
915 seguidos



PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETADAS





OUTRAS AÇÕES

5

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” (2024)

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

Destino contemplado: Manaus.

Número de participantes: 34 participantes.



5.2. Banco de Imagens

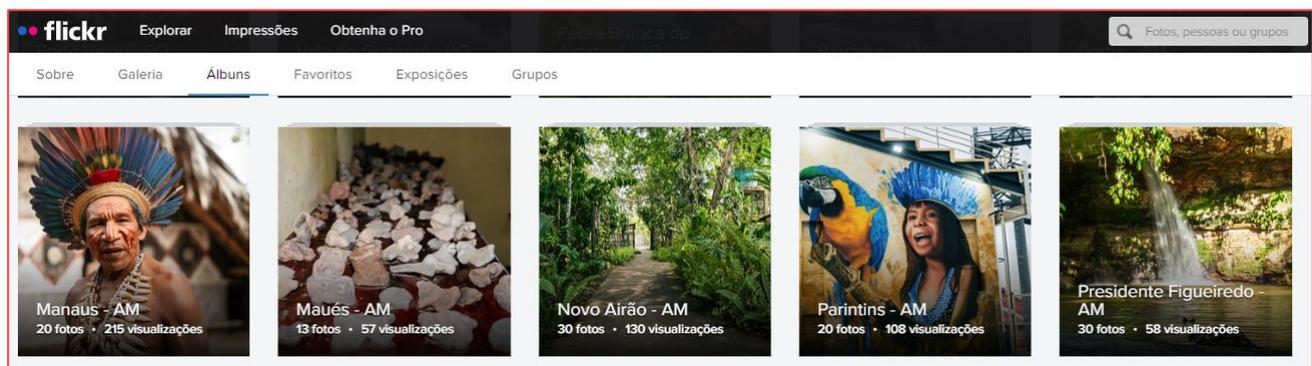
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas (para cada destino contemplado).

Destinos contemplados: Manaus, Novo Airão, Barcelos, Borba, Iranduba, Maués, Parintins, Presidente Figueiredo e Rio Preto da Eva.

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

