BRASIL

PRINCIPAIS AÇÕES

ACRE

Embratur

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 Acre em Números

3 Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional

4 Principais Ações - 1° Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais

apresentação

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.

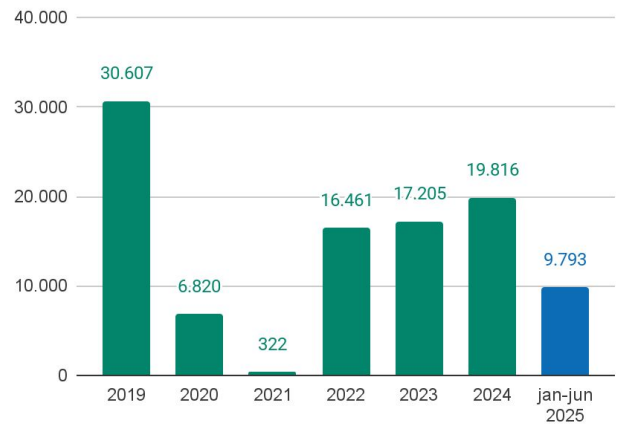
O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, **no período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025, no Estado do Acre,** com foco na promoção e no apoio à inserção dos destinos locais no mercado internacional, reafirmando o compromisso com a descentralização e o fortalecimento das economias regionais por meio do turismo.

2 Acre em Números 2023-2025

Material elaborado pela Gerência de Informação e Inteligência em Dados.
Acesse dados.embratur.com.br

Em 2024, entraram pelas fronteiras terrestres do Acre 19.816 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 17.205 em 2023 e 19.816 em 2024, representando um aumento de 15,18%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Acre em seus roteiros.
No primeiro semestre de 2025, 9.793 turistas entraram pelas fronteiras do Acre. No mesmo período de 2024, foram 8.687, o que representa um aumento de 12,7%.

Entradas de turistas estrangeiros pelo Acre



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o AC*

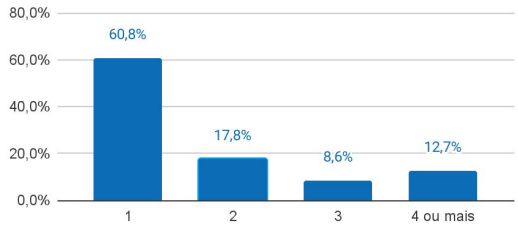
*janeiro a junho de 2025

Dados do Acre estão zerados,
pois não temos voos internacionais diretos para o AC.

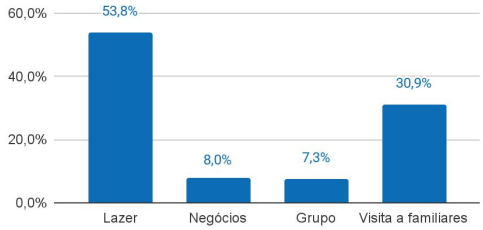
Fonte: Anac e Embratur

ForwardKeys

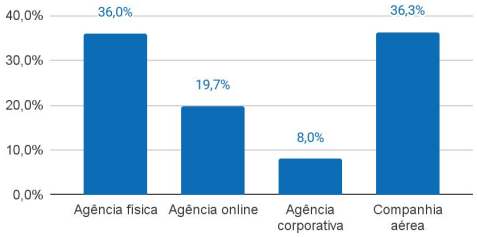
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



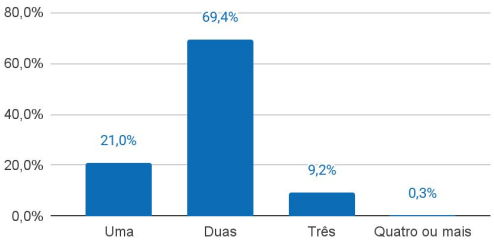
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



Quantidade de conexões até o Acre (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada jan-jun 2025: Brasília e São Paulo

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Acre recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Alemanha, Itália, Espanha e Portugal no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de Brasília (57,3%) e São Paulo (28,3%) como portões de entrada.

3 Principais Ações - 2023 e 2024

Ações Realizadas

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" - 2024

Workshop de capacitação nacional, realizado em Rio Branco, 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: Rio Branco.

Participantes: 35 pessoas.

Banco de Imagens

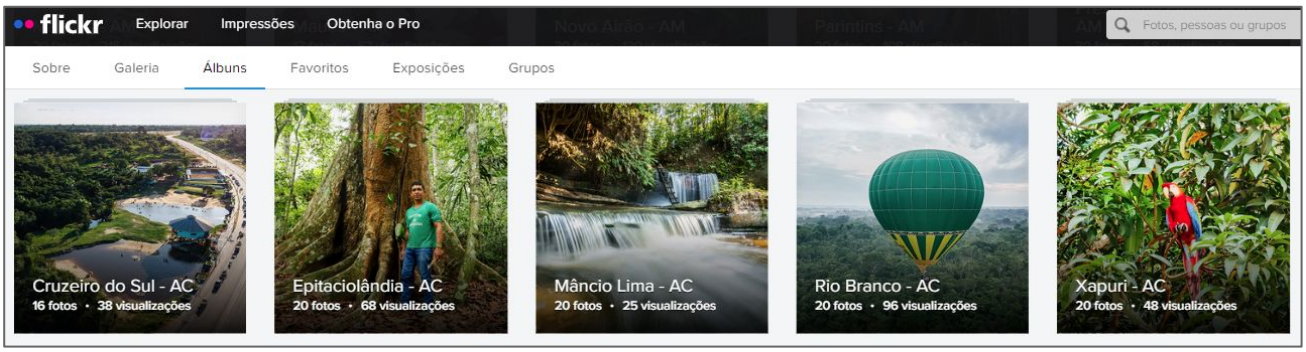
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2024:

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

Destinos contemplados: Rio Branco, Marechal Thaumaturgo, Brasiléia, Cruzeiro do Sul e Xapuri.

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



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

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Acre).

4 Principais Ações - 1° Semestre 2025

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 visitação 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 multilingue, 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*

* quando a experiência é inserida em um canal de venda para conversão.

Birdwatching Choca do Acre

Destino: Rio Branco (AC).

Descrição: o passeio inicia às 4h30 com saída do hotel rumo a pontos estratégicos de observação de aves. Durante a manhã, os participantes têm a oportunidade de avistar diversas espécies em meio à natureza. O almoço é servido em comunidades ribeirinhas, proporcionando uma experiência autêntica e cultural. À tarde, o roteiro segue para outro ponto de observação, ampliando as chances de encontrar novas espécies. Para finalizar, há a possibilidade de registrar corujas à noite nos jardins da Guesthouse, tornando a experiência ainda mais especial para os apaixonados pela vida selvagem e fotografia de aves.

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

Expedição Amazônia Shanenawa

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: Rio Branco (AC).

Descrição: a Expedição Amazônia Shanenawa começa em Rio Branco (AC) e oferece uma experiência inesquecível no coração da Amazônia, imergindo nas tradições do povo indígena Shanenawa. Durante o passeio, o visitante terá a oportunidade de conhecer a medicina, a cultura e os saberes ancestrais desse povo, vivendo uma jornada transformadora. O roteiro leva ao interior da maior floresta tropical do planeta, explorando a rica biodiversidade e a diversidade das comunidades indígenas. Na Aldeia Shanenawa, a espiritualidade e a natureza exuberante se entrelaçam, proporcionando uma vivência autêntica e profunda das tradições indígenas. Uma oportunidade única de conexão com a natureza e com o saber ancestral do povo Shanenawa.

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

embratur.com.br