



PRINCIPAIS  
AÇÕES

# AMAPÁ

 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

# Ambaratur

1

## Apresentação

2

## Amapá em Números

3

## Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional

4

## Principais Ações - 1º Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais

# apre senta ção

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.

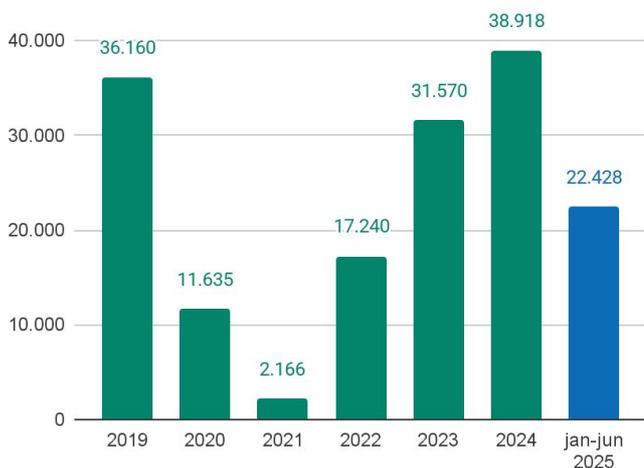
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade 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 Amapá**, 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.

Em 2024, entraram pelas fronteiras terrestre e fluvial do Amapá 38.918 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 31.570 em 2023 e 39.918 em 2024, representando um aumento de 23,28%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Amapá em seus roteiros.

No primeiro semestre de 2025, 22.428 turistas entraram pelas fronteiras de Amapá. No mesmo período de 2024, foram 15.405, o que representa um aumento de 45,59%

## Entradas de turistas estrangeiros pelo Amapá



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

## Ofertas de voos internacionais para o AP\*

\*janeiro a junho de 2025

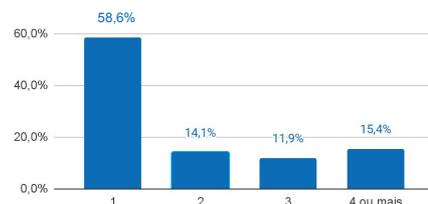
Dados do Amapá estão zerados, pois não temos voos internacionais diretos para o AP.

Fonte: Forwardkeys e Embratur

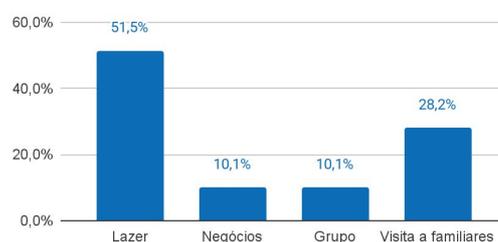


ForwardKeys

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



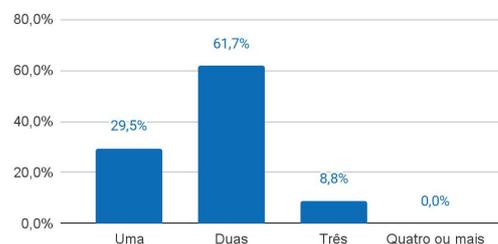
## Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



## Quantidade de conexões até AP (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada jan-jun 2025:

São Paulo e Belém

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Amapá recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, França, Suíça e Itália no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (49,8%), Belém (36,1%) e Brasília (13,7%) como portões de entrada.

## 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” - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado em Macapá, no dia 02 de agosto de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

**Destino contemplado:** Macapá.

**Participantes:** 78 pessoas.



## Banco de Imagens

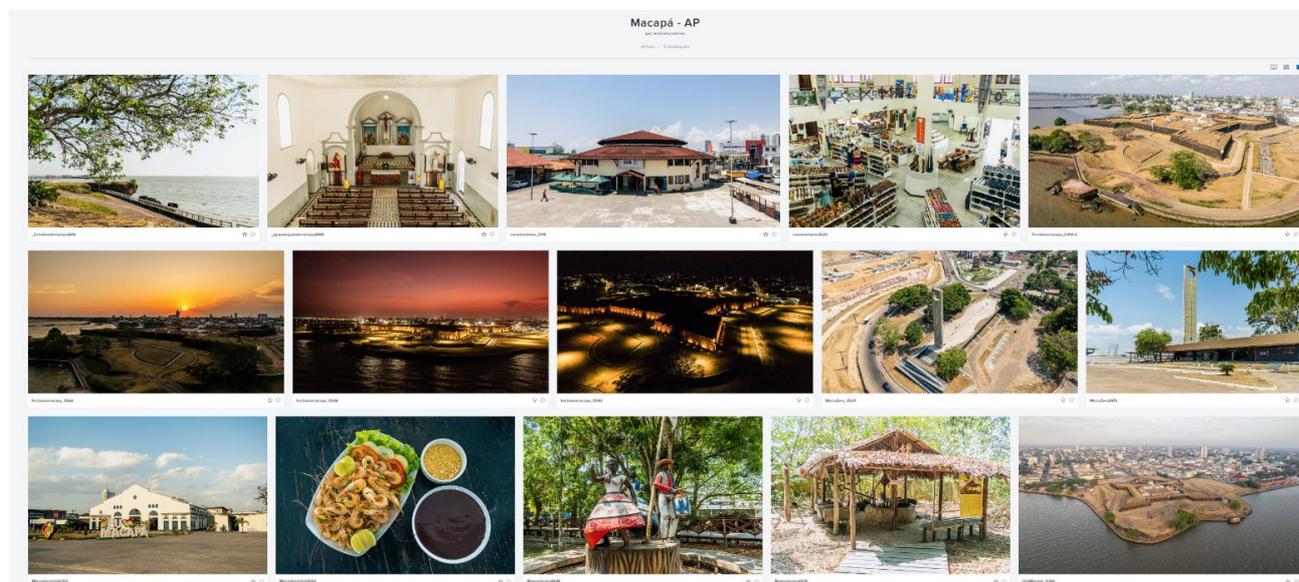
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais 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 Amapá, com foco na promoção turística, incluídas as etapas de captação, produção, edição e tratamento das imagens.

**Destinos contemplados:** Macapá, Pedra Branca do Amapari, Calçoene e Oiapoque.

**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 Amapá).

## 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 multilíngue, 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 socioecon mico 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

Considera o

3

Convers o\*

## Expedição Parque de Tumucumaque

**Destino:** Macapá.

**Descrição:** a expedição é como sair de um documentário da National Geographic e do Animal Planet e viver uma experiência real. O Parque do Tumucumaque é o maior parque de floresta tropical do mundo. O principal objetivo desta área protegida é a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, onde o turismo ecológico é uma atividade permitida e desejada para auxiliar na educação do uso sustentável dos recursos naturais como alternativas para geração de emprego e renda.

**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.

## Outras Ações

### Workshop de Capacitação Nacional:

É uma ferramenta estratégica voltada ao fortalecimento da competitividade do turismo brasileiro no cenário internacional. Realizados em diversas Unidades da Federação, esses encontros promovem a qualificação técnica do trade nacional por meio de conteúdos atualizados e direcionados, abordando temas como marketing internacional, comportamento do viajante internacional, inteligência de mercado, tendências globais de consumo, inovação em experiências turísticas e oportunidades em mercados estratégicos. Ao articular conhecimento, dados e práticas de promoção internacional, a ação contribui para alinhar a oferta nacional às demandas do mercado global, ampliando o preparo dos destinos e agentes locais para atuação eficaz na promoção e comercialização do Brasil como destino turístico internacional.

**Público-alvo:** B2G. B2B e B2C

### Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

### Encontro para Apresentação do Plano Brasis 2025-2027 - Amapá

**Destino contemplado:** Macapá.

**Descritivo:** O Amapá tornou-se o primeiro estado da Região Norte a receber a apresentação oficial Plano Brasis, o novo Plano de Marketing Turístico Internacional do país. Realizado no dia 17 de julho, na sede do Sebrae Amapá, o encontro teve como objetivo a apresentação do Plano Brasis e alinhamento da estratégia nacional de promoção turística internacional e orientações para as ações de promoção turística internacional do estado.



Fonte: Embratur.

## Inovação em Rotas Turísticas

Esta ferramenta tem como objetivo apoiar o trade turístico no desenvolvimento de novas rotas e ofertas turísticas inovadoras. Isso será alcançado por meio da promoção de uma cultura de inovação, incentivando a criação de serviços turísticos baseados na identificação de ativos locais que agreguem valor aos destinos e proporcionem experiências relevantes e atrativas aos turistas.

Além disso, busca-se capacitar os participantes no uso de metodologias de inovação, com foco na cocriação com atores locais, maximizando o engajamento e as contribuições na construção coletiva de novas ofertas turísticas.

O processo adota uma abordagem metodológica baseada na inovação, que pressupõe a participação de diferentes públicos e agentes do território na escuta ativa e investigação dos ativos culturais, históricos, sociais e naturais a serem valorizados na cocriação de novos serviços turísticos. A metodologia inclui ainda a criação de MVPs (Mínimos Produtos Viáveis) e pilotos para validação e aprimoramento das ofertas desenvolvidas.

### Etapas do processo de cocriação e prototipagem de ofertas turísticas inovadoras:

- Identificação das vocações turísticas do território, mapeando potenciais para novas ofertas;
- Cocriação e curadoria de conteúdo das rotas em conjunto com agentes locais;
- Realização de pilotos para testar a atratividade e a eficácia das rotas desenvolvidas;
- Validação com o público final, prioritariamente turistas internacionais;
- Formatação das rotas validadas para apresentação em rodadas de negócios e a operadores internacionais.
- Destinos contemplados: Macapá, Oiapoque e Laranjal do Jari.

**Descritivo:** Embratur lançou no dia 18 de julho o Programa Novas Rotas no Amapá para diversificar turismo internacional no estado, uma iniciativa inédita da Embratur voltado para as principais cidades turísticas do estado. A proposta do programa é promover esses destinos fora dos roteiros tradicionais, por meio da capacitação técnica, da valorização cultural e da promoção de experiências sustentáveis e autênticas.



Fonte: Embratur.

m b r o

r a t u r

[embratur.com.br](http://embratur.com.br)

n b r a t

e m b o