



PRINCIPAIS
AÇÕES

AMAZONAS



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

Amazonas em números e projeções para o futuro

1

Apresentação

2

Amazonas em Números

3

Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de apoio à comercialização internacional
Ações de promoção nos mercados internacionais
Outras Ações

4

Principais Ações - 1º Semestre 2025

Ações de promoção nos mercados internacionais
Ações de apoio à comercialização internacional
Outras Ações

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.

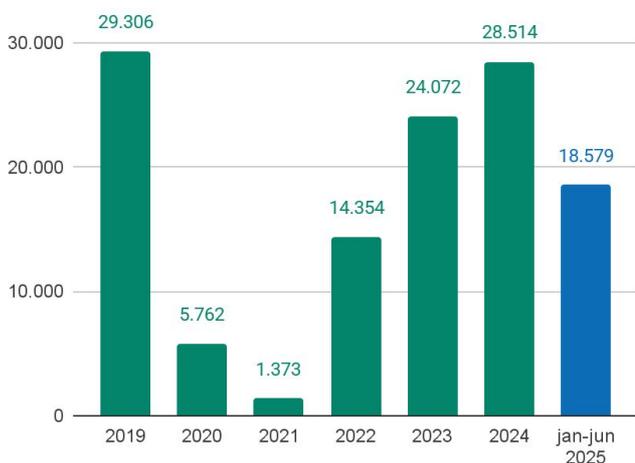
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade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

No primeiro semestre de 2025, 18.579 turistas entraram pelas fronteiras do Amazonas. No mesmo período de 2024, foram 16.311, o que representa um aumento de 13,9%

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: (principais) Avianca, Copa Airlines, TAP, Gol, Azul, Conviasa, Sunrise Airways, Condor.

Países de origem Colômbia, Panamá, Portugal, Estados Unidos, Venezuela, Haiti, Alemanha.

Cidades de origem: Bogotá, Panamá, Lisboa, Fort Lauderdale, Miami, Puerto Ordaz e Cabo Haitiano.

Quantidade de voos: - 456

Assentos disponíveis: - 75.156

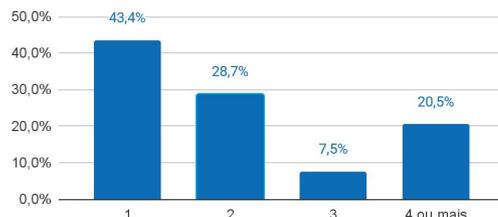
Participação de AM na oferta de voos para o Brasil: - 1,23%

Fonte: Forwardkeys e Embratur

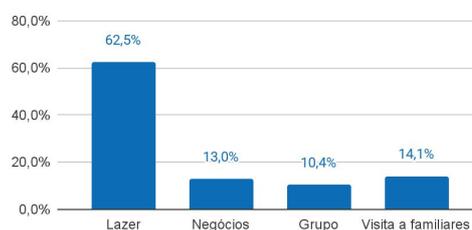


ForwardKeys

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



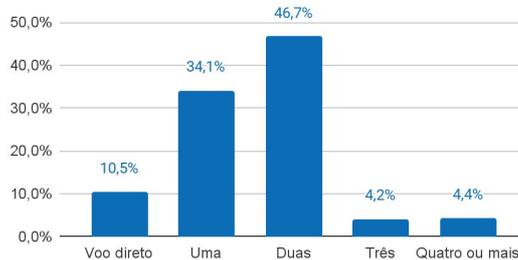
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



Quantidade de conexões até AM (%) jan-jun 2025



Outros portões de entrada: São Paulo, Belém e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Amazonas recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Alemanha, Colômbia e França no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (60,5), Belém (22,6%), e Rio de Janeiro (7,4%), como principais portões de entrada quando o Amazonas teve 1 ou mais conexões.

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.

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.

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.



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.

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.

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.



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 |

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

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.

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.

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 (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%.



Campanha Promocional Estados Unidos - 2023

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%.



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%.



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.



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.

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  Us 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

#Brazil #Turismo #VisitBrasil #Manaus #Amazonas #ComunidadeIndigena



visitbrasil

3451 publicaciones

176 mil seguidores

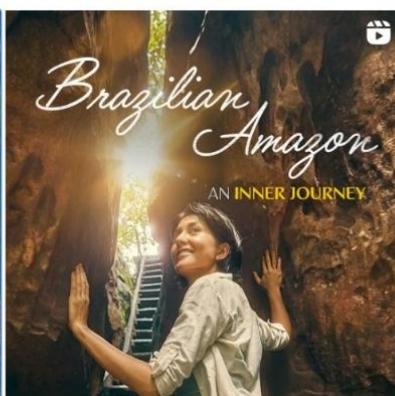
915 seguidos



PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETADAS



Outras Ações

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 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.



Banco de Imagens

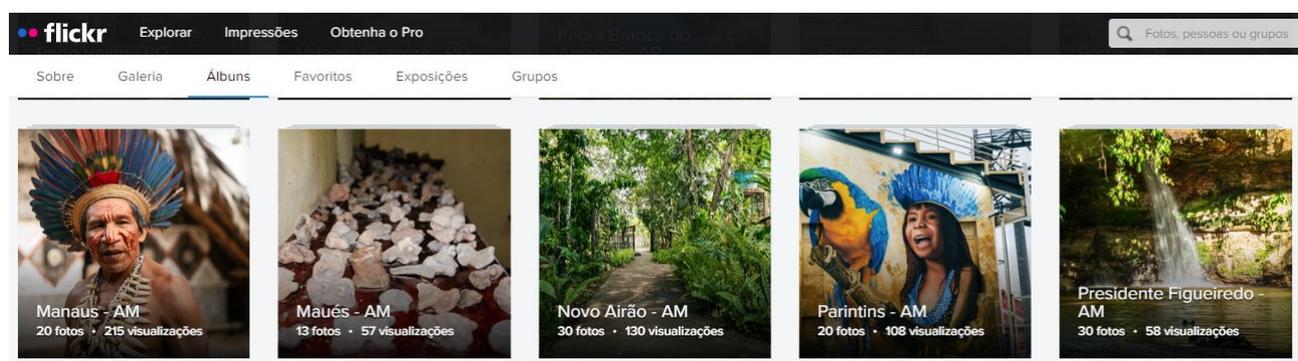
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 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.



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 Amazonas).

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 promo o 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.

Ações Promocionais Digitais

É uma ferramenta estratégica de promo o internacional do Brasil ancorada no ecossistema digital da marca Visit Brasil. Focada em mercados prioritários, a a o envolve campanhas segmentadas em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok, Pinterest e m dias programáticas, com inteligência de dados para atingir públicos-alvos específicos. Combinadas   estratégias de otimiza o para mecanismos de busca e inteligência artificial, essas iniciativas ampliam a visibilidade dos destinos brasileiros, integrando a o orgânicas e pagas. Os conteúdos são distribuídos pelos canais oficiais do Visit Brasil - site, redes sociais, blogs e recursos multim dia em seis idiomas - oferecendo experiências inspiradoras, informa o qualificadas e estímulo   conversão, reforçando o Brasil como destino desejado no ambiente digital global.

Público-alvo: B2C (turistas potenciais dos mercados emissores estratégicos) e B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Considera o

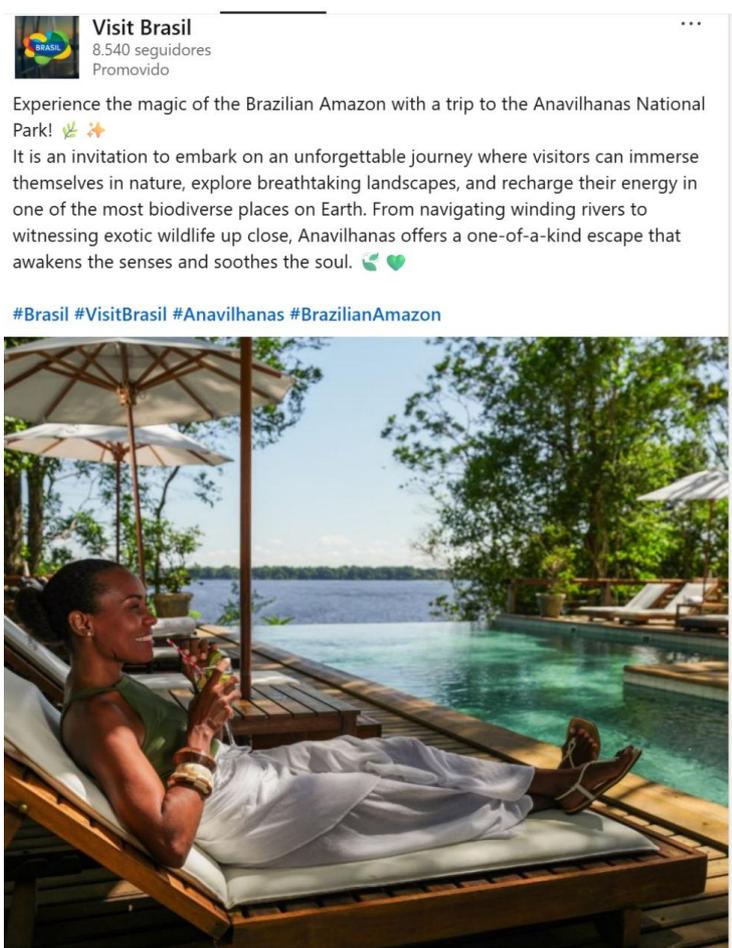
Visit Brasil 3- Promoção Digital por rede social - 2025

Destinos contemplados: Estado do Amazonas e Anavilhanas.

Mercados ativados: Argentina, Estados Unidos e Chile.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo de Sol e Praia e Turismo Gastronômico.

Principais resultados: o impacto da ação promocional foi evidente no aumento expressivo do tráfego no site Visit.Brasil.com. Todos os conteúdos da campanha alcançaram 49.007.686 impressões, isso significa que foram exibidos mais de 49 milhões de vezes ao longo do período da campanha.



Fonte: Embratur

Realidade Virtual

É uma ferramenta estratégica de promoção turística que utiliza tecnologia de realidade virtual para oferecer ao público uma experiência imersiva, inovadora e sensorial dos principais destinos turísticos do Brasil. Desenvolvida pela Embratur, a solução destaca atrativos autênticos, sustentáveis e de alto valor agregado, permitindo que visitantes, operadores e comunicadores internacionais "viajem" pelo país sem sair do lugar, aumentando o conhecimento e o desejo pelos destinos brasileiros. A ferramenta integra-se a outras ações promocionais da Embratur como feiras internacionais, Galerias Visit Brasil e outros eventos estratégicos, ampliando o alcance e o impacto das iniciativas de marketing do Brasil no exterior.

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Vivência Ribeirinha em Anavilhanas

Destino contemplado: Parque Nacional de Anavilhanas (Novo Airão-AM).

Segmento: Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Nicho: Observação de fauna e flora.

Descrição: produção de conteúdo de Realidade Virtual, sobre uma imersão autêntica no estilo de vida nortista, que conduz o viajante da cidade até a floresta, conectando-o com a natureza, as comunidades locais e consigo mesmo. A experiência proporciona um olhar profundo sobre a cultura ribeirinha, promovendo não apenas a contemplação, mas também uma interação transformadora entre visitantes e moradores.

Realidade Virtual Amazônia Viva



Fonte: Embratur



Galeria Visit Brasil

É uma ferramenta inovadora de promoção internacional da Embratur que utiliza de espaços de Galerias de Arte para divulgar o Brasil em formato de “pop-up”. Com temáticas específicas, a estratégia é apresentar os destinos e experiências turísticas ao público internacional por meio de elementos que expressam a essência de nossa brasilidade como arte, cultura, música, moda, patrimônio histórico cultural material e imaterial por meio de exposições e ativações sensoriais que promovam a diversidade e autenticidade brasileira.

Com uma abordagem criativa e contemporânea, a Galeria Visit Brasil possui o objetivo de inspirar e conectar o visitante com a Marca Brasil, fomentando o turismo por meio de experiências imersivas e de espaços de debates que geram engajamento, reforçam a imagem positiva do país e ampliam o desejo de visita. A iniciativa também atua como ambiente estratégico de relações públicas, recepcionando imprensa, influenciadores, trade, autoridades e formadores de opinião. Integrada às demais ferramentas de promoção da Embratur e adaptada aos perfis dos mercados-alvo, a Galeria potencializa o soft power brasileiro, posicionando o país como destino criativo, plural e sustentável.

Público-alvo: Relações Públicas (PR), B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:



Galeria Visit Brasil Paris- 2025

Destino contemplado: Estado do Amazonas.

Mercado ativado: França.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Gastronomia, Festas Populares, e Patrimônio.

Principais resultados: a Galeria Visit Brasil Paris 2025, foi realizada em Paris (França), entre os dias 26 e 30 de abril de 2025. A iniciativa, organizada pela Embratur e pelo Sebrae, teve como foco a promoção dos sítios brasileiros na Lista do Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como estratégia para consolidar o Brasil como um destino de referência para o turista internacional. O evento recebeu um total de 664 visitas registradas, superando a meta inicial de 300 participantes, um percentual de 94,7% de satisfação.



Fonte: Embratur

Press Trip

É uma ferramenta estratégica de promoção e relacionamento internacional voltada para jornalistas e veículos de comunicação dos mercados emissores estratégicos, com o objetivo de gerar cobertura editorial espontânea e qualificada sobre o Brasil como destino turístico. Seu principal objetivo é promover o destino Brasil por meio da experimentação direta, proporcionando vivências e experiências autênticas, com roteiros personalizados. A partir disso, espera-se que os participantes produzam reportagens, matérias e artigos em meios de comunicação impressos, digitais e/ou audiovisuais. As press trips contribuem diretamente para o fortalecimento da reputação do país, ampliam a visibilidade internacional e reforçam a credibilidade das ações institucionais de promoção.

Conversão principal: mídia espontânea em veículos qualificados.

Público-alvo: jornalistas e editores internacionais (RP).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Press Trip Manaus e Parantins

Destinos contemplados: Manaus, Novo Airão e Parintins.

Mercado ativado: Reino Unido.

Segmentos e nichos: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Observação de Fauna e Flora, Gastronomia e Festas Populares.

Principais resultados: a ação de press trip, ocorreu no período de 26 de junho a 02 de julho de 2025, nos destinos de Manaus, Novo Airão e Parintins (AM), com a participação de três jornalistas oriundos do mercado do Reino Unido: Edward Cunningham - Jornalista (Time Out Magazine); Jamie Lafferty - Jornalista (The Times) e Charlotte Flach - Jornalista e editora da (Selling Travel Magazine)



Fonte: Embratur

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 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*

Até o Tucupi Tour

Destino: Manaus.

Descrição: "Até o Tucupi Tour" oferece uma imersão na gastronomia amazônica, perfeita para quem ama explorar novos sabores e descobrir experiências únicas. O roteiro conecta o visitante aos produtos da floresta, à história da diversidade cultural e gastronômica da Amazônia, e culmina com sabores inesquecíveis diretamente à mesa. A experiência acontece no coração de Manaus, no centro histórico, onde a história dos manauaras começou. Durante o passeio, há degustação de iguarias como pirarucu, tucumã e tucupi, além de visitas a locais incríveis e cheios de história. Combinando boas histórias, sabores autênticos e a riqueza cultural da Amazônia, o tour é uma oportunidade imperdível para se surpreender e se conectar com a essência amazônica.

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

Imersão Indígena no Rio Negro

Destino: Manaus.

Descrição: uma experiência para viver a Amazônia além da sua biodiversidade. Um mergulho nas tradições, conhecimentos e histórias dos povos indígenas, que parte de Manaus em uma embarcação exclusiva rumo às margens do Rio Negro. Lá o turista é recebido em uma maloca tradicional, participa de cantos, rituais, pintura corporal e histórias que revelam a riqueza cultural desse povo. Também irá participar de uma caminhada pela floresta para aprender sobre plantas medicinais, aves e madeiras nobres, guiado pelo olhar de quem vive em harmonia com a natureza. Além de ser uma vivência autêntica, este passeio promove o turismo sustentável e fortalece o empreendedorismo local.

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

Roteiro Anavilhanas

Destino: Novo Airão.

Descrição: o roteiro de três dias em Novo Airão e no Arquipélago de Anavilhanas proporciona uma imersão única na Amazônia. O passeio inclui navegação pelos igapós, trilhas na floresta primária e visitas a formações rochosas como a Pedra do Sanduíche e as Grutas do Madadá. Há interação com botos-cor-de-rosa, oficinas indígenas de biojoias e arco e flecha, além de aprendizados sobre plantas medicinais e técnicas de sobrevivência. O itinerário contempla visitas à Comunidade Indígena Makuità, à Fundação Almerinda Malaquias e a locais como a fábrica de cerveja artesanal Sarapó. Também há tempo para banho de rio, degustação de açaí e um deslumbrante nascer do sol no Rio Negro. Uma experiência completa de conexão com a natureza e a cultura local.

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

Ações com Companhias Aéreas

Edital de Chamamento de Propostas de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos

É uma ferramenta estratégica voltada à ampliação do fluxo de visitantes estrangeiros e ao fortalecimento da conectividade aérea do Brasil com o mundo. Por meio de parcerias com companhias aéreas e aeroportos, o programa apoia projetos de novos voos diretos e regulares internacionais, oferecendo acesso a ações promocionais da Marca Brasil, como campanhas publicitárias, famtours e press trips nos mercados emissores. A seleção das rotas prioriza critérios como o potencial turístico dos destinos, a atratividade dos mercados-alvo e a sustentabilidade operacional, contribuindo para descentralizar o turismo, ampliar o acesso a regiões com menor conectividade e reduzir a pegada ambiental das viagens. Ao articular promoção internacional com estímulo à malha aérea, o Edital reforça a inserção competitiva do Brasil no turismo global e impulsiona um desenvolvimento turístico mais equilibrado, sustentável e inclusivo.

Público-alvo: B2B (aeroportos e companhias aéreas brasileiras e estrangeiras).

Etapas do funil de vendas:



Campanha Digital com Lufthansa - 2025

A Lufthansa realizou uma campanha digital nos mercados alemão, austríaco, suíço e belga para promover o Brasil como destino turístico, com ações em redes sociais e mídia programática.

Destinos contemplados: Estado do Amazonas.

Mercados ativados: Alemanha, Áustria, Bélgica e Suíça.

Principais resultados: a campanha digital realizada pela Lufthansa dentro do Plano de Promoção contratado, no Programa de Aceleração do Turismo (PATI), contemplou ações nos mercados alemão, austríaco, suíço e belga, com foco na ampliação do conhecimento e da consideração do Brasil como destino turístico. A iniciativa incluiu veiculações em redes sociais e mídia programática, direcionadas a públicos qualificados. O plano foi integralmente executado e encontra-se em fase de revisão de resultados e comprovação. Os resultados preliminares indicam um aumento de 17% nas vendas para o Brasil pelo Grupo Lufthansa durante o período da campanha, com destaque para os mercados-alvo da ação, que apresentaram um crescimento de 40% nas vendas (Fonte Forward Keys).



Latest News

LIVE National strike:
Cancelled flights, only one

Editor's Pick

Fonte: Embratur

Ativações PATI

Destino: Manaus

Descritivo: ativação dentro do Plano de Promoção contratado, no Programa de Aceleração do Turismo (PATI), com sorteio de passagem aérea e pacote terrestre, realizada pela Copa Airlines em parceria com o AmazonasTur no Stand Brasil durante a feira Travel & Adventure Show 2025 em Los Angeles. Com o intuito de divulgar as rotas da Copa Airlines que faz conexão com Manaus e aumentar o conhecimento sobre Manaus ocorreu sorteio de passagens e engajamento de agentes de viagem americanos.



Fonte: Embratur

Ativação na FITUR com sorteio de passagem pela LATAM

Destinos contemplados: Amazonia.

Mercados ativados: Espanha.

Principais resultados: a participação ocorreu no dia 23 de janeiro de 2025 como apoiador no lançamento oficial da plataforma de capacitação Brasil Travel Specialist no Stand Brasil para o trade europeu durante a FITUR na Espanha. Sorteio de passagens para a Amazonia e engajamento de agentes de viagem e operadores europeus.



Aline Mafra, diretora de Vendas e Marketing da Latam Brasil

A Latam oferecerá um sorteio de viagens para três destinos brasileiros (Rio de Janeiro, Salvador ou a Amazônia) como incentivo aos primeiros inscritos. A premiação será sorteada entre os profissionais do trade internacional que se inscreverem até março de 2025.

Fonte: Panrotas.com.br

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

As ações de apoio à comercialização internacional consistem em um conjunto articulado de ferramentas estratégicas voltadas à facilitação do acesso e ao fortalecimento da presença dos destinos e produtos turísticos brasileiros nos mercados emissores internacionais prioritários. Essas iniciativas contemplam ações estruturadas que visam estimular a geração de negócios, ampliar as conexões comerciais e consolidar canais de distribuição entre os destinos brasileiros e os principais players do trade turístico global.

O objetivo é ampliar a visibilidade dos produtos turísticos brasileiros, estimular a inserção competitiva das empresas nacionais no mercado externo e, conseqüentemente, fomentar o aumento do fluxo de turistas internacionais ao Brasil, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no país.

Famtour

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de viagens imersivas e personalizadas de familiarização com os destinos turísticos brasileiros, voltadas a operadores e agentes de turismo internacionais. Desta forma, proporciona contato direto com atrativos, serviços e experiências autênticas do Brasil, ampliando o conhecimento técnico sobre a oferta turística nacional.

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

Público-alvo: B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração*

*especialmente quando a programação inclui encontros de networking e rodadas de negócios com fornecedores do trade nacional

Edital de Chamamento de Proposta de Promoção Internacional Associadas ao Aumento de Voos

Famtour PATI

Famtour em parceria com Iberostar e TAP, com operadores de viagem da Bélgica realizada em parceria com a Iberostar para promover Manaus.

Destinos contemplados: Manaus.

Mercados ativados: Bélgica.

Segmentos: Turismo de Luxo, Ecoturismo, Turismo Cultural, Gastronomia e Etnoturismo.

Principais resultados: o famtour ocorreu entre os dias 12 e 17 de fevereiro e integra a estratégia da Embratur para expandir a comercialização de experiências sustentáveis da Amazônia na Europa. Realizado com 10 representantes do trade belga uma vez que o mercado belga é considerado importante para o Brasil, pois os viajantes do país buscam experiências autênticas e memoráveis, como acampar na floresta ou explorar destinos exclusivos.



Fonte: Embratur

Feira Internacional

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, que consiste em uma plataforma qualificada de geração de negócios, na qual o Brasil se apresenta de forma coordenada por meio de seu estande oficial, gerido pela Embratur. Por meio de edital de chamamento público, a Embratur oferece a oportunidade de participação a coexpositores que atendam a critérios alinhados à estratégia dos mercados emissores. Esta ferramenta reúne coexpositores qualificados para promover a diversidade cultural e natural do país junto a operadores, agentes de viagem, público final, investidores e demais tomadores de decisão dos principais mercados emissores. Além de ampliar a visibilidade internacional dos destinos brasileiros, a participação em feiras internacionais fortalece o posicionamento do Brasil no turismo global e cria oportunidades concretas de parcerias e comercialização de produtos e experiências turísticas. Os estandes do Brasil também funcionam como plataforma de networking, lançamento de parcerias e produtos, promoção de experiências imersivas, aumentando a visibilidade dos destinos brasileiros no exterior.

Público-alvo: B2B, com ações pontuais B2C, dependendo do perfil da feira.

Etapas do funil de vendas:



Feiras em que houve destaque dos produtos do Estado da Amazônia:

| Feiras | Ano | Mercado Ativado | Destino Promovido |
|------------------------------------|------|-----------------|--------------------|
| BTL | 2025 | Portugal | Estado da Amazônia |
| FITUR | 2025 | Espanha | Estado da Amazônia |
| ITB Berlin | 2025 | Alemanha | Estado da Amazônia |
| Travel & Adventure Show | 2025 | Estados Unidos | Estado da Amazônia |
| Vitrine Turística ANATO | 2025 | Colômbia | Estado da Amazônia |
| Seatrade Cruise Global | 2025 | Estados Unidos | Estado da Amazônia |



Estande do Brasil na Seatrade, 2025 - Fonte: Embratur



Estande do Brasil na ITB Berlim, 2025 - Fonte: Embratur

Brasil Travel Specialist

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, baseada em uma plataforma digital de engajamento, capacitação e comunicação voltada a operadores e agentes de viagens internacionais interessados em se especializar no Brasil como destino turístico. Também disponível em aplicativo móvel, a plataforma facilita a captação de leads e oferece acesso rápido e atualizado a conteúdos estratégicos, materiais promocionais, banco de imagens e mantém esses profissionais continuamente atualizados de forma online. A plataforma qualifica e fideliza o trade internacional para promover a diversidade da oferta turística brasileira de forma segura, atrativa e assertiva, fortalecendo a imagem do Brasil nos mercados globais.

Público-alvo: B2B (cia aérea, empresa de modais, operadores e agentes de viagens internacionais) e imprensa especializada.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

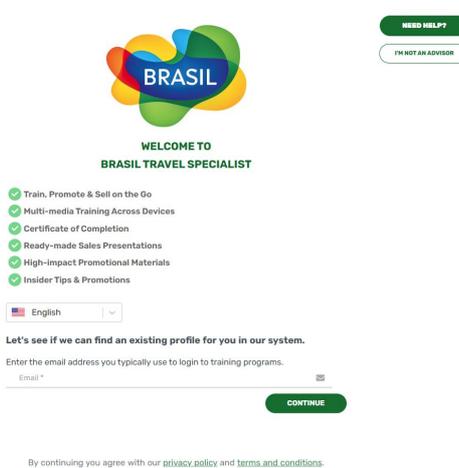
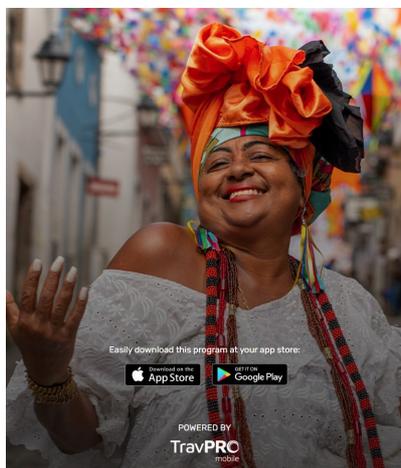
Consideração

Módulos: Turismo de Negócios e Eventos (MICE) e Ecoturismo e Aventura

Destinos contemplados: Manaus e Parque Nacional de Anavilhanas (Novo Airão- AM).

Segmentos: MICE, Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Descritivo: planejamento, curadoria e disponibilização de conteúdo sobre o destino, nos idiomas espanhol e inglês, para o treinamento online e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais, além de incluir um programa de incentivos com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e impulsionar a comercialização das experiências turísticas brasileiras.



Capacitação de Mercados Internacionais

É uma ferramenta estratégica de desenvolvimento profissional que oferece sessões online interativas, ministradas por especialistas da Embratur e parceiros, para atualizar operadores, agências e outros players do trade sobre produtos, tendências de mercado e melhores práticas de venda do Brasil. Por meio de apresentações técnicas, estudos de caso e Q&A ao vivo, os webinars promovem a difusão de conhecimento, estreitam relacionamentos e geram leads qualificados, preparando o trade para oferecer o destino Brasil com excelência.

Público-alvo: B2B (operadores, agentes de viagens, DMCs e distribuidores internacionais de turismo e cias aéreas)

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Capacitação AMEX Roma

Capacitação AMEX presencial facilitada pela Coordenação de Mercados Internacionais para agentes de viagem do trade Italiano realizada em parceria com a Embaixada de Roma e organizada pela TAP Itália.

Destino contemplado: Estado do Amazonas.

Mercado Ativado: Itália.

Segmentos: Turismo de Luxo.

Número de participantes: 15.

m m b b r o

r a t u r

embratur.com.br

n b b r a t

e m b b