



PRINCIPAIS
AÇÕES

PARÁ

 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

Marília da Silva Ferreira

1

Apresentação

2

Pará em Números

3

Principais Ações - 2023 e 2024

Ações Realizadas

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.

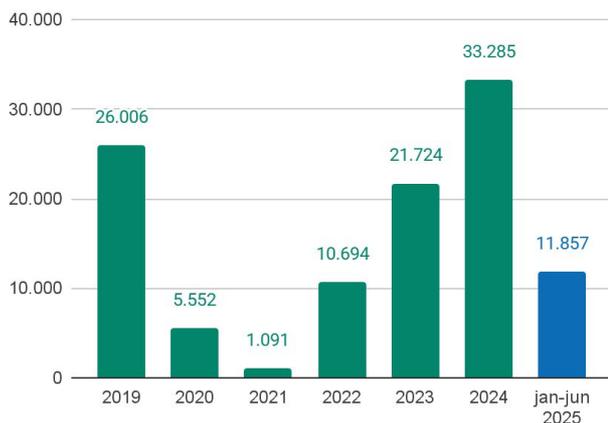
Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação 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 Pará**, 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 Pará 33.285 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 21.724 em 2023 e 33.285 em 2024, representando um aumento de 53,22%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Pará em seus roteiros. No primeiro semestre de 2025, 11.857 turistas entraram ao Brasil usando como porta de entrada o Pará. No mesmo período de 2024, foram 12.684, o que representa uma diminuição de 6,97%.

Entradas de turistas estrangeiros pelo PA



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o PA*

*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: (principais) TAP, Azul, Surinam Airways, Gol e Air France.

Países de origem Portugal, Estados Unidos, Suriname e Guiana Francesa.

Cidades de origem: Lisboa, Fort Lauderdale, Paramaribo, Caiena, Miami.

Quantidade de voos: - 343.

Assentos disponíveis: - 57.653.

Participação de PA na oferta de voos para o Brasil: - 0,93%.

Fonte: Forwardkeys e Embratur

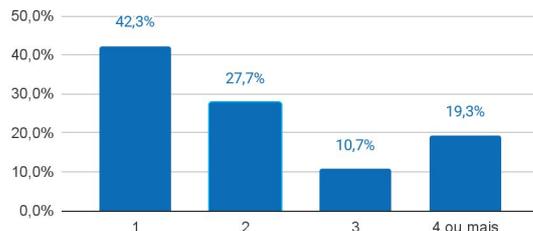
O Pará recebeu turistas aéreos principalmente do Guiana Francesa, Suriname, Portugal, Estados Unidos e França no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (55,3%), Brasília (14,5%) e Belém (6,6%) como principais portões de entrada para o estado do Pará além do Aeroporto de Belém.

Fonte: ForwardKeys e Embratur.

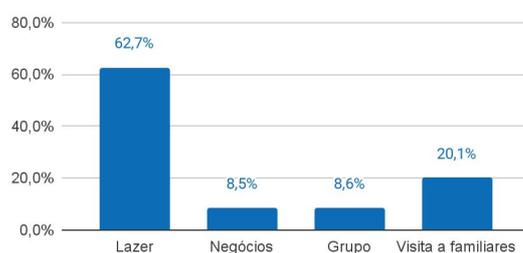


ForwardKeys

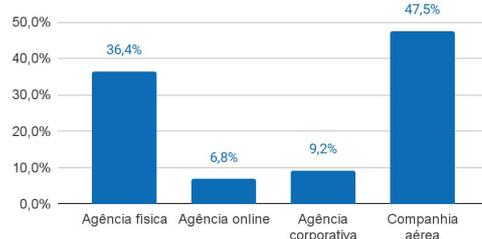
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



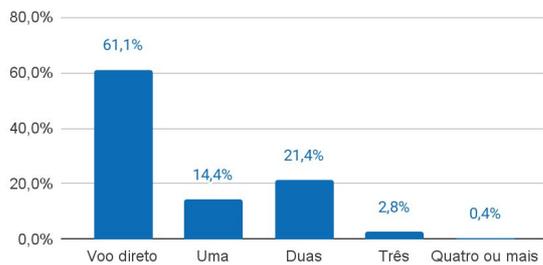
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



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



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



Outros portões de entrada:

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

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.

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 Mercado Latino - 2023

Destinos contemplados: Belém, Ilha do Marajó (Salvaterra e Soure).

Mercados ativados: Argentina e Chile.

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

Principais resultados: para esta press trip, foram realizados 30 (trinta) contatos com atores locais (associações, proprietários de estabelecimentos locais e etc). A ação englobou 22 empresas entre companhias aéreas, receptivos, hotéis, restaurantes e atrativos turísticos. Foram publicadas 39 matérias com alcance de cerca de 5 milhões de leitores. A valoração midiática foi de R\$ 1,1 milhão (cerca de USD 219 mil), resultando em uma “imersão amazônica”.



Press Trip Mercado Estados Unidos - 2024

Destinos contemplados: Belém e Alter do Chão.

Mercado ativado: Estados Unidos.

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

Principais resultados: está press trip, realizada contou com 4 participantes, sendo 1 influenciador e 3 jornalistas dos Estados Unidos.

Famtour

A ação faz parte do Programa “Especialistas em Brasil” e consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para operadores de turismo internacional, com objetivo de promover o destino por meio da experimentação. Busca proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa resultar no desenvolvimento e comercialização de produtos turísticos.

Famtour 6: Belém, Alter do Chão e Brasília

Destinos contemplados: Brasília, Belém e Alter do Chão

Mercados ativados: Estados Unidos

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

Principais resultados: Participação dos operadores convidados na ABAV Expo 2024, participaram do evento 20 DMCs e 29 operadores internacionais provenientes dos 3 famtours que ocorreram simultaneamente, resultando em, no mínimo, 400 reuniões realizadas.

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.

Galerias Visit Brasil - 2023

Destino contemplado: Estado do Pará (Rio Tapajós).

Mercados ativados: França, Itália e Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria Visit Brasil Paris executada no período de 6 a 8 de outubro de 2023, com a participação de 338 visitantes. Galeria Visit Brasil Roma executada no período de 12 a 13 de outubro de 2023, com a participação de 3.284 visitantes. Galeria Visit Brasil Londres executada no período de 3 a 4 de novembro de 2023, com a participação de 319 visitantes. Galeria Visit Brasil Nova York executada no período de 27 a 29 de outubro de 2023, com a participação de 219 visitantes. Galeria Visit Brasil Los Angeles executada no período de 2 a 4 de novembro de 2023, com a participação de 114 visitantes. O Estado do Pará foi contemplado com uma experiência imersiva e multissensorial pelo Rio Tapajós.

SEBRAE **BRASIL**

AMAZÔNIA VIVA

Uma experiência em 360° imersiva pela região do Rio Tapajós.

Esta obra convidou o público para viver uma experiência imersiva pela região do Rio Tapajós, na Amazônia.

Além do visual, os visitantes puderam explorar os outros sentidos, ouvindo os sons e sentindo os cheiros da Amazônia por meio de produtos da região.

Uma experiência multissensorial e o mais viva possível, como um convite ao Brasil.

Galeria Visit Brasil Nova York - 2025

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, destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos brasileiros.

Galeria com ativações de destinos do Pará:

Galeria	Ano	Destinos contemplados	Mercados Ativados
Galeria Visit Brasil New York	2024	Estado do Pará, Alter do Chão e Belém	Estados Unidos



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 Pará:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Fitur Madri	2024	Espanha	Estado do Pará
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Pará
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Pará

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

Destino contemplado: Belém.

Mercados ativados: Reino Unido, França, Alemanha, Holanda, Suíça, 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: 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%. Estima-se que ao longo de toda a campanha tenham sido alcançados mais de 20 milhões de impactos, com um total de 130.773 inserções.



Campanha Promocional Europa - 2024

Campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros, veiculada na Europa em meios on e offline, lançada dia 27 de julho de 2024, na Casa Brasil, durante os Jogos Olímpicos de 2024. Pretendeu-se destacar a diversidade natural do Brasil, além do foco esportivo, atraindo os turistas europeus para vivenciarem experiências únicas, valorizando as belezas naturais e culturais, além de destacar seu compromisso com a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. A campanha associava cada localidade com um modalidade esportiva praticada na olimpíada.

Destino contemplado: Belém.

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

Segmentos: Turismo Esportivo, Turismo de Natureza e Turismo Cultural.



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: Belém e Alter do Chão.

Campanha Promocional da Amazônia nos Estados Unidos - 2024

Destinos contemplados: Estado do Pará e Alter do Chão.

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.

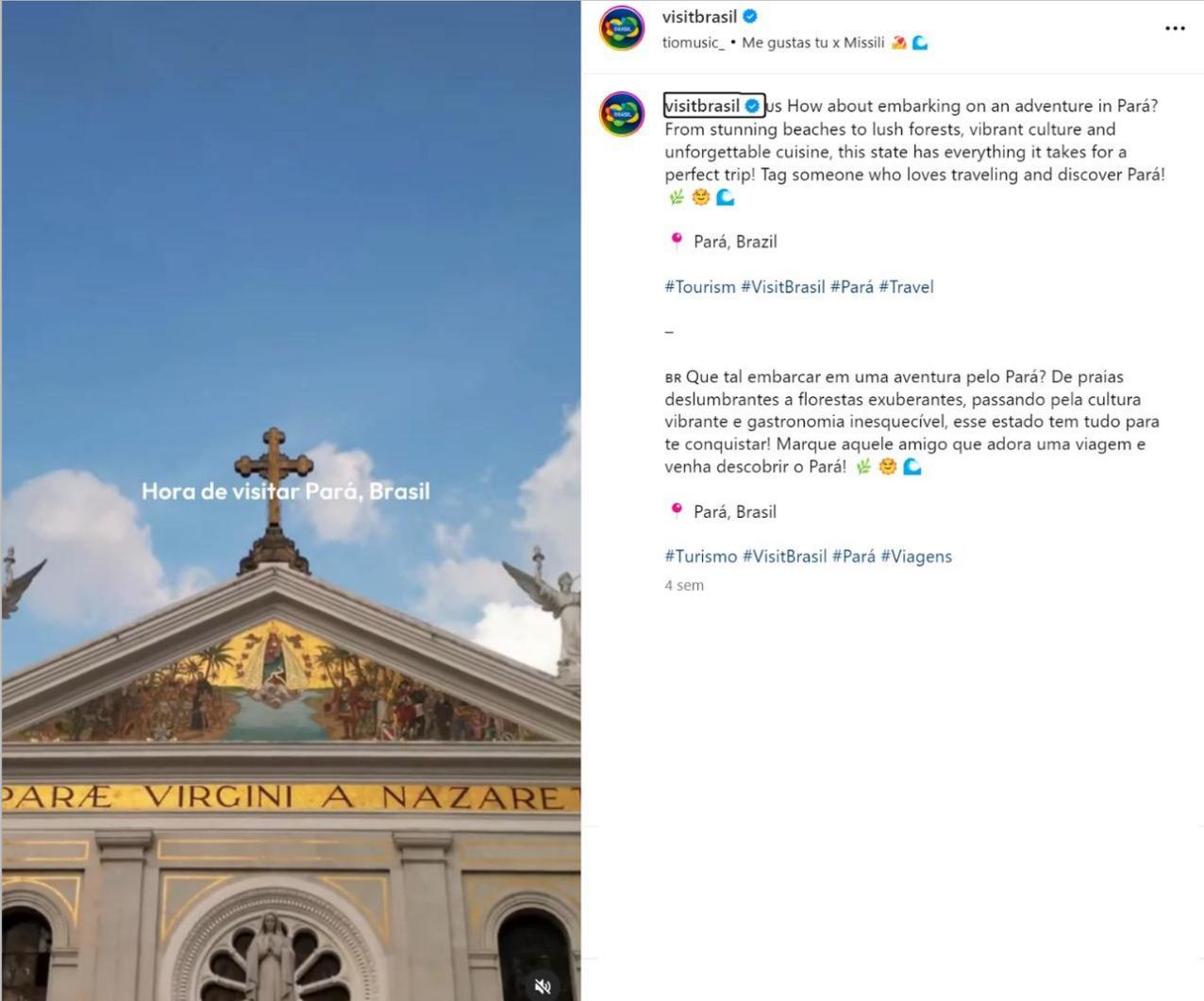
Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Belém e Alter do Chão.

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo Cultural; Turismo Gastronômico.

Principais resultados: Aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.



visitbrasil • Me gustas tu x Missili

visitbrasil Us How about embarking on an adventure in Pará? From stunning beaches to lush forests, vibrant culture and unforgettable cuisine, this state has everything it takes for a perfect trip! Tag someone who loves traveling and discover Pará!

Pará, Brazil

#Tourism #VisitBrasil #Pará #Travel

BR Que tal embarcar em uma aventura pelo Pará? De praias deslumbrantes a florestas exuberantes, passando pela cultura vibrante e gastronomia inesquecível, esse estado tem tudo para te conquistar! Marque aquele amigo que adora uma viagem e venha descobrir o Pará!

Pará, Brasil

#Turismo #VisitBrasil #Pará #Viagens

4 sem

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” (2023)

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: Belém.

Número de participantes: 68 participantes.



Banco de Imagens

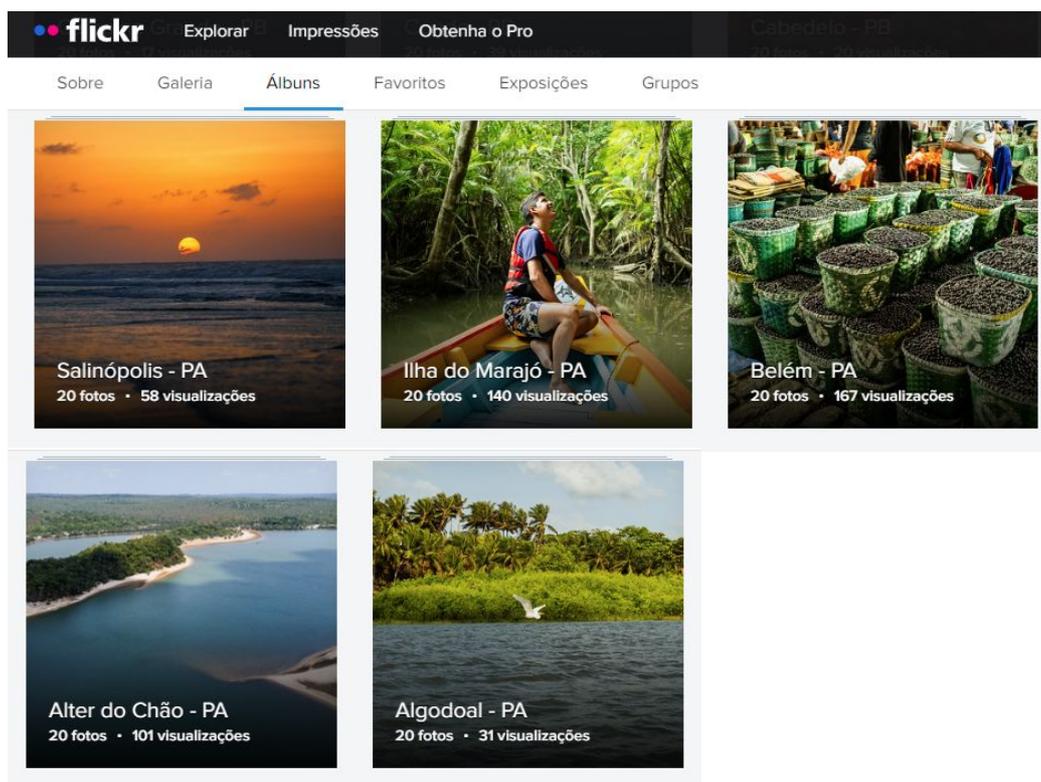
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 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: Belém, Salinópolis, Ilha do Marajó, Alter do Chão e Algodual.

Segmentos: Turismo de Natureza e 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 Amazonas).

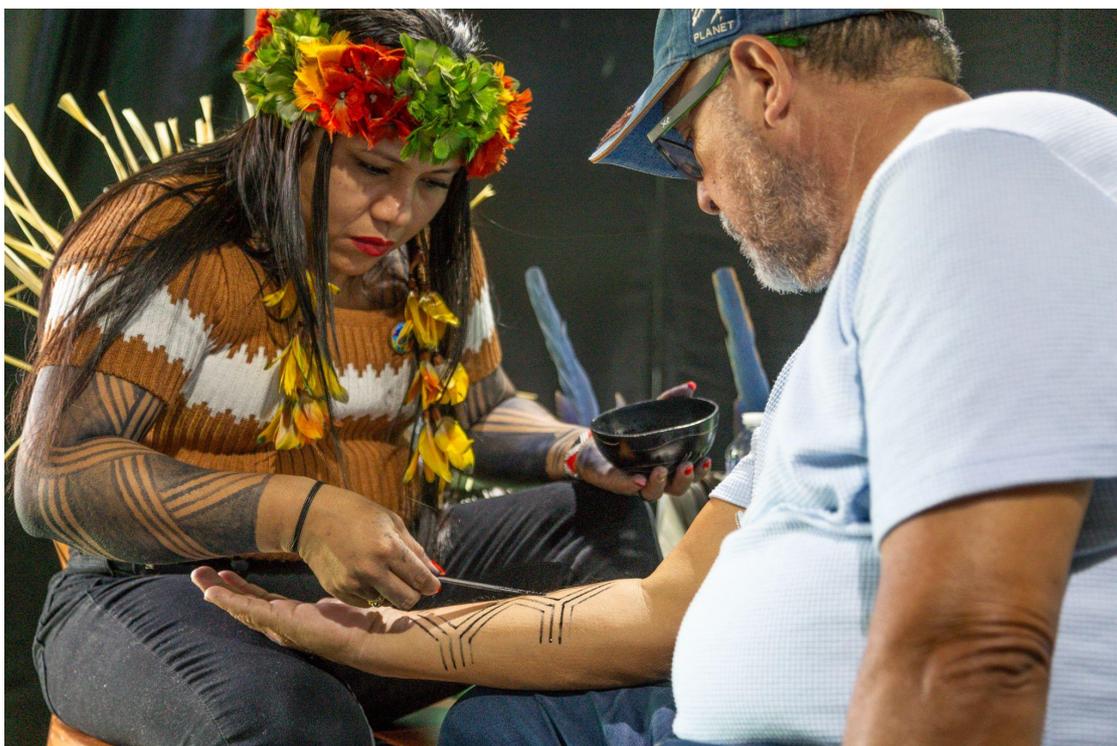
Casa Brasil

Esta ação foi desenvolvida para promover a diversidade cultural e natural do Brasil durante os Jogos Olímpicos de Paris 2024, utilizando o esporte como plataforma, em conjunto com a música, gastronomia e arte. O espaço destaca valores como autenticidade, sustentabilidade, diversidade e inovação, funcionando como um ponto de encontro estratégico para atletas, imprensa e empresas. Além disso, reforçou o compromisso do Brasil com práticas socioambientais inovadoras, consolidando a imagem do país como um destino autêntico, diversificado e sustentável.

Destino contemplado: Estado do Pará.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Aventura, Turismo Esportivo.

Participação: com sua rica biodiversidade e cultura amazônica, o Pará participou da Casa Brasil para destacar o turismo sustentável e de natureza, promovendo a Amazônia como um destino internacional de referência. A ação contribuiu para sensibilizar o público sobre a importância da preservação ambiental e o potencial turístico da região. O Sebrae Pará levou uma indígena para amplificar a experiência do Estado aos visitantes através de uma ativação de pintura corporal.



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.

Campanha Promocional Segmentada

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional constituída por um conjunto integrado de ações promocionais, publicitárias e de posicionamento estratégico voltadas à projeção internacional do Brasil como destino turístico competitivo, diversificado e sustentável. Desenvolvidas para mercados prioritários, essas campanhas utilizam narrativas inspiradoras e conteúdos segmentados para promover os atrativos nacionais por meio de uma abordagem multicanal — incluindo mídia tradicional, digital, redes sociais, out of home e ações junto ao trade turístico. Ao estimular o desejo de viagem, reforçar a Marca Brasil e impulsionar a conversão de visitantes, essas campanhas contribuem diretamente para o aumento da entrada de turistas internacionais, geração de divisas e fortalecimento do turismo como vetor de emprego e renda.

Público-alvo: B2B2C e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão*

Campanha “Embratur Europa 2025”

Destino contemplado: Alter do Chão.

Mercados ativados: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda e Reino Unido.

Mídias utilizadas: anúncios pagos em plataformas como Google, Meta (Facebook e Instagram), Mídia Programática e outros.

Principais resultados: a Campanha "Embratur Europa 2025" foi veiculada entre 22/01 a 28/02/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve o objetivo de enfatizar a exuberância da natureza brasileira, promovendo os encantos e a autenticidade de seus destinos.



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*

Do Barro ao Torno: Icoaraci

Destino contemplado: Belém.

Descrição: a vivência em Icoaraci, distrito a 18 km de Belém, proporciona uma imersão na cultura e tradição local. O passeio tem início na Olaria do Espanhol, onde o Mestre Ciro Croelhas apresenta a história da família e os processos de produção das cerâmicas marajoaras e tapajônicas. Durante a atividade, o visitante experimenta o torno tradicional, entrando em contato direto com a argila. A experiência continua na loja da olaria, com peças únicas, seguida por um almoço na orla de Icoaraci. Em seguida, o roteiro inclui uma visita à feirinha de artesanato local e encerra com a contemplação da Baía do Guajará ao pôr do sol, acompanhado de uma água de coco. Um encontro com arte, tradição e natureza.

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 de Chocolate no caminho das Ilhas

Destino contemplado: Belém.

Descrição: o passeio oferece uma imersão no coração da Amazônia, apresentando o processo completo de beneficiamento do cacau, desde o manejo até a degustação. Durante a experiência, o visitante conhece a cultura dos ribeirinhos, entendendo seu modo de vida e como utilizam a floresta, especialmente o cacau, para sustento. A atividade inclui a degustação de um autêntico almoço ribeirinho. Há também um roteiro pela região insular, com visitas a referências no mercado de chocolate, incluindo degustação de chocolates finos premiados e harmonizações com vinhos, sucos e outros. Uma jornada enriquecedora pela cultura, sabores e tradições da Amazônia.

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

Flona Jamaraquá

Destino contemplado: Alter do Chão.

Descrição: o passeio FLONA Jamaraquá é uma verdadeira jornada pela Floresta Nacional do Tapajós, com trilhas na selva, canoagem, e experiências culturais únicas. Partindo de Alter do Chão, passa por praias paradisíacas como Cajutuba e Maguari, além de locais históricos, como a praia do Pindobal, onde é possível reviver a história da borracha. No igarapé de Jamaraquá, o visitante vai participar de um piquenique com frutas frescas e, em seguida, uma caminhada de 9,1 km, visitando a imensa árvore Samaúma e o mirante do Rio Tapajós, com vistas deslumbrantes da fauna e flora local. Durante o passeio, também poderá adquirir o artesanato típico produzido pelos nativos.

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

Piracaia da Amazônia

Destino contemplado: Alter do Chão.

Descrição: a experiência da Piracaia da Amazônia, conduzida pelo Chef Saulo Jennings, celebra uma tradição ancestral às margens do Rio Tapajós. Este ritual típico amazônico reúne pessoas ao redor do fogo para saborear peixes frescos, como tambaqui, pirarucu e tucunaré, assados na brasa e acompanhados de ingredientes regionais como tucupi, farinhas artesanais e folhas amazônicas. Mais do que uma refeição, a Piracaia é uma conexão com a cultura local, resgatando histórias e saberes dos povos indígenas e ribeirinhos. Sob o céu estrelado e ao som do rio, os participantes vivenciam a harmonia entre gastronomia e natureza, criando memórias inesquecíveis em uma noite que celebra a alma da Amazônia.

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

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:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

Galeria Visit Brasil Paris- 2025

Destino contemplado: Amazônia.

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

Visit Brasil News (Newsletter)

É uma ferramenta estratégica de promoção turística, em formato de newsletter mensal, que conecta operadores, agências, imprensa e demais players do trade internacional com informações estratégicas sobre o turismo brasileiro: traz análises de tendências de mercado, lançamentos de produtos e roteiros, agenda de feiras e rodadas de negócios, casos de sucesso B2B e calls-to-action para catálogos e briefings, tudo com curadoria editorial e design otimizado para maximizar a taxa de abertura, engajamento e geração de leads, fortalecendo o conhecimento, a consideração e a retenção da Marca Brasil nos mercados emissores.

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

Etapas do funil de vendas:

1

Conhecimento

2

Consideração

Visit Brasil News 7ª edição

Destino contemplado: Alter do Chão.

Descritivo: na 7ª edição da Newsletter foi anunciado a campanha “Não há lugar como Brasil” que tem o Alter do Chão como um dos produtos ativados no mercado europeu.

Não há lugar como Brasil

Os turistas estrangeiros já entenderam: não há lugar como o Brasil. Em 2024 registramos recorde no número de visitantes internacionais, sendo que a chegada de turistas europeus cresceu 20%. De olho em marcas ainda maiores, lançamos a nova campanha de promoção do Brasil na Europa.

Com o slogan '**Não há lugar como Brasil**', a campanha será divulgada entre 22 de janeiro e 28 de fevereiro na Bélgica, Países Baixos, Reino Unido, Alemanha, França e Espanha. As peças publicitárias mostram experiências autênticas e sustentáveis, com muito sol, praia, natureza, cultura e gastronomia, destacando destinos como Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Alter do Chão e Salvador, e biomas como Amazônia e Pantanal. E lembrem-se: no VisitBrasil.com vocês vão encontrar conteúdo sobre os outros destinos incríveis no Brasil. [Assista!](#)

Fonte: Embratur

Visit Brasil 8ª edição

Destino contemplado: Alter do Chão.

Descritivo: na 8ª Newsletter que circulou em fevereiro foi promovido o turismo sustentável no destino Alter do Chão.

Alter do Chão (Pará)

Alter do Chão encanta com suas praias paradisíacas de água doce e areias brancas, e passeios de barco pelos grandiosos rios da região. As comunidades locais promovem o turismo de base comunitária, oferecendo experiências autênticas e sustentáveis, como a 'Piracaia da Amazônia', que combina gastronomia local com histórias ancestrais do povo da Floresta Amazônica. [Saiba mais!](#)



Fonte: Embratur

Visit Brasil 11ª edição

Destino contemplado: Belém.

Descritivo: na 11ª Newsletter que circulou em julho foi anunciada nova rota aérea Miami/Belém.

**GOL acerca Estados Unidos a la Amazonía:
Miami/Belém – 2 veces por semana, a partir del 15 de junio**

Fonte: Embratur

Ações Promocionais Digitais

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional do Brasil ancorada no ecossistema digital da marca Visit Brasil. Focada em mercados prioritários, a ação envolve campanhas segmentadas em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok, Pinterest e mídias programáticas, com inteligência de dados para atingir públicos-alvos específicos. Combinadas à estratégias de otimização para mecanismos de busca e inteligência artificial, essas iniciativas ampliam a visibilidade dos destinos brasileiros, integrando ações orgânicas e pagas. Os conteúdos são distribuídos pelos canais oficiais do Visit Brasil - site, redes sociais, blogs e recursos multimídia em seis idiomas - oferecendo experiências inspiradoras, informações qualificadas e estímulo à 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

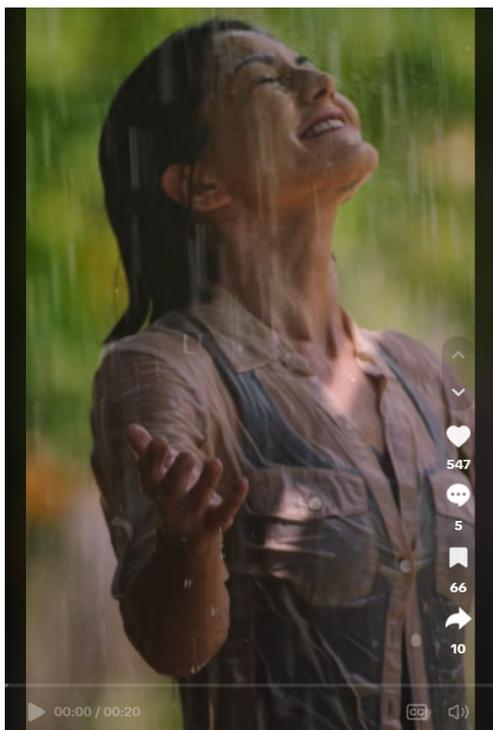
2

Consideração

Até o Tucupi Tour

Destino: Belém (PA).

Mercado ativado: Estados Unidos da América.



visitbrasil

Visit Brasil · 2024-9-5

Seguir

Embark on a transformative journey in the Brazilian Amazon, where every step is an invitation to self-knowledge. Listen to the whispers of the forest, the sounds of nature and connect deeply with the local culture. 🌿🇧🇷
Brazilian Amazon. An Inner Journey.
#Brasil #VisitBrasil #Amazon #BrazilianAmazon #Tourism #Trip #Travel

Print do conteúdo da Amazônia, para os EUA. **Fonte:** Embratur00

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 PATI

Destino contemplado: Estado do Pará.

Mercados ativados: Alemanha, Áustria, Bélgica e Suíça.

Descritivo: A campanha digital realizada pela Lufthansa dentro do Plano de Promoção contratado, do Programa de Aceleração do Turismo Internacional (PATI) contemplou ações nos mercados alemão, austríaco, suíço e belga, com foco na ampliação do conhecimento e da consideração do Brasil como destino turístico, com destaque para a Amazônia. 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).

Captação de Nova Rota Aérea (PATI) - 2025

Destino contemplado: Belém

Descritivo: captação de Nova Rota Aérea pela Avianca entre Bogotá - Belém

CONECTIVIDADE AÉREA

Novo voo entre Bogotá e Belém amplia conectividade e reforça fluxo turístico internacional na região Norte

Fonte: Embratur

Ativação FEEL BRASIL de Alter do Chão na ITB - parceria com TAP

Destino contemplado: Alter do Chão.

Descritivo: ativação em formato de showcase no palco do estande Brasil, no dia 05 de março, que contemplou a apresentação técnica do destino Alter do Chão com destaque para a experiência Piracaia da Amazônia, cooking show temático do chef Saulo Jennings, degustação e sorteio de viagem com apoio da TAP Air Portugal para operadores e jornalistas convidados presentes na ação.



Fonte: Embratur

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.

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:

1

Conhecimento

2

Consideração

3

Conversão

4

Fidelização

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

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	Rede Viva Marajó



Estande do Brasil na BTL 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

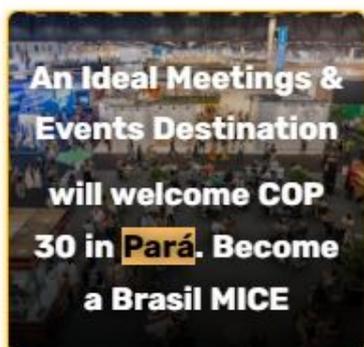
Módulos: Ecoturismo e Turismo de Aventura

Destinos contemplados: Alter do Chão.

Segmentos: 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.

Pages



Fonte: Embratur

m m b b r o

r a t u r

embratur.com.br

n b b r a t

e m b b