

PRINCIPAIS AÇÕES

DISTRITO FEDERAL

2023 e 2024



Ficha Técnica



Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete

Bruno Villa de Santana

Gerência de Comunicação (GCOM)

Rafael Mello Rodrigues

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete

Roseane Costa Pereira da Silva

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)

Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete

Sáskia Freire Lima de Castro

Coordenação de Gestão Estratégica

Carolina Elias Stolf

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Revisão Técnica

Ângela Braga

Lídice Calixto Moraes

Yure Lobo

Design Gráfico

Natália Bomfim

Ronald Andrade

Maria Eduarda Lopes

Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade (GIDC)

Fábio Montanheiro

Gerência de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional (GNEI)

Alexandre Nakagawa

Gerência de Eventos Internacionais (GEI)

Simone Scorsato

Gerência de Integração de Projetos (GIP)

Adriana de Lucena Francisco

Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca (GCIGM)

Patrick Leal Costa

Gerência de Projetos Estruturantes (GRPE)

Ana Paula Caetano Jacques

Inteligência de Dados

Cristiano Borges

Daniele Montenegro

Edson Duarte

Paula Schulz

Scarlett Queen Bispo

Theogenes Rocha



APRESENTAÇÃO

1





Apresentação

A **Embratur** tem como missão promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país.

Para isso, tem desenvolvido diversas parcerias com atores estratégicos como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**Sebrae**), Entidades de Classe e os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação, dentre outros parceiros relevantes no cenário turístico nacional e internacional.

Por meio destas parcerias, a Embratur tem implementado programas e ações que visam ampliar a promoção e a comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros e, conseqüentemente, elevando a competitividade internacional do setor, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e sustentável do Brasil.

Neste documento, são apresentadas algumas das principais ações realizadas pela Embratur e seus parceiros estratégicos, em 2023 e 2024, no Distrito Federal, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



DISTRITO FEDERAL

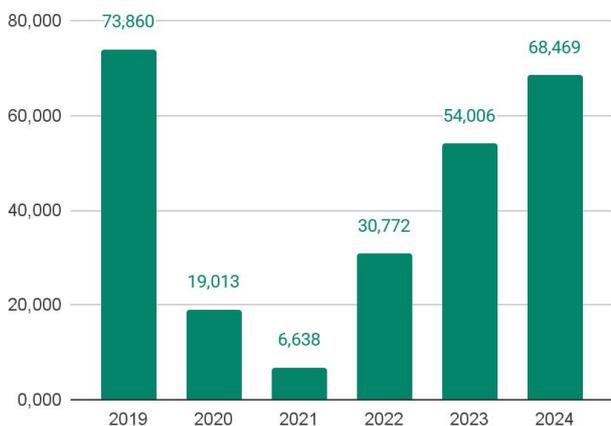
EM NÚMEROS

2

DF em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Distrito Federal 68.469 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 54.006 em 2023 e 68.469 em 2024, representando um aumento de 26,78%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Distrito Federal em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros pelo DF



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para o DF*

*janeiro a junho de 2025

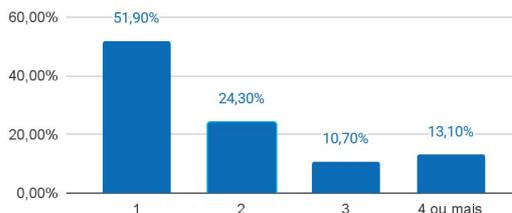
Cias aéreas:	Gol, Latam, Copa Airlines, TAP e Aerolineas Argentinas.
Países de origem:	Estados Unidos, Panamá, Argentina, Peru, Portugal, Chile, Colômbia e México.
Cidades de origem:	Lisboa, Miami, Orlando, Cidade do Panamá, Lima, Santiago, Buenos Aires, Bogotá e Cancún.
Quantidade de voos:	1.478.
Assentos disponíveis:	284.580.
Participação do DF na oferta de voos para o Brasil:	4,01%.

Fonte: Anac e Embratur

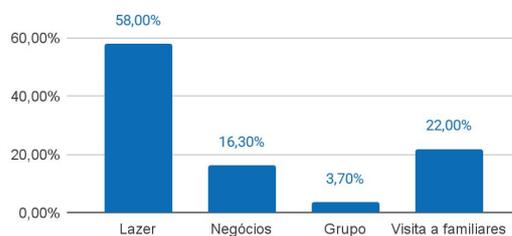


ForwardKeys

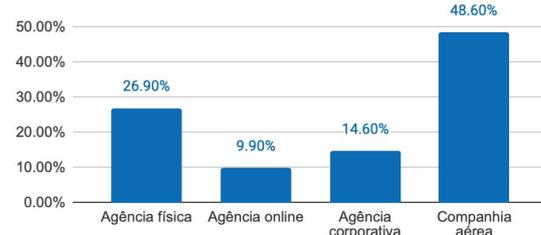
Tamanho do grupo em pessoas (%)



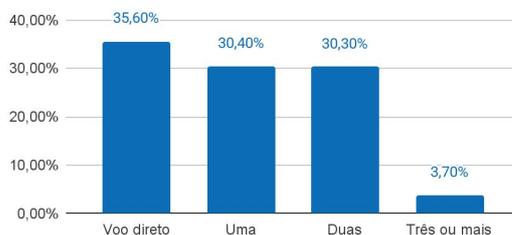
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o DF (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Distrito Federal recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Argentina, Chile e Peru no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (80,7%) e Rio de Janeiro (8,1%) como portões de entrada para além do Aeroporto de Brasília.

AÇÕES DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO INTERNACIONAL

3



3. Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

3.1. Press trips

Viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino por meio da experimentação. Esta ação busca proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente compartilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

3.1.1. Press Trip Distrito Federal e Goiás - 2023

Destino contemplado: Brasília, Pirenópolis, Cavalcanti, São Jorge e Alto Paraíso.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Peru.

Principais Resultados: a ação englobou 28 empresas entre companhias aéreas, receptivo, hotéis, restaurantes e atrativos em 5 cidades de Goiás e Distrito Federal, como Brasília, Pirenópolis, Cavalcanti, São Jorge e Alto Paraíso. Foram realizados, aproximadamente, 36 contatos com atores locais. Como resultado da ação, já foram publicadas 5 matérias

Alcance de público: + de 4,5 milhões de leitores

Valor de exposição: R\$ 800 mil

Segmento: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Natureza



3.2. Press Trip Distrito Federal e Rio Grande do Norte - 2024

Destino contemplado: Brasília, Tibau do Sul e Natal.

Mercado ativado: Argentina e Chile.

Principais resultados: Contou com 5 participantes sendo 2 jornalistas argentinos e 3 chilenos. O alcance de público e valor de exposição midiática ainda em apuração no 2o semestre de 2024.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico e Turismo de Sol e Praia.





**AÇÕES DE
PROMOÇÃO NOS
MERCADOS
INTERNACIONAIS**

4

4. AÇÕES DE PROMOÇÃO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões.

O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

4.1 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.

4.1.1 . Famtour América Latina - 2024

Destinos contemplados: Brasília; Alto Paraíso de Goiás; Cavalcante e Rio de Janeiro.

Mercados ativados: Chile e Colômbia.

Segmentos: Multiprodutos, Natureza e Ecoturismo.

Principais resultados: o *famtour* contou com a participação de 7 operadores internacionais provenientes do Chile e Colômbia, em março de 2024.



4.1.2. Famtour 5: Manaus/AM, Novo airão/AM e Brasília - 2024

Destino contemplado: Brasília.

Mercados ativados: Suíça e França.

Segmentos: Multiprodutos, Natureza e Ecoturismo.

Principais resultados: Esta edição do **Encontro de Relacionamento integrou o ABAV Expo Buyers Club**. Foram convidados a participar, como *Hosted Buyers*, os 29 operadores internacionais convidados para os *famtours* realizados no período, sendo de responsabilidade da organizadora do evento o convite e seleção dos *DMCs* nacionais.



4.1.3 . Famtour 6: Belém, Alter do Chão e Brasília

Destino contemplado: Brasília.

Mercado ativado: 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**.



4.1.4 . Famtour 7: Pantanal, Bonito e Brasília

Destino contemplado: Brasília.

Mercados ativados: Alemanha e Reino Unido.

Segmentos: Multiprodutos

Principais resultados: foram selecionados para o *famtour* **10 operadores e/ou agentes de viagem**, especializados em multiprodutos. Na ABAV 2024 os **operadores e/ou agentes de viagem** participantes deste *famtour* uniram-se aos participantes de outros dois *famtours* que ocorreram simultaneamente, resultando em um encontro que envolveu **29 operadores internacionais e 20 DMCs brasileiras**.



4.2. Feiras Internacionais 2023 e 2024

A ação consiste na capacitação de co-expositores selecionados e indicados, montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais voltadas para a promoção e comercialização turística em mercados estratégicos, na Europa.

Feiras em que houve destaque dos produtos do Distrito Federal:

- FITUR Madri (2024). Mercado ativado: Espanha. Destinos promovidos: Brasília

4.3.

Vitrine

Visit

Brasil

Esta ação tem como objetivo estruturar um portfólio de experiências turísticas de alta competitividade para o turismo internacional. Esse portfólio é composto por 101 (cento e uma) experiências em segmentos prioritários, distribuídas nas cinco macrorregiões brasileiras e em 52 destinos turísticos nacionais.

6.1 Bike tour pelas 4 escalas de Lúcio em Brasília

Destino: Brasília (DF).

Imagens (foto e vídeo) dos visitantes pelo tour de bicicleta (passando em frente à Catedral) com a imagem da Esplanada em plano amplo ao fundo.



Bike tour pelas 4 escalas de Lúcio em Brasília



**OUTRAS AÇÕES
REALIZADAS:**

5

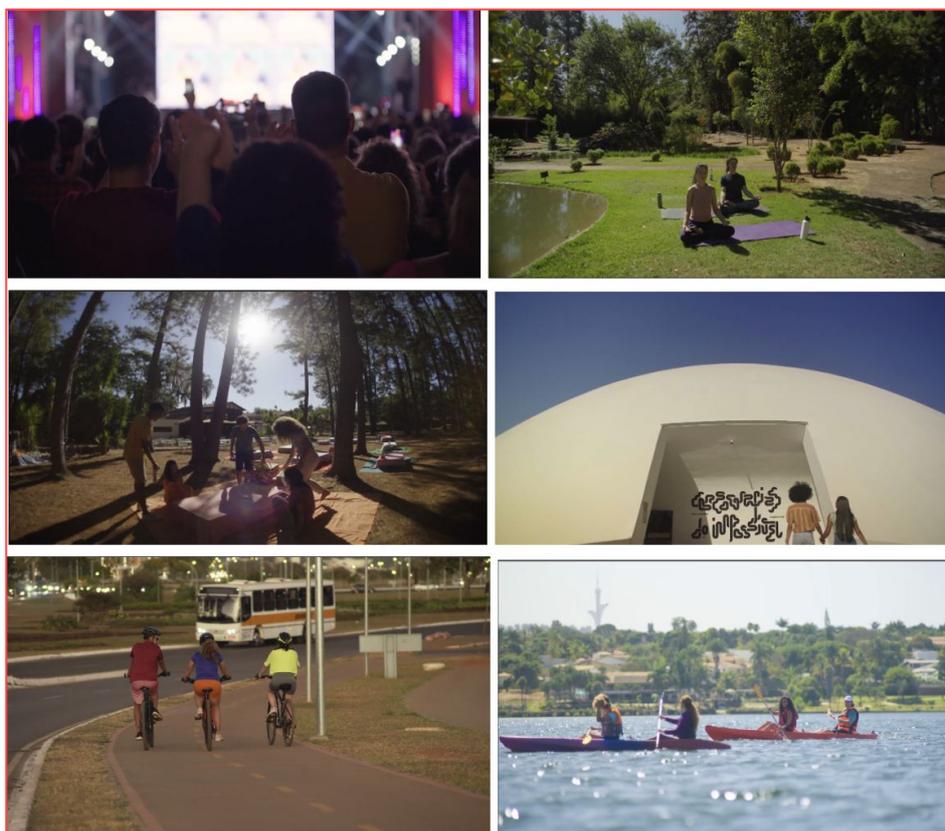
5.3. Banco de imagens de Audiovisual - 2024:

Produção de imagens em audiovisual tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas. Cessão de direitos de uso para a promoção turística internacional. Foram realizadas a captação, produção, edição e tratamento de vídeos para uso e distribuição nas redes e nas produções audiovisuais da Embratur e dos destinos selecionados.

Destino contemplado: Brasília.

Segmentos: Ecoturismo, Aventura, Bem-estar, Náutico e MICE.

Experiências selecionadas: experiências aquáticas de aventura, cicloturismo, visitação em museus, experiência de futebol, prática de loga, *picnic* no parque, experiências aquáticas de lazer, experiência em eventos de negócios (conferências, congressos, seminários), experiência em festivais musicais



5.4. Relatórios e Estudos - 2023

Essa 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.

2023: Relatório de Mercados Estratégicos: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Distrito Federal)

5.5. Promoção do Afroturismo

2023: Encontro inicial para planejar o desenvolvimento do Afroturismo nos próximos 10 anos. Parceria da Embratur, BID, Ministério do Turismo, Ministério da Igualdade Racial e Diáspora Black. O objetivo foi contribuir com a geração de divisas no país, com foco no fomento do turismo internacional e no aumento do ticket-médio do turista estrangeiro.

Destino contemplado: Brasília

5.6. Patrocínios

As ações de patrocínio da Embratur visam fortalecer a presença internacional do Brasil como destino turístico de excelência, promovendo a imagem do país em eventos estratégicos e ampliando a visibilidade das riquezas culturais e naturais brasileiras. Essas iniciativas buscam atrair um público diversificado, composto por turistas, investidores, influenciadores e formadores de opinião, contribuindo para o aumento da competitividade turística do Brasil no cenário global.

5.6.1 ABAV- 2024

A ABAV Expo atua para promover o encontro entre expositores e visitantes altamente qualificados, proporcionando o contato com a maior diversidade de produtos, serviços e destinos voltados à indústria de viagens e turismo, fomentando novos negócios e promovendo a capacitação do segmento de agenciamento de viagens.

Destino contemplado: Brasília
Segmento: Turismo de Negócios e Eventos (MICE)

5.6.2. Projeto Rally dos Sertões - 2024

Sertões promove uma agenda positiva do Brasil. Através da divulgação de imagens e notícias distribuídas nacionalmente e internacionalmente pela assessoria de imprensa do evento, o Sertões ajuda a dar ainda mais uso e significado às belezas do País, além de movimentar a economia das pequenas cidades.

Destinos contemplados: Luiz Eduardo Magalhães.

Segmentos: Turismo de Aventura, Turismo Esportivo, Turismo de Natureza.

