



PRINCIPAIS AÇÕES

A large waterfall cascades into a clear, turquoise swimming pool. Two people are swimming in the pool. The surrounding area is lush with greenery and rocks.

GOIÁS

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, consequentemente, 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 Estado de Goiás, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.

A man and a woman are hiking on a rocky trail. The man is in the foreground, wearing a grey tank top, a purple backpack, and patterned shorts. The woman is behind him, wearing a striped backpack and black shorts. They are both looking towards a mountain range in the background. The image is overlaid with a large orange and blue geometric shape in the top right corner.

GOIÁS

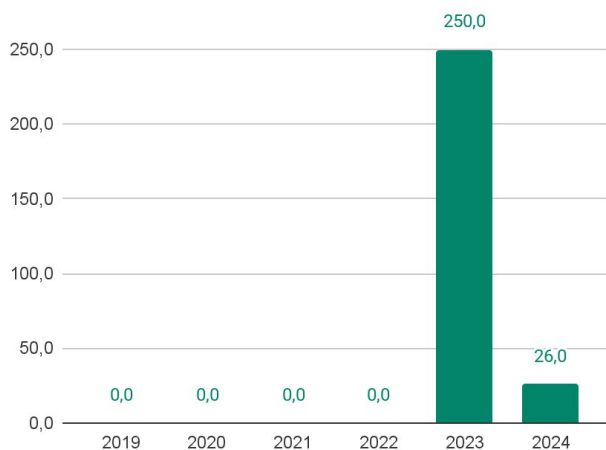
EM NÚMEROS

2

GO em números

Em 2024, entraram pelas fronteiras de Goiás 26 turistas. Esse baixo número e falta de histórico são em decorrência da ausência de voos internacionais regulares ao destino. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Goiás em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros por GO



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para GO*

*janeiro a junho de 2025

Dados de Goiás estão zerados, pois não temos voo direto para o GO.

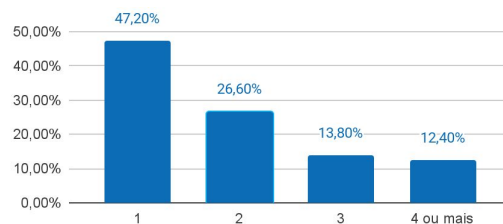
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

Fonte: Anac e Embratur

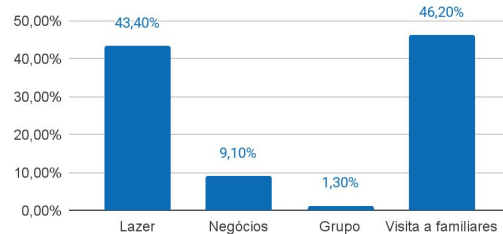


ForwardKeys

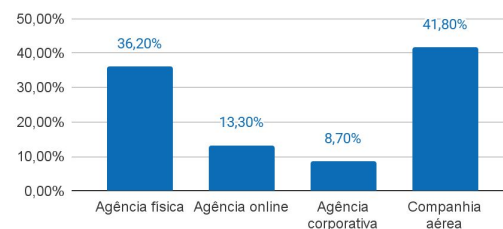
Tamanho do grupo em pessoas (%)



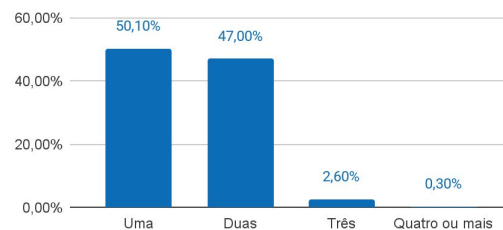
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até GO (%)



Principais portões de
entrada

São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Goiás recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Reino Unido, Portugal, Espanha e Bélgica no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (86,7%), Brasília (4,4%), Belo Horizonte (3,5%) e Rio de Janeiro (2,8%) como portões de entrada.

The image is a cover for a report. It features a background photograph of a river flowing through a large, dark cave. The cave walls are rugged and rocky. At the end of the cave, there is a bright opening where sunlight is visible. Two people are standing on a rocky bank in the foreground, looking towards the cave's exit. The top right corner of the cover is a solid orange color, and the bottom right corner is a solid teal color. The title is written in white, bold, uppercase letters on the orange background. A large white number '3' is on the teal background. A white curved line with a teal dot is in the top left corner.

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. 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.

3.1.1 . Famtour Brasília, Chapada dos Veadeiros e Rio de Janeiro - 2024

Destinos contemplados: Chile e Colômbia.

Mercados ativados: Alto Paraíso de Goiás e Cavalcante.

Segmentos: Multiprodutos, Turismo de Natureza e Ecoturismo

Principais resultados: famtour para o segmento de Multiprodutos com um grupo 7 operadores, em especial do segmento de Turismo de Natureza e Ecoturismo, sendo 3 do Chile e 4 da Colômbia.



3.2. 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.

3.2.1 . Press Trip Distrito Federal e Goiás - 2023

Destinos contemplados: Pirenópolis, Alto Paraíso de Goiás e Cavalcante.

Mercados ativados: Argentina, Chile e Peru.

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

Principais resultados: a press trip englobou 28 (vinte e oito) empresas entre companhias aéreas, receptivo, hotéis, restaurantes e atrativos em destinos como Brasília, Pirenópolis, Cavalcante e Alto Paraíso de Goiás. Foram realizados, aproximadamente, 36 contatos com atores locais. Como resultado da ação, já foram publicadas 5 matérias com o alcance de cerca de 4,5 milhões de leitores. A valoração de mídia total dos resultados até o momento é de R\$ 800 mil.



3.3. Roadshow

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo.

3.3.1 . Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

Destinos contemplados: Estado de Goiás.

Mercados ativados: Uruguai, Argentina, Chile, Peru, e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-estar (resorts).

Principais resultados: os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.



3.4. 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.

Feira em que houve destaque dos produtos de Goiás:

Feira	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado de Goiás

An aerial photograph of a winding asphalt road that curves through a vast, green, forested landscape. In the foreground, a multi-level viewing platform with metal railings sits on a hillside, offering a panoramic view of the road and the surrounding terrain. The sky is a mix of blue and orange, suggesting a sunset or sunrise. The image is partially covered by a large orange triangle on the right side, which contains the title and page number.

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. 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.

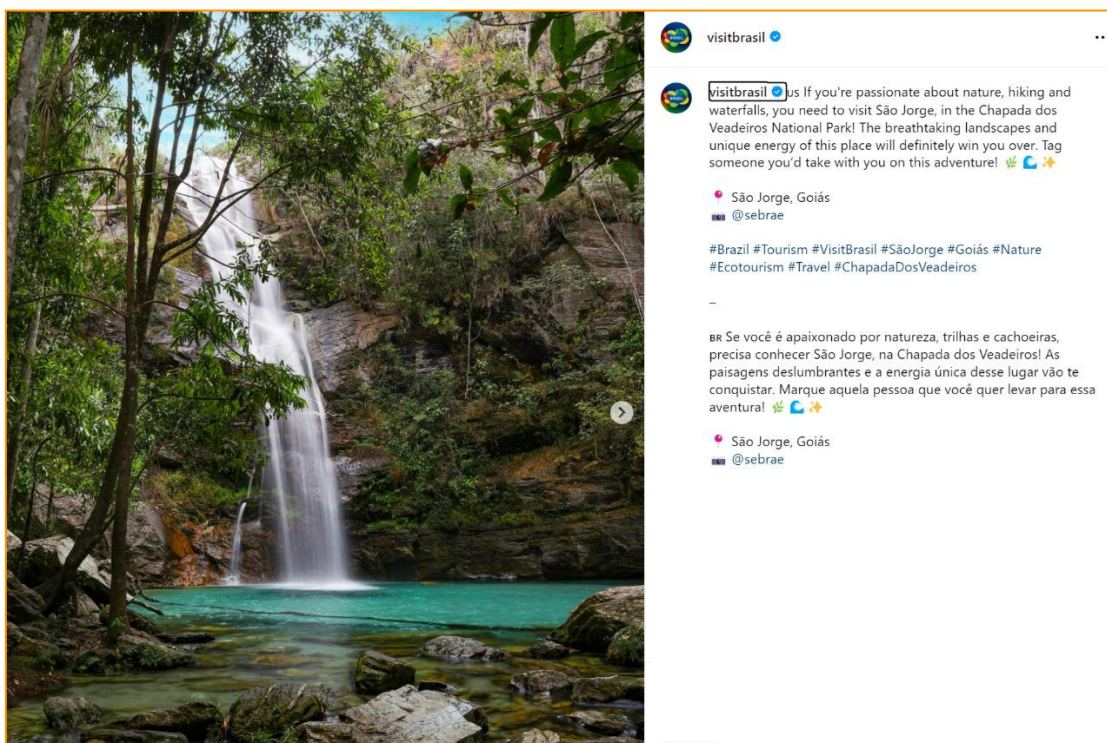
4.1.2. Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Alto Paraíso de Goiás.

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

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; 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.



4.2.Site Visit Brasil - 2024

4.2.1. Destinos contemplados: Chapada dos Veadeiros

Publicação no site Visit Brasil no dia 10/07/2024.



4.2.2. Destinos contemplados: Goiânia

Publicação no site Visit Brasil no dia 19/07/2024.



The background image shows a scenic view of a historic street. In the foreground, a wide wooden boardwalk with a white railing runs along the side of the street. The street itself is paved with cobblestones and lined with white buildings that have dark shutters and doors. In the distance, a tall, ornate church with a pointed steeple stands out against a warm, orange-hued sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall atmosphere is peaceful and historic.

**OUTRAS AÇÕES
REALIZADAS:**

5

5. Outras Ações

5.1. 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.

5.1.1. Workshop “Conexão Embratur – Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado em Pirenópolis, no dia 17 de outubro de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Pirenópolis.

Participantes: 62 pessoas.



5.2. Banco de Imagens

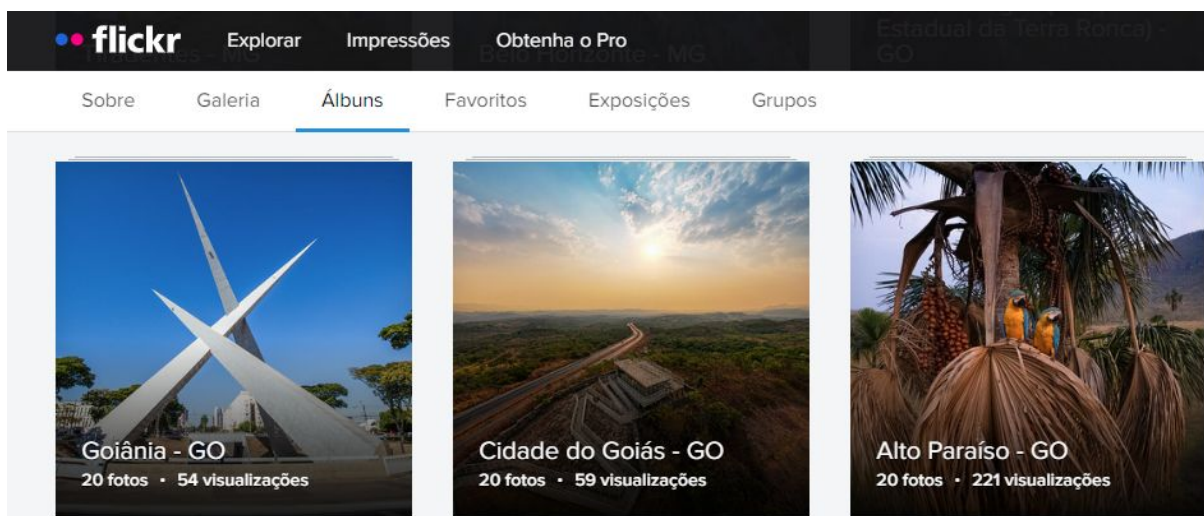
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023:

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas.

Destinos contemplados: Cavalcante, Pirenópolis, Goiânia, Cidade do Goiás, Alto Paraíso de Goiás.

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

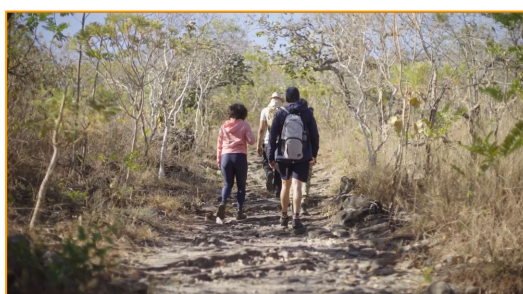
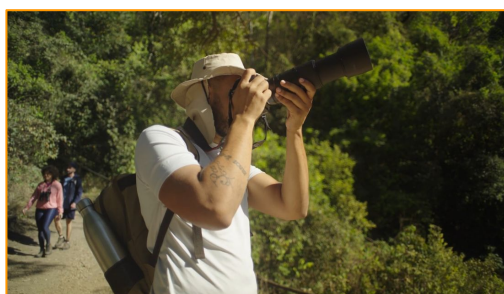
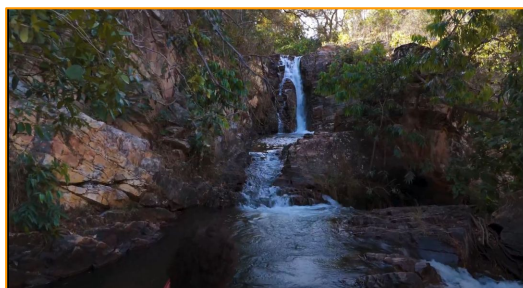
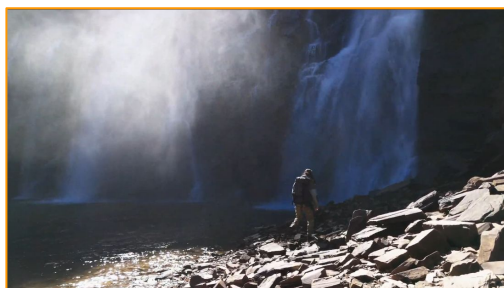


5.2.1. Banco de Imagens de Audiovisual - 2024:

Cessão de direitos de uso de imagens de audiovisual tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas em destinos turísticos nacionais com foco na promoção turística internacional.

Destinos contemplados: Pirenópolis, Cristalina, Corumbá de Goiás.

Segmentos: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Afroturismo, Turismo de Bem-estar e Turismo Gastronômico.



5.3. 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.

5.3.1 Relatório de Mercados Estratégicos: Jornada do Turista Internacional

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Goiás).

5.4. 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.

5.4.1 16ª Edição da Aldeia Multiétnica - 2024

A ação, patrocinada pela Embratur, contou com atividades voltadas à temática “Boas Práticas de Turismo Indígena”, que contribuíram para a valorização cultural, geração de renda e gestão territorial dos grupos indígenas participantes. A programação foi composta por oficinas de capacitação, rodas de conversa para reflexões e proposições sobre o tema e networking com agentes/operadoras de turismo e jornalistas de turismo/viagem nacionais e internacionais convidados para o evento.

Destino contemplado: Alto Paraíso de Goiás.

Segmentos: Turismo Cultural, Afroturismo e Etnoturismo



5.4.2 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: Formosa.

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

