Embratur

PRINCIPAIS AÇÕES

TOCANTINS

2023 e 2024

Ficha **Técnica**

Embratur

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

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

Revisão Técnica
Ângela Braga
Lídice Calixto Moraes
Yure Lobo

Design Gráfico
Natália Bomfim
Ronald Andrade
Maria Eduarda Lopes

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 do Tocantins, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.

Embratur

TOCANTINS

EM NÚMEROS

2

TO em números

Embratur

Material elaborado pela Gerência de Informação e Inteligência em Dados.
Acesse dados.embratur.com.br

Tocantins não possui fronteiras terrestres ou voos internacionais regulares para entrada de turistas internacionais. Porém, há turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o estado em seus roteiros.

Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para TO*

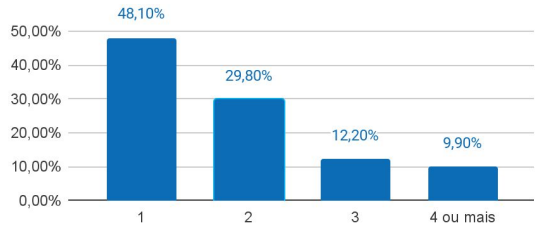
*janeiro a junho de 2025

Os dados de Tocantins estão zerados, pois não temos voo direto para TO.

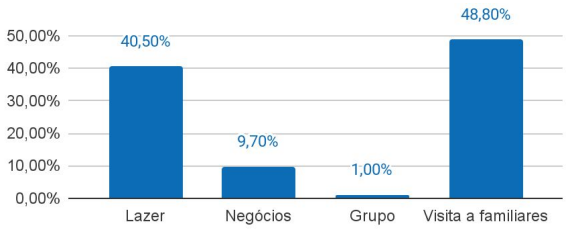
Fonte: Anac e Embratur

ForwardKeys

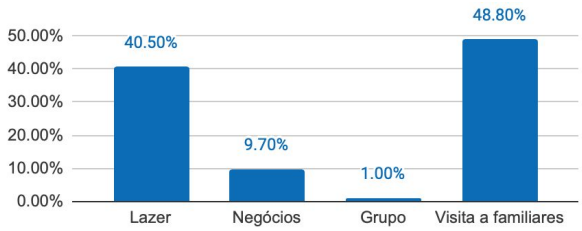
Tamanho do grupo em pessoas (%)



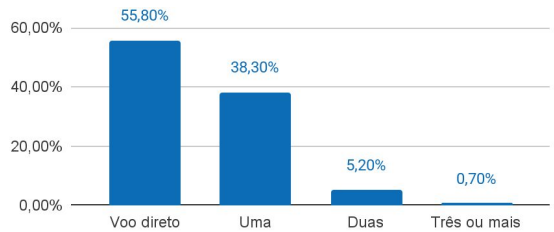
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até o TO (%)



Principais portões de entrada	São Paulo e Brasília.

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Tocantins recebeu turistas aéreos principalmente de Portugal, Estados Unidos, Espanha, Reino Unido e França no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (77,5%), Brasília (16,0%) e Belo Horizonte (2,4%) como portões de entrada.

AÇÕES REALIZADAS

3

3. Ações Realizadas:

3.1. Workshop de Capacitação Nacional

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.

3.2. 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.

3.2.1 . Famtour Jalapão/TO e Chapada das Mesas/MA - 2023

Destinos contemplados: Palmas, São Félix do Tocantins, Mateiros, Ponte Alta.

Mercados ativados: Espanha e Portugal.

Segmentos: Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo Cultural.

Principais resultados: o famtour, realizado em outubro de 2023, contou com a participação de 7 (sete) operadores internacionais, sendo 4 (quatro) da Espanha e 3 (três) de Portugal. Dos convidados presentes na ação, 71,42% (5 operadores) informaram que têm intenção de incremento de até 100 turistas para o Brasil, dentro dos destinos visitados, em até um ano.

3.3. 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 do Tocantins:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
ITB Berlim	2023	Alemanha	Jalapão e Estado do Tocantins
ITB Berlim	2024	Alemanha	Jalapão e Estado do Tocantins
BTL Lisboa	2023	Portugal	Jalapão e Estado do Tocantins
BTL Lisboa	2024	Portugal	Jalapão e Estado do Tocantins

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.

4.2. 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.

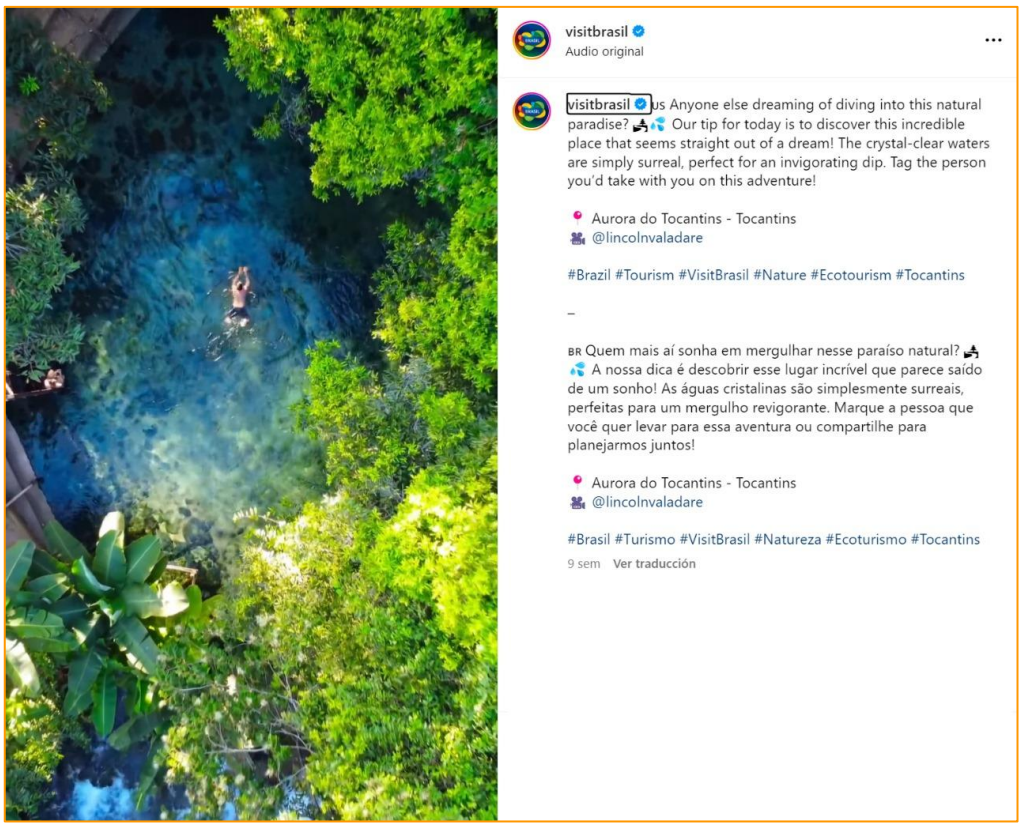
4.2.1. Campanha Always On - 2024

Destinos contemplados: Jalapão e Aurora do Tocantins.

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

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

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.



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 Porto Seguro, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Palmas.

Participantes: 38 pessoas.

5.2. Banco de Imagens

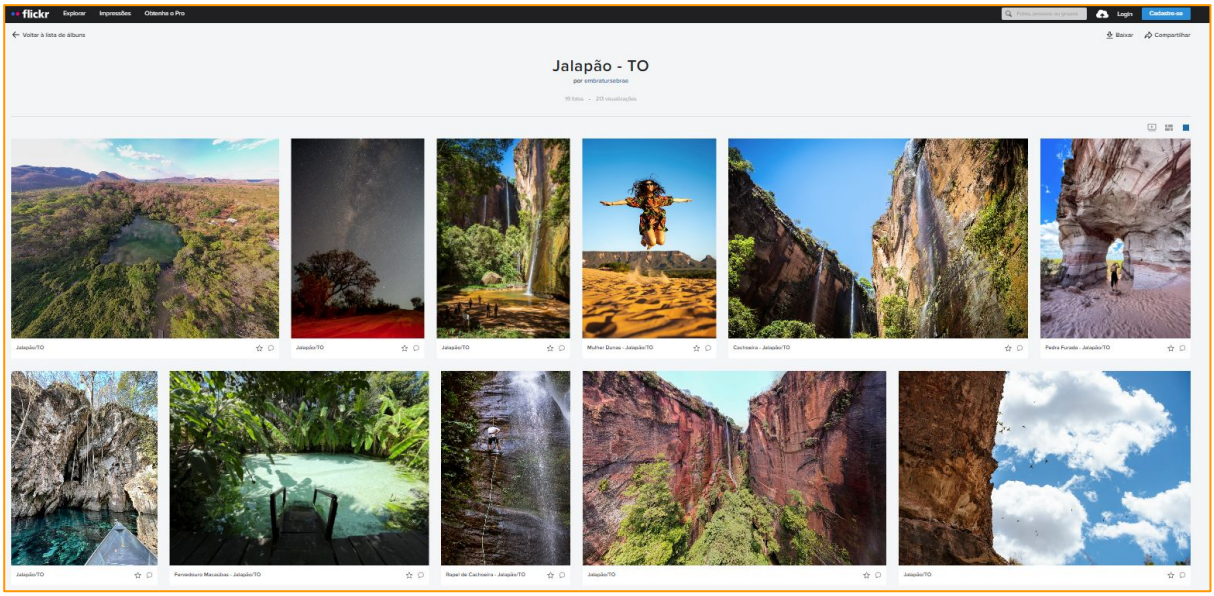
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais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

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, 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 Tocantins).

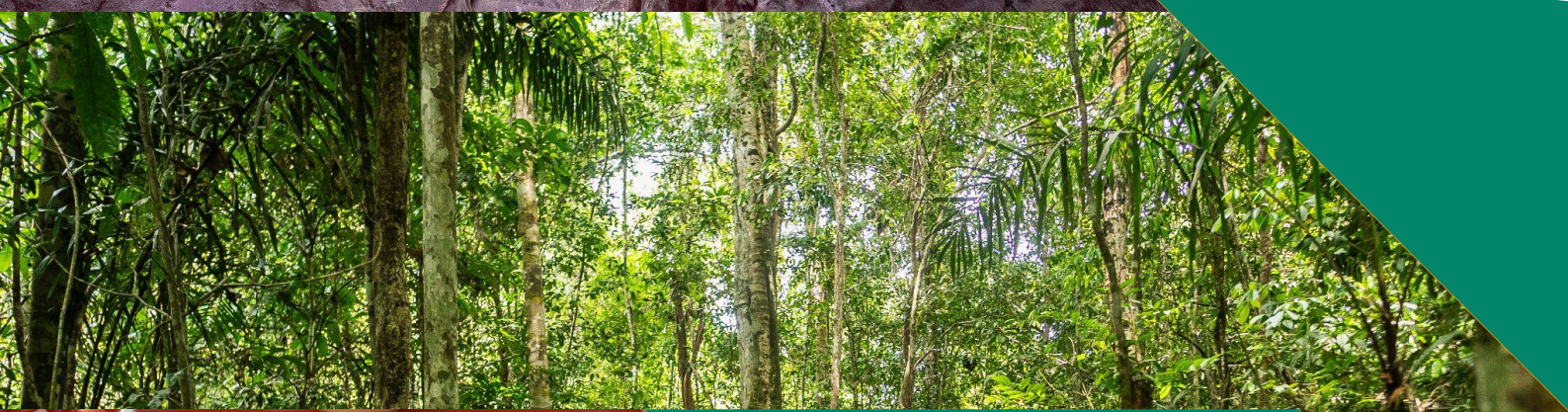
5.8. Patrocínios

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.

5.7.1. Rally dos Sertões

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: Palmas e Jalapão.

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

Embratur