



ESTADO DE GOIÁS
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA MUNICIPAL DE FORMOSA

INDICAÇÃO Nº996/26 LF, DE 13 DE MAIO DE 2026

Autoria: Ver. Dr. Luiz Fernando Lêdo.
Ao Senhor
Filipe Vilarins
Presidente da Câmara Municipal de Formosa

Senhor Presidente, apresento nos termos regimentais, a presente Indicação, a ser encaminhada à Sra. Simone Dias Ribeiro de Melo, Prefeita Municipal, **juntamente com a Secretaria competente, que adote as medidas cabíveis, no sentido de criar e implementar estratégias de marketing territorial, com o objetivo de promover e posicionar o município de Formosa como um polo atrativo para investimentos, turismo, novos negócios e desenvolvimento sustentável.**

Câmara Municipal de Formosa, 29 de abril de 2026.

┐

Vereador

JUSTIFICATIVA

O marketing territorial é uma ferramenta estratégica essencial para fortalecer a imagem institucional do município, valorizar suas potencialidades e atrair oportunidades que gerem emprego, renda e qualidade de vida para a população.

Nesse contexto, torna-se fundamental a identificação e valorização dos principais ativos locais, dentre os quais destacam-se:

1. Ativos naturais: riquezas ambientais como cachoeiras, trilhas, grutas e paisagens de grande valor ecológico, a exemplo do Salto do Itiquira, um dos maiores atrativos turísticos da região;
2. Ativos culturais e históricos: tradições, festas populares, patrimônio histórico, manifestações culturais e identidade local que reforçam o sentimento de pertencimento e atraem visitantes;
3. Ativos econômicos: vocação para o agronegócio, comércio, prestação de serviços e potencial para instalação de novas indústrias e empreendimentos;



ESTADO DE GOIÁS
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA MUNICIPAL DE FORMOSA

INDICAÇÃO Nº996/26 LF, DE 13 DE MAIO DE 2026

4. Ativos estratégicos: localização geográfica privilegiada, próxima ao Brasília, favorecendo a logística, o escoamento da produção e a captação de investimentos.

Diante disso, a implantação de um plano estruturado de marketing territorial pode contemplar ações como:

1. Criação de uma marca institucional do município (branding territorial);
2. Desenvolvimento de campanhas promocionais em mídias digitais e tradicionais;
3. Participação em feiras, eventos e rodadas de negócios;
4. Criação de um portal oficial de investimentos e turismo;
5. Parcerias com a iniciativa privada e instituições de ensino;
6. Produção de materiais institucionais que evidenciem as potencialidades locais;
7. Mapeamento e divulgação de oportunidades de negócios.

Tais ações contribuirão diretamente para o fortalecimento da economia local, aumento do fluxo turístico, atração de investidores e valorização da identidade do município.