



EMBRATUR

— PLANO DE AÇÃO 2023

Silvio Santos do Nascimento
Diretor-Presidente

Karisa Vilas Boas Nogueira
Diretor de Marketing, Inteligência e Comunicação

Edson Cavalcante de Queiroz Junior
Diretor de Gestão Corporativa

SEDE

Setor Comercial Norte, Quadra 02, Bloco G
Asa Norte, Brasília/DF
CEP 70.712-907
Brasília – DF
Tel.: 55 (61) 2023-8512
www.embratur.com.br
E-mail: presidencia@embratur.com.br

© 2022 EMBRATUR

Todos os direitos quanto ao conteúdo e design deste material são de titularidade exclusiva da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo – Embratur, autorizada sua divulgação desde que citada a fonte.

CRÉDITOS

Diretoria Executiva

Silvio Santos do Nascimento

Diretor-Presidente

Karisa Vilas Boas Nogueira

Diretor de Marketing, Inteligência e Comunicação

Edson Cavalcante de Queiroz Junior

Diretor de Gestão Corporativa

Elaboração

Gerência de Gestão Estratégica e Planejamento

Maurício Ribeiro Gonçalves

Gerente

Chyrlene de Araújo Bastos

Supervisora

Ana Paula Rodrigues de Almeida

Assessora de Gerência

Austerlitz Bringel Erse

Assessor Executivo Sênior

Tereza Raquel Nunes da Silva Gonçalves

Assistente Administrativo

Design

Coordenação de Criação

Natália Bomfim de Pinho

Coordenadora

Ronald Andrade de Albuquerque

Assessor Executivo Sênior

1. OBJETIVO

O Plano de Ação 2023 apresenta o planejamento das ações finalísticas de promoção de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, assim como demonstra as ações corporativas de apoio, visando permitir que a Embratur cumpra sua missão institucional, em consonância com o Plano Estratégico 2021-2023, o Caderno de Indicadores e Metas e o Orçamento Programa Anual, todos esses documentos aprovados pelo Conselho Deliberativo da Embratur (CDE).

Ressalta-se que a confecção do Plano de Ação 2023, e sua eventual revisão ao longo do ano, está prevista na Cláusula Décima Primeira do Contrato de Gestão nº 001/2020, assinado em 30 de dezembro de 2020, entre o Ministério do Turismo (MTur) e a Embratur.

Faz-se relevante ressaltar, que ambos os signatários desse Contrato encontram-se finalizando tratativas para ratificarem o Primeiro Termo Aditivo, no qual altera a redação de algumas cláusulas e inclui a Permissão de Uso e a Administração dos Bens Públicos.

2. ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA EMBRATUR

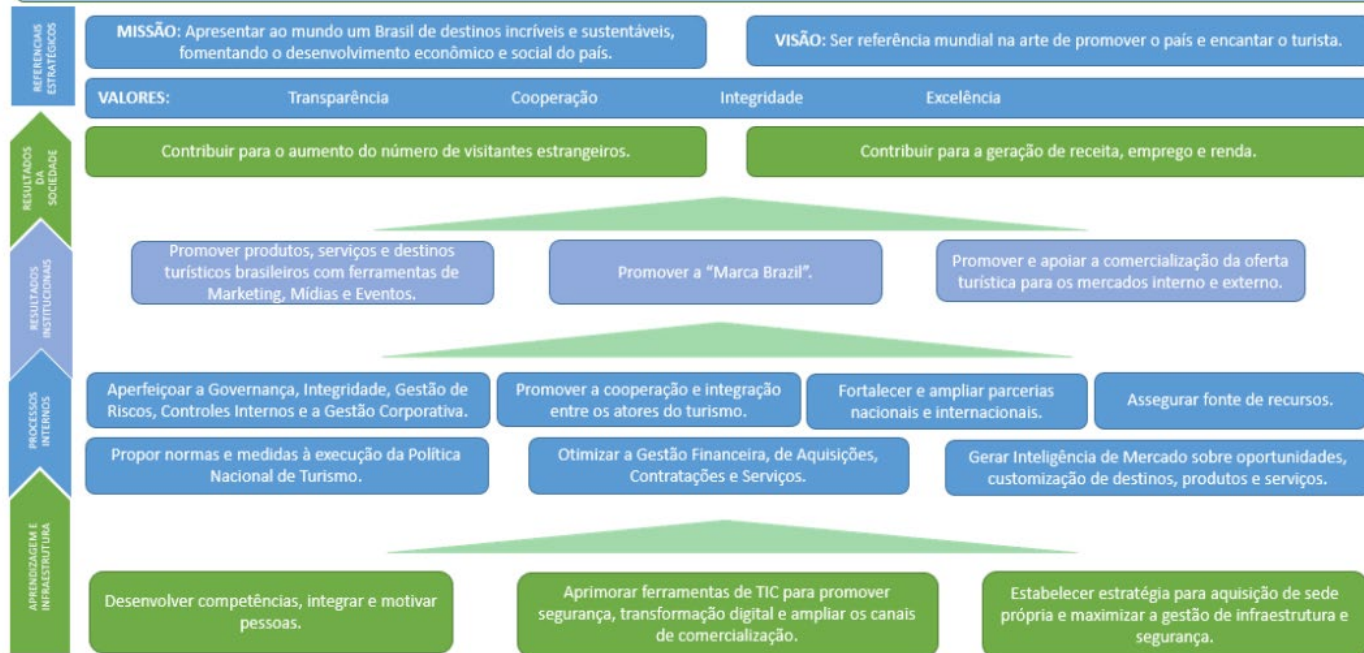
A atuação da Embratur está ancorada no art. 3º da Lei nº 14.002, de 22 de maio de 2020, que estabeleceu como objetivo: “... planejar, formular e implementar ações de promoção comercial de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, em cooperação com a administração pública federal. ”

Dessa forma, a Agência no pouco tempo de existência, logrou construir o Planejamento Estratégico, definindo seus Referenciais e Mapa Estratégico, que contempla as perspectivas de: aprendizado e infraestrutura, processos internos, resultados institucionais e resultados para a sociedade. Conclui-o com o estabelecimento dos Objetivos Estratégicos, direcionados ao cumprimento da Visão e da Missão Institucional.



MAPA ESTRATÉGICO – EMBRATUR 2021-2023

Clientes: Turista, Agentes Econômicos, União, Estados, Municípios e Trade.



Fonte: Gerência de Integridade, Gestão Estratégica e Planejamento.

Com o propósito de cumprir a Missão e atingir a Visão Institucional da Agência, o Plano de Ação 2023 foi estruturado com base nos Objetivos Estratégicos (OE) e nas Diretrizes Estratégicas (DE), constantes do Plano Estratégico 2021-2023.

A seguir, serão descritas as ações priorizadas e detalhadas pela Agência, além dos Indicadores e Metas que serão cumpridos ao longo do ano de 2023.

3. OBJETIVOS E DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

3.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO 1:

INDICADORES:

| OE1 | Contribuir para o aumento do número de visitantes estrangeiros. |
|---------------|---|
| Indicador 1.1 | Entrada anual de turistas estrangeiros. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|---|--|
| 1 Promoção Internacional do turismo brasileiro. | Apresentar ao mundo um Brasil de destinos incríveis e sustentáveis, fomentando o desenvolvimento econômico e social do país. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Crescer 10% em relação ao ano anterior. |

3.2 OBJETIVO ESTRATÉGICO 2:

INDICADORES:

| OE2 | Contribuir para a geração de receita, emprego e renda. |
|---------------|--|
| Indicador 2.1 | Receita gerada pelos visitantes internacionais. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|---|--|
| 1 Promoção Internacional do turismo brasileiro. | Apresentar ao mundo um Brasil de destinos incríveis e sustentáveis, fomentando o desenvolvimento econômico e social do país. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Crescer a receita em 10% em relação ao ano anterior. |

3.3 OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:

INDICADORES:

| OE3 | Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramentas de Marketing, Mídias e Eventos. |
|---------------|---|
| Indicador 3.1 | Número de impactos alcançados nas campanhas publicitárias produzidas <i>on</i> e <i>off-line</i> . |
| Indicador 3.2 | Variação no número de seguidores nas Redes Sociais. |
| Indicador 3.3 | Número de realizações e participações em ações voltadas para promoção e apoio à comercialização do turismo. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|---|--|
| 1 Publicidade e Propaganda | Trabalhar as campanhas e materiais promocionais da Embratur, com ações envolvendo criação, produção e mídia destinadas à promoção do turismo nacional e internacional. |
| 2 Marketing Digital | Divulgar produtos e destinos brasileiros no exterior e acompanhar serviços de comunicação e relacionamento em ambientes digitais. |
| 3 Criação de Materiais Publicitários | Criar peças e materiais de campanhas, comunicação, desenvolvimento de sites e identidade visual da Embratur. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Realizar campanha promocional dos destinos turísticos brasileiros. |
| 1.1 | Realizar campanha de captação de novos voos, por meio de veiculação de anúncios nas Empresas Áreas, visando à atração de novos voos internacionais. |
| 1.2 | Realizar campanha promocional de presença permanente do destino Brasil nos meios digitais (<i>Always on</i>) e redes sociais. |
| 1.3 | Realizar ações de mídias de oportunidade durante as feiras e eventos internacionais. |
| 1.4 | Adquirir material informativo, promocional, físico e digital. |
| 1.5 | Divulgar os segmentos turísticos por meio de campanhas publicitárias. |
| 1.6 | Divulgar os destinos turísticos por meio dos Embaixadores do Turismo. |
| 2 | Realizar diagnóstico, criação, desenvolvimento e atualização de dados em ambientes digitais, a fim de divulgar os destinos turísticos brasileiros. |
| 2.1 | Produzir materiais audiovisuais como vídeos, <i>podcasts</i> e <i>banners</i> . |
| 2.2 | Mapear e acompanhar influenciadores digitais que sejam oportunos para parcerias, visando aumentar do alcance da promoção dos destinos brasileiros internacionalmente. |
| 2.3 | Produzir conteúdos digitais, por meio da criação de textos e tradução para diversos idiomas de acordo com as atividades que serão desenvolvidas nos mercados estratégicos. |

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 2.4 | Mapear oportunidades de mídia no meio digital e acompanhar campanhas <i>online</i> , com foco na otimização de resultados. |
| 3 | Realizar captação de imagens dos destinos brasileiros para incrementar o portfólio de fotos do Banco de Imagens da Agência. |
| 3.1 | Adquirir assinatura de Banco de Imagens, para produzir materiais publicitários em diversos formatos audiovisuais. |
| 3.2 | Adquirir equipamentos para captação de imagens <i>in loco</i> nos destinos, visando aprimorar a produção de fotos e vídeos para o Banco de Imagens autoral da Embratur. |
| 3.3 | Adquirir equipamentos para montagem de estúdio, a fim de aprimorar a produção de vídeos institucionais da Embratur. |
| 3.4 | Adquirir licença de <i>softwares</i> para criar conteúdos e materiais de imagens e vídeos institucionais da Embratur. |

3.4 OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:

INDICADORES:

| | |
|-----|----------------------------|
| OE4 | Promover a “Marca Brazil”. |
|-----|----------------------------|

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|------|--|
| 1 | “Marca Brazil”. |
| | Realizar registro da “Marca Brazil” e licenciamento de produtos e serviços, objetivando a geração de novas fontes de receitas. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa especializada em propriedade intelectual para o registro e a proteção da “Marca Brazil”, no país e no exterior. |
| 1.1 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa especializada em estratégia e operação do licenciamento da “Marca Brazil”. |

3.5 OBJETIVO ESTRATÉGICO 5:

INDICADORES:

| OE5 | Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo. |
|---------------|---|
| Indicador 5.1 | Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos de imprensa nos mercados prioritários. |
| Indicador 5.2 | Número de <i>Press trips</i> realizados ou apoiados nos mercados prioritários. |
| Indicador 5.3 | Número de profissionais brasileiros e estrangeiros capacitados em ações de mercado. |
| Indicador 5.4 | Número de <i>famtour</i> realizados ou apoiados. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: | |
|------|--------------------------|--|
| 1 | Imprensa. | Atender às necessidades quanto à realização de serviços de assessoria de imprensa, produção e edição de textos relacionados à mídia. |
| 2 | Patrocínio. | Viabilizar projetos, programas e ações da Agência, sob a ótica do financiamento, através de patrocínios de empresas públicas e privadas. |
| 3 | Workshop de Capacitação. | Planejar, coletar, analisar e divulgar dados estratégicos, bem como manter relacionamento com o trade da indústria turística internacional, nos mercados em que a Embratur atua. |
| 4 | Relações Institucionais. | Aproximar e aprimorar as relações da Embratur com parceiros estratégicos, imprensa internacional, em apoio a promoção de produtos, serviços e destinos brasileiros no exterior. |
| 5 | Eventos e Feiras. | Viabilizar a participação do Brasil em eventos e feiras de turismo internacionais, colocando o país em posição de destaque frente aos mercados concorrentes. |
| 6 | <i>Famtour</i> . | Fomentar visitas técnicas a destinos com potencial turístico para divulgação e promoção no exterior, para operadores e agentes de viagem. |
| 7 | Eventos Segmentados. | Viabilizar o contato com o <i>trade</i> e a mídia internacional especializada para o fomento dos segmentos de ecoturismo e aventura de forma a gerar oportunidades para a promoção internacional e a compreensão do mercado. |
| 8 | Eventos Culturais. | Promover e apoiar a comercialização do turismo cultural brasileiro, no exterior. |
| 9 | Turismo Acessível. | Promover e apoiar a comercialização do Turismo Acessível brasileiro no exterior. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa especializada em propriedade intelectual para o registro e a proteção da “Marca Brazil”, no país e no exterior. |
| 2 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa especializada em estratégia e operação do licenciamento da “Marca Brazil”. |
| 3 | Realizar <i>Workshop</i> de capacitação e apoio à comercialização de produtos turísticos. |
| 4 | Gerenciar e coordenar os núcleos de Relações Públicas. |
| 4.1 | Ativar atendimento à imprensa internacional, elaboração de texto em língua estrangeira, clipping internacional - jornais, revistas e portais de notícias, suporte aos eventos e feiras internacionais, nos países prioritários. |
| 4.2 | Realizar <i>press trips</i> com jornalistas e influenciadores, para serem multiplicadores na divulgação do destino Brasil em suas plataformas. |
| 4.3 | Realizar ações de Relações Públicas nas feiras. |
| 5 | Elaborar Termo de Referência para contratação de empresa para montagem de estandes, locação de pisos e apresentações culturais nas feiras internacionais. |
| 5.1 | Realizar <i>roadshow</i> e Rodadas de Negócios com o <i>trade</i> turístico. |
| 5.2 | Realizar ação de <i>Live Marketing</i> . |
| 5.3 | Realizar ação de incentivo à captação e promoção de eventos MICE (sigla em inglês: <i>meetings, incentive, conferences and exhibitions</i>) no Brasil. |
| 6 | Promover visitas técnicas (<i>famtour</i>) para operadores e agentes de viagens. |
| 7 | Participar de eventos segmentados de oportunidades promocionais para ecoturismo e aventura. |
| 8 | Realizar <i>cooking show</i> e bate-papo sobre gastronomia e turismo em estande próprio (36 m ²) com telão ao fundo, apresentando destinos gastronômicos brasileiros. |
| 9 | Associar-se a <i>European Network for Accessible Tourism</i> (ENAT), para adquirir banco de dados como ferramenta de pesquisa e análise de mercados, tecnologias, países e indicadores macroeconômicos sobre acessibilidade. |
| 9.1 | Criar Mascote Turismo Acessível, buscando simbolizar internacionalmente o turismo acessível brasileiro. |
| 9.2 | Manter atualizadas as redes da Embratur e o Visit Brasil sobre o tema Turismo Acessível. |

3.6 OBJETIVO ESTRATÉGICO 6:

INDICADORES:

| | |
|------------|--|
| OE6 | Aperfeiçoar a Governança, Integridade, Gestão de Riscos, Controles Internos e a Gestão Corporativa. |
|------------|--|

AÇÕES:

| | Ação | Descrição: |
|----|-------------------------------------|--|
| 1 | Voluntariado. | Incentivar a participação em atividades ou ações de voluntariado, desenvolvendo o espírito de solidariedade e atitudes de cidadania. |
| 2 | Endomarketing. | Realizar eventos, palestras, protocolo de BoasVindas aos novos colaboradores. Realizar eventuais mediações de conflitos. |
| 3 | Lei de Acesso à Informação. | Conscientizar os setores acerca da importância em responder as manifestações do Sistema Fala.BR e Email de forma célere. |
| 4 | Transparência. | Conscientizar os gestores e colaboradores sobre a necessidade e a importância do envio à GOIV, dos documentos de transparência à serem inseridos no <i>Site</i> Oficial da Embratur. |
| 5 | Integridade. | Desenvolver ações voltadas para a prevenção, detecção, punição e remediação de práticas de corrupção, fraudes, irregularidades e desvios éticos de conduta, em cumprimento a dispositivos legais. |
| 6 | Plano Estratégico. | Construir Plano Estratégico para novo ciclo, acompanhando sua implantação e atualização, conforme evolução de cenários. |
| 7 | Gestão Estratégica. | Coletar e compilar dados estatísticos de desempenho dos setores da Agência e gerenciar atualização de documentos estratégicos. |
| 8 | Auditoria, Controle e Conformidade. | Verificar a regularidade dos controles internos, da gestão de riscos, bem como da execução financeira, de contratos, de acordos e de ajustes firmados e atividades desempenhadas nas áreas finalísticas. |
| 9 | Gestão Jurídica de Consultoria. | Emitir opinião jurídica, célere e adequada, auxiliando a tomada de decisões da Diretoria Executiva, com segurança jurídica, de forma a prevenir litígios e evitar riscos à Administração. |
| 10 | Gestão Jurídica de Contencioso. | Defender os interesses da Embratur, no âmbito judicial e extrajudicial, de forma a permitir ampla defesa da Agência e buscar direitos na esfera judicial e extrajudicial. |
| 11 | Gestão Documental. | Aperfeiçoar procedimentos que envolvem a gestão documental, visando preservar, racionalizar o uso e assegurar a destinação adequada. |
| 12 | Preservação do Patrimônio. | Gerir o Patrimônio Histórico, observando as melhores práticas. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|----------|--|
| 1 | Incentivar e apoiar o engajamento de colaboradores em ações voluntárias com parceiros estratégicos. |
| 2 | Promover o desenvolvimento de atividades voltadas para a ambientação, integração e valorização dos colaboradores. |
| 3 | Aumentar a celeridade das respostas ao sistema da CGU - Fala.BR (e-Ouv e e-Sic) e e-mail da Ouvidoria. |
| 4 | Fortalecer a Política de Transparência da Agência. |
| 5 | Finalizar a edição do Programa e do Plano de Integridade da Embratur. |
| 6 | Elaborar o Plano Estratégico 2024-2027. |
| 6.1 | Realizar implantação de Escritório de Projetos nas Diretorias. |
| 7 | Auxiliar na gestão, na revisão e na confecção de Relatórios de Desempenho do Contrato de Gestão, estabelecido entre o MTur e a Embratur. |
| 8 | Analisar os processos de execução financeira, contratos, acordos e ajustes firmados, disponíveis no Sistema SEI. |
| 8.1 | Realizar fiscalização <i>in loco</i> dos eventos realizados no país e no exterior. |
| 8.2 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa especializada em capacitação e reciclagem em auditoria. |
| 9 | Emitir manifestações jurídicas em pareceres, despachos e reuniões. |
| 9.1 | Manter colaboradores capacitados em cursos relacionados ao Sistema S, licitações e jurisprudência do TCU. |
| 9.2 e 10 | Adquirir livros, assinaturas especializadas e <i>softwares</i> de pesquisa de jurisprudência e de acompanhamento processual e de publicações e intimações judiciais. |
| 10.1 | Emitir manifestações jurídicas em processos judiciais. |
| 11 | Implementar a Comissão Permanente de Avaliação de Documentos (CPAD), bem como desenvolver instrumentos normatizadores na área de gestão documental e de contrato de prestação de serviços. |
| 12 | Catalogar, inventariar, higienizar e acondicionar os objetos e peças de cunho histórico do acervo da Embratur. |
| 12.1 | Prover meios de capacitação em Gestão Documental e participação em Congressos e Seminários. |

3.7 OBJETIVO ESTRATÉGICO 7:

INDICADORES:

| OE7 | Promover a cooperação e integração entre os atores do turismo. |
|---------------|---|
| Indicador 7.1 | Número de acordos ou instrumentos formalizados, com órgãos públicos e entidades do setor. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|-------------------------------|---|
| 1 Cooperação e Integração. | Ampliar a atuação da Agência por meio de acordos e instrumentos com outras entidades ligadas ao setor do turismo. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Formalizar dois acordos ou instrumentos |

3.8 OBJETIVO ESTRATÉGICO 8:

INDICADORES:

| OE8 | Fortalecer e ampliar parcerias nacionais e internacionais. |
|---------------|--|
| Indicador 8.1 | Número de parcerias internacionais firmadas. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|---|---|
| 1 Supervisão de Unidade no Exterior. | Implantar e acompanhar o desempenho das unidades da Embratur no exterior. |
| 2 Interlocução com atores do turismo internacionais. | Estabelecer cooperação e diálogo entre atores do turismo internacional, a fim de estabelecer novas parcerias. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Abrir escritórios da Embratur no exterior |
| 2 | Participar de reuniões, eventos e firmar acordos internacionais. |

3.9 OBJETIVO ESTRATÉGICO 9:

INDICADORES:

| | |
|------------|-------------------------------------|
| OE9 | Assegurar fonte de recursos. |
|------------|-------------------------------------|

AÇÕES:

| Ação | | Descrição: |
|------|--------------------|--|
| 1 | Geração de Receita | Prospectar, identificar ou conceber novos serviços, produtos ou parcerias geradoras de fontes de receitas e investimentos para a promoção de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Realizar parcerias com operadoras consolidadas e o <i>trade</i> para implementação da Loterias do Turismo como fonte permanente de recursos financeiros para Embratur por meio de repartição de receitas. |
| 1.1 | Elaborar Termo de Referência para contratação de empresas especializadas em patrocínios e operações de eventos, com a montagem da "Semana Internacional da Amazônia", que visa promover e explorar o potencial turístico dessa região, principalmente a riqueza patrimonial e cultural. |
| 1.2 | Elaborar Termo de Referência que visa a contratação de empresa para desenvolver e integrar solução tecnológica e realizar parcerias para negociar e promover a adoção do "Air Pass Brazil", que gera comissão na venda de passagens do exterior para o Brasil. |

3.10 OBJETIVO ESTRATÉGICO 10:

INDICADORES:

| | |
|-------------|--|
| OE10 | Propor normas e medidas à execução da Política Nacional de Turismo. |
|-------------|--|

AÇÕES:

| Ação | | Descrição: |
|------|--|---|
| 1 | Proposição de normas e medidas à execução da Política Nacional de Turismo. | Verificar o grau de atualização e adequação normativa da área de turismo de interesse da Embratur, principalmente aquelas que envolvem atividades internacionais. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Trabalhar em conjunto com o Ministério do Turismo na construção do novo Plano Nacional de Turismo 2023-2027. |

3.11 OBJETIVO ESTRATÉGICO 11:

INDICADORES:

| OE11 | Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços. |
|----------------|---|
| Indicador 11.1 | Percentual do teto de despesa com pessoal. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|---|---|
| 1 Viagens Corporativas. | Manter os serviços de agenciamento de viagens (aquisição de passagens aéreas nacionais, internacionais e seguro viagem) de forma ininterrupta. |
| 2 Gestão de Aquisições. | Otimizar a condução dos certames e dispensa de licitação, com maior eficiência na pesquisa de preços, dando mais segurança jurídica para a Agência. |
| 3 Gestão Contábil e Financeira. | Implementação das rotinas e parametrizações necessárias ao cumprimento das Normas Brasileiras de Contabilidade e fornecimento de subsídios ao processo de alocação de recursos financeiros da Embratur. |
| 4 Gestão de Convênios, Contratos e Prestação de Contas. | Coordenar e avaliar os processos relacionados às aquisições, contratações, convênios e prestação de contas da Agência. |
| 5 Apoio de Cerimonial, Organização e Planejamento de Eventos. | Assessorar a DIREX nas reuniões, solenidades e eventos, internos e externos, no qual participe algum de seus membros. |
| 6 Gestão de Serviços. | Fazer a gestão dos contratos, primando pela eficiência na execução dos serviços, agregando ações sustentáveis e econômicas para a Agência. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Gerir contratos, acompanhando prazos, cláusulas e condições de execução das empresas contratadas. |
| 1.1 | Participar de treinamento para atualização nas ferramentas do Selfbooking, oferecido pela empresa contratada. |
| 2 | Viabilizar curso para colaboradores nos Congresso de Pregoeiros, Pregão Week e Dispensa Eletrônica. |
| 2.1 | Propor contratação de consultoria em licitações e ferramentas de Banco de Preços. |
| 3 | Produzir relatórios periódicos, de modo a subsidiar a tomada de decisão dos gestores de recursos. |
| 3.1 | Cumprir o calendário de entrega das obrigações principais e acessórias referente à tributos. |
| 3.2 | Realizar pagamentos de salários e benefícios de pessoal. |

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 4 | Analisar, orientar, acompanhar e publicar processos relativos a convênios, contratos, termos aditivos e instrumentos congêneres. |
| 4.1 | Elaborar minutas de edital de licitação e de contratos ou instrumentos a serem celebrados e publicados, bem como minutas de instrumentos normativos relativos a contratações. |
| 4.2 | Prover meios de capacitação em contratos e pregões, com participação em cursos e congressos. |
| 5 | Sistematizar os trabalhos do Cerimonial, quanto apoio aos eventos internos e externos, criando fluxos e procedimentos. |
| 5.1 | Elaborar manual interno de cerimonial. |
| 5.2 | Prover meios de capacitação de colaboradores. |
| 5.3 | Promover assessoramento institucional ao Diretor-Presidente. |
| 5.4 | Prover meios de aquisições de materiais e serviços de apoio ao cerimonial. |
| 6 | Promover campanhas e informativos <i>on line</i> , no intuito de conscientizar o uso racional de energia e água, no que resulte em economia e agregue sustentabilidade. |
| 6.1 | Gerir os contratos essenciais e os de caráter não continuados, para assegurar o cumprimento de prazos e eficiência na prestação de serviços por terceiros. |

3.12 OBJETIVO ESTRATÉGICO 12:

INDICADORES:

| OE12 | Gerar Inteligência de Mercado sobre oportunidades, customização de destinos, produtos e serviços. |
|----------------|---|
| Indicador 12.1 | Número de produtos de inteligência produzidos. |

AÇÕES:

| Ação | Descrição: |
|-------------------------------|--|
| 1 Inteligência de Mercado. | Monitorar, mapear, analisar e gerenciar informações estratégicas dos mercados internacionais, para dar suporte às ações de promoção nos mercados prioritários. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Confeccionar relatórios de inteligência, segmentos e impactos, sobre o setor do turismo. |
| 1.1 | Renovar contrato de Base de Dados, como ferramenta para concretização de dados e análises sobre mercados, tecnologias, países e indicadores macroeconômicos. |
| 1.2 | Renovar contrato de <i>software</i> online de infográficos, <i>Piktochart</i> , como ferramenta para elaborar relatórios de inteligência, visando disseminar informações estratégicas do mercado doméstico e internacional. |

3.13 OBJETIVO ESTRATÉGICO 13:

INDICADORES:

| | |
|-------------|--|
| OE13 | Desenvolver competências, integrar e motivar pessoas. |
|-------------|--|

AÇÕES:

| Ação | | Descrição: |
|------|--------------------|--|
| 1 | Gestão de Pessoas. | Tornar a gestão de pessoas mais estratégica e com ações mais inteligentes atuando nas principais atividades da área de recursos humanos (subsistemas) como pilares complementares. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|---|
| 1 | Elaborar e revisar normativos internos. |
| 1.1 | Elaborar Termo de Referência para contratar empresa para aquisição e aplicação da vacina influenza quadrivalente anual para a Força de Trabalho. |
| 1.2 | Acompanhar e fiscalizar os contratos e serviços de caráter continuado (agente integrador de estágio e jovem aprendiz; seguro de vida coletivo; assistência médica e odontológica, auxílio alimentação) ou não (emissão de crachás, saúde e segurança ocupacional, dentre outros). |
| 1.3 | Desenvolver e promover ações de integração, ambientação, valorização e ações motivacionais para os colaboradores e gestão do ambiente organizacional, conforme Plano de Gestão de Pessoal da Embratur (Comissão de Qualidade de Vida no Trabalho - Portaria PRESI nº 13/2021, de 30/03/2021). |

3.14 OBJETIVO ESTRATÉGICO 14:

INDICADORES:

| | |
|----------------|--|
| OE14 | Aprimorar ferramentas de TIC para promover segurança, transformação digital e ampliar os canais de comercialização. |
| Indicador 14.1 | Prover soluções inovadoras de TIC por meio da transformação digital. |

AÇÕES:

| Ação | | Descrição: |
|------|-------------------------------------|---|
| 1 | Gestão de Tecnologia da Informação. | Gerenciar os processos relativos à gestão de recursos de tecnologia da informação, visando desenvolver soluções, otimizar estruturas de tecnologia, bem como coordenar, desenvolver e implantar <i>software</i> e <i>hardware</i> . |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Renovar o parque tecnológico da Agência, com aquisição de novas ferramentas e equipamentos de informática. |
| 1.1 | Reestruturar a infraestrutura de TI do edifício sede da Embratur. |
| 1.2 | Adequar a Agência à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). |

3.15 OBJETIVO ESTRATÉGICO 15:**INDICADORES:**

| | |
|-------------|--|
| OE15 | Estabelecer estratégia para aquisição de sede própria e maximizar a gestão de infraestrutura e segurança. |
|-------------|--|

AÇÕES:

| Ação | | Descrição: |
|------|--------------------------------------|---|
| 1 | Segurança. | Aprimorar, continuamente, mecanismos de segurança das instalações, de pessoas e do patrimônio. |
| 2 | Turismo Seguro. | Apoiar a implementação do Programa Turismo Seguro, em parceria com o Ministério do Turismo. |
| 3 | Gestão de Infraestrutura e Serviços. | Realizar administração predial, instalações, reparos, obras e transportes, bem como administração de materiais, patrimônio e serviços da Agência. |

METAS:

| Meta | 2023 |
|------|--|
| 1 | Prover a segurança das instalações, de pessoas e do patrimônio da Agência |
| 1.1 | Participar de oficinas temáticas, Fóruns, debates e Seminários sobre Segurança Turística |
| 1.2 | Realizar estudo para viabilizar a implantação de energia solar no prédio. |
| 1.3 | Viabilizar manutenções preventivas e corretivas no prédio. |

