

Plano de Ação

2023



Diretoria Executiva

Marcelo Ribeiro Freixo
Diretor-Presidente

Jaqueline Gil
Diretora de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd
Diretor de Gestão e Inovação

Revisão/Elaboração

Gerência de Planejamento Estratégico

Gilson Andrade Lira
Gerente

Alisson Braga de Andrade
Coordenador

Bruna da Silva Moreira Viana
Assessora de Gerência

Clarice de Moraes Cardoso Feitosa
Auxiliar Administrativo

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

© 2023 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.

COMPOSIÇÃO DA EMBRATUR

Presidência

Gerência de Articulações Regionais
Gerência de Auditoria e Controle Interno
Gerência de Comunicação
Gerência de Gestão de Gabinete
Gerência de Interlocução Ministerial
Gerência de Relações Institucionais
Gerência de Planejamento Estratégico

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)

Gerência de Gestão de Gabinete
Gerência de Projetos Especiais
Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais
Gerência de Mercados e Eventos Internacionais
Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca
Gerência de Informação e Inteligência de Dados
Gerência de Experiências e Competitividade Internacional
Gerência de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)

Gerência de Gestão de Gabinete
Gerência de Inovação
Gerência Jurídica
Gerência de Suprimentos e Logística
Gerência de Talentos e Recursos Humanos
Gerência de Transformação Digital
Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade

CONTROLE DE REVISÕES

VERSÃO	DATA	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	DESCRIÇÃO	ALTERAÇÃO
1	Dez/2022	Resolução DIREX nº 41/2022, e Resolução CDE ad referendum nº 13/2022.	Documento original	-
2	Abr/2023	em elaboração	Atualização do Mapa Estratégico 2021-2023, da Cadeia de Valor, do Caderno de Indicadores e do Plano de Ação contemplando as orientações estratégicas da nova Gestão	Atualização do Mapa Estratégico 2021-2023 Atualização da Cadeia de Valor Correção do texto do Objetivo Estratégico e Metas

CONSIDERAÇÕES

Com a nova composição da Diretoria Executiva da Embratur em 2023, o Presidente da agência se reuniu com os seus Diretores, Gerentes e equipe técnica para debater a estratégia da instituição. A Gerência de Planejamento Estratégico, a pedido da Presidência, consultou todas as áreas da instituição acerca dos ajustes a serem feitos nos documentos norteadores da Agência.

A gestão optou por manter a metodologia de planejamento utilizada anteriormente, uma vez que esta havia sido desenvolvida para atender ao longo dos três anos de duração deste Plano Estratégico.

Com base nessa premissa, utilizando as contribuições recebidas das áreas, foram feitos os ajustes nos três documentos de planejamento (Plano Estratégico, Caderno de Indicadores e Metas e Plano de Ação 2023), de maneira a se adequar às principais diretrizes da nova gestão. Ressalta-se que os ajustes foram estabelecidos estritamente conforme o material recebido de cada diretoria e suas gerências.

Programa-se o desenvolvimento do Planejamento Estratégico 2024-2027 ao longo dos próximos meses, que visa a contar com a participação ativa dos entes públicos e privados que estão relacionados ao turismo internacional. Nessa nova etapa, pretende-se incorporar ao planejamento a visão da nova gestão, de maneira integral.

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.

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 construiu 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.

The infographic features the Embratur logo at the top, which consists of a stylized 'E' in green and yellow followed by the word 'Embratur' in a bold, black sans-serif font. Below the logo, three blue rectangular boxes are stacked vertically. Each box has a white header with a bold title and a white body with descriptive text. The first box is titled 'Missão' and contains the text: 'Apresentar ao mundo um Brasil de destinos incríveis e sustentáveis, fomentando o desenvolvimento econômico e social do país.' The second box is titled 'Visão' and contains: 'Ser referência na arte de promover o país e encantar o turista.' The third box is titled 'Valores' and contains: 'Transparência | Cooperação | Integridade | Excelência'. The background of the infographic is light gray with a yellow diagonal line in the top-left corner and an orange diagonal line in the bottom-left corner.

Embratur

Missão

Apresentar ao mundo um Brasil de destinos incríveis e sustentáveis, fomentando o desenvolvimento econômico e social do país.

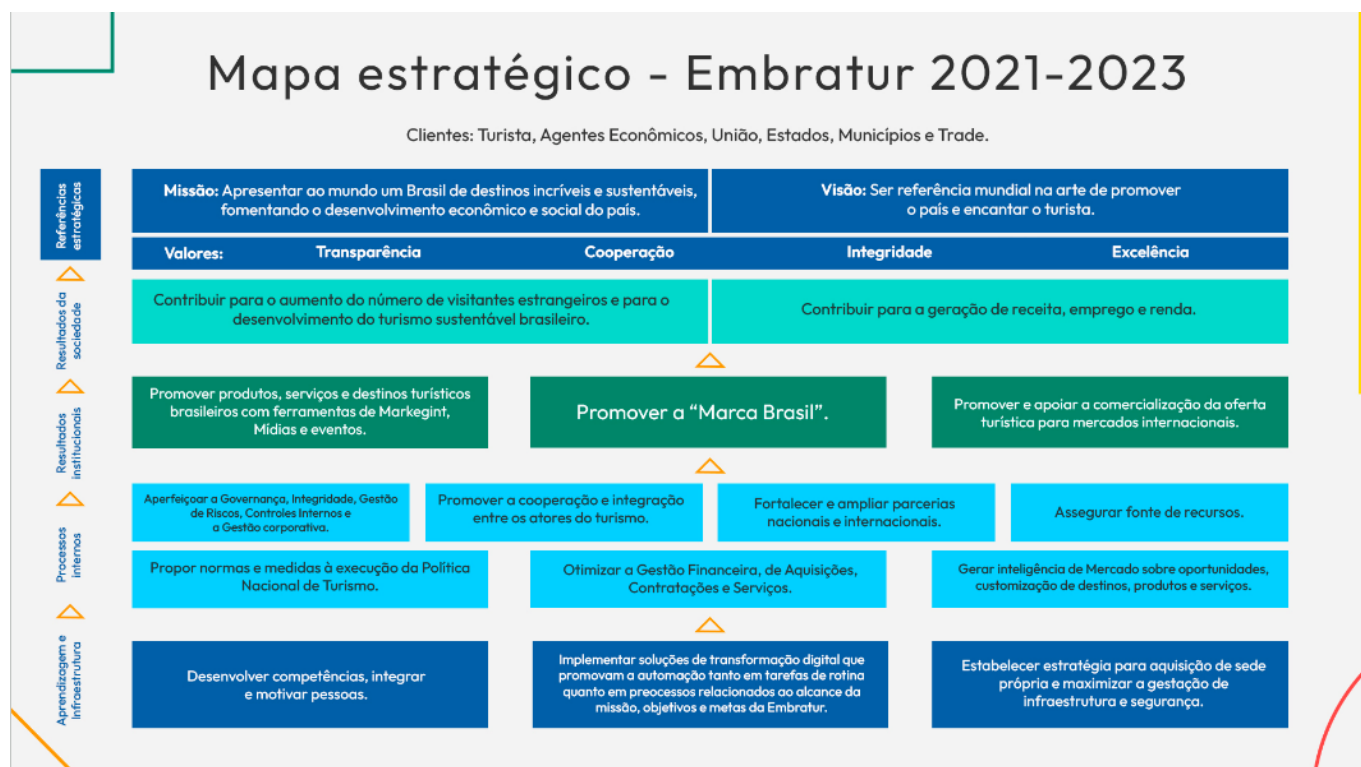
Visão

Ser referência na arte de promover o país e encantar o turista.

Valores

Transparência | Cooperação | Integridade | Excelência

FIGURA 1 - MAPA ESTRATÉGICO – EMBRATUR 2021-2023



Fonte: Gerência de Planejamento Estratégico.

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.

Desta forma, destacamos que o Plano está atualizado com previsão de ações que serão realizadas ao longo do presente ano, conforme previsto no Contrato de Gestão. Essa revisão faz-se necessária a fim de atender a nova estrutura organizacional da Embratur.

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. CONJUNTO DE MERCADOS ESTRATÉGICOS EMBRATUR 2023

O conjunto de Mercados Estratégicos para atuação da Embratur em 2023 é composto por:

- EUA
- Argentina
- Chile

- França
- Alemanha
- Reino Unido
- China
- Portugal
- Uruguai
- Paraguai
- Países Baixos
- Itália
- Espanha
- Suíça
- Peru
- México
- Canadá
- Bélgica
- Colômbia
- Venezuela
- Bolívia
- Japão
- Austrália
- Panamá
- Coreia do Sul

As atividades serão desenvolvidas com intensidades variáveis, adequadas a cada mercado e ferramenta.

3.1 METODOLGIA

A definição destes mercados baseou-se em dados de 2023 e foi estruturada a partir dos critérios detalhados abaixo:

1. Emissão Internacional Geral – previsão 2023
2. Emissão para o Brasil – realizado 2022
3. Gasto total do país avaliado, no mundo – previsão 2023
4. Gasto total do país avaliado, no Brasil – realizado 2019.
5. Gasto médio diário no mundo – previsão 2023.
6. Gasto médio diário no Brasil – realizado 2019.
7. Número de voos diretos para o Brasil – contratados 2023.
8. Número de assentos nos voos para o Brasil – contratados 2023.
9. Idioma
10. Exigência de visto para turistas

As fontes utilizadas foram: GlobalData, Polícia Federal/Ministério do Turismo, FIPE/MTur. E ForwardKeys.

4. OBJETIVOS E DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

4.1 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 31,41% em relação ao ano anterior

4.2 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 8,58% em relação ao ano anterior

4.3 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 (perfis voltados para o público internacional)
Indicador 3.3	Número de realizações e participações em ações voltadas para promoção e apoio à comercialização do turismo

Indicador 3.4	Número de celebrações de instrumentos de parceria com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários
---------------	--

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 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 contatos e acordos com companhias aéreas para captação de novos voos internacionais
1.2	Realizar Campanha Promocional de Presença Permanente do Destino Brasil nos meios digitais (preferencialmente <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
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 o 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
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

4.4 OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

OE4	Promover a “Marca Brasil”
------------	----------------------------------

AÇÕES

	Ação	Descrição
1	“Marca Brasil”	Retomar a marca-país (Marca Brasil) com atualizações gráficas e divulgá-la na comunicação da Embratur

METAS

Meta	2023
1	Atualizar o logotipo da Marca Brasil e utilizá-la em eventos, materiais e ações promocionais
1.1	Realizar um evento de relançamento da Marca Brasil com parceiros públicos e privados relevantes

4.5 OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

INDICADORES

OE5	Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados internacionais
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 que a Embratur participa
Indicador 5.4	Número de <i>famtour</i> realizados ou apoiados
Indicador 5.5	Apoios à captação e promoção de eventos internacionais a serem realizados no Brasil
Indicador 5.6	Número de eventos, feiras e atividades externas promovidas pela equipe Embratur com neutralização certificada das emissões de carbono
Indicador 5.7	Número de ações de comunicação corporativa e relações públicas (núcleos nacionais)
Indicador 5.8	Número de Interações nas redes sociais institucionais

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 <i>trade</i> 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>Famfour</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 priorizados 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

METAS

Meta	2023
1	Realizar serviços de assessoria de imprensa, atendimento a veículos de comunicação, acompanhamento de <i>press trips</i> , <i>media training</i> e monitoramento de veículos de imprensa e comunicação
2	Revisar a política de patrocínios da Embratur, tornando-a mais transparente e eficaz
2.1	Adquirir cotas de patrocínios em eventos e/ou ações de promoção
3	Realizar <i>Workshop</i> de capacitação e apoio à comercialização de produtos turísticos
4	Gerenciar e coordenar a comunicação corporativa e os núcleos de Relações Públicas nacionais.
4.1	Ativar atendimento à imprensa internacional; elaboração de texto em língua estrangeira; <i>clipping</i> 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	Apoiar a captação e promoção de eventos internacionais a serem realizados no Brasil

6	Promover visitas técnicas (<i>famtour</i>) para Operadores e Agentes de Viagens
7	Participar de eventos de oportunidades promocionais para segmentos prioritários
8	Realizar <i>cooking show</i> e bate-papo sobre gastronomia e turismo em estande próprio (36m ²) com telão ao fundo, apresentando destinos gastronômicos brasileiros
8.1	Realizar ações sobre gastronomia e turismo com foco em biodiversidade, diversidade cultural e sustentabilidade em eventos internacionais
9	Identificar provedores de bases de dados de interesse ao trabalho de inteligência da Embratur
9.1	Mapear interlocutores relevantes para segmentos prioritários de turismo de modo mais inclusivo e diverso (turismo acessível, afroturismo, povos originários, entre outros)
10	Implementar projeto piloto de neutralização certificada das emissões de carbono produzidas por eventos, feiras e atividades externas promovidas pela equipe Embratur

4.6 OBJETIVO ESTRATÉGICO 6

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 Boas-Vindas 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 E-mail de forma célere
4	Transparência	Conscientizar os gestores e colaboradores sobre a necessidade e a importância do envio à GOIV, dos documentos de transparência a serem inseridos no Site 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 a 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 pelas 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

4.7 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

4.8 OBJETIVO ESTRATÉGICO 8

OE8	Fortalecer e ampliar parcerias nacionais e internacionais
------------	--

4.9 OBJETIVO ESTRATÉGICO 9

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	Buscar captação de recursos de forma alinhada com programas e ações da Embratur

4.10 OBJETIVO ESTRATÉGICO 10

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

AÇÕES:

Ação	Descrição:
1	Proposição de normas e medidas para 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

4.11 OBJETIVO ESTRATÉGICO 11

INDICADORES

OE11	Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços
Indicador 11.1	Percentual de gasto com o custeio administrativo
Indicador 11.2	Percentual 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 <i>Selfbooking</i> , 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
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>online</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

4.12 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 online</i> de infográficos, <i>Piktochart</i> , como ferramenta para elaborar relatórios de inteligência, visando disseminar informações estratégicas do mercado doméstico e internacional.

4.13 OBJETIVO ESTRATÉGICO 13

INDICADORES

OE13	Desenvolver competências, integrar e motivar pessoas
Indicador 13.1	Quantidade média de horas de capacitação por colaboradores

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)

4.14 OBJETIVO ESTRATÉGICO 14

INDICADORES

OE14	Implementar soluções de transformação digital que promovam a automação tanto em tarefas de rotina quanto em processos relacionados ao alcance da missão, objetivos e metas da Embratur
Indicador 14.1	Acelerar a execução de procedimentos administrativos com redução de erros operacionais

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 software e hardware

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)

4.15 OBJETIVO ESTRATÉGICO 15

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



Embratur