

Plano de Ação

2024

PLANO DE AÇÃO 2024

1. OBJETIVO

Este documento apresenta o Plano de Ação 2024, elaborado a partir da estratégia estabelecida para a Embratur para o período entre 2024 e 2027. Nele, constam as ações estratégicas previstas para o ano de 2024, que apoiarão a consecução da missão e visão da agência, definidos no Plano Estratégico 2024-2027. Elaborado com a participação e envolvimento de toda a agência, o presente plano possibilita o acompanhamento do desempenho da Embratur para o ano de referência – a partir dos indicadores e metas associados –, bem como apresenta os esforços de toda a organização para operacionalização da estratégia estabelecida.

2. ATUAÇÃO ESTRATÉGICA DA EMBRATUR

2.1 Direcionadores Estratégicos

Os direcionadores estratégicos são elementos fundamentais que orientam a Embratur em direção aos seus objetivos de longo prazo. Compostos por visão, missão e valores, esses pilares estabelecem a base para o desenvolvimento de estratégias, tomada de decisões e definição da identidade organizacional, garantindo o alinhamento com objetivos e valores essenciais.

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.

VISÃO

Tornar o Brasil reconhecido por sua diversidade e experiências turísticas autênticas e sustentáveis, contribuindo para o aumento da entrada de turistas internacionais e de divisas.

VALORES

- **Sustentabilidade:** Priorizamos a sustentabilidade em nossas atividades, agindo com responsabilidade para preservar o meio ambiente e promover impacto socioeconômico positivo
- **Autenticidade:** Agimos com transparência e integridade em todas as nossas interações e iniciativas
- **Diversidade:** Valorizamos a diversidade no ambiente de trabalho e acreditamos no poder da variedade de ideias, experiências e culturas que nos unem
- **Colaboração:** Estimulamos a troca de ideias e esforços conjuntos para alcançar objetivos comuns
- **Inovação:** Buscamos constantemente novas ideias e abordagens e tecnologias para melhorar e crescer

2.2 Mapa Estratégico

O Mapa Estratégico é uma representação gráfica da estratégia, que evidencia os desafios que a Embratur terá que superar para concretizar sua visão de futuro.



3. MERCADOS ESTRATÉGICOS

A definição dos Mercados Prioritários para as ações da Embratur no período de 2024 a 2027 foi estruturada a partir do estabelecimento de critérios específicos, descritos a seguir.

1. Emissão Internacional Geral – previsão para o ano seguinte

Dados coletados da plataforma GlobalData, com a perspectiva para o ano de 2024.

2. Emissão para o Brasil – realizado no ano corrente

Dados da Polícia Federal/Ministério do Turismo.

3. Gasto total do país avaliado, no mundo – previsão para o ano seguinte

Dados coletados da plataforma GlobalData, com a perspectiva para o ano de 2024.

4. Gasto total do país avaliado (no Brasil) – realizado em 2019.

Dados da última pesquisa FIPE/MTur. Pesquisa sem previsão de atualização.

5. Gasto médio diário no mundo – previsão para o ano seguinte.

Dados coletados da plataforma GlobalData, com a perspectiva para o ano de 2024.

6. Gasto médio diário no Brasil – realizado em 2019.

Dados da última pesquisa FIPE/MTur. Pesquisa sem previsão de atualização.

7. Número de voos diretos para o Brasil – contratados para os próximos 12 meses.

Dados disponíveis na plataforma *ForwardKeys*.

8. Número de assentos nos voos para o Brasil – contratados para os próximos 12 meses.

Dados disponíveis na plataforma *ForwardKeys*.

9. Idioma

Ponderação (pontuação) objetiva do idioma selecionado pelo turista do país avaliado.

10. Exigência de visto para turistas

Ponderação (pontuação) objetiva sobre a exigência de visto (dificultador) para a entrada no Brasil.

Posição 2023	País
1	EUA
2	Argentina
3	Chile
4	França
5	Alemanha
6	Reino Unido
7	China
8	Portugal
9	Uruguai
10	Paraguai
11	Países Baixos
12	Itália
13	Espanha
14	Suíça
15	Peru
16	México

17	Canadá
18	Bélgica
19	Colômbia
20	Venezuela
21	Bolívia
22	Japão
23	Austrália
24	Panamá
25	Coréia do Sul

Fonte: Gerência de Informação e Inteligência de Dados, Embratur

4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

4.1 Perspectiva Sociedade

Objetivo Estratégico 1: Contribuir com a geração de divisas no país, com foco no fomento do turismo internacional e no aumento do ticket-médio do turista estrangeiro

Indicador 1	Entrada anual de turistas estrangeiros no Brasil ¹
Indicador 2	Entrada de divisas de turistas estrangeiros no Brasil
Indicador 3	Número de celebrações de instrumentos de parceria com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários

¹ Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

Indicador 4	Número de feiras internacionais de turismo com participação do Brasil ²
Indicador 5	Número de <i>famtours</i> realizados ³
Indicador 6	Número de <i>presstrips</i> realizadas ⁴
Indicador 7	Número de campanhas de publicitárias realizadas ⁵

Ação 1	Realização de <i>famtour</i>
Descrição	Realização de <i>famtours</i> para apresentar os produtos, serviços e experiências turísticas brasileiras in loco para operadores e agentes internacionais
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Experiências e Competitividade Internacional

Ação 2	Participação em eventos segmentados
Descrição	Participação em eventos para ampliar a divulgação em segmentos específicos, gerar negócios e diversificar as experiências tipo exportação para o trade internacional
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Experiências e Competitividade Internacional Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

² Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

³ Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

⁴ Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

⁵ Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

	Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais
--	---

Ação 3	Participação em feiras
Descrição	Participação da Embratur em feiras para promoção, marketing e exportação de serviços turísticos brasileiros.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais

Ação 4	Realização de <i>presstrips</i>
Descrição	Realização de <i>presstrips</i> para impulsionar a presença do Brasil em mídias
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Experiências e Competitividade Internacional Gerência de Comunicação Internacional e Gestão da Marca

Ação 5	Marca Brasil
Descrição	Incorporação e fortalecimento da Marca Brasil nas iniciativas de promoção do país
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação Internacional e Gestão da Marca Gerência de Experiências e Competitividade Internacional Gerência de Mercados e Eventos Internacionais Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais Gerência de Projetos Especiais

Ação 6	Visit South America
Descrição	Incorporação da marca Visit South America nas ações de promoção da Embratur, para fortalecimento integrado do destino.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação Internacional e Gestão da Marca Gerência de Experiências e Competitividade Internacional Gerência de Mercados e Eventos Internacionais Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais Gerência de Projetos Especiais

Ação 7	Turismo Audiovisual
Descrição	Participação em eventos segmentados para posicionamento do país e destino como referência em turismo audiovisual
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Experiências e Competitividade Internacional

Ação 8	Galeria Visit Brasil
Descrição	Realização de roadshow para ativação das ações dos segmentos de natureza, MICE e segmentos especiais no roadshow, nos mercados estratégicos para as atividades turísticas definidas
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais Gerência de Experiências e Competitividade Internacional

Ação 9	Campanha Cooperada
Descrição	Realização de campanhas cooperadas para promoção dos destinos, produtos e serviços turísticos brasileiros no exterior
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Ação 10	Sales Mission
Descrição	Realização de missão de vendas para fortalecimento do relacionamento com o mercado e trade local e realização de negócios
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Ação 11	Modelagem e piloto dos escritórios da Embratur no exterior
Descrição	Avaliação, modelagem e teste de piloto em novo modelo dos escritórios da Embratur no exterior
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Gestão de Gabinete

Ação 12	Campanha
Descrição	Realização de campanhas para aumentar o awareness e a conversão do destino Brasil, bem como aumentar o nível de conhecimento dos hubs de comunicação como a Marca Brasil e os canais digitais Visit Brasil
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação Internacional e Gestão da Marca

Objetivo Estratégico 2: Aumentar a competitividade das empresas, destinos e produtos turísticos brasileiros a partir da internacionalização da oferta turística

Indicador 1	Número de profissionais brasileiros capacitados em ações que a Embratur promove ou participa
Indicador 2	Número de Produtos de Inteligência produzidos
Indicador 3	Número de Roadshows realizados

Ação 1	Informação e Inteligência de dados
Descrição	Aperfeiçoamento do portal de dados da Embratur e da geração de relatórios de inteligência da Embratur, por meio da contratação das principais bases de dados de turismo
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Informação e Inteligência de Dados

Ação 2	Melhores Práticas em Análise de dados
Descrição	Participação em eventos para networking e identificação das melhores práticas e tendências emergentes em análise de dados e tecnologia
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Informação e Inteligência de Dados

Ação 3	Workshop Capacitação MICE
Descrição	Realização de workshop para adequação do trade nacional ao padrão internacional (MICE)
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais

Ação 4	Roadshow
Descrição	Realização de Roadshows em mercados estratégicos para aumentar a visibilidade do destino Brasil e gerar oportunidade de negócios
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Ação 5	Ação Comitê Descubra Brasil e SECOM
Descrição	Fortalecimento do relacionamento com o mercado e trade local e realização de negócios
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Ação 6	Workshops Conexão Embratur
Descrição	Capacitação do trade nacional sobre tendências e elementos para tornar os negócios em turismo mais competitivos na promoção internacional
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Experiências e Competitividade Internacional

4.2 Perspectiva Resultados Institucionais

Objetivo Estratégico 3: Tornar o Brasil um dos principais destinos de viagem pensado pelos turistas responsáveis na hora de viajar

Indicador 1	Número de campanhas publicitárias realizadas direcionadas a turistas responsáveis
Indicador 2	Número de parcerias em Iniciativas Sustentáveis
Indicador 3	Número de produtos e destinos turísticos sustentáveis promovidos nos mercados estratégicos

Ação 1	Descarbonização das atividades da Embratur (Compensação e redução)
Descrição	Reduzir e compensar progressivamente as emissões de GEE das atividades da Embratur
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Ação 2	Inteligência de mercado em sustentabilidade
Descrição	Disponibilizar informação estratégica sobre as características da oferta turística brasileira que se relaciona à sustentabilidade, e das características dos mercados internacionais prioritários.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Ação 3	Amazônia Vivência Única
Descrição	Desenvolvimento de portfólio de experiências mais sustentáveis na Amazônia para promoção e apoio à comercialização e ação de capacitação para receptivos e agências sobre características dos mercados internacionais prioritários
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Ação 4	Guia de Sustentabilidade para Empreendedores do Turismo
Descrição	Geração de relatório de classificação dos principais destinos turísticos internacionais do Brasil, com base em indicadores e percepções sobre saturação
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Sustentabilidade e Ações Climáticas

Objetivo Estratégico 4: Promover a melhoria da experiência do turista por meio de soluções inovadoras e tecnológicas em todas as etapas de sua jornada de consumo

Indicador 1	Investimento em Inovação em Tecnologia Turística
--------------------	--

Ação 1	Elaboração de relatórios de inteligência – Inovação no setor turístico
Descrição	Elaboração de relatórios de inteligência retratando as iniciativas de inovação, o processo de implantação e o impacto da inovação no setor turístico.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Inovação

Ação 2	Realização de concursos (chamadas públicas)
Descrição	Chamada para startups para investimento em tecnologia no turismo, disseminação da cultura da inovação, democratização e estímulo de ações de inovação no turismo.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Inovação

Ação 3	Canais de Contato EmbraturLab
Descrição	Ação para fazer com que o EmbraturLAB se torne instrumento de inovação para o setor do turismo com o intuito de facilitar e democratizar o uso de tecnologias e disseminação de inovação.

Área(s) responsável(eis)	Gerência de Inovação
-----------------------------	----------------------

Ação 4	Conectividade
Descrição	Aproximação das empresas de Conectividade e Telecomunicações a partir da Inovação, situando-os como vetores para desenvolvimento do turismo estrangeiro.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Inovação

4.3 Processos Internos

Objetivo Estratégico 5: Promover a transformação digital da Embratur, com foco na inovação em promoção, eficiência operacional e governança de dados

Indicador 1	Acelerar a execução de procedimentos administrativos com redução de erros operacionais
--------------------	--

Ação 1	Benchmarking com congêneres da Embratur no exterior
Descrição	Identificação de melhores práticas de congêneres de outros países e instituições brasileiras de natureza semelhante, com foco no uso de tecnologia e inovação em promoção
Área(s) Responsável(eis)	Gerência de Planejamento Estratégico

Ação 2	Transformação Digital da Embratur
Descrição	Aquisição de infraestrutura de TI (<i>hardware e software</i>)
Área(s) Responsável(eis)	Gerência de Transformação Digital

Ação 3	Segurança cibernética e proteção de dados
Descrição	Melhoria no serviço de cibersegurança e proteção de dados
Área(s) Responsável(eis)	Gerência de Transformação Digital Gerência Jurídica

Ação 4	Consórcio de Universidades
Descrição	Desenvolvimento de projetos com instituições de ensino e suas respectivas especialidades para nos ajudar a promover o destino Brasil com base em metodologias e conhecimento científico.
Área(s) Responsável(eis)	Gerência de Inovação

Objetivo Estratégico 6: Aprimorar a comunicação interna e fortalecer a imagem institucional da Embratur

Indicador 1	Número de ações de comunicação corporativa e relações públicas (nacional)
Indicador 2	Número de acordos ou instrumentos formalizados com órgãos públicos e entidades do setor.
Indicador 3	Elaboração de Plano de Comunicação Interna

Ação 1	Tecnologia para automação e comunicação
Descrição	Aquisição de ferramentas tecnológicas para automação e melhoria da comunicação interna e externa
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Transformação Digital

Ação 2	Criação do novo site da Embratur
Descrição	Reformulação do novo site da Embratur, com o intuito de proporcionar uma experiência online moderna e intuitiva. Inclui a integração de um design atrativo, uma navegação simplificada e conteúdo relevante para atender de forma mais eficaz às necessidades e expectativas dos usuários.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação

Ação 3	Núcleo de Atendimento de Comunicação Corporativa e Relações Públicas
Descrição	Produção de releases e fotografias para canais próprios e externos; criação de materiais gráficos e digitais; monitoramento de tendências e resultados nas redes sociais; realização de clipping e análise de conteúdo de veículos de comunicação; e distribuição de conteúdo internos e externos para a Embratur.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação

Ação 4	Conexão Embratur - Regiões do Brasil
Descrição	Articulação institucional regional para posicionar a Embratur como um instrumento de construção desses diálogos fundamentais entre os agentes do sistema do turismo, melhorando a competitividade dos destinos brasileiros.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Articulação Regional

Ação 5	Ativação de mercados prioritários
Descrição	Estruturação de um núcleo de comunicação ativo nos mercados prioritários para garantir o relacionamento contínuo com a imprensa geral e do trade no local desejado para facilitar a divulgação de conteúdos importantes para a promoção do turismo brasileiro
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Comunicação Internacional e Gestão da Marca

Ação 6	Interlocação Ministerial
Descrição	Atuação visando à construção de uma imagem positiva e de parcerias estratégicas para o fortalecimento da posição da agência, e aproximação dos demais órgãos da administração pública federal às ações de promoção comercial de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Interlocação Ministerial

Ação 7	Relações Institucionais
Descrição	Fortalecimento dos relacionamentos institucionais e governamentais e da estratégia de <i>advocacy</i> para os temas críticos para a Embratur.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Relações Institucionais

Objetivo Estratégico 7: Otimizar custos e assegurar solidez financeira para um crescimento sustentável da agência

Indicador 1	Percentual de gasto com o custeio administrativo
Indicador 2	Percentual do orçamento decorrente de fonte de receita própria
Indicador 3	Valor bruto do total de novas fontes de recursos financeiros via parcerias e patrocínio

Ação 1	Estudo de Fontes Próprias de Receitas
Descrição	Identificação e proposição de alternativas de fontes próprias de receita para a Embratur, que viabilizem as ações estratégicas necessárias para o cumprimento de sua missão institucional.
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Planejamento Estratégico Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade

Ação 2	Captação de recursos financeiros
Descrição	Estabelecimento de parcerias para captação de recursos
Área(s) responsável(eis)	Diretoria Executiva