

# Plano de Ação

2024

## CONTROLE DE REVISÕES

VERSÃO	DATA	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	DESCRIÇÃO	ALTERAÇÃO
1	29/12/2023	Resolução Direx nº 38/2023	Plano de Ação 2024	-
2	09/02/2024	Resolução Direx nº 42/2024	Primeira Revisão do Plano de Ação 2024	-Revisão no texto dos indicadores; -Exclusão de indicadores

## 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

<b>Indicador 1</b>	Entrada anual de turistas estrangeiros no Brasil <sup>1</sup>
<b>Indicador 2</b>	Entrada de divisas de turistas estrangeiros no Brasil
<b>Indicador 3</b>	Número de ações implementadas em parceria com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários
<b>Indicador 4</b>	Número de feiras internacionais de turismo com participação do Brasil <sup>2</sup>
<b>Indicador 5</b>	Número de <i>famtours</i> realizados <sup>3</sup>
<b>Indicador 6</b>	Número de <i>presstrips</i> realizadas <sup>4</sup>
<b>Indicador 7</b>	Número de campanhas de publicitárias realizadas <sup>5</sup>
<b>Indicador 8</b>	Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos internacionais

<b>Ação 1</b>	<b>Realização de <i>famtour</i></b>
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

<sup>1</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<sup>2</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<sup>3</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<sup>4</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<sup>5</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<b>Ação 2</b>	<b>Participação em eventos segmentados</b>
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 Gerência de Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais

<b>Ação 3</b>	<b>Participação em feiras</b>
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

<b>Ação 4</b>	<b>Realização de <i>presstrips</i></b>
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

<b>Ação 5</b>	<b>Marca Brasil</b>
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

<b>Ação 6</b>	<b>Visit South America</b>
Descrição	Incorporação da marca <i>Visit South America</i> 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

<b>Ação 7</b>	<b>Turismo Audiovisual</b>
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

<b>Ação 8</b>	<b>Galeria Visit Brasil</b>
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

<b>Ação 9</b>	<b>Campanha Cooperada</b>
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

<b>Ação 10</b>	<b>Missões de Vendas (<i>Sales Mission</i>)</b>
Descrição	Realização de missões para fortalecimento do relacionamento com o mercado e os profissionais do setor de turismo no exterior, para impulsionar a realização de negócios
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

<b>Ação 11</b>	<b>Modelagem e piloto dos escritórios da Embratur no exterior</b>
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 (DMINS)

Ação 12	Campanha
Descrição	Realização de campanhas para aumentar o <i>awareness</i> (reconhecimento) e a conversão do destino Brasil, bem como aumentar o nível de conhecimento dos <i>hubs</i> (plataformas de comunicação) 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

<b>Indicador 1</b>	Número de profissionais brasileiros e estrangeiros capacitados em ações que a Embratur promove ou participa
<b>Indicador 2</b>	Número de Produtos de Inteligência produzidos
<b>Indicador 3</b>	Número de <i>Roadshows</i> <sup>6</sup> 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 <i>networking</i> (estabelecer e ampliar contatos) 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

<sup>6</sup> Estabelecido no Plano Plurianual 2024-2027.

<b>Ação 3</b>	<b>Workshop Capacitação MICE</b>
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

<b>Ação 4</b>	<b>Roadshow</b>
Descrição	Realização de <i>Roadshows</i> 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

<b>Ação 5</b>	<b>Ação Comitê Descubra Brasil e SECOM</b>
Descrição	Fortalecimento do relacionamento com o mercado e os profissionais do setor de turismo na América Latina, em parceria com as representações diplomáticas brasileiras, para impulsionar a realização de negócios
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

<b>Ação 6</b>	<b>Workshops Conexão Embratur</b>
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

<b>Indicador 1</b>	Número de parcerias em Iniciativas Sustentáveis
--------------------	---

<b>Ação 1</b>	<b>Descarbonização das atividades da Embratur (Compensação e redução)</b>
Descrição	Reduzir e compensar progressivamente as emissões de GEE das atividades da Embratur
Área(s) responsável(eis)	Gerência de Suprimentos e Logística

<b>Ação 2</b>	<b>Inteligência de mercado em sustentabilidade</b>
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 Informação e Inteligência de Dados

**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

<b>Indicador 1</b>	Investimento em Inovação em Tecnologia Turística
--------------------	--

<b>Ação 1</b>	<b>Elaboração de relatórios de inteligência – Inovação no setor turístico</b>
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

<b>Ação 2</b>	<b>Realização de concursos (chamadas públicas)</b>
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

<b>Ação 3</b>	<b>Canais de Contato EmbraturLab</b>
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

<b>Ação 4</b>	<b>Conectividade</b>
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

<b>Indicador 1</b>	Acelerar a execução de procedimentos administrativos com redução de erros operacionais
--------------------	--

<b>Ação 1</b>	<b>Benchmarking com congêneres da Embratur no exterior</b>
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

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

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

<b>Ação 4</b>	<b>Consórcio de Universidades</b>
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

<b>Indicador 1</b>	Número de ações de comunicação corporativa e relações públicas (nacional)
<b>Indicador 2</b>	Número de acordos ou instrumentos formalizados com órgãos públicos e entidades do setor.
<b>Indicador 3</b>	Elaboração de Plano de Comunicação Interna
<b>Indicador 4</b>	Índice de Engajamento Interno

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

<b>Ação 2</b>	<b>Criação do novo site da Embratur</b>
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

<b>Ação 3</b>	<b>Núcleo de Atendimento de Comunicação Corporativa e Relações Públicas</b>
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

<b>Ação 4</b>	<b>Conexão Embratur - Regiões do Brasil</b>
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

<b>Ação 5</b>	<b>Ativação de mercados prioritários</b>
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

<b>Ação 6</b>	<b>Interlocução Ministerial</b>
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 Interlocução Ministerial

<b>Ação 7</b>	<b>Relações Institucionais</b>
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

<b>Indicador 1</b>	Percentual de gasto com o custeio administrativo
<b>Indicador 2</b>	Percentual de despesa com pessoal

<b>Ação 1</b>	<b>Estudo de Fontes Próprias de Receitas</b>
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

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