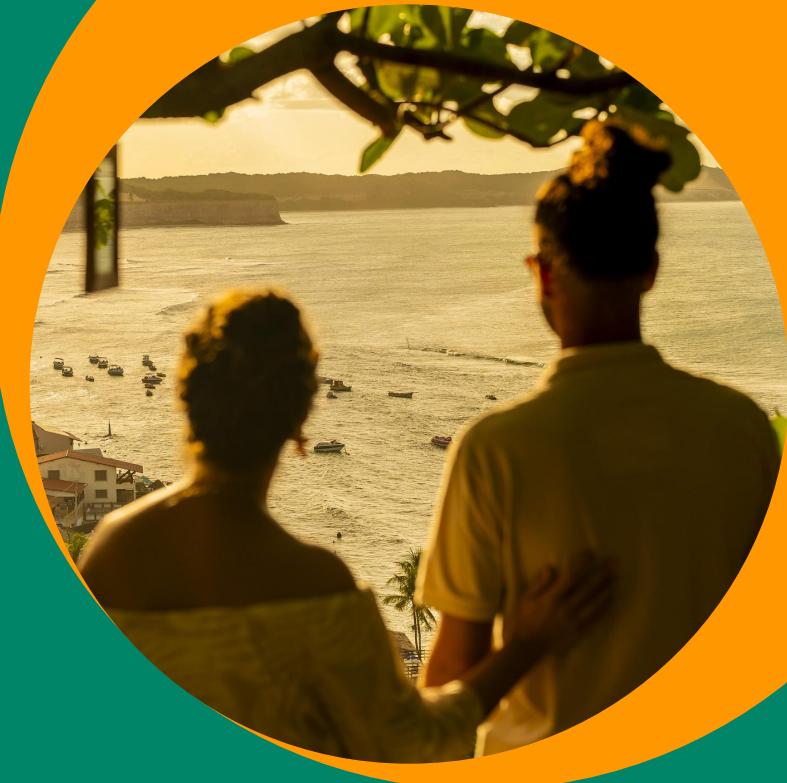


# Plano de Ação 2025

Promover experiências turísticas autênticas e sustentáveis



## Diretoria Executiva

**Marcelo Freixo**

Diretor-Presidente

**Roberto Gevaerd**

Diretor de Gestão e Inovação

**Bruno Reis**

Diretor de Marketing  
Internacional, Negócios e  
Sustentabilidade

# Composição

## Presidência (PRESI)

Gerência de Gestão de Gabinete  
Gerência de Controle e Integridade  
Gerência de Comunicação  
Gerência de Planejamento Estratégico  
Gerência de Projetos Especiais  
Gerência de Articulações Regionais  
Gerência Especial COP 30  
Gerência de Interlocução Ministerial  
Gerência de Relações Internacionais e Cooperação  
Gerência de Ouvidoria

## Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)

Gerência de Gestão de Gabinete  
Gerência de Inovação  
Gerência de Transformação Digital  
Gerência de Suprimentos e Logística  
Gerência de Organização e Logística de Grandes Eventos  
Gerência de Captação de Novos Negócios  
Gerência Jurídica  
Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade  
Gerência de Pessoas e Talentos

## Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)

Gerência de Gestão de Gabinete  
Gerência de Projetos Estruturantes  
Gerência de Integração de Projetos  
Gerência de Promoção nos Estados Amazônicos  
Gerência de Eventos Internacionais  
Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade  
Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca  
Gerência de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional

# Controle de Revisões

Versão	Data	Documento de aprovação	Descrição	Alteração
1	30/11/2024	<a href="#"><u>Resolução DIREX nº 66/2024, de 19/11/2024</u></a> <a href="#"><u>Resolução CDE nº 19/2025, de 08/05/2025</u></a>	Plano de Ação 2025	-
2	27/05/2025	<a href="#"><u>Resolução DIREX nº 87/2025, de 10/06/2025</u></a> <a href="#"><u>Resolução CDE nº 25/2025, de 15/07/2025</u></a>	1ª Revisão do Plano de Ação 2025	Alteração de metas de indicadores localizados nos Objetivos Estratégicos: 1, 4 e 5 Objetivo Estratégico 2, o indicador 2 foi descontinuado Atualização do Painel Estratégico, com 26 ações estratégicas, distribuídas nos Objetivos 1, 2, 3, 4, 5
3	13/10/2025	<a href="#"><u>Resolução DIREX nº 92/2025, de 13/10/2025</u></a> <a href="#"><u>Resolução CDE nº 28/2025, de 23/10/2025</u></a>	2ª Revisão do Plano de Ação 2025	Reclassificação de ações por objetivos estratégicos - Alteração de ações localizados nos Objetivos Estratégicos 2,3,5 e metas nos indicadores 3 (ações com aéreas), 5 (feiras) e 16 (novas ferramentas) Inclusão de nova ação no Objetivo Estratégico 3

# Sumário

<b>Introdução</b>	06
<b>Plano Estratégico 2024-2027</b>	08
<b>Projetos Estratégicos</b>	13
<b>Ações Estratégicas e Indicadores</b>	17
<b>Painel Estratégico</b>	53
<b>Metodologia de Revisão</b>	54



# 1. Introdução

# Introdução

O Plano de Ação é uma ferramenta essencial para o planejamento e monitoramento da execução das ações estratégicas, pois visa o cumprimento dos objetivos e metas estabelecidas no Plano Estratégico.

No contexto atual, o **Plano de Ação 2025** permitiu que cada área da Embratur defuisse **as ações e metas** pelas quais será responsável, a fim de contribuir para o **alcance dos objetivos estratégicos**.

O presente documento foi elaborado com base nas **Diretrizes Estratégicas** da Embratur, na estratégia disposta no **Plano Estratégico 2024-2027**, bem como nas premissas e prioridades da gestão, que abrangem os temas estratégicos. Outrossim, considera os termos do **Contrato de Gestão**, as diretrizes do **Plano Nacional do Turismo (PNT)** e os objetivos e metas estabelecidos pelo Governo Federal, no âmbito do **Plano Plurianual (PPA)**.

O Plano de Ação é fruto de um **esforço colaborativo**, no qual todas as Diretorias e Gerências da Embratur contribuíram na formulação de **ações e projetos estratégicos** previstos para o ano de 2025, que apoiarão a concretização da missão e visão da Agência, e o cumprimento dos Objetivos Estratégicos.

O plano assegura o **acompanhamento contínuo** do desempenho da Embratur no ano de referência, por meio de indicadores e metas associadas, e destaca os esforços coletivos da Agência para a execução da estratégia estabelecida.



[Acesse aqui!](#)

# 2. Plano Estratégico 2024-2027





## MISSÃO

### Razão de ser da Embratur

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

### Futuro desejado

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 CORPORATIVOS

### Princípios

- Autenticidade
- Diversidade
- Sustentabilidade
- Colaboração
- Inovação

O Mapa Estratégico da Embratur foi baseado na metodologia *Balanced Scorecard* (BSC), com adaptações que refletissem a realidade e a natureza jurídica da agência.



# Mapa Estratégico

2024-2027



SOCIEDADE

RESULTADOS  
INSTITUCIONAIS

PROCESSOS  
INTERNALOS

APRENDIZADO E  
CRESCIMENTO



## 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  
Autenticidade  
Diversidade  
Colaboração  
Inovação

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

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

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

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

Fortalecer a imagem institucional da Embratur

Melhorar a comunicação interna da Embratur

Otimizar custos e assegurar solidez financeira para um crescimento sustentável da Agência

### 3. Projetos Estratégicos

# Projetos Estratégicos

A partir da validação do Planejamento 2024 - 2027, a Embratur identificou a necessidade de selecionar **Projetos Estratégicos** específicos com o objetivo de **aprimorar a eficiência** e apoiar a **priorização de recursos** e equipe técnica para alcançar os Objetivos Estratégicos e de Gestão.

Para classificar esses projetos por relevância, foi considerado o alinhamento com os Objetivos Estratégicos, as prioridades da gestão, a viabilidade operacional e financeira, bem como os riscos associados.

Como resultado, **foram definidos seis temas**, contemplando projetos e programas validados pela alta gestão da Embratur, desenvolvidos em conjunto com as áreas responsáveis por cada temática, nos quais serão executadas ações como Campanhas Publicitárias, *Famtours*, *Press Trips*, entre outras. Cumpre destacar que os projetos serão detalhados ao longo do Plano de Ação.

# Temas Estratégicos

## AMAZÔNIA

AUMENTO DE TURISTAS ESTRANGEIROS VISITANDO A REGIÃO, FORTALECENDO O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA, SUSTENTÁVEL, ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA.

## MERCADO CHINA

AUMENTO DE FLUXO DE TURISTAS CHINESES NO BRASIL, A FIM DE PROMOVER DESTINOS, PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS DO BRASIL.

## DADOS E INTELIGÊNCIA

CAPACITAR ÓRGÃOS DE TURISMO EM DADOS DO TURISMO INTERNACIONAL, COM MELHORES LEITURAS E FORMAS DE CAPTAÇÃO E ANÁLISE.

## ESCRITÓRIOS INTERNACIONAIS

MODELAGEM E IMPLANTAÇÃO DOS ESCRITÓRIOS INTERNACIONAIS PILOTO PARA FINS DE PROMOÇÃO DO TURISMO - UNIDADE AVANÇADA NO EXTERIOR.

## ECONOMIA CRIATIVA E AUDIOVISUAL

DIVULGAR EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS ATRAVÉS DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL (FILMES, SÉRIES E JOGOS DIGITAIS).

## AFROTURISMO

AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DO PRODUTO DE AFROTURISMO BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL.

# Inter-Relação dos Objetivos e Temas Estratégicos

**OE1:** Contribuir com a geração de divisas no país, com foco no fomento do turismo internacional e no aumento do ticket-médio do turista estrangeiro

**OE2:** Aumentar a competitividade das empresas, destinos e produtos turísticos brasileiros a partir da internacionalização da oferta turística

**OE3:** Promover a melhoria da experiência do turista por meio de soluções inovadoras e tecnológicas em todas as etapas de sua jornada de consumo

**OE5:** Fortalecer a imagem institucional da Embratur



AFROTURISMO



AMAZÔNIA



DADOS E INTELIGÊNCIA



ECONOMIA CRIATIVA

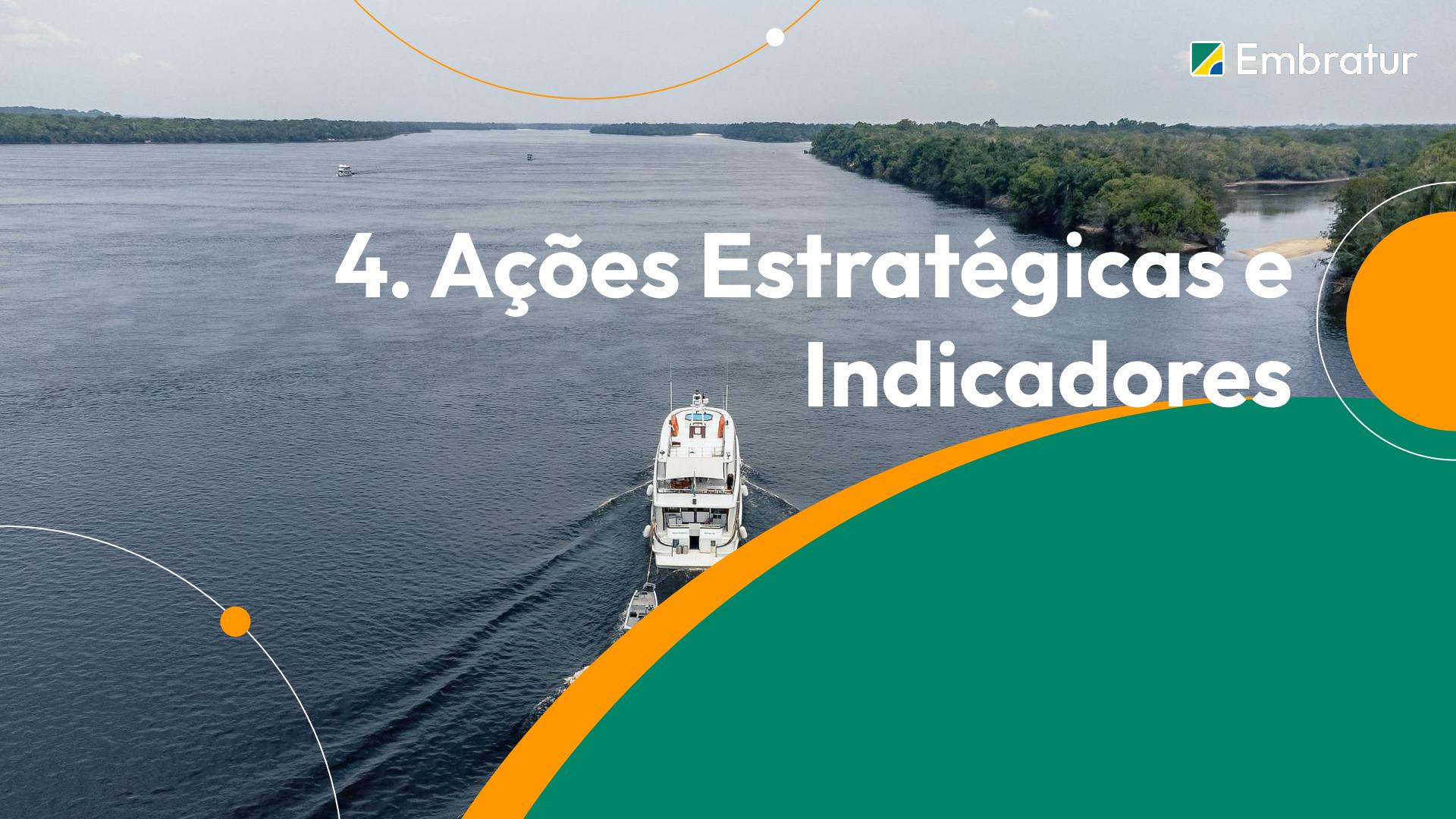


ESCRITÓRIOS INTERNACIONAIS



MERCADO CHINA

# 4. Ações Estratégicas e Indicadores



O turismo é caracterizado por rápidas transformações e demandas em constante evolução. Dessa forma, a capacidade de adaptação é essencial para atender às expectativas dos mercados emissores prioritários e responder prontamente a fenômenos como oscilações econômicas, novas tecnologias, conflitos entre países e à jornada de consumo do turista internacional.

As ações estratégicas refletem o compromisso da Embratur em cumprir a sua missão institucional e são fundamentais no plano de ação, pois **direcionam a execução das atividades** alinhadas aos objetivos organizacionais.

Cada iniciativa é estruturada conforme estabelecido nos direcionadores e no Plano Estratégico 2024-2027, a fim de assegurar um impacto efetivo e em conformidade com a visão de longo prazo.

Desta forma, algumas ações previstas no Plano de Ação 2025, como *press trips, famtours e roadshows*, têm o **planejamento detalhado com uma antecedência de um quadrimestre**. Isso permite observar as variações de mercado, tendências do setor, estudos e dados disponíveis, a fim de proporcionar uma decisão mais assertiva, **que viabilize o alcance máximo dos resultados na promoção dos destinos brasileiros**.

Por esse motivo, as informações acerca dos **destinos, mercados e segmentos** que serão contemplados nas ações estratégicas deverão ser atualizadas em:

- **Maio, para as ações realizadas entre maio e agosto.**
- **Setembro, para as ações realizadas entre setembro e dezembro.**

A seguir, apresentamos as ações que contribuem diretamente para a concretização dos Objetivos Estratégicos e Indicadores definidos, a fim de reforçar a conexão entre a atuação da Embratur e seus resultados esperados.

## Resultados Sociedade

### Objetivo Estratégico I:

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

O Brasil tem alcançado recordes em geração de divisas e, para contribuir diretamente com o aumento do gasto médio de visitantes internacionais, foi prevista a implantação do **Programa de Captação e Promoção de Eventos Internacionais** para o Brasil. Essa ação visa estabelecer estratégias para referendar o apoio à captação de eventos internacionais — ou seja, importantes prospecções de eventos para serem sediados no Brasil, além da promoção de eventos internacionais já confirmados.

Em 2025, além das tradicionais ferramentas de promoção, como as feiras internacionais, os *famtours*, as *press trips*, os *roadshows* e as campanhas para promoção dos destinos turísticos brasileiros, serão introduzidas **novas iniciativas**. Entre elas, destacam-se as **Galerias Visit Brasil**, apresentação do **Plano de Marketing Turístico Internacional** do Brasil 2025-2028 e a **primeira edição do Visit Brasil Summit**, um evento voltado para lideranças do setor do turismo, com o objetivo de compartilhar *insights* e tendências relacionadas ao turismo internacional.

Ademais, serão realizadas **ações com companhias aéreas** com o objetivo de obter parcerias estratégicas, a fim de criar produtos personalizados em colaboração de veiculação e divulgação de conteúdo, principalmente, nas redes sociais e ações promocionais.

A sustentabilidade será levada pela Embratur às feiras internacionais, a fim de promover a sustentabilidade em seus eventos, e incentivar o turismo regenerativo. As ações para estreitar o relacionamento com veículos de comunicação e **fortalecer a presença digital do Visit Brasil** nas redes sociais são parte da estratégia de promoção do turismo.

Além disso, serão promovidos os segmentos de **Negócios e Eventos, Luxo, Náutico, Aventura e Turismo Audiovisual**.

## Ações Estratégicas

### FEIRAS INTERNACIONAIS

Consiste na participação da Embratur para a promoção, marketing e exportação de serviços turísticos brasileiros.

### PRESS TRIP

Compreende a oferta da experiência *in loco* dos atrativos brasileiros a jornalistas e influenciadores digitais relevantes nos mercados de atuação. A partir desta experiência, o convidado é impactado de forma positiva a fim de incentivar a produção de conteúdos sobre os locais visitados.

### FAMTOUR

Realização de viagens de familiarização para fins de apresentação dos produtos, serviços e experiências turísticas brasileiras *in loco* para operadores e agentes internacionais.

### CAMPANHAS PROMOCIONAIS

Desenvolvimento, produção e divulgação de campanhas promocionais dos destinos turísticos brasileiros.

### PROGRAMA DE APOIO À CAPTAÇÃO DE EVENTOS

O objetivo é estabelecer estratégias para apoiar a captação de eventos internacionais, além da promoção de eventos internacionais confirmados.

### ROADSHOW

Execução de workshops em mercados estratégicos com objetivo de aumentar a visibilidade do destino Brasil e gerar oportunidade de negócios.

# Ações Estratégicas

## VISIT BRASIL SUMMIT

Voltado para as principais lideranças do turismo, gestores municipais e estaduais de turismo, bem como para especialistas e convidados nacionais e internacionais. Tem o objetivo de compartilhar *insights* e tendências relacionadas ao turismo internacional.

## PLANO DE MARKETING TURÍSTICO INTERNACIONAL DO BRASIL 2025-2028

Documento norteador das estratégias de alocação de investimentos nos mercados internacionais emissores, na promoção de nicho e segmentos específicos, bem como da gestão da Marca Brasil.

## AÇÕES COM AS COMPANHIAS AÉREAS

As ações têm como objetivo posicionar a Marca Brasil e ampliar o alcance e o impacto nos públicos internacionais de interesse da Agência.

## GALERIA VISIT BRASIL

Espaços-conceito que permitem uma vivência imersiva, a fim de promover a cultura e os destinos turísticos brasileiros.

## VISIT BRASIL AÇÕES DIGITAIS

Desenvolvimento de estratégias de promoção comercial de atuação do destino turístico Brasil nos meios digitais. E, com isso, potencializar a presença digital do país com os mercados prioritários, fortalecendo as redes sociais do Visit Brasil.

## SUSTENTABILIDADE

Promover a compensação das emissões de carbono, além de disseminar práticas de sustentabilidade em feiras internacionais, bem como o incentivo ao turismo regenerativo.



## Indicadores e Metas

Indicadores	Metas 2025
Entrada anual de turistas estrangeiros no Brasil	<b>7,3 milhões</b>
Entrada de divisas de turistas estrangeiros no Brasil	<b>US\$ 7,5 bilhões</b>
Número de ações implementadas em parceria com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários	<b>40</b>
Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos internacionais	<b>850</b>
Número de feiras internacionais de turismo com participação do Brasil	<b>12</b>
Número de <i>famtours</i> realizados	<b>10</b>
Número de <i>press trips</i> realizadas	<b>10</b>
Número de campanhas publicitárias realizadas	<b>4</b>
Número de <i>roadshows</i> realizados	<b>8</b>

## Resultados Institucionais

### Objetivo Estratégico 2:

Aumentar a competitividade das empresas, destinos e produtos turísticos brasileiros a partir da internacionalização da oferta turística.

Para aumentar a competitividade das empresas brasileiras, destinos e produtos turísticos, a Embratur investirá em ações de publicidade, marketing digital, soluções de inovação e participação em eventos segmentados.

Além disso, a Embratur vai promover a ativação de **segmentos e nichos específicos**, como aventura, LGBTQIAP+ e afroturismo, com o intuito de diversificar as ofertas e atrair novos públicos.

A fim de reforçar o Objetivo Estratégico, a Embratur planeja implementar um **escritório no exterior**, visando fortalecer o relacionamento com o *trade* turístico internacional.

Entre as principais iniciativas está o **Projeto Vitrine Visit Brasil**, que busca capturar a essência do país, destacando as experiências que atendem às novas demandas dos turistas estrangeiros.

Também merece destaque o **Brasil Travel Academy**, uma plataforma de treinamento *on-line* e assíncrono, desenvolvida para capacitar agentes e operadores de viagem internacionais. Essas ações têm o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e aumentar a comercialização das experiências brasileiras.

A Embratur realizará **webinar** como uma estratégia essencial para fortalecer e ampliar o posicionamento do Brasil como destino turístico no mercado internacional. Esse formato de **evento virtual** oferece uma plataforma eficiente para engajar e informar o trade turístico internacional, a fim de criar um ambiente interativo para negociações e alinhamentos estratégicos voltados para a promoção do turismo brasileiro por meio de campanhas cooperadas.

Ademais, ampliará o uso de plataformas digitais com foco em **banco de dados e sistemas online**, voltados para demandas aéreas, comportamento do consumidor e competitividade dos destinos, com o objetivo de fortalecer o alcance das metas já estabelecidas. Além das **Online Travel Agencies (OTAs)** territoriais, que visam oferecer soluções específicas para negócios turísticos.

## Ações Estratégicas

### **BRASIL TRAVEL ACADEMY**

Plataforma de treinamento on-line e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e possibilitar o aumento da comercialização das experiências nacionais.

### **VITRINE VISIT BRASIL**

Elaboração de enxoval, que contemplará fotos, vídeos e conteúdo para multiplataformas, com o objetivo de promover experiências da Vitrine Visit Brasil.

### **ESCRITÓRIO NO EXTERIOR**

Aproximação com o *trade* turístico internacional, com o objetivo de manter o relacionamento e apoiar a promoção, o marketing e a comercialização dos destinos, produtos e serviços turísticos brasileiros no mercado internacional.

### **EVENTOS SEGMENTADOS**

Participação em eventos para ativação de segmentos.

### **WEBINARS**

Evento virtual criado para promover um ambiente interativo para negociações e alinhamentos estratégicos voltados para a promoção do turismo brasileiro por meio de campanhas cooperadas.

## Indicadores e Metas

Indicadores	Metas 2025
Número de profissionais brasileiros e estrangeiros capacitados em ações que a Embratur promove ou participa	<b>2.400</b>
Número de eventos no portal de dados	<b>225.000</b>

## Resultados Institucionais

### Objetivo Estratégico 3:

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

Em 2025 estão previstos **eventos estratégicos globais**, como a COP30. Diante disso, a Embratur se propõe a implementar ações de *Live Marketing* (marketing promocional), que permitirão ao Brasil destacar seus principais destinos turísticos, demonstrar o potencial de seus segmentos e reforçar a relevância do turismo no crescimento da economia global. Além disso, serão desenvolvidas ferramentas específicas com o objetivo de apoiar a comercialização turística.

A **Chamada Pública de Inovação Aberta**, que pretende impulsionar a criação de recursos capazes de aprimorar a experiência dos turistas internacionais e **fortalecer a inovação no setor**.

Ainda neste contexto, serão realizados **Pilotos de Validação das Melhores Práticas de Comercialização Digital**, a fim de proporcionar às empresas acesso a conhecimentos, ferramentas e práticas que aumentarão sua competitividade no ambiente digital. E, com isso, otimizar o uso de plataformas tecnológicas para fortalecer o turismo brasileiro no cenário global.

## Ações Estratégicas

### LIVE MARKETING

Ativação em países estratégicos para fins de promoção da experiência Marca Brasil para as delegações que participarão de grandes eventos no país.

### SOLUÇÕES DE INOVAÇÃO

Desenvolvimento de ferramentas de apoio à comercialização turística que aumentem a competitividade no mercado digital.



## Indicadores e Metas

Indicadores	Metas 2025
Investimento em inovação em tecnologia turística	R\$ 6.250.000,00

### Processos Internos

#### Objetivo Estratégico 4:

Promover a transformação digital da Embratur, com foco na inovação em promoção, eficiência operacional e governança de dados.

As iniciativas, listadas nesse Objetivo Estratégico, visam **modernizar a Agência** e reforçar sua competitividade em um cenário global cada vez mais digital. As ações estratégicas deste OE buscam aprimorar a **eficiência operacional** por meio de uma abordagem **orientada por processos**.

A Embratur planeja implantar um **sistema de gestão integrada (ERP)** que será fundamental para otimizar os processos internos, automatizar tarefas, reduzir retrabalhos e centralizar informações. Esse avanço permitirá ganhos significativos de eficiência, produtividade e transparência na gestão.

Outrossim, a Agência investirá em soluções efetivas de **cibersegurança**, para garantir a proteção contra ataques cibernéticos e fortalecer a confiança na transformação digital. Essas ações refletem o compromisso da Embratur em construir uma infraestrutura digital capaz de sustentar a inovação e a excelência operacional.

## Ações Estratégicas

### SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA

Soluções para promover uma gestão eficiente, orientada por processos, de modo a promover a automatização dos processos.

### PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA

Ações que visam aprimorar o processo de gestão da Embratur por meio de soluções que pretendem analisar as ferramentas.



## Indicadores e Metas

Indicadores	Metas 2025
Número de projetos de automação de serviços entregues	2
Taxa de utilização de dados (percentual de dados utilizados efetivamente em processos de negócios)	85%
Realização da medição do nível de maturidade de dados	<b>50% dos itens analisados com status de iniciado e 25% dos itens analisados com status de emergentes</b>
Número de ações de promoção que utilizam novas ferramentas e tecnologias	5

Processos Internos

**Objetivo Estratégico 5:**

Fortalecer a imagem institucional da Embratur.

Em 2025, a Embratur continuará produzindo os documentários **Turismo Transforma**, que posicionam a Agência como uma entidade relevante para o turismo nacional e comprometida com o desenvolvimento socioeconômico do Brasil, **evidenciando o impacto positivo do turismo internacional para os brasileiros.**

Outras estratégias que reforçam a imagem da Embratur são as ações sustentáveis, implementadas nas ferramentas da instituição. Essas ações são igualmente estratégicas para reforçar sua imagem. A Agência está empenhada em incorporar **práticas de sustentabilidade e ESG** (ambiental, social e governança) **em suas operações**, a exemplo da compensação das emissões de carbono.

Outra iniciativa essencial para a atingir o objetivo estratégico consiste na estruturação da **Comunidade Embratur**. Dessa forma, a imagem institucional da Agência será consolidada, e a Entidade será aproximada dos seus públicos-alvo. Além disso, serão captados contatos de pessoas, empresas e instituições do setor turístico para realizar ações de comunicação e engajamento estratégico, conforme Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

## Ações Estratégicas

### AÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Relacionamento com veículos de comunicação, a fim de fortalecer a marca Embratur e melhorar as relações.

### TURISMO TRANSFORMA

Documentários realizados por meio de reportagens audiovisuais que mostram o impacto positivo do turismo internacional na vida dos brasileiros.

### SUSTENTABILIDADE

Promover a compensação das emissões de carbono, além de disseminar práticas de sustentabilidade em feiras internacionais, bem como o incentivo ao turismo regenerativo.

### COMUNIDADE EMBRATUR

Comunicação direta com o *trade* turístico, para fins de captação de leads e estruturação de canais de comunicação direta para prestação de serviços e fornecimento de informações para o setor do turismo.

### FALATUR

Podcast que visa promover entrevistas com colaboradores da Embratur e membros do *trade* para discutir as ações da Agência, bem como as tendências do turismo.

## Indicadores e Metas

Indicadores	Metas 2025
Número de menções positivas à Embratur	<b>282</b>
Número de acordos ou instrumentos formalizados com órgãos públicos e entidades do setor	<b>8</b>

Aprendizado e Crescimento

## Objetivo Estratégico 6:

Melhorar a comunicação interna da Embratur.

No esforço de **aprimorar a comunicação interna** da Embratur, a Agência implementou o **Endomarketing** — uma área voltada para o marketing institucional, que já obteve resultados significativos.

Neste contexto, a Agência ampliará as ações internas, a fim de torná-las mais acessíveis, e, com isso, melhorar o engajamento, bem como valorizar e integrar as equipes.

Além disso, ao longo de 2025, serão promovidas ações com foco no desenvolvimento humano e organizacional, para **fortalecer os processos de integração**, além de promover eventos de capacitação (interna e externa) e de qualidade de vida.

## Ações Estratégicas

### DESENVOLVIMENTO HUMANO E ORGANIZACIONAL

Promover o engajamento, motivação, bem-estar e desenvolvimento dos colaboradores.

### ENDOMARKETING

Fortalecer os canais e a produção de conteúdo voltado para o público interno, a fim de promover uma cultura organizacional colaborativa, fomentar o sentimento de pertencimento e integração das equipes.



## Indicadores e Metas

Indicador	Meta 2025
Índice de satisfação com a comunicação interna e endomarketing	<b>96%</b>

## Aprendizado e Crescimento

### Objetivo Estratégico 7:

Otimizar custos e assegurar solidez financeira para um crescimento sustentável da Agência.

Em alinhamento com as novas diretrizes estratégicas e em consonância com as diretrizes da macropolítica de turismo, a Embratur mantém o objetivo de fortalecer a imagem do país no exterior e impulsionar o turismo internacional no território brasileiro por meio de novos contratos. Assim, a meta da Embratur é **viabilizar novas receitas**, provenientes da prestação de serviços. Esse propósito está incluído na proposta do Orçamento-Programa 2025, enviada para o Conselho Deliberativo (CDE), e que norteará a busca por **oportunidades de novas ações** para fortalecer a promoção internacional do turismo, firmando a posição da Embratur como serviço social autônomo e prestadora de serviços para o mercado.

Essa medida foi possível pela sanção da [Lei nº 14.901](#), de 25 de junho de 2024, que autoriza a Embratur firmar contratos, não apenas com entidades privadas, mas também com órgãos e entidades da administração pública com o objetivo de promover e apoiar a comercialização de destinos, produtos e serviços turísticos do Brasil no exterior. Essa medida tem **permitido que a Embratur preste serviços voltados à promoção e ao apoio à comercialização de destinos, produtos e serviços turísticos do Brasil no exterior**.

Além disso, a Embratur tem se empenhado em implementar **práticas eficientes de gestão de despesas e receitas**, a fim de promover a otimização de recursos por meio da adaptação de contratos ao modelo de *facilities*.

A Agência também realiza planejamentos de **manutenção preventiva** e substituição de recursos, com o objetivo de **potencializar a eficiência das despesas e garantir o uso sustentável** de seus investimentos.

## Ações Estratégicas

### INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA

Manutenção e conservação dos serviços essenciais da Agência, com objetivo de promover a manutenção preventiva, a fim de concretizar o princípio da economicidade.

### DESCARBONIZAÇÃO

Promover a descarbonização das atividades da Agência a fim de assegurar práticas sustentáveis e otimização de recursos.



Indicadores	Metas 2025
Crescimento de receitas	<b>5% de crescimento de receitas em relação ao orçamento do ano anterior</b>
Geração de receitas próprias	<b>Orçamento Anual da União representar até 70% das receitas da Embratur</b>

## Indicadores e Metas

## 4.1. Painel Estratégico



# Painel Estratégico

O [Painel Estratégico da Embratur](#) é resultado de um esforço colaborativo construído por meio das contribuições das Diretorias e Gerências da Embratur.

Além disso, apresenta uma **visão integrada do Plano de Ação**, a fim de colaborar para o acompanhamento das iniciativas, bem como o alinhamento entre o plano de ação e os objetivos estratégicos estabelecidos pela organização. Cada ação está mapeada de forma clara, a fim de permitir identificá-la por tipo de ação e seu impacto nas metas estabelecidas.

O objetivo do painel estratégico é colecionar, estruturar e disponibilizar informações para promover a **governança de dados, transformação digital, inovação e digitalização** da Embratur. E, com isso, possibilitar acessibilidade e seleção de informações sistematizadas e integradas.

# 5. Metodologia de Revisão

## CONTEXTO

Contrato de Gestão

Cláusula décima primeira:

- II) deverão estabelecer, em conformidade com o Plano Estratégico, os temas estratégicos e as ações estratégicas da EMBRATUR para o respectivo exercício;
- III) serão elaborados em consonância com os Orçamentos-Programas Anuais;
- IV) poderão contemplar **proposta de manutenção ou de revisão de metas anuais ou de indicadores**; e
- V) respeitada a compatibilidade com o Plano Estratégico, **poderão ser revistos e adaptados durante o exercício de sua execução**, por iniciativa da EMBRATUR ou do MTur, **com base em proposta fundamentada**, desde que ambas as partes estejam de acordo.

## METODOLOGIA

Os Planos de Ação da Embratur são desenvolvidos a partir de direcionadores estratégicos. Eles refletem o esforço da Agência para alcançar os objetivos e metas estabelecidos no Plano Estratégico 2024-2027.

A revisão das metas e indicadores estabelecidas no Plano Estratégico da Embratur ocorre sempre que a necessidade de adequação da estratégia é identificada — seja por fatores internos ou externos que possam influenciar o alcance dos Objetivos Estratégicos

Com isso, a Embratur adotou um modelo de revisões semestrais, a serem realizadas durante a apuração dos resultados para ajuste das metas do ano em curso. Além disso, as metas para o ano seguinte podem ser revisadas durante o processo de elaboração dos Planos de Ação.

No Plano de Ação 2025, as metas foram mantidas e novas metas foram propostas para mensurar o desempenho da Agência ao longo do ano.



# Embratur

## GERÊNCIA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



[planejamento@embratur.com.br](mailto:planejamento@embratur.com.br)

### SEDE

#### Endereço

Setor Comercial Norte, Quadra 2

Bloco G, Brasília – DF

CEP: 70.712-907

Telefone: +55 61 2023-8500

E-mail: [presidencia@embratur.com.br](mailto:presidencia@embratur.com.br)

*Todos os direitos quanto ao conteúdo e design deste material são de titularidade exclusiva da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo.*

*Autorizada sua divulgação desde que citada a fonte.*