



Plano de Ação 2026

Promover experiências
turísticas autênticas
e sustentáveis



com
posi
ção

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

sumário

- 1 Introdução
- 2 Painel Estratégico
- 3 Atuação Estratégica
 - 3.1 Plano Estratégico
 - 3.2 Plano Brasis
- 4 Projetos Estratégicos
- 5 Objetivos Estratégicos, Indicadores e Metas
- 6 Metodologia de Revisão





1

Introdução

Introdução

O **Plano de Ação 2026** foi desenvolvido a partir das contribuições de cada área da Embratur, com a definição **das ações e metas** pelas quais serão responsáveis. A estratégia de atuação para 2026 baseia-se nas **Diretrizes Estratégicas** da Embratur, dispostas no **Plano Brasis 2025-2027**, na 3ª revisão do **Plano Estratégico 2024-2027**, bem como nas premissas e prioridades da gestão, que abrangem os **temas e projetos estratégicos**. Além disso, considera os termos do **Contrato de Gestão**, além de garantir que sejam contempladas as metas estabelecidas no **Plano Nacional do Turismo (PNT)** e no âmbito do Governo Federal, por meio do **Plano Plurianual (PPA)**.

O documento reflete o compromisso da Agência com a eficiência, a sustentabilidade e a entrega de resultados que contribuam para o **fortalecimento do turismo internacional e para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil**.

[ACESSE AQUI](#)

Elaborado de forma colaborativa pelas Diretorias e Gerências, o Plano **consolida ações** voltadas à promoção internacional, inovação, transformação digital, sustentabilidade e governança, assegurando coerência entre as **metas institucionais** e as prioridades da gestão.

O plano está disposto para o **acompanhamento contínuo**, por meio do **Painel Estratégico da Embratur**, e destaca os esforços coletivos da Agência para a execução da estratégia estabelecida.



2

Painel Estratégico

Painel Estratégico

O **Painel Estratégico da Embratur** desenvolvido para apresentar uma **visão integrada dos Planos de Ação anuais**, 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.

Além disso, coleciona, estrutura e disponibiliza informações para promover a **governança de dados, transformação digital, inovação e digitalização** alinhado aos valores da Embratur. Ele possibilita acessibilidade e seleção de informações sistematizadas e integradas.

Cada ação está mapeada de forma clara, a fim de permitir identificá-la por tipo de ação e seu impacto nas metas estabelecidas. É resultado de um esforço colaborativo construído por meio das contribuições das Diretorias e Gerências da Embratur.

[ACESSE AQUI](#)



3

Atuação Estratégica

3.1

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

A **Cadeia de Valor** da Embratur agrupa os processos essenciais, mostrando como a Agência gera valor para o seu público e alinhando estratégia, pessoas, processos, estrutura e sistemas. Também apoia decisões sobre terceirização, automação, melhorias e reorganização.

Figura 6: Cadeia de Valor Embratur



Legenda



Fonte: Embratur, 2024

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



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

SOCIEDADE

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

RESULTADOS INSTITUCIONAIS

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

PROCESSOS INTERNOS

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

Fortalecer a imagem institucional da Embratur

APRENDIZADO E CRESCIMENTO

Melhorar a comunicação interna da Embratur

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

3.2

Plano Brasis

2025-2027



Plano Brasis 2025-2027

O **Plano Internacional de Marketing Turístico** para o triênio 2025-2027, intitulado Plano Brasis 2025-2027, foi aprovado por meio da [Portaria MTur nº 11](#), de 19 de maio de 2025.

O Plano Brasis **norteia o marketing internacional até 2027**. O estudo reposiciona o país como destino global para torná-lo líder na atração de turistas na América do Sul. Com base em dados e na escuta de atores do setor, aposta na diversidade, autenticidade e sustentabilidade.

Os objetivos são: alavancar a imagem turística no exterior, elevar o total de turistas internacionais, ampliar a receita com viagens internacionais ao país, equilibrar o fluxo turístico internacional pelo território nacional e fortalecer a gestão de atores de interesse.



A definição baseia-se em 2.458 respostas a uma pesquisa em 3 idiomas, aberta de setembro a outubro de 2024. Entrevistas qualitativas individuais consultaram representantes do *trade* turístico, do setor privado e da sociedade civil. Sebrae, Ministério do Turismo e FGV apoiaram o trabalho, entre outros.

Trata-se da primeira das 20 medidas estratégicas previstas no Plano Nacional de Turismo (PNT 2024-2027). Alinha-se ainda às diretrizes do Plano Plurianual (PPA 2024-2027) e do Plano Estratégico da Embratur 2024-2027.

[ACESSE AQUI](#)

Ações Estratégicas Plano Brasil 2025-2027

Marca Brasil

É uma plataforma estratégica de posicionamento e o principal símbolo da identidade turística nacional no exterior, refletindo a essência do país como destino plural, vibrante e acolhedor

Campanhas Cooperadas

São campanhas de marketing customizadas, desenvolvidas de forma proprietária ou em parceria com governos estaduais, municipais e consórcios turísticos, com o principal objetivo de impulsionar a conversão de vendas para destinos brasileiros com métricas de desempenho

Visit Brasil Office

O novo modelo de escritórios internacionais da Embratur, cujo projeto-piloto foi iniciado em Lisboa, Portugal, tem como missão ampliar a presença institucional do Brasil nos principais mercados emissores

Campanhas Publicitárias

Uma das principais ferramentas de promoção do Brasil no exterior, as campanhas publicitárias exercem um papel estratégico na atração de turistas internacionais. Por meio de narrativas inspiradoras e envolventes, essas campanhas apresentam os destinos e experiências brasileiras, estimulando a consideração na escolha da viagem e fortalecendo a Marca Brasil

Relações Públicas / *Public Relations (PR)*

As ações de relações públicas ou public relations (PR) desempenham um papel estratégico na promoção turística do Brasil junto à imprensa internacional, fortalecendo a credibilidade dos destinos e experiências

Press Trips / Influencer Trips

Viagens direcionadas a jornalistas, influenciadores e formadores de opinião internacionais com o objetivo de promover destinos e experiências turísticas brasileiras a partir das percepções e recomendações desse público nos mercados emissores estratégicos

Ações Estratégicas Plano Brasil 2025-2027

Projeto Experience Brasil (famtours)

O projeto contempla a realização de viagens de familiarização voltadas para operadores e agentes de viagens internacionais, com o objetivo de apresentar, de forma imersiva, os destinos e experiências turísticas brasileiras

Corporate Tours

Viagens de familiarização voltadas à promoção do turismo de negócios e eventos (MICE), com o objetivo de apresentar os destinos, a infraestrutura, os serviços e experiências turísticas do Brasil para compradores e tomadores de decisão internacionais do segmento

Estande oficial do Brasil em feiras de turismo internacionais

A Embratur é responsável pela gestão do estande oficial do Brasil nas principais feiras internacionais de turismo, que funcionam como importantes catalisadores de negócios e oportunidades para promoção do país no exterior

Canais Visit Brasil

São os canais oficiais de comunicação digital dedicados à publicação de conteúdo inspiracional e à promoção do Brasil como destino turístico. Esses canais são plataformas essenciais para engajar o público, reunindo informações sobre destinos, experiências, dicas de viagem, calendário de eventos e festividades, sempre em seis idiomas

Brasil Travel Specialist

Plataforma online desenvolvida para oferecer informações completas e atualizadas sobre destinos e experiências turísticas no Brasil, permitindo que agentes e operadores internacionais conheçam em profundidade a diversidade da oferta nacional e a apresentem de forma qualificada aos seus clientes

Galeria Visit Brasil

Espaços-conceito no formato *pop-up*, criados para promover os destinos turísticos brasileiros a partir de uma abordagem inovadora, sensorial e contemporânea. As galerias valorizam elementos que expressam a essência da brasilidade, como a sustentabilidade, a riqueza cultural, os patrimônios naturais e históricos, a arte, o artesanato, a moda, a música e a gastronomia

Ações Estratégicas Plano Brasis 2025-2027

Roadshows Visit Brasil

Ação estratégica que envolve rodadas de negócios realizadas in loco, desenvolvidas de forma proprietária ou em parceria com governos estaduais, municipais e consórcios turísticos

Editais de Patrocínio

Essa ferramenta contempla o patrocínio, por meio de edital de chamamento público, a projetos que promovam o Brasil em mercados emissores estratégicos de forma alinhada à estratégia de atuação da Embratur

Programa de Aceleração do Turismo Internacional (PATI)

É uma iniciativa estratégica voltada à promoção do Brasil nos mercados internacionais, com foco no aumento do fluxo de visitantes estrangeiros e na ampliação da conectividade aérea dos destinos brasileiros

Projeto Feel Brasil

Uma iniciativa inovadora que visa a promoção turística internacional do Brasil, por meio de um portfólio diversificado de experiências. O portfólio destaca experiências que atendem a critérios de autenticidade, diversidade e sustentabilidade localizadas em destinos estratégicos nas 27 Unidades da Federação, com objetivo de diversificar a oferta turística brasileira no exterior e atrair o perfil do turista internacional contemporâneo

Programa de Apoio à Captação e Promoção de Eventos Internacionais

O programa tem como foco atrair e apoiar a realização de conferências, congressos, feiras, exposições, competições esportivas e outros grandes eventos internacionais. Seu objetivo principal é posicionar o Brasil como um destino estratégico para sediar esses eventos, impulsionando a economia do país e promovendo o turismo de negócios

EmbraturLAB

Laboratório de inovação da Embratur que se dedica ao desenvolvimento de provas de conceito, aceleração de projetos e experimentação de novas ideias, com foco na melhoria contínua da experiência do turista internacional no Brasil



4

Projetos Estratégicos

Projetos Estratégicos

Em continuidade à execução do Planejamento Estratégico 2024 - 2027 da Embratur, a Agência deu sequência à implementação dos Projetos Estratégicos definidos como **prioritários para o alcance dos objetivos desta Gestão**. Esses projetos foram organizados dentro de **seis grandes temas validados pela alta gestão**, assegurando coerência com as diretrizes institucionais e contemplando ações estruturantes para o fortalecimento da promoção internacional do Brasil como destino turístico. Para a definição desses temas, foram considerados aspectos como viabilidade operacional e financeira, o grau de impacto sobre os mercados estratégicos e os riscos associados à execução de cada iniciativa.

Ao longo de 2025, a execução dos Projetos Estratégicos possibilitou não apenas a **aplicação prática das diretrizes do Planejamento**, mas também a consolidação de aprendizados importantes para a gestão da Embratur. As ações realizadas, como campanhas publicitárias internacionais, *famtours*, *press trips*, participação em feiras de turismo e desenvolvimento de ferramentas de inteligência de mercado, proporcionaram resultados mensuráveis que reforçam a relevância da estratégia adotada. Esse processo de **acompanhamento e monitoramento contínuo contribuiu para aprimorar os métodos de trabalho, fortalecer a cooperação entre as áreas e ampliar a eficiência no uso de recursos técnicos e financeiros**.

Projetos Estratégicos

Considerando esse amadurecimento e a evolução da estratégia em cada um dos seis temas trabalhados, a Embratur decidiu pela manutenção dos Projetos Estratégicos também para o exercício de 2026. Essa decisão reflete o compromisso da Agência com a **continuidade das iniciativas que já apresentam resultados concretos**, garantindo que as ações tenham consistência ao longo do tempo e que possam atingir maior impacto nos mercados internacionais. A permanência desses projetos demonstra ainda a **importância de assegurar estabilidade estratégica** em um ambiente global altamente competitivo, no qual a promoção turística demanda constância, presença e inovação.

Além da continuidade, 2026 será marcado pela realização de ajustes e **aperfeiçoamentos necessários** para alinhar cada projeto às especificidades das ferramentas promocionais, **aos diferentes perfis de públicos-alvo e às prioridades de cada mercado estratégico**. Dessa forma, a Embratur reafirma sua visão de atuar de maneira integrada, flexível e orientada por resultados, buscando não apenas consolidar os avanços alcançados em 2025, mas também **ampliar o alcance e a efetividade das ações**. A Agência reforça sua missão institucional de posicionar o Brasil de forma competitiva no cenário internacional, fortalecendo a imagem do país e promovendo o crescimento sustentável do turismo brasileiro.

Temas Estratégicos

AFROTURISMO

Aumento da competitividade do produto de afroturismo brasileiro no mercado internacional.

CONEXÕES LOCAIS

Estimular o turismo internacional de base comunitária por meio da internacionalização da oferta.

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).

MERCADO CHINA

Aumento de fluxo de turistas chineses no Brasil, a fim de promover destinos, produtos e experiências turísticas do Brasil.

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



AFROTURISMO

CONEXÕES LOCAIS

DADOS E INTELIGÊNCIA

ECONOMIA CRIATIVA E AUDIOVISUAL

ESCRITÓRIOS INTERNACIONAIS

MERCADO CHINA



5

Objetivos Estratégicos, Indicadores e Metas

Resultados 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.

A fim de **contribuir para a ampliação da entrada de turistas e o aumento do ticket-médio** e, em consonância com as ações estratégicas definidas no **Plano Brasis**, em 2026 a Agência prevê a realização de *press trips*, *famtours*, *roadshows* e um **novo modelo de feiras internacionais**, a qual se torna, também, uma plataforma de negócios e coloca as experiências no centro da estratégia, garantindo a conversão em vendas de pacotes e passagens aéreas. Ainda, além das campanhas promovidas nos mercados estratégicos, a Embratur investirá em campanhas para promoção de segmentos como **Parques Naturais no Brasil** e ***Birdwatching***.

A Embratur também priorizará a implementação de estratégias de **captação e promoção de eventos**, bem como ao **desenvolvimento da conectividade aérea** brasileira através da proposição de rotas atrativas, **patrocínio de projetos** voltados à esporte e lazer, negócios e eventos, científico, LGBTQIAPN+.

Além disso, diante dos resultados obtidos, a Embratur seguirá promovendo o **Turismo Audiovisual**, que difunde internacionalmente experiências brasileiras por meio da produção audiovisual, como filmes, séries e jogos digitais.

Ações Estratégicas

PRESS TRIPS	Viagens direcionadas a jornalistas e formadores de opinião internacionais com o objetivo de promover destinos e experiências turísticas brasileiras a partir das percepções e recomendações desse público nos mercados emissores estratégicos.
FAMTOUR	Realização de viagens de familiarização voltadas para operadores e agentes de viagens internacionais, com o objetivo de apresentar, de forma imersiva, os destinos e experiências turísticas brasileiras.
CAMPANHAS PROMOCIONAIS	Desenvolvimento, produção e divulgação de campanhas promocionais dos destinos turísticos brasileiros.
PROGRAMA DE APOIO, CAPTAÇÃO E PROMOÇÃO DE EVENTOS INTERNACIONAIS PARA O BRASIL	O objetivo é estabelecer estratégias para apoiar a captação de eventos internacionais, além da promoção de eventos internacionais confirmados.

Ações Estratégicas

ROADSHOW	Ação estratégica que envolve rodadas de negócios realizadas in loco, desenvolvidas de forma proprietária ou em parceria com governos estaduais, municipais e consórcios turísticos.
FEIRAS INTERNACIONAIS	Consiste na participação da Embratur para a promoção, marketing e exportação de serviços turísticos brasileiros.
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.
TURISMO AUDIOVISUAL	Divulgação internacional dos destinos, produtos e experiências turísticas brasileiras por meio de conteúdos audiovisuais (cinema, séries, jogos digitais) e outras ferramentas inovadoras, com foco também na promoção da cultura nacional.
GALERIA VISITBRASIL	Espaços-conceito que permitem uma vivência imersiva, a fim de promover a cultura e os destinos turísticos brasileiros.

Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Entrada anual de turistas estrangeiros no Brasil	Refere-se ao registro de entrada de turistas internacionais no Brasil	7,8 milhões
Entrada de divisas de turistas estrangeiros no Brasil	Refere-se a despesa em moeda estrangeira para a aquisição de bens e serviços relacionados ao turismo no território brasileiro	US\$8,3 bilhões
Número de ações implementadas em parceria com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários	Refere-se ao total de ações executadas com companhias aéreas que realizam rotas internacionais em mercados prioritários	40
Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos internacionais	O indicador se refere ao número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos de imprensa nos mercados prioritários	900

Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Número de feiras internacionais de turismo com participação do Brasil	O indicador é referente à quantidade de feiras internacionais de turismo que contam com a participação do Brasil, por meio da Embratur	14
Número de famtours realizados	O indicador é referente à quantidade de famtours (viagens de familiarização) realizadas pela Embratur para profissionais de turismo estrangeiros (operadores, agentes de viagens, entre outros)	12
Número de <i>press trips</i> realizadas	O indicador se refere à quantidade de <i>press trips</i> que a Embratur realiza com jornalistas, influenciadores e/ou formadores de opinião de mercados (países) estratégicos para o turismo do Brasil	12
Número de campanhas publicitárias realizadas	O indicador se refere à quantidade de campanhas publicitárias realizadas pela Embratur	6
Número de roadshows realizados	Refere-se à soma absoluta da quantidade de <i>roadshows</i> que a Embratur realiza no mercado internacional	10

Para o desenvolvimento da competitividade de empresas, destinos e produtos brasileiros, a Embratur seguirá promovendo ações publicitárias, eventos, capacitações, soluções de inovação e ações de patrocínio.

Nesse sentido, destaca-se a execução de ações alinhadas ao **Plano Brasis**, como a campanha de marketing digital **Feel Brasil**, em parceria com a **Beautiful Destinations**, a implementação do **novo modelo de escritórios da Embratur no exterior** e a continuidade da ação de capacitação internacional **Brasil Travel Specialist**.

Além disso, a Agência reafirma seu compromisso com o **patrocínio de projetos** voltados à sustentabilidade e ecoturismo, diversidade e inclusão, gastronomia, ESG e produção de conteúdos audiovisuais, reforçando seu papel na promoção de um turismo responsável e inovador.

Ainda, está prevista a produção de conteúdos para a **Vitrine Visit Brasil**, bem como a capacitação voltada à **internacionalização do turismo** e o fortalecimento do **Programa Novas Rotas**, capacitação que incentiva a criação de roteiros temáticos e experiências autênticas, promovendo o desenvolvimento integrado e sustentável do turismo brasileiro.

Resultados Institucionais

Objetivo Estratégico 2:

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

Ações Estratégicas

FEEL BRASIL - BEAUTIFUL DESTINATIONS	Uma iniciativa inovadora que visa a promoção turística internacional do Brasil, por meio de um portfólio diversificado de experiências. Será realizada uma campanha de marketing digital em parceria com a <i>Beautiful Destinations</i> , contemplando três destinos estratégicos e icônicos do Brasil.
VITRINE VISIT BRASIL	Elaboração de enxoval, que contemplará fotos, vídeos e conteúdo para multiplataformas, com o objetivo de promover experiências da Vitrine <i>Visit Brasil</i> .
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.
JORNADA INTERNACIONAL DO TURISMO	Atuar na capacitação de atores estratégicos e na inserção dos destinos brasileiros em mercados internacionais, fortalecendo a imagem do país, diversificando a oferta turística.
BRASIL TRAVEL SPECIALIST	Plataforma de treinamento online e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o país e possibilitar o aumento da comercialização das experiências brasileiras.

Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Número de profissionais brasileiros e estrangeiros capacitados em ações que a Embratur promove ou participa	Número de profissionais e atores da cadeia produtiva do turismo internacional capacitados em ações da Embratur	2.800
Número de eventos no portal de dados	Mensuração da quantidade de eventos portal de dados	275.000

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.

A fim de promover a melhoria da experiência do turista, a Agência prevê a execução e a participação em **eventos estratégicos de inovação** e **economia criativa e audiovisual**, que ampliam a visibilidade internacional do turismo brasileiro.

Nesse contexto, destaca-se a realização das **Online Travel Agency** (OTA's) territoriais, voltadas à promoção de soluções inovadoras para a comercialização de produtos e negócios turísticos. Serão, ainda, desenvolvidas provas de conceito no âmbito dos **Pilotos para Validação de Melhores Práticas de Comercialização Digital**, bem como novas rotas cinematográficas e a continuidade do programa de aceleração **Rocinha Mundo Afora**.

Outrossim, a Embratur apoiará e **patrocinará projetos que utilizem inovação e tecnologia** para proporcionar experiências personalizadas aos visitantes, além de **identificar tendências e soluções** que aprimorem a jornada de consumo do turista.

Ações Estratégicas

MELHORES DE PRÁTICAS DE COMERCIALIZAÇÃO DIGITAL	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	Consiste na identificação de soluções tecnológicas por meio de chamada pública de inovação aberta e a criação de uma rota cinematográfica baseada em locações de filmes brasileiros, ampliando a inovação e a promoção turística do país.
ONLINE TRAVEL AGENCY(OTAs)	Desenvolvimento de <i>Online Travel Agency</i> territoriais como instrumento de inclusão e fortalecimento da economia local, ampliando a comercialização de negócios turísticos — com destaque para iniciativas em favelas — e promovendo a diversificação e competitividade do turismo brasileiro.

Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Investimento em inovação em tecnologia turística	Valor total investido em inovações tecnológicas para a melhoria da experiência do turista estrangeiro	R\$7.250.000,00

Processos Internos

Objetivo Estratégico 4:

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

Em 2026, a Embratur seguirá avançando em seu processo de modernização tecnológica, a fim de reforçar sua competitividade as ações estratégicas, **aprimorar a eficiência operacional e integrar novos projetos** que impulsionam a transformação digital da Agência.

Além da manutenção dos sistemas operacionais vigentes, está prevista a implementação da **Avaliação de Maturidade Institucional** e a renovação do parque tecnológico. A Agência também implementará soluções de **Inteligência Artificial** adaptadas ao seu contexto organizacional, bem como um programa de **capacitação em Gestão de Projetos** a fim de aumentar a eficiência, a padronização e a previsibilidade na execução dos projetos da Agência.

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	Descrição	Metas 2026
Número de projetos de automação de serviços entregues	Refere-se à quantidade de projetos de automação de serviço entregues para e a eficiência operacional da Embratur	3
Taxa de utilização de dados (percentual de dados utilizados efetivamente em processos de negócios)	Refere-se ao número de usuários (ou áreas) da Embratur que utilizam ativamente os dados gerados pela GIDC (uniformidade de dados, fonte única) em suas atividades	85%
Realização da medição do nível de maturidade de dados	Refere-se ao grau de maturidade da Embratur com base no desempenho e avaliação de componentes de gerenciamento de dados (dados, análises, tecnologia, pessoas e cultura).	75% dos itens analisados com status de iniciado, 50% dos itens analisados com status de emergentes e 10% dos itens analisados com status de desenvolvido
Número de ações de promoção que utilizam novas ferramentas e tecnologias	Refere-se à utilização de novas ferramentas e tecnologias nas ações para divulgação do Brasil	8

Em 2026, a Embratur seguirá aprimorando suas ações de comunicação e relacionamento com os públicos estratégicos. Com a finalidade de ampliar o reconhecimento e o **fortalecimento da imagem institucional**, as iniciativas buscam consolidar a Agência como referência em promoção do turismo brasileiro, por meio de uma atuação integrada entre mídia, digital e engajamento social.

Diante disso, serão ampliadas as produções audiovisuais do **Turismo Transforma**, evidenciando o impacto positivo do turismo na vida dos brasileiros, e reforçando o comprometimento da Agência com o desenvolvimento socioeconômico do Brasil. E ainda, a **Comunidade Embratur** seguirá estimulando a troca de informações e o alinhamento das ações promocionais, como um canal de proximidade com o *trade* turístico, fortalecendo a cultura institucional e a identidade da Embratur.

Outrossim, a Embratur continuará promovendo práticas responsáveis, incluindo a compensação de carbono em seus eventos, em comprometimento com práticas de ESG (*environmental, social and governance*), com as iniciativas de **sustentabilidade e turismo regenerativo**, fortalecendo a sua imagem como uma Agência comprometida com o desenvolvimento sustentável através do turismo.

Processos Internos

Objetivo Estratégico 5:

Fortalecer a imagem institucional da Embratur.

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.
VISIT BRASIL SUMMIT	A segunda edição do <i>Visit Brasil Summit</i> tem como objetivo a promoção internacional do turismo brasileiro, cuja programação incluirá atividades técnicas, culturais, debates estratégicos e celebrações alusivas aos 60 anos da Embratur.
TURISMO TRANSFORMA	Documentários realizados por meio de reportagens audiovisuais que mostram o impacto positivo do turismo internacional na vida dos brasileiros que trabalham no setor.
COMUNIDADE EMBRATUR	Comunicação direta com o <i>trade</i> turístico, para fins de captação de <i>leads</i> e estruturação de canais de comunicação direta para prestação de serviços e fornecimento de informações para o setor do turismo.

Ações Estratégicas

LIVE MARKETING	Os materiais promocionais fortalecem a conexão entre a Marca Brasil, a Embratur e o público, ampliando as experiências vividas pelos turistas e influenciando suas futuras decisões de viagem.
MARKETING DIGITAL	A estratégia de atuação digital a partir de parcerias com <i>Collabs</i> , influenciadores busca ampliar o alcance e a visibilidade da marca Brasil, fortalecendo sua presença internacional. Além, da atuação do destino turístico Brasil nos meios digitais para potencializar a presença digital do País junto aos mercados e públicos prioritários, fortalecendo as redes sociais do Visit Brasil.
EMBRATUR 60 ANOS	Séries de iniciativas (<i>branding</i> , campanhas, eventos) com o objetivo de fortalecer a imagem institucional da Agência e evidenciar sua relevância para o turismo internacional e para o desenvolvimento sustentável do Brasil.
SUSTENTABILIDADE	Promover a compensação das emissões de carbono, ampliar o tema de turismo regenerativo para <i>trade</i> turístico. Além da elaboração do segundo relatório GRI a fim de demonstrar dos índices ESG (<i>environmental, social and governance</i>).

Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Número de menções positivas à Embratur	Mensurar a quantidade de menções realizadas com a imprensa não especializada e do <i>trade</i>	310
Número de acordos ou instrumentos formalizados com órgãos públicos e entidades do setor	Mensurar a capacidade de integração e cooperação da Embratur com outros atores do setor do turismo e/ou correlatos	10

Com o propósito de fortalecer o ambiente organizacional a Embratur, a Agência atuará na obtenção de certificações, segundo as normas da ABNT, com o objetivo de alcançar a padronização dos procedimentos, segurança na atuação e melhoria na imagem e valor perante o mercado.

A Embratur visa promover **ações de motivação, bem-estar e o crescimento contínuo dos colaboradores**, iniciativas como *onboarding*, promoverão o aumento da produtividade, a retenção de talentos e redução custos de rotatividade, além de fortalecer o alinhamento com a cultura e aos valores da empresa.

Investirá em **desenvolvimento para o gestores**, sobre práticas para ambiente seguro e respeitoso para todos(as) os(as) funcionários(as). Promovendo a cultura organizacional pautada em ética, valorização institucional e respeito.

Além disso, no ano de 2026, a **auditoria e controle** irá desempenhar um papel primordial no fortalecimento da comunicação entre as áreas, atuando de maneira com que os atos administrativos sejam conduzidos em conformidade com as normas, com objetividade e clareza.

Aprendizado e Crescimento

Objetivo Estratégico 6:

Melhorar a comunicação interna da Embratur.

Ações Estratégicas

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL	Promover o engajamento, motivação, bem-estar e desenvolvimento dos colaboradores.
GESTÃO DE PESSOAS	Integração de novos colaboradores, a partir de iniciativas como <i>onboarding</i> , promovendo o aumento da produtividade, a retenção de talentos e reduz custos de rotatividade, além de fortalecer o alinhamento com a cultura e os valores da empresa desde o início.
OUVIDORIA E INTEGRIDADE	Certificar a Embratur segundo as normas da ABNT, promovendo padronização, segurança e valorização institucional. Inclui a capacitação de diretores e funcionários, além da implementação de processos educativos voltados à ética, ao respeito e à integridade no ambiente organizacional.
AUDITORIA E CONTROLE	Assegurar a capacitação de cada auditor, com independência e objetividade, a fim de que os atos administrativos da gestão atendam às normas pertinentes, contribuindo para a melhoria da eficácia dos controles e mitigação de riscos, além de prestar consultoria e dar ciência das eventuais desconformidades às áreas envolvidas.



Indicadores e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Índice de satisfação com a comunicação interna e endomarketing	Realização anual de pesquisa com colaboradores sobre a satisfação com a comunicação interna e endomarketing	96%

Aprendizado e Crescimento

Objetivo Estratégico 7:

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

Em consonância com o objetivo estratégico a Embratur se dedicará à **captação de recursos** que representa uma ação estratégica para ampliar as fontes de financiamento, viabilizando novos projetos e garantindo o crescimento sustentável da Agência.

As ações de descarbonização promoverão a **otimização de recursos**, por meio da manutenção de veículos elétricos, contribuirão para além da modernização da frota, a diminuição dos gastos com combustíveis, reforçando **o compromisso ambiental da Agência**. A implantação do sistema fotovoltaico, por sua vez, visa reduzir de forma permanente os custos com energia elétrica, gerando economia recorrente e alinhando-se às práticas de sustentabilidade institucional.

Em conjunto, essas iniciativas consolidam a busca por **eficiência, sustentabilidade**, pilares fundamentais para o fortalecimento institucional e o alcance dos resultados estratégicos da Embratur.

Ações Estratégicas

CAPTAÇÃO DE RECURSOS	Desenvolvimento de projetos, a fim de diversificar fontes de receita. O objetivo é estruturar projetos para captação de recursos.
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 e Metas

Indicadores	Descrição	Metas 2026
Crescimento de receitas	Crescimento de receitas em relação ao orçamento do ano anterior	5% de crescimento de receitas em relação ao orçamento do ano anterior
Geração de receitas próprias	Gerar receitas próprias sem a dependência de recursos da União	Orçamento Anual da União representar até 60% das receitas da Embratur

6

Metodologia de Revisão

Fundamentação Legal

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**.

As ações previstas como *press trips*, *famtours* e *roadshows*, têm o **planejamento detalhado com uma antecedência de em média 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 ao longo do ano de execução com antecedência mínima de um mês.

Metodologia

Quanto à **revisão das metas e indicadores** estabelecidas no Plano Estratégico da Embratur, ocorrerá 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 2026, os indicadores e suas metas foram mantidas, além da proposição de novas metas a fim de mensurar o desempenho da Agência ao longo do ano.

embratur.com.br



GERÊNCIA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



planejamento@embratur.com.br