



A NOVA EMBRATUR NA

MARCHA DOS PREFEITOS 2023



 **EMBRATUR**

Promoção dos produtos, destinos e serviços turísticos brasileiros no exterior

A Lei nº 14.002/20 transformou o Instituto Brasileiro do Turismo em

Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

A nova agência, serviço social autônomo, de direito privado, ganhou mais agilidade na promoção internacional do Brasil nos mercados estratégicos do exterior.

A Embratur tem como objetivo o planejamento, a formulação e a implementação das ações de promoção comercial de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, em cooperação com a administração pública federal, com a finalidade de atrair mais turistas e divisas para o Brasil.



A nova

Embratur

Fortalecimento da
imagem do país
internacionalmente

O Brasil volta a ser o país que o mundo conhece como destino turístico, com uma combinação única de natureza e cultura, com alegria, diversidade, sustentabilidade e ações climáticas.

Pautada nessas premissas, a nova EMBRATUR é...





A nova Embratur é

Mais sustento e sustentabilidade

- Turismo precisa ser encarado como vetor de desenvolvimento socioeconômico, inclusão e diversidade, valorização da cultura e respeito à natureza
- A cada R\$ 1 investido na promoção internacional, retornam R\$ 20 na economia brasileira, segundo dados da FGV
- O turismo é o sustento de milhares de famílias. Dialoga com 571 setores e emprega profissionais de alta gestão ou especialistas em tecnologias àqueles com formação básica e jovens no início de carreira, transformando a vida de milhões de brasileiros
- Turismo demanda aceleração na transição para energias renováveis, economia circular e baixas emissões de gases de efeito estufa. Por isso, será um parceiro fundamental na transição à economia de baixo carbono
- Turismo gera desenvolvimento socioeconômico, e pode financiar a conservação da biodiversidade. Quando o setor é tratado com seriedade e profissionalismo, todo mundo ganha
- É dinheiro no bolso do comerciante, do dono da pousada e do restaurante, do garçom, do chef criativo, da camareira, do profissional dedicado a novas tecnologias ou do guia. Também, é dinheiro para financiar reservas de natureza, regeneração de ecossistemas degradados, manutenção de valores de culturas tradicionais, revitalização de espaços culturais, para negócios ou eventos.
- É fonte de recurso que beneficia a economia das cidades, melhora a arrecadação das prefeituras e é aliado para valorização de espaços urbanos ou naturais
- Quando a Embratur investe na promoção internacional do turismo, contribui para a qualidade de vida nas cidades





A nova Embratur é

Mais transparência e diálogo

- Ouvir quem faz recebe o visitante estrangeiro no município, ou seja, na ponta
- Dialogar diretamente com os gestores estaduais e municipais para saber o que pode ser aprimorado a curto, médio e longo prazos, com foco na atração do visitante estrangeiro
- Essa parceria é fundamental para que nossos atrativos e experiências turísticas enriqueçam nossa vitrine e estejam preparadas para as exigências dos viajantes internacionais
- As secretarias estaduais e municipais podem contar com o apoio da nova Embratur para posicionarem seus destinos turísticos internacionalmente
- Queremos somar e trabalhar juntos para que os municípios se desenvolvam e prosperem, por meio do turismo internacional
- A Embratur conta com destinos turísticos de excelência para posicionar o Brasil no lugar que ele merece no mercado internacional





A nova Embratur é

Mais autenticidade

- Somos o "Brasil com S"
- A Marca Brasil é sinônimo da valorização do turismo brasileiro, pois resgata profissionalismo e projeção internacional de forma mais competitiva
- A volta do "S" traz identidade ao país, com o seu próprio idioma
- É o cidadão brasileiro se sentindo pertencente ao seu território
- É a valorização da nacionalidade brasileira
- É o reconhecimento do estrangeiro sobre o que nós temos de mais valioso:

AZUL - céus e águas

VERDE - natureza

LARANJA - alegria do povo

VERMELHO - festas populares

AMARELO - luminosidade

BRANCO - fé



**Divulgue a marca
você também!**

Escaneie o QR CODE ou
CLIQUE para saber mais



A nova Embratur é

Mais informação

- Informações disponíveis sobre os resultados do turismo internacional no Brasil, oportunidades e tendências globais
- Produção e compartilhamento de dados qualificados do turismo internacional para fundamentar tomadas de decisões

Mais divisas e turistas estrangeiros no Brasil

- A nova Embratur está reconstruindo a imagem do Brasil no exterior para atrair mais divisas e turistas estrangeiros, com foco na valorização de nossa cultura e na conservação da nossa biodiversidade, gerando emprego e renda nos municípios





A nova Embratur é

Mais profissional

- Uma agência com CORPO TÉCNICO EXPERIENTE, EFICIENTE E RECONHECIDO PELO MERCADO, pautado pelo DIÁLOGO, TRANSPARÊNCIA, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE
- Esse é o retrato da nova gestão, que se guiará sempre por critérios técnicos para que o Brasil seja mais competitivo no exterior

Mais gestão estratégica



Veja na próxima página



Presidência

Responsável pela articulação institucional política e econômica para promover o Brasil internacionalmente

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

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade

Apresentar ao mundo uma oferta turística autêntica e comprometida com a sustentabilidade, de maneira profissional, para atrair divisas e visitantes estrangeiros, de lazer e de negócios, para todas as regiões brasileiras

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

Diretoria de Gestão e Inovação

Viabiliza administrativamente a Agência e é responsável pelo desenvolvimento de projetos de inovação aberta no turismo

- Gerência de Gestão de Gabinete
- Gerência de Inovação
- Gerência Jurídica
- Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade
- Gerência de Suprimentos e Logística
- Gerência de Talentos e RH
- Gerência de Tecnologia da Informação





Prefeito,

se na sua região já existem experiências turísticas preparadas (ou em estágio avançado de estruturação) para receber o turista internacional, veja abaixo como pode trabalhar com a EMBRATUR nesta jornada:

A Embratur elabora estratégias e define ferramentas para promover os destinos turísticos brasileiros em outros países. Os destinos turísticos preparados para promoção no exterior podem contar com o apoio da Agência e fazer parte desta estratégia.



Confira quais são essas possibilidades



FEIRAS INTERNACIONAIS (co-expositor)

A Embratur divulga editais de chamamento público para os interessados em conectar-se com agentes do mercado e fazer negócios em feiras internacionais de promoção do turismo. A análise e a classificação dos interessados nesses eventos seguem critérios de pontuação estabelecidos no edital. São oportunidades de divulgação e de comercialização dos produtos locais, uma vez que os eventos contam com a presença de operadores, companhias aéreas, agentes e/ou turistas.

ROADSHOWS

Eventos de promoção e de comercialização de produtos, destinos e serviços turísticos brasileiros nos principais mercados estrangeiros. Aproximam as companhias aéreas, os cruzeiros, os operadores e os agentes de viagens dos destinos brasileiros. A programação dos roadshows inclui apresentações da Embratur sobre as experiências brasileiras, direcionadas para cada mercado, rodada de negócios com agentes e operadores dos países em questão e agendas de encontros focados no fortalecimento do relacionamento profissional.

PRESS TRIP e INFLUENCER TRIP (parceria)

Ferramentas fundamentais para divulgar o destino internacionalmente. Isso porque jornalistas e influenciadores digitais de mercados prioritários para o turismo são convidados pela Embratur para vivenciarem experiências locais e produzirem conteúdos com a finalidade de despertar o interesse do público estrangeiro em conhecer o Brasil. Essa ação pode ocorrer em parceria com os municípios e com os empreendedores locais, além de parceiros da Embratur com o SEBRAE e associações setoriais do turismo no país.

Famtour (viagens de familiarização)

Oportunidade para que operadores e agentes de viagens internacionais façam visitas técnicas nos destinos do Brasil. Essa interação contribui para que profissionais de vendas ampliem e diversifiquem a vitrine de produtos e, assim, vendam mais e melhor o Brasil, impulsionando o turismo local.

Workshop de capacitação de profissionais que atuam no setor

A Embratur realiza a capacitação de profissionais do setor local para receber turistas estrangeiros. O treinamento é focado em Inteligência de Mercado, com conteúdos personalizados para a região e é voltado a representantes de órgãos públicos de turismo, associações, empresários, operadores, agentes e outros profissionais do segmento.



Outras ações praticadas pela Embratur para promover o país no exterior:

- Missões de Vendas
- Press Releases
- Ações promocionais com as representações diplomáticas brasileiras no exterior
- Campanhas de Marketing
- Estratégias de Live Marketing
- Estratégias Digitais
- Captação de eventos internacionais





Como participar de feiras internacionais, roadshows e workshops?

1

Fique de olho no calendário e na publicação dos editais de chamamento público. Eles serão divulgados no [site da EMBRATUR](#)

2

Com o edital publicado, abre-se um prazo de 20 dias para inscrição dos interessados

3

Encerrado o prazo de preenchimento do formulário, a EMBRATUR analisa e classifica as inscrições, seguindo critérios de pontuação estabelecidos no edital

4

O resultado é divulgado em até 60 dias que precedem o início das feiras





Como receber turismo de reuniões, incentivos e negócios internacionais?

1

O município precisa ter perfil/estrutura para receber eventos corporativos, como rede hoteleira/gastronômica, centro de convenções/eventos, transporte, receptivo qualificado e outros

2

Identificar a personalidade ou atrativo do setor, seguindo o tema do evento, que seja reconhecido nacionalmente e internacionalmente, além de ter qualificação para captar o evento

3

É preciso ter reconhecimento da aptidão da cidade

4

O potencial candidato, que será o responsável pela realização do evento, pode ser identificado e motivado pelos órgãos oficiais

5

Será essa instituição que pedirá, com o seu CNPJ, apoio para a Embratur, na Gerência de Eventos, Turismo de Reuniões, Incentivos e Negócios Internacionais



Mais informações



presidencia@embratur.com.br

marketing@embratur.com.br

dgi@embratur.com.br



(61) 2023-8529 ou (61) 2023-8506



**Aplique a
Marca Brasil
em suas ações
internacionais**

CLIQUE para baixar

Canais de comunicação

embratur.com.br



 **EMBRATUR**

