



# ANEXO 1

CADERNO DE INDICADORES E METAS

## CONSIDERAÇÕES SOBRE INDICADORES

Uma organização que dimensiona adequada e sistematicamente seu desempenho pode realizar rapidamente intervenções, à medida que ocorrem flutuações de processo. Dessa forma, com base nas informações geradas, os colaboradores podem avaliar o desempenho de equipes, atividades, processos e gestão, para tomar decisões e executar ações que irão melhorar o desempenho da Agência.

Segundo Ferreira, Cassiolato e Gonzalez (2009):

*“O indicador é uma medida, de ordem quantitativa ou qualitativa, dotada de significado particular e utilizada para organizar e captar as informações relevantes dos elementos que compõem o objeto da observação. É um recurso metodológico que informa empiricamente sobre a evolução do aspecto observado”.*

Diversas literaturas adotam uma classificação de Indicadores, a Embratur buscou utilizar a terminologia de designar seus Indicadores de: Esforço e de Resultado, considerando a forma mais presente no Brasil.

### QUADRO 1 Indicadores de Esforço e de Resultado

Indicadores de Esforço	Indicadores de Resultado
Insumos	
Execução	Eficácia
Eficiência	Efetividade

Fonte: Elaboração de Indicadores de Desempenho Institucional – ENAP

### QUADRO 2 Indicadores de Esforço e de Resultado - Conceitos

Indicadores de Resultados	Indicadores de Esforço
Mede o efeito após um certo tempo.	Mede a causa antes de o efeito acontecer.
Serve para verificar se os Objetivos estão sendo atingidos.	Serve para verificar se os planos ligados aos Fatores Críticos de Sucesso estão sendo cumpridos.
Apropriado para a medição do alcance de Objetivos.	Apropriado para a medição de planos de ação, projetos e iniciativas.

Fonte: Elaboração de Indicadores de Desempenho Institucional – ENAP

**QUADRO 3 Classificação de Indicadores pelo posicionamento da Cadeia de Valor**

Tipo de Indicador	Significado	Exemplo
Efetividade	Mede o impacto de ações no contexto, agregando-lhe valor.	Porcentagem de alunos aprovados no vestibular.
Eficácia	Mede o quanto foi entregue do que era necessário entregar.	Porcentagem de alunos com média acima de nove na nota final.
Eficiência	Mede a relação entre os serviços entregues e os recursos dispendidos (recursos de forma geral, e não apenas relacionados a custos).	Custo por aluno.
Execução	Mede o quantitativo executado.	Quantidade de alunos formados.
Insumos	Mede a quantidade de insumos ou recursos humanos, materiais ou financeiros gastos ou necessários.	Quantidade de professores contratados.

Fonte: Elaboração de Indicadores de Desempenho Institucional – ENAP

Assim, conforme as considerações feitas anteriormente, são apresentados os Indicadores e as Metas da Embratur, com o respectivo Objetivo Estratégico associado.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 1:** Contribuir para o aumento do número de visitantes estrangeiros.

Indicador de Resultado

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Contribuir para o aumento do número de visitantes estrangeiros.</b>		
<b>Indicador</b>	Entrada anual de turistas estrangeiros		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficácia		
<b>Descrição</b>	Indica a progressão de entradas de turistas estrangeiros no Brasil		
<b>Área de Gestão</b>	Inteligência		
<b>Aferidor Responsável</b>	Theogenes Sousa		
<b>Aferidor Substituto</b>	George Honório		
<b>Regra de cálculo</b>	$\text{Ano Base} - \text{Ano Anterior} \times 100 / \text{Ano Anterior}$		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o ingresso de turistas estrangeiros no país		
<b>Fontes</b>	Polícia Federal / MTur /OMT		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem em cima da regra de cálculo		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 10%	<b>2022:</b> 30%	<b>2023:</b> 10%

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 2:** Contribuir para a geração de receita, emprego e renda.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Contribuir para a geração de receita, emprego e renda.</b>		
<b>Indicador</b>	Receita gerada pelos visitantes internacionais		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Apresentar a quantidade e volume de eventos de contratação de operações de câmbio, mensal e total, nos últimos doze meses.		
<b>Área de Gestão</b>	Inteligência		
<b>Aferidor Responsável</b>	Maressa Rocha		
<b>Aferidor Substituto</b>	George Honório		
<b>Regra de cálculo</b>	Quantidade de contratações de operações de câmbio nos últimos doze meses		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o ingresso de divisas geradas pelo ingresso de estrangeiros no país		
<b>Fontes</b>	Banco Central do Brasil/MTur/OMT		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem de crescimento		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 10%	<b>2022:</b> 30%	<b>2023:</b> 10%

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:** Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramenta de Marketing, Mídias e Eventos.

Indicador de Resultado

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramenta de Marketing, Mídias e Eventos.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de impactos alcançados nas campanhas publicitárias produzidas <i>on e off-line</i> .		
<b>Tipo de Indicador</b>	Efetividade		
<b>Descrição</b>	Mensuração do número de campanhas publicitárias realizadas pela Embratur		
<b>Área de Gestão</b>	CPP-GPPMD-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Joaquim Estevam		
<b>Aferidor Substituto</b>	Karisa Nogueira		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização do número de impactos alcançados nas campanhas publicitárias		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o alcance das campanhas publicitárias realizadas		
<b>Fontes</b>	Relatório analítico das campanhas		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Impactos por peça de campanha		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 250 milhões	<b>2022:</b> 300 milhões	<b>2023:</b> 375 milhões

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramenta de Marketing, Mídias e Eventos.</b>		
<b>Indicador</b>	Aumento de seguidores na Rede Social Instagram.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Contabilização do crescimento de seguidores no Instagram		
<b>Área de Gestão</b>	CMD-GPPMD-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Aryanna Carvalho		
<b>Aferidor Substituto</b>	Karisa Nogueira		
<b>Regra de cálculo</b>	$(\text{N}^{\circ} \text{ de novos seguidores ao final do ano} / \text{N}^{\circ} \text{ de seguidores do início do ano}) * 100$		
<b>Finalidade</b>	Mensuração do crescimento de seguidores na rede Instagram		
<b>Fontes</b>	Redes Sociais		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem de crescimento com base nos dados do início do ano de 2021		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 6,25%	<b>2022:</b> 7,45%	<b>2023:</b> 8,95%

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramenta de Marketing, Mídias e Eventos.</b>		
<b>Indicador</b>	Crescimento no engajamento em redes sociais.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	O engajamento é um indicador do envolvimento do usuário com uma publicação. Ele aponta uma média de curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações. As redes que terão resultados aferidos mensalmente são: Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube.		
<b>Área de Gestão</b>	CMD-GPPMD-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Aryanna Carvalho		
<b>Aferidor Substituto</b>	Karisa Nogueira		
<b>Regra de cálculo</b>	$((\text{Like} + \text{Comentários}) / \text{Posts}) / \text{Número Total de Seguidores} / 10) * 100 = \text{Média de Engajamento}$		
<b>Finalidade</b>	Mensuração do interesse pelo conteúdo publicado nas redes da Embratur		
<b>Fontes</b>	Redes Sociais		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem de crescimento do engajamento em cada rede social com base nos dados do início do ano de 2021		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 2,50%	<b>2022:</b> 3,35%	<b>2023:</b> 4,25%

## Indicador de Resultado

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros com ferramenta de Marketing, Mídias e Eventos.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de participações/realizações da Embratur em eventos e ações de promoção.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficácia		
<b>Descrição</b>	Mensurar a Participação e realização da Embratur em eventos e ações de promoção		
<b>Área de Gestão</b>	CFE-GFE-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	André Zottich		
<b>Aferidor Substituto</b>	José Maurilo		
<b>Regra de cálculo</b>	Realizado/ planejado x 100		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a participação e realização de eventos e ações de promoção do Brasil pela EMBRATUR		
<b>Fontes</b>	Planilhas de controle da CGST		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de participações/realizações		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022: 2</b>	<b>2023: 3</b>

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:** Promover a “Marca Brazil”.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Ações para Promoção da “Marca Brazil”.</b>		
<b>Indicador</b>	Registro da Marca efetuado, quantidade de licenciados obtidos e valores arrecadados		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a quantidade de licenciados e valores arrecadados com as ações realizadas para a promoção da "Marca Brazil".		
<b>Área de Gestão</b>	CGR		
<b>Aferidor Responsável</b>	Claudine Bichara		
<b>Aferidor Substituto</b>	Renata Hage		
<b>Regra de cálculo</b>	Número de licenças contratadas e valores arrecadados.		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o processo para a promoção e licenciamento da "Marca Brazil".		
<b>Fontes</b>	Planilhas de controle.		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Quantidade de ações implementadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 4	<b>2022:</b> 7	<b>2023:</b> 2

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 5:** Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Montante direcionado às ações promocionais patrocinadas pela Embratur.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensuração do aporte financeiro da Embratur em apoios e patrocínios a eventos e projetos de promoção turística		
<b>Área de Gestão</b>	CPP-GPPMD-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Joaquim Estevam		
<b>Aferidor Substituto</b>	Karisa Nogueira		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização dos valores destinados às ações promocionais patrocinadas pela Embratur		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação da Embratur em patrocínios, eventos e projetos de promoção turística		
<b>Fontes</b>	Planilhas de controle da DMIC/GPPMD		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Recurso, em Reais, destinado por ação patrocinada		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> R\$ 1,5 milhões	<b>2022:</b> R\$ 3 milhões	<b>2023:</b> R\$ 5 milhões

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de ações de Relações Públicas em Feiras e Eventos nos mercados das Américas (norte, central, sul), África e Oceania		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Atendimento à imprensa especializada internacional; agendamento de entrevistas; assessoria de porta-voz; criação de mailing qualificado		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	$\frac{N^{\circ} \text{ feiras participação RP}}{N^{\circ} \text{ feiras realizadas pela Embratur nas regiões}} \times 100$		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de Relações Públicas realizadas pela Embratur enquanto expositora		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Percentual		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 50%	<b>2023:</b> 75%

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de ações de Relações Públicas em Feiras e Eventos nos mercados da Europa e Ásia		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Atendimento à imprensa especializada internacional; agendamento de entrevistas; assessoria de porta-voz; criação de mailing qualificado		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	$\frac{N^{\circ} \text{ feiras participação RP}}{N^{\circ} \text{ feiras realizadas pela Embratur nas regiões}} \times 100$		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de Relações Públicas realizadas pela Embratur enquanto expositora		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Percentual		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 50%	<b>2023:</b> 75%

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos de imprensa nos núcleos de atendimento ativos dos mercados das Américas (norte, central, sul), África e Oceania		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Relacionamento com a imprensa internacional; envio de releases; monitoramento das publicações		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	<i>Nº de matérias publicadas</i>		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de matérias publicadas em veículos internacionais		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Unidade		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 70	<b>2023:</b> 100

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de matérias sobre o turismo brasileiro publicadas em veículos de imprensa nos núcleos de atendimento ativos dos mercados da Europa e Ásia		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Relacionamento com a imprensa internacional; envio de releases; monitoramento das publicações		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	<i>Nº de matérias publicadas</i>		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de matérias publicadas em veículos internacionais		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Unidade		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 50	<b>2023:</b> 80

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Retorno do Investimento (ROI) dos núcleos de atendimento ativos dos mercados das Américas (norte, central, sul), África e Oceania		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Verificar se os investimentos em mídia estão gerando o retorno esperado		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	$\frac{\text{Valor da exposição de mídia} - \text{Investimento}}{\text{Investimento}} \times 100$		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o Retorno do Investimento (ROI) das matérias publicadas em veículos internacionais		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Percentual		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 150%	<b>2023:</b> 170%

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Retorno do Investimento (ROI) dos núcleos de atendimento ativos dos mercados das Américas (norte, central, sul), África e Oceania		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Verificar se os investimentos em mídia estão gerando o retorno esperado		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	$\frac{\text{Valor da exposição de mídia} - \text{Investimento}}{\text{Investimento}} \times 100$		
<b>Finalidade</b>	Monitorar o Retorno do Investimento (ROI) das matérias publicadas em veículos internacionais		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Percentual		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022:</b> 150%	<b>2023:</b> 170%

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de <i>Press trips</i> realizadas nos mercados das Américas (norte, central, sul), África e Oceania		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Organizar viagens aos destinos turísticos brasileiros de jornalistas e formadores de opinião para geração de mídia espontânea nos veículos especializados de maior visibilidade internacional		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GRII-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	<i>Nº de Press Trips Realizadas</i>		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de <i>press trip</i> realizadas ou apoiadas pela Embratur		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Unidade		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 2	<b>2023:</b> 3

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de <i>Press trips</i> realizadas nos mercados da Europa e Ásia		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Organizar viagens aos destinos turísticos brasileiros de jornalistas e formadores de opinião para geração de mídia espontânea nos veículos especializados de maior visibilidade internacional		
<b>Área de Gestão</b>	CRII-GR11-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Renan Prieto		
<b>Aferidor Substituto</b>	Marco Fonseca		
<b>Regra de cálculo</b>	<i>Nº de Press Trips Realizadas</i>		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações <i>de press trip</i> realizadas ou apoiadas pela Embratur		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Unidade		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021: 1</b>	<b>2022: 2</b>	<b>2023: 3</b>

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de <i>famtour</i> realizados.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensuração da quantidade de <i>famtours</i> realizadas ou apoiadas pela Embratur		
<b>Área de Gestão</b>	CPIPE/GPIPE-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Floriano Amorim		
<b>Aferidor Substituto</b>	Rodolfo Nogueira		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização de ações promovidas ou apoiadas pela Embratur		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a quantidade de ações de <i>famtours</i> realizadas ou apoiadas pela Embratur		
<b>Fontes</b>	Relatórios Produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de eventos realizados		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 2	<b>2022:</b> 5	<b>2023:</b> 5

## Indicadores de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de ações promocionais segmentadas realizadas com foco em natureza (ecoturismo, aventura e náutico).		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a promoção do Brasil como destino competitivo de natureza nos eventos segmentados de Ecoturismo/Aventura por meio de articulações estratégicas e fortalecimento do <i>networking</i> com o <i>trade</i> .		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Promoção Internacional do Turismo de Natureza (GPITN).		
<b>Aferidor Responsável</b>	Gentil Venâncio		
<b>Aferidor Substituto</b>	Alisson Andrade		
<b>Regra de cálculo</b>	Resultado de ações		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação da promoção segmentada de natureza no Brasil, a fim de impulsionar a oferta dos destinos desse segmento no mercado internacional.		
<b>Fontes</b>	Relatório GPITN		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de ações promocionais realizadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 4	<b>2023:</b> 6

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Participação em eventos segmentados com foco em Turismo Cultural		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a promoção do Brasil como destino competitivo de cultura nos eventos segmentados de cultura, gastronomia, religioso, patrimônio, cívico, regional, por meio de articulações estratégicas e fortalecimento do networking com o trade.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Promoção Internacional do Turismo Cultural (GPITC)		
<b>Aferidor Responsável</b>	Mário Pilar		
<b>Aferidor Substituto</b>	Aguinaldo Mascarenhas		
<b>Regra de cálculo</b>	Resultado de ações		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação da promoção segmentada cultural no Brasil, a fim de impulsionar a oferta dos destinos desse segmento no mercado internacional		
<b>Fontes</b>	Relatório GPITC		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Número de ações promocionais realizadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 4	<b>2023:</b> 4

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número Segmentos Turísticos Culturais		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Contabilização dos segmentos e nichos que a Embratur atua, no âmbito cultural, com o intuito de verificar o crescimento da abrangência das ações executadas pela Gerência.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Promoção Internacional do Turismo Cultural (GPITC)		
<b>Aferidor Responsável</b>	Mário Pilar		
<b>Aferidor Substituto</b>	Aguinaldo Mascarenhas		
<b>Regra de cálculo</b>	Resultado de ações		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação da promoção segmentada cultural no Brasil, a fim de impulsionar a oferta dos destinos desse segmento no mercado internacional.		
<b>Fontes</b>	Relatório GPITC		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Número de ações promocionais realizadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 4	<b>2023:</b> 4

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados interno e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de participações em feiras nacionais e internacionais de turismo.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar o número de participações da Embratur em feiras de turismo internacionais.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Eventos e Feiras (GEF)		
<b>Aferidor Responsável</b>	André Zottich		
<b>Aferidor Substituto</b>	José Maurilo		
<b>Regra de cálculo</b>	Quantitativo da participação em feiras		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de participação da Embratur em feiras internacionais de turismo		
<b>Fontes</b>	Relatórios internos		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de feiras realizadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 2	<b>2022:</b> 2	<b>2023:</b> 3

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados internos e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de Projetos Especiais desenvolvidos		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a execução de projetos especiais com vistas à promoção turística nacional e internacional do Brasil.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Promoção Internacional de Projetos Especiais		
<b>Aferidor Responsável</b>	Floriano Amorim		
<b>Aferidor Substituto</b>	Mychel Ferraz		
<b>Regra de cálculo</b>	Projetos desenvolvidos		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação, no âmbito das atribuições da Gerência de projetos especiais, a fim de impulsionar a promoção nacional e internacional do turismo brasileiro.		
<b>Fontes</b>	Relatório de gestão		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de projetos desenvolvidos		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 2	<b>2022:</b> 5	<b>2023:</b> 8

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados internos e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de ações promocionais realizadas com foco no turismo acessível.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a quantidade de ações realizadas para a promoção do turismo acessível.		
<b>Área de Gestão</b>	GTA - DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Eline Barbosa		
<b>Aferidor Substituto</b>	Tatiane Souza		
<b>Regra de cálculo</b>	Resultado de ações		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de atuação da promoção a fim de impulsionar a oferta dos destinos.		
<b>Fontes</b>	Relatórios internos		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de projetos desenvolvidos		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022: 2</b>	<b>2023: 3</b>

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover e apoiar a comercialização da oferta turística para os mercados internos e externo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de ações de comunicação corporativa e relações públicas		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a quantidade de ações realizadas		
<b>Área de Gestão</b>	CI - DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Conrado Esber		
<b>Aferidor Substituto</b>	Kátia Severo		
<b>Regra de cálculo</b>	Resultado de ações		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a amplitude de ações realizadas		
<b>Fontes</b>	Relatórios internos		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de Relatórios produzidos		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b>	<b>2022: 10</b>	<b>2023: 15</b>

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 6:** Aperfeiçoar a Governança, Integridade, Gestão de Riscos, Controles Internos e a Gestão Corporativa.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Aperfeiçoar a Governança, Integridade, Gestão de Riscos, Controles Internos e a Gestão Corporativa.</b>		
<b>Indicador</b>	Auditorias temáticas.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Verificar a conformidade legal das atividades desenvolvidas pelas unidades da Embratur, a partir da seleção de temas em razão da relevância, materialidade e riscos envolvidos.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Auditoria		
<b>Aferidor Responsável</b>	Jesse Andros Pires de Castilho		
<b>Aferidor Substituto</b>	José Silva de Souza Leal		
<b>Regra de cálculo</b>	Recomendações de auditoria relacionadas a impropriedades/irregularidades dividido pelo número de processos auditados.		
<b>Finalidade</b>	Auditar e auxiliar os setores da Embratur no aprimoramento de suas atribuições por meio de orientações e recomendações oriundas das atividades auditadas		
<b>Fontes</b>	Sistema SEI		
<b>Periodicidade</b>	Quadrimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de recomendações de auditoria relacionadas a impropriedades/irregularidades		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021: 1</b>	<b>2022: 1</b>	<b>2023: 1</b>

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Aperfeiçoar a Governança, Integridade, Gestão de Riscos, Controles Internos e a Gestão Corporativa.</b>		
<b>Indicador</b>	Auditorias em Feiras e Eventos.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Assegurar que os serviços efetivamente realizados nas feiras e eventos estejam em conformidade com os serviços contratados, avaliando se a expectativa de retorno do investimento é compatível com as atividades desenvolvidas pela Embratur e pelos co-expositores.		
<b>Área de Gestão</b>	Gerência de Auditoria		
<b>Aferidor Responsável</b>	Jesse Andros Pires de Castilho		
<b>Aferidor Substituto</b>	José Silva de Souza Leal		
<b>Regra de cálculo</b>	Auditar vinte por cento das feiras e eventos dos quais a agência participa, sendo, no mínimo seis, quando essas atividades se realizarem ao longo de todo o ano.		
<b>Finalidade</b>	Auditar e auxiliar a Agência no alcance dos seus objetivos institucionais por meio de orientações e recomendações oriundas das feiras auditadas		
<b>Fontes</b>	Sistema SEI		
<b>Periodicidade</b>	Quadrimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Quantitativo de Relatórios de Auditorias confeccionados durante o exercício		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 2	<b>2023:</b> 2

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 7:** Promover a cooperação e integração entre os atores do turismo.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Promover a cooperação e integração entre os atores do turismo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de acordos ou instrumentos formalizados com órgãos públicos e entidades do setor.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar a capacidade de integração e cooperação da Embratur com outros atores do setor do turismo e/ou correlatos.		
<b>Área de Gestão</b>	GABINETE DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	André Reis		
<b>Aferidor Substituto</b>	Kátia Severo		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização de Acordos de Cooperação e instrumentos afins formalizados		
<b>Finalidade</b>	Ampliar o espectro de atuação da agência por meio de acordos e instrumentos com outras entidades ligadas ao setor do turismo.		
<b>Fontes</b>	Documentos internos		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Acordos ou instrumentos formalizados		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 1	<b>2023:</b> 2

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 8:** Fortalecer e ampliar parcerias nacionais e internacionais.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Fortalecer e ampliar parcerias nacionais e internacionais.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de parcerias internacionais firmadas		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Monitorar a articulação da Embratur junto a atores internacionais do turismo		
<b>Área de Gestão</b>	Presidência / GGUEPA		
<b>Aferidor Responsável</b>	Heitor Kadri		
<b>Aferidor Substituto</b>	Roseane Costa		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização das parcerias firmadas formalmente		
<b>Finalidade</b>	Monitorar a capacidade de articulação da Embratur com atores internacionais		
<b>Fontes</b>	Documentos Internos		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de parcerias firmadas		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 2	<b>2023:</b> 3

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 9:** Assegurar fonte de recursos.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Assegurar fonte de recursos.</b>		
<b>Indicador</b>	Quantidade de serviços criados para a geração de novas fontes de receita		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Criação de novos serviços como fonte de receitas regulares para a Embratur.		
<b>Área de Gestão</b>	CGR-GGR-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Claudine Bichara		
<b>Aferidor Substituto</b>	Claudine Bichara		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização de serviços criados como fontes de receita regulares para a Embratur		
<b>Finalidade</b>	Receber novas fontes de receita para investimento em ações de promoção turística do Brasil.		
<b>Fontes</b>	Planilha de Controle e <i>back office</i> em tempo real.		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Número de serviços		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 2	<b>2022:</b> 3	<b>2023:</b> 5

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Assegurar fonte de recursos</b>		
<b>Indicador</b>	Geração de receita por meio de apoio à captação e/ou promoção de eventos nacionais e internacionais.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Contabilização das receitas captadas advindas de Cotas de patrocínio e/ou outras formas de arrecadação por meio de realização de eventos nacionais e internacionais		
<b>Área de Gestão</b>	GGR-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Claudine Bichara		
<b>Aferidor Substituto</b>	Renata Hage		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização das receitas captadas		
<b>Finalidade</b>	Viabilizar fontes de recursos à Embratur		
<b>Fontes</b>	Planilha de Controle da GGR		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	R\$ (valorado entre aportes e permutas de serviços)		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 400 mil	<b>2022:</b> 1 milhão	<b>2023:</b> 2 milhões

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 10:** Propor normas e medidas à execução da Política Nacional de Turismo.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Propor normas e medidas à execução da Política Nacional de Turismo.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de proposições normativas sugeridas		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Verificar o grau de atualização e adequação normativa da área de turismo de interesse da Embratur, principalmente aquelas que envolvem atividades internacionais, partindo-se do diagnóstico da legislação do antigo Instituto.		
<b>Área de Gestão</b>	Assessor Parlamentar		
<b>Aferidor Responsável</b>	Paulo Guedes		
<b>Aferidor Substituto</b>	Heitor Kadri		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização do número de normas e medidas sugeridas ou acompanhadas por ano.		
<b>Finalidade</b>	As alterações realizadas, propostas ou a serem acompanhadas, junto aos respectivos órgãos responsáveis, visa melhor atender aos propósitos e missão doravante estabelecidos para a nova Embratur.		
<b>Fontes</b>	SEI, Congresso Nacional e Poder Executivo.		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Números de normas e medidas sugeridas ou acompanhadas.		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 4	<b>2022:</b> 4	<b>2023:</b> 4

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 11: Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.**

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Percentual do Teto de Custeio Administrativo		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Razão do total de Orçamento aprovado em relação ao executado		
<b>Área de Gestão</b>	GOFC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Francisco Marcelo Matos Serejo		
<b>Aferidor Substituto</b>	Roberto Gelelete Teixeira		
<b>Regra de cálculo</b>	= (Exec/Aprov) x 100 – onde “Exec” é o valor executado no período e “Aprov” é o valor total do orçamento aprovado		
<b>Finalidade</b>	Acompanhar o dispêndio de recursos com atividades administrativas da Embratur		
<b>Fontes</b>	Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 10% do total do Orçamento Aprovado	<b>2022:</b> 10% do total do Orçamento Aprovado	<b>2023:</b> 10% do total do Orçamento Aprovado

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Percentual do Teto de Despesa de Pessoal		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Razão do total de Orçamento aprovado em relação ao gasto com pessoal		
<b>Área de Gestão</b>	GOFC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Francisco Marcelo Matos Serejo		
<b>Aferidor Substituto</b>	Roberto Gelelete Teixeira		
<b>Regra de cálculo</b>	= (Exec/Aprov) x 100 – onde “Exec” é o valor executado no período e “Aprov” é o valor total do orçamento aprovado		
<b>Finalidade</b>	Acompanhar o dispêndio de recursos com gasto com pessoal		
<b>Fontes</b>	Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 25% do total do Orçamento Aprovado	<b>2022:</b> 25% do total do Orçamento Aprovado	<b>2023:</b> 25% do total do Orçamento Aprovado

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Consumo de energia elétrica.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficiência		
<b>Descrição</b>	Acompanhar o consumo de energia elétrica (kwh) per capita por mês		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – GCCA - CIS		
<b>Aferidor Responsável</b>	Rômulo Ferreira		
<b>Aferidor Substituto</b>	Ricardo Carvalheira		
<b>Regra de cálculo</b>	Quantidade de energia elétrica consumida (kwh) por mês/quantidade total de Colaboradores em atividade no prédio.		
<b>Finalidade</b>	Acompanhar o consumo mensal de energia elétrica no edifício-sede para garantir o consumo racional.		
<b>Fontes</b>	CEB e Sistema de Gestão de Recursos Humanos		
<b>Periodicidade</b>	Mensal		
<b>Unidade de medida</b>	Kwh per capita (por pessoa)		
<b>Observações</b>	O cálculo da meta anual é proveniente do somatório das medições mensais do consumo, aferido através da regra de cálculo mensal.		
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> ≤1.750 Kwh/P.	<b>2022:</b> ≤1.650 Kwh/P.	<b>2023:</b> ≤1.550 Kwh/P.

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Consumo de água.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficiência		
<b>Descrição</b>	Acompanhar o consumo de água (m3) per capita por mês.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – GCCA - CIS		
<b>Aferidor Responsável</b>	Carolina Loiola		
<b>Aferidor Substituto</b>	Lucivânia		
<b>Regra de cálculo</b>	Quantidade de água consumida (m3) por mês/quantidade total de Colaboradores em atividade no prédio.		
<b>Finalidade</b>	Acompanhar o consumo mensal de água no edifício-sede para garantir o consumo racional.		
<b>Fontes</b>	CAESB e Sistema de Gestão de Recursos Humanos		
<b>Periodicidade</b>	Mensal		
<b>Unidade de medida</b>	m3 per capita (por pessoa)		
<b>Observações</b>	O cálculo da meta anual é proveniente do somatório das medições mensais do consumo, aferido através da regra de cálculo mensal. P.= Pessoa		
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 8.1 m3/P.	<b>2022:</b> 8.0 m3/P.	<b>2023:</b> 7.8 m3/P.

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Consumo de impressões.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficiência		
<b>Descrição</b>	Monitorar a quantidade mensal de impressões.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – Gerência de Tecnologia da Informação (GTI)		
<b>Aferidor Responsável</b>	Nathan Siqueira de Souza		
<b>Aferidor Substituto</b>	José Rodrigo Sales Gomes		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização de impressões		
<b>Finalidade</b>	Melhorar o controle sobre a quantidade de impressões com intuito de reduzir, otimizando o uso.		
<b>Fontes</b>	Sistema de Controle de Impressões/UniFlow		
<b>Periodicidade</b>	Mensal		
<b>Unidade de medida</b>	Número de impressões		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> ≤ 35.000	<b>2022:</b> ≤34.000	<b>2023:</b> ≤30.000

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Tempo médio de contratação por pregão.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar o tempo médio, em dias, para a realização dos processos licitatórios do tipo Pregão contado da abertura do Processo (Termo de Autorização de Prosseguimento) até o encaminhamento ao Gestor.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC - GCCA - CCCPC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Débora Galgany da Silva Vieira		
<b>Aferidor Substituto</b>	Daniela de Castro Bezerra		
<b>Regra de cálculo</b>	Somatório dos dias gastos em cada processo de contratação por pregão/total de pregões realizados.		
<b>Finalidade</b>	Monitoramento do processo e melhoria do fluxo de contratação do tipo Pregão.		
<b>Fontes</b>	Processos de Pregão.		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de dias		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> ≤ 120	<b>2022:</b> ≤ 120	<b>2023:</b> ≤ 120

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Tempo médio de contratação por concorrência.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar o tempo médio, em dias, para a realização dos processos licitatórios do tipo Concorrência contado da abertura do Processo (Termo de Autorização de Proseguimento) até o encaminhamento ao Gestor.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC –GCCA - CCCPC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Débora Galgany da Silva Vieira		
<b>Aferidor Substituto</b>	Daniela de Castro Bezerra		
<b>Regra de cálculo</b>	Somatório dos dias gastos em cada processo de contratação por Concorrência/total de Concorrências realizadas.		
<b>Finalidade</b>	Monitoramento do processo e melhoria do fluxo de contratação do tipo Concorrência.		
<b>Fontes</b>	Processos de Concorrência		
<b>Periodicidade</b>	Semestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de dias		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> ≤ 180	<b>2022:</b> ≤ 180	<b>2023:</b> ≤ 180

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Otimizar a Gestão Financeira, de Aquisições, Contratações e Serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Tempo médio de contratação por dispensa.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensurar o tempo médio, em dias, para a realização dos processos de dispensa contado da abertura do Processo (Termo de Autorização de Prosseguimento) até o encaminhamento ao Gestor.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – GCCA - CCCPC		
<b>Aferidor Responsável</b>	Débora Galgany da Silva Vieira		
<b>Aferidor Substituto</b>	Daniela de Castro Bezerra		
<b>Regra de cálculo</b>	Somatório dos dias gastos em cada processo de Dispensa/total de Dispensas realizadas.		
<b>Finalidade</b>	Melhorar o tempo para realização dos processos de Dispensa, otimizando o fluxo de trabalho.		
<b>Fontes</b>	Processos de Dispensa		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de dias		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> ≤ 30	<b>2022:</b> ≤ 30	<b>2023:</b> ≤ 30

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 12:** Gerar Inteligência de Mercado sobre oportunidades, customização de destinos, produtos e serviços.

Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Gerar Inteligência de Mercado sobre oportunidades, customização de destinos, produtos e serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de estudos produzidos.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensuração da quantidade de estudos técnicos elaborados pela Embratur		
<b>Área de Gestão</b>	CIMCT-GIMCT-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	George Honório		
<b>Aferidor Substituto</b>	Fernando Paranhos		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização dos estudos técnicos elaborados por todas as gerências da DMIC		
<b>Finalidade</b>	Subsidiar a tomada de decisões melhorando a precisão e eficácia dos investimentos promocionais realizados pela Embratur		
<b>Fontes</b>	Estudos produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de Estudos		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 1	<b>2022:</b> 8	<b>2023:</b> 8

## Indicador de Esforço

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Gerar Inteligência de Mercado sobre oportunidades, customização de destinos, produtos e serviços.</b>		
<b>Indicador</b>	Número de Relatórios de Inteligência produzidos.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Execução		
<b>Descrição</b>	Mensuração da quantidade de relatórios de inteligência mercadológica elaborados pela Embratur		
<b>Área de Gestão</b>	CIMCT-GIMCT-DMIC		
<b>Aferidor Responsável</b>	George Honório		
<b>Aferidor Substituto</b>	Fernando Paranhos		
<b>Regra de cálculo</b>	Contabilização de relatórios de inteligência mercadológica elaborados pela Embratur		
<b>Finalidade</b>	Subsidiar a tomada de decisões melhorando a precisão e eficácia dos investimentos promocionais realizados pela Embratur		
<b>Fontes</b>	Relatórios de Inteligência produzidos		
<b>Periodicidade</b>	Trimestral		
<b>Unidade de medida</b>	Número de relatórios produzidos		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 6	<b>2022:</b> 36	<b>2023:</b> 40

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 13:** Desenvolver competências, integrar e motivar pessoas.

Indicador de Resultado

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Desenvolver competências, integrar e motivar pessoas.</b>		
<b>Indicador</b>	Qualificação dos Colaboradores.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Eficácia		
<b>Descrição</b>	Quantidade média de horas de capacitação por Colaboradores		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – Gerência de Recursos Humanos (GRH)		
<b>Aferidor Responsável</b>	Alberto Cassiano Barbosa		
<b>Aferidor Substituto</b>	Thaís Bicalho Rodrigues		
<b>Regra de cálculo</b>	Somatório do número de horas de capacitação por Colaborador no ano / número total de Colaboradores em 31 de dezembro do exercício anterior a aferição.		
<b>Finalidade</b>	Ampliar a média de horas dedicadas ao treinamento e capacitação dos Colaboradores.		
<b>Fontes</b>	Controle Interno de Recursos Humanos.		
<b>Periodicidade</b>	Anual		
<b>Unidade de medida</b>	Horas		
<b>Observações</b>	Utilizaremos o recorte “cursos de idiomas – auxílio idiomas” e “cursos de curta duração”.		
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 03:00	<b>2022:</b> 03:00	<b>2023:</b> 03:00

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 14:** Aprimorar ferramenta de TIC para promover segurança, transformação digital e ampliar os canais de comercialização.

Indicador de Resultado

<b>Objetivo Estratégico:</b>	<b>Aprimorar ferramenta de TIC para promover segurança, transformação digital e ampliar os canais de comercialização.</b>		
<b>Indicador</b>	Nível de satisfação do usuário de TI.		
<b>Tipo de Indicador</b>	Efetividade		
<b>Descrição</b>	Acompanhar o nível de satisfação do usuário quanto às soluções apresentadas para os serviços de TI.		
<b>Área de Gestão</b>	DGC – Gerência de Tecnologia da Informação (GTI)		
<b>Aferidor Responsável</b>	Nathan Siqueira de Sousa		
<b>Aferidor Substituto</b>	Emerson Jose da Silva		
<b>Regra de cálculo</b>	Quantidade de níveis de satisfação ótimo x 100 dividido pela quantidade total de serviços.		
<b>Finalidade</b>	Avaliar a satisfação do usuário pelos serviços ofertados pela área de TI capazes de alcançar a meta de 85% de satisfação no ótimo e bom.		
<b>Fontes</b>	“Sistema Central de Atendimento ao Usuário (CAU) e Avaliação de satisfação por e-mail”.		
<b>Periodicidade</b>	Mensal		
<b>Unidade de medida</b>	Porcentagem de satisfação no nível ótimo e bom.		
<b>Observações</b>			
<b>Metas</b>	<b>2021:</b> 85% de satisfação	<b>2022:</b> 87% de satisfação	<b>2023:</b> 90% de satisfação

