



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO 2024 - 2027

MENSAGEM DE APRESENTAÇÃO



O Planejamento Estratégico da Agência Estadual de Turismo de Goiás buscou contemplar todos os aspectos do trabalho que a Goiás Turismo executa, detectar oportunidades e antecipar desafios. Para atingir o objetivo, foi criado um comitê composto por servidores da GT e representantes do trade turístico. A construção do Plano Plurianual da Goiás Turismo, como instrumento de planejamento governamental de médio prazo, considerou os caminhos para fortalecer a administração da autarquia e as diretrizes do Programa de Compliance Público, para otimizar ações pelo bem do Turismo, do Estado de Goiás e de sua população.

A agência atua para posicionar melhor os destinos goianos nos mercados turísticos nacional e internacional, inovar no fomento e divulgação do Turismo, estimular o desenvolvimento sustentável do setor, fortalecer a governança das 10 Regiões Turísticas e a captação de recursos públicos e privados para investimento no Turismo. Com foco nos resultados, a Goiás Turismo opera também para aumentar o índice de profissionais e empreendedores turísticos formalizados.

A Agência Estadual de Turismo, entidade da administração indireta do Poder Executivo do Estado de Goiás, criada pela Lei nº 13.550, de 11 de novembro de 1999, é uma entidade autárquica estadual, com autonomia administrativa, financeira e patrimonial, jurisdicionada à Secretaria de Estado da Retomada, nos termos da alínea "b" do inciso V do art. 52 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, que estabelece a organização administrativa do Poder executivo.

Esse planejamento tem vigência de 2024 a 2027, prevendo a continuidade de ações de políticas públicas no turismo, uma vez que essa área foi a mais afetada pela pandemia. A retomada do turismo se dará de forma mais lenta que as demais áreas da economia, pois ainda encontramos informalidade e desorganização no setor. Uma das ações estabelecidas por esta pasta é a organização e o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo, para que a Goiás Turismo deixe como legado o avanço da formalidade, efetivando políticas públicas que valorizem as regiões turísticas e aumentem o fluxo de visitantes no Estado de Goiás.



FABRÍCIO BORGES AMARAL
PRESIDENTE DA GOIÁS TURISMO - AGÊNCIA ESTADUAL DE
TURISMO

MATRIZ SWOT - GOIÁS TURISMO

Pontos Fortes

- 1- Relação próxima com o trade turístico
- 2 – Implantação de novas ideias de gestão e políticas públicas para o turismo
- 3 – Formatação de novos produtos e divulgação dos destinos turísticos
- 4 – Formação de ampla base de dados por meio de pesquisas Turísticas
- 5 – Marketing eficiente com ações de promoção consolidadas
- 6 – Planejamento estratégico para fomentar o Turismo em todas as regiões do Estado

Pontos Fracos

- 1– Execução das ações com prazos curtos
- 2 – Equipe qualificada reduzida com baixa adesão em capacitação por parte dos servidores
- 3 – Comunicação Interna ineficiente
- 4 – Dificuldade de indicadores para mensuração do que foi executado
- 5 – Baixa execução orçamentária e financeira

Oportunidades

- 1- Turismo como gerador de emprego e renda
- 2 - Recursos naturais, culturais e humanos de excelência no Estado de Goiás
- 3 - Políticas Públicas capazes de alavancar o turismo
- 4 - Tecnologia para divulgação dos destinos
- 5 – Transversalidade do Turismo na relação com outras Secretarias

Ameaças

- 1- Poucos recursos financeiros disponibilizados para o setor de turismo
- 2 – Descontinuidade das políticas públicas de turismo
- 3 - Desarticulação do trade turístico
- 4 – Turismo não constitui pauta prioritária diante de instabilidades econômicas
- 5 – Adesão do Estado ao Regime de Recuperação Fiscal



**PLANO
ESTRATÉGICO
GOIÁS TURISMO
2024 - 2027**

MISSÃO

Promover o desenvolvimento do turismo em Goiás, por meio da divulgação, incentivo e apoio à diversificação da oferta turística, contribuindo com experiências memoráveis para os visitantes e valorizando o patrimônio natural e cultural do estado.

VISÃO

Ser reconhecida como uma referência em turismo, promovendo os destinos e riquezas culturais do estado de Goiás, e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico da região e a preservação da biodiversidade.

VALORES

- 1. Sustentabilidade: Compromisso com práticas que promovam a preservação do meio ambiente e a valorização das comunidades locais.***
- 2. Inovação: Busca constante por novas ideias e soluções que impulsionem o turismo em Goiás.***
- 3. Excelência: Comprometimento com a qualidade e excelência em todos os aspectos das atividades da agência.***
- 4. Ética: Atuação pautada pela integridade, transparência e responsabilidade.***
- 5. Colaboração: Promoção do trabalho em equipe e parcerias estratégicas para alcançar objetivos comuns.***
- 6. Cultura: Valorização e promoção da diversidade cultural e étnica do estado de Goiás.***
- 7. Hospitalidade: Oferecimento de um acolhimento caloroso e genuíno aos turistas que visitam Goiás.***

MAPA ESTRATÉGICO

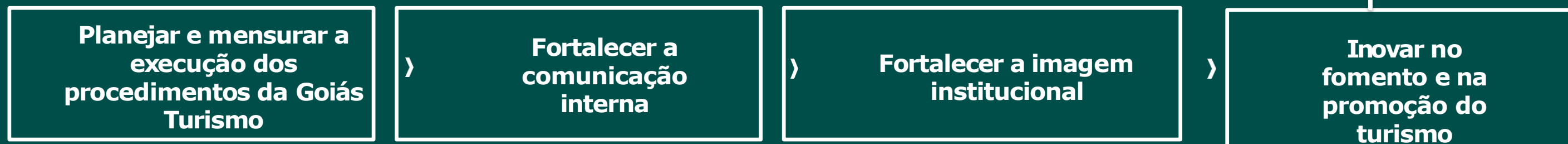
PERSPECTIVAS

FINANÇAS

APRENDIZADO
E CRESCIMENTO

PROCESSOS
INTERNOS

USUÁRIOS



PAINEL DE CONTROLE (BSC)

PERSPECTIVA	CLIENTES	PROCESSO/INOVAÇÃO	APRENDIZADO/CRESCIMENTO	FINANÇAS
OBJETIVO ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> 1- Reposicionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional 2- Qualificação do Trade Turístico 3- Estimular o desenvolvimento dos produtos turísticos 4 - Fomentar o Turismo na região do Nordeste Goiano 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Planejar e mensurar a execução dos procedimentos da Goiás Turismo 2 - Fortalecer a comunicação interna 3 - Fortalecer a imagem institucional 4 – Inovar no fomento e promoção do Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Promover qualificação dos servidores lotados na Goiás Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Fortalecer a captação de recursos públicos e privados 2- Gerir de forma eficiente os recursos orçamentários e financeiros
INDICADOR RESULTANTE	<ul style="list-style-type: none"> 1- Fluxo turístico em Goiás 2 - Índice de satisfação do turista com os serviços turísticos 3 - Índices econômicos do turismo 4 - Índices econômicos do turismo na região do Nordeste Goiano 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Incremento no mapeamento de procedimentos 2- Pesquisa de clima organizacional 3- Taxa de engajamento nas redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Número de treinamentos realizados por colaborador 2 - Índice de satisfação e engajamento dos colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Incremento de captação de recursos 2 – Taxa de execução orçamentária e financeira
FATOR CRÍTICO DE SUCESSO	<ul style="list-style-type: none"> 1- Fortalecimento das lideranças locais 2- Falta de produtos turísticos formatados 3 - Alto índice de informalidade no setor 4- Qualificação dos agentes públicos e da iniciativa privada 5 - Autonomia do setor privado 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Comunicação interna eficiente e eficaz 2 - Linguagem clara e acessível a todos os servidores, frequência de informações 3- Atuação em massa da comunicação e marketing nas redes sociais e site 4 - Postagem diária 5 - Mídia espontânea positiva 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Comunicação interna eficaz e eficiente 2- Disponibilizar cursos de acordo com a necessidade do órgão 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Interação com a esfera pública 2 - Interação com municípios e capacitação em projetos de captação 3- Execução orçamentária e financeira de forma eficiente
INDICADOR DIRECIONADOR	<ul style="list-style-type: none"> 1- Saldo positivo no CAGED 2- Número de produtos formatados pelos principais operadores de turismo, número de publicações na imprensa especializada e número de buscas pelas palavras-chave pelo Google Trends 3- Percentual do ICMS das Acts na arrecadação do Estado, aumento do índice de empregabilidade e posição no ranking nacional do Cadastur 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Qualidade de cursos disponibilizados e quantidade de horas per capta por órgão 2- Avaliação da qualidade de atendimento nas redes sociais e site 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Horas de capacitação 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Número de parcerias de financiamento de turismo com entidades públicas 2- Número de parcerias de financiamento de turismo firmadas com entidades privadas 3- Números de parcerias firmadas com prefeituras com finalidade de turismo 4-Taxa de execução orçamentária e financeira

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA USUÁRIOS

Reposicionar os destinos turísticos no mercado turístico nacional e internacional

Qualificação do trade turístico

Estimular o desenvolvimento dos produtos turísticos

Fomentar o turismo na região do Nordeste Goiano





OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PERSPECTIVA PROCESSOS INTERNOS

- Planejar e mensurar a execução dos procedimentos da Goiás Turismo
- Fortalecer a comunicação interna
- Fortalecer a imagem institucional
- Inovar no fomento e divulgação do turismo



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
PERSPECTIVA APRENDIZADO E CRESCIMENTO

Promover a qualificação dos servidores da
Goiás Turismo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA FINANÇAS

Fortalecer a captação de recursos públicos e privados

Gerir de forma eficiente os recursos orçamentários e financeiros



INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: USUÁRIOS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Reposicionar os destinos de Goiás no mercado nacional e internacional
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumentar os índices econômicos dos municípios goianos e consequentemente da cadeia produtiva do turismo
- INDICADOR: Fluxo turístico em Goiás
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede o aumento do fluxo turístico em Goiás, em comparação ao exercício anterior.
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- METAS: 2024 – 10%; 2025- 10%; 2026 – 10% e 2027 – 10%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: USUÁRIOS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Qualificação do Trade Turístico
- RESULTADOS ESPERADOS: Melhorar a experiência do turista em Goiás
- INDICADOR: Índice de satisfação do turista com os serviços prestados
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede a satisfação do cliente dos serviços turísticos ofertados
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- METAS: 2024- 30%; 2025- 40%; 2026- 50% e 2027- 50%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: USUÁRIOS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Estimular o desenvolvimento dos produtos turísticos
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumentar os índices econômicos dos municípios goianos e conseqüentemente da cadeia produtiva do turismo
- INDICADOR: Índice econômico do Turismo
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede o aumento da arrecadação de ICMS das atividades características do turismo
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- METAS: 2024 – 3%; 2025 – 5%; 2026 - 5,5% e 2027 - 6%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: USUÁRIOS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Fomentar o turismo na região do Nordeste Goiano
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumentar os índices econômicos das cidades que compõem o Nordeste Goiano e conseqüentemente da cadeia produtiva do turismo local
- INDICADOR: Índice econômico do turismo na região do Nordeste Goiano
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede o aumento da arrecadação de ICMS das atividades características do turismo;
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- META ICMS: 2024 – 3%; 2025- 5%; 2026 – 5,5% e 2027 – 6%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: PROCESSO/INOVAÇÃO

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Planejar e mensurar a execução dos procedimentos da Goiás Turismo
- RESULTADOS ESPERADOS: Mapeamento dos procedimentos internos, com a elaboração de fluxogramas, manuais de procedimentos de check list's, observando as diretrizes do Programa Compliance Público estabelecido pela Autarquia.
- INDICADOR: Incremento do Mapeamento dos procedimentos
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede a quantidade de procedimentos mapeados dentro da Autarquia
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- METAS: 2024 - 60%; 2025 – 70%; 2026 – 80% e 2027 – 90%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: PROCESSO/INOVAÇÃO

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Fortalecer a comunicação interna
- RESULTADOS ESPERADOS: Comunicação interna fortalecida, com o aumento da satisfação e sentimento de pertencimento dos servidores
- INDICADOR: Pesquisa de Clima Organizacional
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede a efetividade da comunicação interna a partir da satisfação e sentimento de pertencimento à Autarquia
- POLARIDADE: quanto maior melhor
- METAS: 2024 - 70%; 2025 – 75%; 2026 - 80% e 2027 – 85%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: PROCESSO/INOVAÇÃO

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Fortalecer a imagem institucional
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumento na taxa de engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos) nas plataformas de mídia social da Goiás Turismo.
- INDICADOR: Engajamento nas mídias sociais e matérias na Imprensa
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mensurar o crescimento orgânico das taxas de engajamento nas redes sociais e das publicações em veículos de imprensa ao longo do mês.
- POLARIDADE: Quanto maior melhor
- METAS: 2024 – 15%; 2025 – 15%; 2026 – 15% e 2027 – 15%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: PROCESSO/INOVAÇÃO

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Inovar no fomento e promoção do turismo
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumento do número de visitantes atraídos por novas iniciativas
- INDICADOR: Taxa de crescimento anual de visitação
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Percentual de aumento na visitação aos destinos promovidos pela Goiás Turismo, comparado ao ano anterior.
- POLARIDADE: Maior melhor
- METAS: 2024 – 20%; 2025 – 15%; 2026 – 10% e 2027 – 10%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: APRENDIZADO/CRESCIMENTO

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Promover a qualificação dos servidores lotados na Goiás Turismo
- RESULTADOS ESPERADOS: Servidores qualificados e capacitados para a execução de suas atividades diárias
- INDICADOR: Número de treinamentos realizados per capta
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Contagem quantitativa de treinamentos técnicos e práticos realizados para os servidores da Goiás Turismo.
- POLARIDADE: Maior melhor
- METAS: 2024 – 15; 2025 – 20; 2026 – 25 e 2027 - 30

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: FINANÇAS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Fortalecer a captação de recursos públicos e privados
- RESULTADOS ESPERADOS: Aumento da captação de recursos públicos e privados
- INDICADOR: Incremento de captação de recursos
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Mede o aumento de ajustes formalizados em execução com recursos captados (públicos ou privados) durante o exercício em comparação com o ano anterior
- POLARIDADE: Maior melhor
- METAS: 2024 – 50%; 2025 – 55%; 2026 – 60% e 2027 – 65%

INDICADORES E METAS

PERSPECTIVA: FINANÇAS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: Gerir de forma eficiente os recursos orçamentários e financeiros
- RESULTADOS ESPERADOS: Cumprimento das metas de orçamento
- INDICADOR: Taxa de execução do orçamento
- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: Percentual de utilização dos recursos conforme planejado no orçamento anual da Goiás Turismo.
- POLARIDADE: Maior melhor
- METAS: 2024 – 75%; 2025 – 75%; 2026 – 80% e 2027 – 80%

PRINCIPAIS DESAFIOS PARA ALCANCE DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Formatação de Produtos;
- Estratégica de Marketing;
- Formalização das empresas do Setor do Turismo;
- Interesse dos servidores quanto à qualificação e treinamentos;
- Ações de marketing e comunicação eficazes;
- Alinhamento de expectativas das políticas públicas de turismo;
- Banco de Projetos;
- Capacidade de execução de Projetos Captados

ALGUNS DESDOBRAMENTOS DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Qualificação dos prestadores de serviços turísticos
- Regularização dos prestadores de serviços turísticos
- Incentivo à formalização
- Plano de marketing elaborado
- Campanhas de Promoção do turismo de Goiás
- Mapeamento de processos com desenhos de fluxogramas e utilização do Programa Compliance Público, como a gestão de riscos para mitigação dos riscos dos processos e projetos
- Qualificação dos servidores com apoio de cursos da Escola de Governo e por meio de instrutores internos e externos para capacitação específicas
- Melhoria da Comunicação Interna
- Execução orçamentária e financeira eficiente

Objetivo Estratégico: REPOSICIONAR OS DESTINOS DE GOIÁS NO MERCADO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL

Descrição do indicador

O indicador mede o aumento do fluxo turístico em Goiás, em comparação ao exercício anterior. O fluxo turístico será calculado considerando os embarques e desembarques do Aeroporto e Rodoviária, além da Taxa de Ocupação Hoteleira

Fonte/coleta/responsável

Observatório do Turismo

Responsável: Giovanna Tavares

Indicador
Fluxo turístico em Goiás

Fórmula de cálculo

$$\left[\frac{\text{Fluxo Turístico atual} - \text{Fluxo Turístico do Ano Anterior}}{\text{Fluxo Turístico do Ano Anterior}} \right] * 100$$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Alto índice de informalidade do Setor
- Dificuldade em mensurar
- Acessos rodoviários
- Falta de Produtos Turísticos formatados

Linha de base

Meta:	2024	2025	2026	2027
	10%	10%	10%	10%

Observações

Indicador Direcionador 4 –
Dados da telefonia móvel

Indicador Direcionador 1

Número de produtos formatados pelos principais Operadores de Turismo

Indicador Direcionador 2

Número de Publicações na imprensa especializada – nacional e internacional

Indicador Direcionador 3

Número de buscas pelas palavras-chave pelo Google Trends

Objetivo Estratégico: QUALIFICAÇÃO DO TRADE TURÍSTICO

Descrição do indicador

Mede a satisfação do cliente dos serviços turísticos ofertados

Fonte/coleta/responsável

Gerência de Estudos, Pesquisa e Qualificação

Responsável: Fernando Magalhães

Indicador
Índice de
satisfação do
turista com os
serviços prestados

Fórmula de cálculo

$[(\text{Número de avaliações positivas}) / (\text{Número total de avaliações})] * 100$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Treinamento contínuo para aprimorar o atendimento ao turista
- Monitoramento proativo do feedback dos turistas
- Ações corretivas rápidas para resolver problemas identificados
- Promoção de uma cultura de excelência no atendimento ao cliente

Observações

Linha de base

Meta	2024	2025	2026	2027
	50%	60%	65%	70%

Indicador Direcionador 1

Número de reclamações recebidas

Indicador Direcionador 2

Taxa de ocupação nos destinos

Indicador Direcionador 3

Resultados de pesquisas de satisfação pós-visita

Objetivo Estratégico: ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Descrição do indicador

O indicador mede o aumento da arrecadação de ICMS das Atividades Características do Turismo - ACTs e do índice de empregabilidade, além do número de empreendimentos cadastrados no CADASTUR, em comparação ao exercício anterior.

Fonte/coleta/responsável

Observatório do Turismo

Responsável: Giovanna Tavares

Indicador
índices
econômicos do
Turismo

Fórmula de cálculo

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Alto índice de informalidade do Setor

Observações

Trabalhar os 3 indicadores de forma isolada

Trabalhar a taxa no CADASTUR

Linha de base

Meta 2024

3%

2025

5%

2026

5,5%

2027

6%

Indicador Direcionador 1

Percentual do ICMS das ACT's na arrecadação do Estado.

Indicador Direcionador 2

Aumento no índice de empregabilidade

Indicador Direcionador 3

Posição no Ranking Nacional do CADASTUR

Objetivo Estratégico: FOMENTAR O TURISMO NA REGIÃO DO NORDESTE GOIANO

Descrição do indicador

O indicador mede o aumento da arrecadação de ICMS das Atividades Características do Turismo - ACTs e do índice de empregabilidade da região do nordeste goiano, em comparação ao exercício anterior.

Fonte/coleta/responsável

Observatório do Turismo

Responsável: Giovanna Tavares

Indicador
índices
econômicos da
região do
Nordeste
Goiano

Fórmula de cálculo

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Alto índice de informalidade do Setor

Observações

Trabalhar os 2 indicadores de forma isolada

Linha de base

Meta 2024

3%

2025

5%

2026

5,5%

2027

6%

Indicador Direcionador 1

Percentual do ICMS das ACT's na arrecadação das cidades da região.

Indicador Direcionador 2

Aumento no índice de empregabilidade

Indicador Direcionador 3

Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)

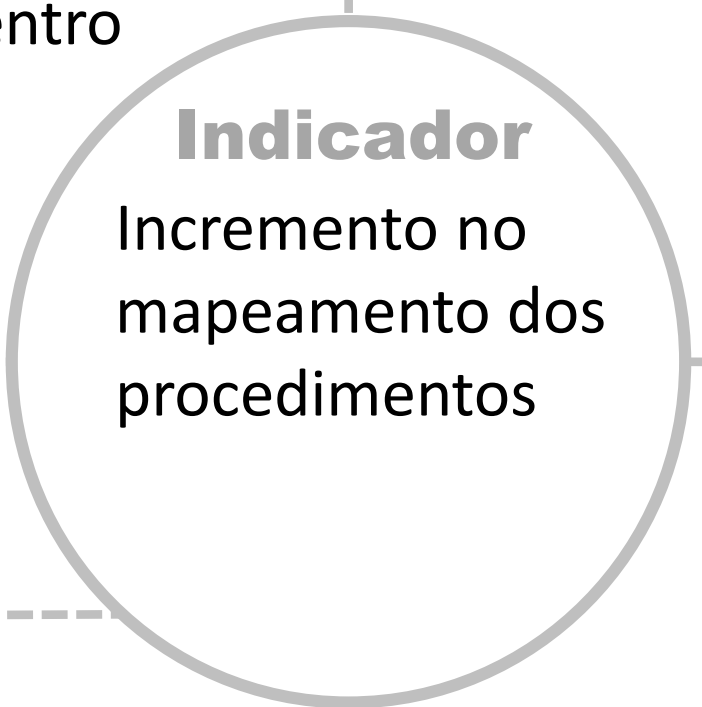
Objetivo Estratégico: Planejar e mensurar a execução dos procedimentos da Goiás Turismo

Descrição do indicador

Mede quantidade de procedimentos mapeados dentro da Autarquia.

Fonte/coleta/responsável

Quantitativo de mapeamentos realizados
Responsável: Fernanda Barbosa



Fórmula de cálculo

[Quantidade de procedimentos mapeados – quantidade de procedimentos da Goiás Turismo]

Unidade

Número

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

Acesso às informações das demais unidades da Goiás Turismo;
Atualizações de informações repassadas em tempo hábil;
Cultura organizacional que promova a inovação e a melhoria contínua

Linha de base

0

Meta	2024	2025	2026	2027
	60%	70%	80%	90%

Observações

Melhoria contínua dos procedimentos e processos

Indicador Direcionador 1
Número de melhorias implementadas

Indicador Direcionador 2
Índice de alinhamento dos procedimentos

Indicador Direcionador 3

Objetivo Estratégico:

Fortalecer a Comunicação Interna

Descrição do indicador

Mede a efetividade da comunicação interna a partir da satisfação e sentimento de pertencimento à Autarquia

Fonte/coleta/responsável

Resultados da Pesquisa de clima organizacional
Responsável: Fernanda Nunes

Indicador

Pesquisa de Clima Organizacional

Fórmula de cálculo

{(Quantidade de respostas ótimas ou boas/ quantidade de respostas geral)}*100

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Trimestral

Fatores críticos de sucesso

Linguagem clara;
Acessível a todos os servidores;
Frequência de informações;
Implementação de eventos e atividades de integração entre equipes.

Linha de base

70%

Meta 2024

70%

2025

75%

2026

80%

2027

85%

Observações

Indicador Direcionador 1

Índice de identidade institucional

Indicador Direcionador 2

Participação em eventos institucionais e celebrações de marcos importantes

Indicador Direcionador 3

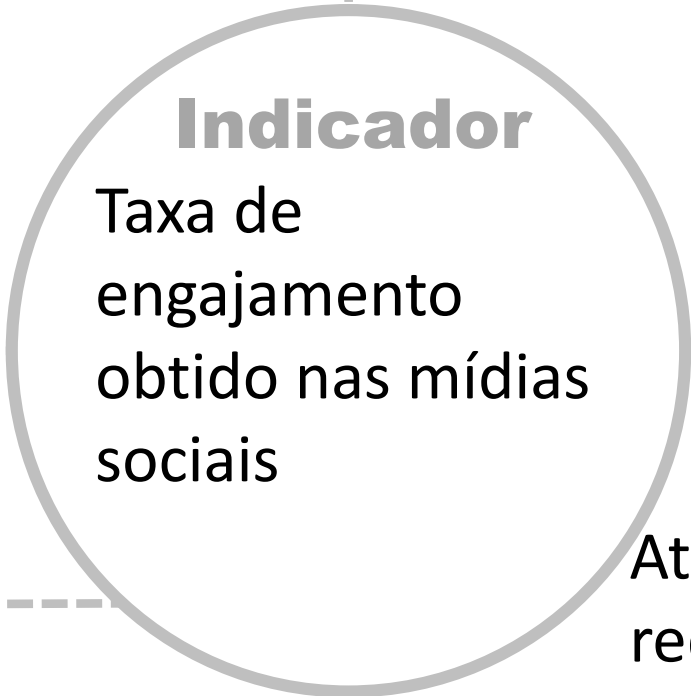
Objetivo Estratégico: Fortalecer a imagem institucional

Descrição do indicador

O indicador mede a taxa de engajamento obtido nas redes sociais ao longo do mês.

Fonte/coleta/responsável

Dados das redes sociais
Quantidade de acessos ao site institucional



Responsável: Alexandre

Fórmula de cálculo

Taxa de engajamento do mês

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Mensal

Fatores críticos de sucesso

Atuação em massa da Comunicação e Marketing nas redes sociais e site:
Postagem diária;
Repostagem de notícias relacionadas ao turismo;
Mídia espontânea positiva;
Falta de patrocínio.

Linha de base

0

Meta	2024	2025	2026	2027
	15%	15%	15%	15%

Observações

Engajamento é o envolvimento, interação, relacionamento com a marca, que vai além do número de seguidores em uma rede social ou likes em uma postagem.

Indicador Direcionador 1
Aumento na Percepção Positiva da Marca

Indicador Direcionador 2
Avaliações e Feedbacks Positivos

Indicador Direcionador 3
Cobertura de Mídia e Publicidade

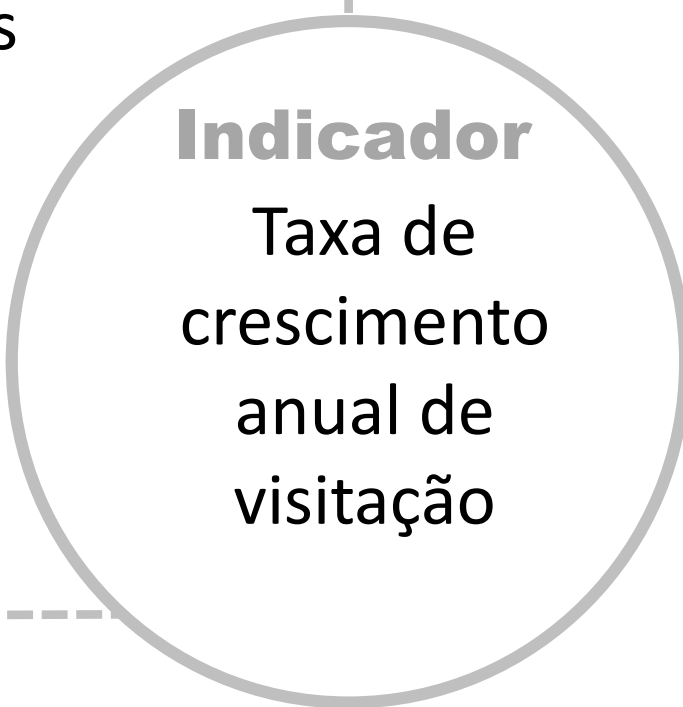
Objetivo Estratégico: Inovar no fomento e divulgação do Turismo

Descrição do indicador

Mede o percentual de aumento na visitação aos destinos promovidos pela Goiás Turismo

Fonte/coleta/responsável

Gerência de Marketing e Promoção do Turismo
Responsável: Alexandre Resende



Fórmula de cálculo

$\left\{ \frac{\text{Quantidade de visitação nos destinos turísticos divulgados}}{\text{visitação nos destinos turísticos divulgados no ano anterior}} \right\} * 100$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Pesquisa de mercado e identificação de tendências turísticas
- - Estratégia de conteúdo digital relevante e atrativa
- - Implementação de programas de avaliação contínua da experiência do turista

Linha de base

0

Meta	2024	2025	2026	2027
	20%	15%	10%	10%

Observações

Indicador Direcionador 1

Índice de satisfação dos turistas

Indicador Direcionador 2

Número de novos produtos turísticos lançados

Indicador Direcionador 3

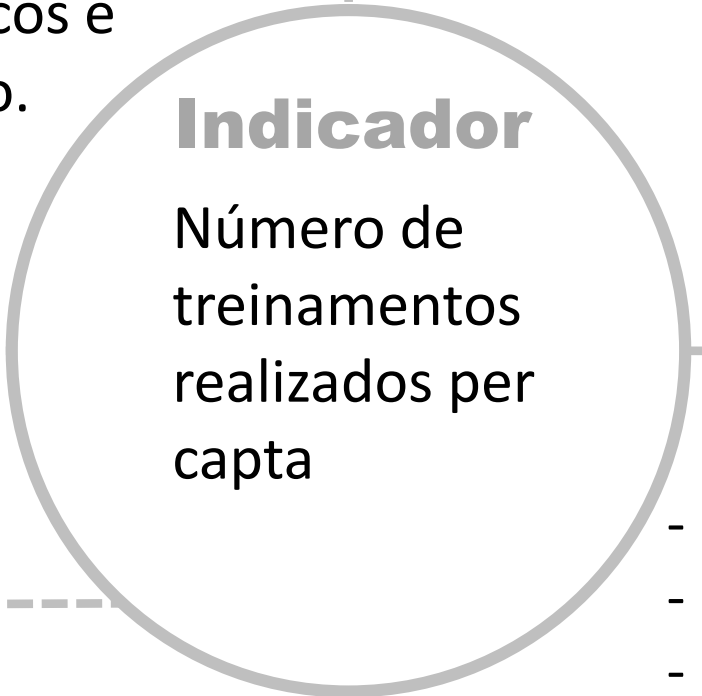
Objetivo Estratégico: Promover a qualificação dos servidores da Goiás Turismo

Descrição do indicador

Mede a contagem quantitativa de treinamentos técnicos e práticos realizados para os servidores da Goiás Turismo.

Fonte/coleta/responsável

Sistema de Capacitação da Escola de Governo;
RHNET;
Dossiês dos servidores.
Responsável: Mariella Campos



Fórmula de cálculo

(Quantidade total de treinamentos realizados/
Quantidade de servidores lotados na Goiás turismo)

Unidade

Número

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Comunicação Interna Eficiente e Eficaz;
- Disponibilizar cursos de acordo com necessidade do órgão;
- Monitoramento contínuo do desempenho pós-capacitação;
- Incentivo à aplicação prática dos conhecimentos adquiridos;
- Treinamentos específicos para redução de erros.

Observações

Linha de base
0

Meta 2024	2025	2026	2027
15	20	25	30

Indicador Direcionador 1
Número de certificações obtidas

Indicador Direcionador 2
Quantidade de treinamentos internos realizados

Indicador Direcionador 3
Taxa de retenção de funcionários

Objetivo Estratégico:

Fortalecer a captação de recursos públicos e privados

Descrição do indicador

O indicador mede o aumento de ajustes formalizados em execução com recursos captados (públicos ou privados) durante o exercício em comparação com o anterior

Fonte/coleta/responsável

Plataforma Mais Brasil;
Termos de Parceria;
Responsável interno: Alexandrina

Indicador

Incremento de captação de recursos

Fórmula de cálculo

$$\left[\frac{\text{Quantidade de Ajustes atuais} - \text{Quantidade de Ajustes do Ano Anterior}}{\text{Quantidade de Ajustes do Ano Anterior}} \right] * 100$$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- ✓ Qualificação de Servidores/as para operacionalização da Plataforma Mais Brasil;
- ✓ Ausência de Banco de Projetos;
- ✓ Interação com as Entidades Públicas e Privadas;

Linha de base

Meta 2024

50%

2025

55%

2026

60%

2027

65%

Observações

....

Indicador Direcionador 1

Quantidade de Servidores/as qualificados

Indicador Direcionador 2

Números de Projetos Cadastrados no Banco de Projetos

Indicador Direcionador 3

Objetivo Estratégico:

GERIR DE FORMA EFICIENTE OS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E FINANCIEROS

Descrição do indicador

O indicador mede Percentual de utilização dos recursos conforme planejado no orçamento anual da Goiás Turismo.

Fonte/coleta/responsável

Relatórios financeiro-orçamentários da Goiás Turismo;
Sistemas corporativos;
Responsável interno: Fernanda Nunes

Indicador

Taxa de execução do orçamento

Fórmula de cálculo

$$\left[\frac{\text{Total de execução do orçamento}}{\text{Total de orçamento carregado em sistema pós LOA}} \right] * 100$$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Monitoramento regular do orçamento
- Ajustes ágeis e eficientes
- Controle rigoroso de gastos
- Análise proativa de variações

Linha de base

Meta 2024

2025

2026

2027

75%

75%

80%

80%

Observações

Indicador Direcionador 1

Taxa de variação do orçamento

Indicador Direcionador 2

Índice de flexibilidade orçamentária

Indicador Direcionador 3

Índice de eficiência na gestão de riscos financeiros

ESTRUTURA DA GOIÁS TURISMO

Fabício Borges Amaral
Presidente

Valquíria Faria da Silva
Diretora de Gestão Integrada

Gustavo Coutinho Faria
Diretora de Fomento ao Turismo

Aline de Sousa Lobo
Gerente da Secretaria-Geral

Fernanda Barbosa Nunes
Gerente de Gestão Institucional e Finanças

Fernando S. Magalhães Filho
Gerente de Estudos, Pesquisa e Qualificação

Andreia de A. I. Adourian
Procuradoria Setorial

Marilliane Glauce Mendes Almeida
Gerente de Compras e Apoio Administrativo

Joice Naves de Araújo
Gerente de Estruturação de Produtos Turísticos

Marcio da Silva Cardoso
Gerente de Contabilidade

Alexandre Feliciano Resende
Gerente de Marketing e Promoção do Turismo

Alexandrina Alves Silva
Gerente de Projetos de Fomento ao
Empreendedorismo e Atração de Investimentos

COMITÊ DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

ACOMPANHAMENTO E CONTRIBUIÇÃO:

Valquíria Faria da Silva
Diretora de Gestão Integrada

Fernanda Barbosa Nunes
Gerente de Gestão Institucional e Finanças

Helyefferson Humberto Menezes
Coordenador de Planejamento da Rede SIPOFE