

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO 2020 - 2023



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.

Para utilizar o Centro Cultural Oscar Niemeyer como espaço para democratizar a cultura e incetivar o turismo, está sendo criada uma agenda de atividades de acordo com o momento. O caçula passou à gestão da autarquia durante a pandemia, período em que também foi inaugurada a Casa do Turismo, que abriga parte da administração do órgão, a Central do Artesanato de Goiás e uma ala cedida à Polícia Militar do Estado de Goiás.



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 e Indústria, Comércio e Serviços, nos termos da alínea “c” do inciso VIII do art. 44 da Lei nº 20.491, de 25 de Junho de 2019, que estabelece a organização administrativa do Poder executivo.

No ano de 2019, com a orientação da servidora Giovanna Adriana Tavares Gomes, foi elaborado o Planejamento Estratégico da Goiás Turismo. Quando a elaboração do Plano Plurianual (PPA) em 2020, viu-se a necessidade de revisão do Planejamento Estratégico observando essa lei, que é o instrumento de planejamento governamental de médio prazo, previsto no artigo 165 da Constituição Federal que estabelece, de forma regionalizada, as diretrizes, objetivos e metas da Administração Pública organizados em programas e estruturado em ações, que resultem em bens e serviços para a população.



COM O AUXÍLIO DO PROFESSOR MAURÍCIO BESSA SCARTEZINI DA ESCOLA DE GOVERNO DR. HENRIQUE SANTILLO, E DOS COLABORADORES DA GERÊNCIA DE PROJETOS ESTRATÉGICOS DA SECRETARIA DE ESTADO DA ECONOMIA, FOI FEITA EM 2020 A REVISÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DESTA AGÊNCIA, CONSIDERANDO A INTEGRAÇÃO DO CENTRO CULTURAL OSCAR NIEMEYER, O MOMENTO DA PANDEMIA PELO CORONAVÍRUS E AS AÇÕES ESTABELECIDAS NO PPA.

ESSE PLANEJAMENTO TEM VIGÊNCIA DE 2020 A 2023, PREVENDO A CONTINUIDADE DE AÇÕES 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. UMAS 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 AMARAL

PRESIDENTE DA AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO (GOIÁS TURISMO)



MATRIZ SWOT - GOIÁS TURISMO

Pontos Fortes

- 1 - Relação próxima com o trade turístico
- 2 - Novas ideias de gestão e políticas públicas de turismo
- 3 - Atendimento ao público
- 4 - Divulgação e fomento dos destinos turísticos
- 5 - Marketing e comunicação fortalecidos e atuantes

Pontos Fracos

- 1 - Orçamento e Financeiro reduzidos para realização das políticas públicas de turismo
- 2 - Falta de Planejamento e mapeamento de processos
- 3 - Reduzida adesão em capacitação por parte dos servidores
- 4 - Comunicação interna deficiente
- 5 - Não estabelecimento de indicadores para mensuração do que foi executado

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 - Fortalecimento das regiões turísticas

Ameaças

- 1 - Falta de políticos do segmento do turismo no poder
- 2 - Poucos recursos financeiros disponibilizados para o setor de turismo
- 3 - Ações a serem desenvolvidas no turismo seguem interesses e agenda política, gerando risco de descontinuidade
- 4 - Crise econômica
- 5 - Desorganização do trade turístico



PLANO ESTRATÉGICO GOIÁS TURISMO 2020 - 2023

MISSÃO

*Fomentar políticas públicas de turismo
de forma compartilhada para o
desenvolvimento sócio-econômico do
Estado de Goiás.*



VISÃO

Ser referência nacional em gestão pública do turismo até 2023.



VALORES

Inovação
Cooperação
Integração
Responsabilidade Social



MAPA ESTRATÉGICO



É POR
VOCÊ
QUE A
GENTE
FAZ

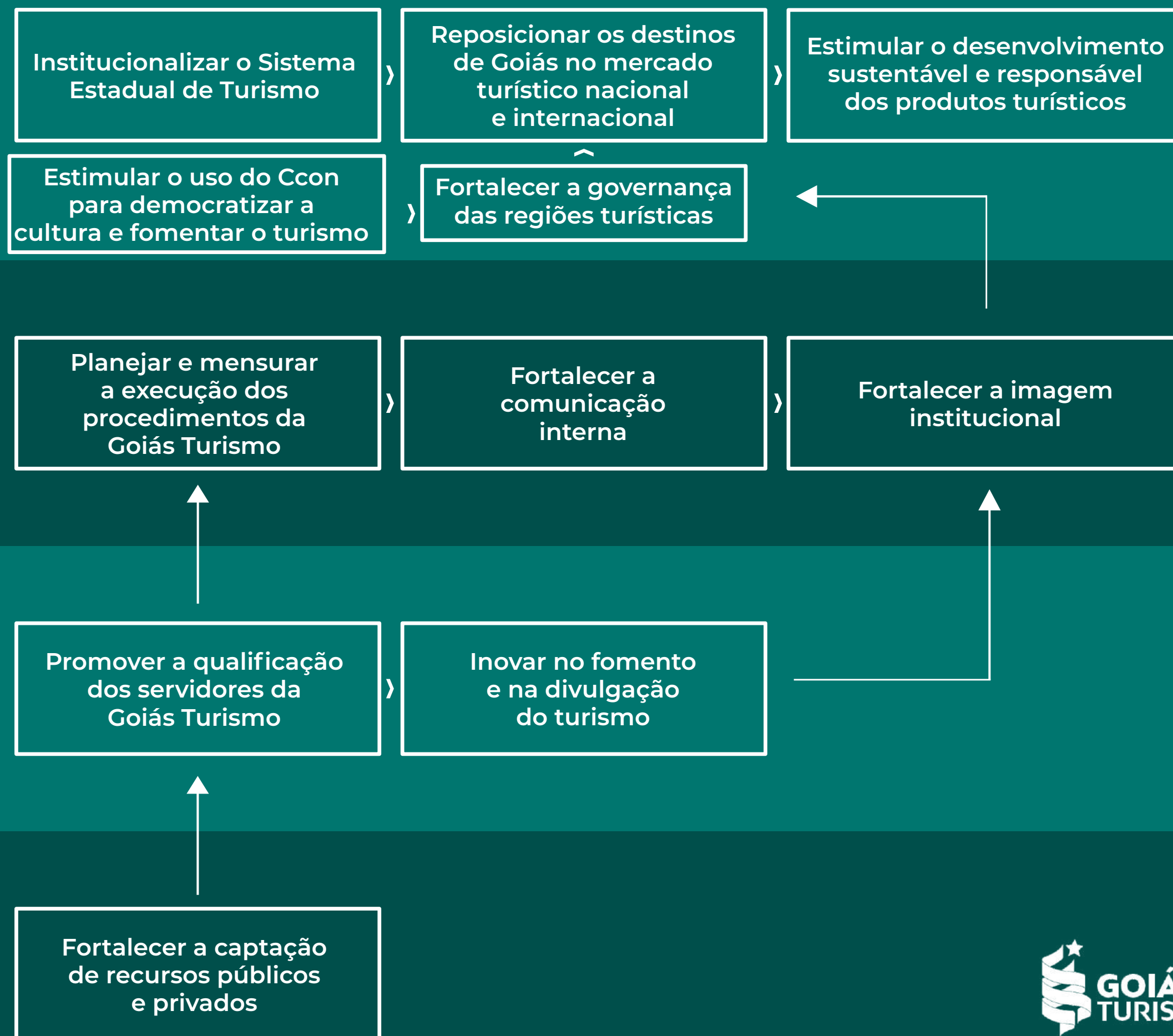
PERSPECTIVAS

FINANÇAS

APRENDIZADO
E CRESCIMENTO

PROCESSOS
INTERNOS

USUÁRIOS



PAINEL DE CONTROLE (BSC)

PERSPECTIVA	CLIENTES	PROCESSO/INOVAÇÃO	APRENDIZADO/CRESCIMENTO	FINANÇAS
OBJETIVO ESTRATÉGICO	1 - Institucionalizar o Sistema Estadual de Turismo 2 - Repositionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional 3 - Estimular o desenvolvimento sustentável e responsável dos produtos turísticos 4 - Fortalecer a governança das regiões turísticas 5 - Estimular o uso do CCOH para democratizar a cultura e fomentar o turismo	1 - Manter e mensurar a execução dos procedimentos da Goiás Turismo 2 - Fortalecer a comunicação interna 3 - Fortalecer a imagem institucional 4 - Inovar na fomento e divulgação de turismo	1 - Promover qualificação dos servidores	1 - Fortalecer a captação de recursos públicos e privados
INDICADOR RESULTANTE	1 - Monitoramento das atividades dos órgãos colegiados - Municipais e Regionais 2 - Fluxo turístico em Goiás 3 - Índices econômicos do turismo 4 - Taxa de projetos turísticos regionais 5 - Taxa de uso dos espaços do CCOH	1 - Incremento na execução de procedimentos 2 - Clima organizacional 3 - Taxa de engajamento obtido nas redes sociais 4 - Inovação no fomento e divulgação realizado	1 - Índice de Qualificação de Servidores	1 - Incremento de captação de recursos
FATOR CRÍTICO DE SUCESSO	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 6 - Acesso ao CCOH 7 - Falta de estudo do quantitativo máximo de público por espaço	1 - Comunicação interna eficiente e eficaz 2 - Linguagem clara 3 - Acessível a todos os servidores, frequência de informações 4 - Atuação em massa da comunicação e marketing nas redes sociais e site 5 - Postagem diária 6 - Hida espontânea positiva	1 - Comunicação interna eficaz e eficiente 2 - Disponibilizar cursos de acordo com a necessidade do órgão	1 - Interação com a esfera pública 2 - Interação com municípios e capacitação em projetos de captação
INDICADOR DIRECIONADOR	1 - Número de IORIS formatizadas e classificação dos destinos turísticos 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 Atcs na arrecadação do Estado, aumento do índice de empregabilidade e posição no ranking nacional do Cadastur 4 - Número de IORIS institucionalizadas e aumento na frequência das reuniões das IORIS	1 - Avaliação da qualidade de atendimento nas redes sociais e site 2 - Interação com a esfera pública 3 - Interação com a esfera privada	1 - Horas de capacitação 2 - Qualidade de cursos disponibilizados e quantidade de horas per capita por órgão	1 - Número de parcerias de financiamento de turismo com entidades públicas 2 - Número de parcerias de financiamento de turismo firmadas com entidades privadas 3 - Número de parcerias firmadas com prefeituras com finalidade de turismo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA USUÁRIOS

Institucionalizar o Sistema Estadual de Turismo

Reposicionar os destinos turísticos no mercado turístico nacional e internacional

Estimular o desenvolvimento sustentável e responsável dos produtos turísticos

Fortalecer a governança das regiões turísticas

Estimular o uso do Centro Cultural Oscar Niemeyer para democratizar a cultura e fomentar o turismo





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

Inovar no fomento e divulgação do turismo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA FINANÇAS

Fortalecer a captação de recursos
públicos e privados



INDICADORES E METAS

PERSPECTIVAS: USUÁRIOS

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: INSTITUCIONALIZAR O SISTEMA ESTADUAL DE TURISMO
- RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTAR O ÍNDICE DE FORMALIDADE DO SETOR DO TURISMO E AUMENTAR A CREDIBILIDADE NOS ÓRGÃOS COLEGIADOS, FORTALECENDO AS LIDERANÇAS LOCAIS

INDICADOR: MONITORAMENTO DAS ATIVIDADES DOS ÓRGÃOS COLEGIADOS - MUNICIPAIS E REGIONAIS

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE A FREQUÊNCIA DAS REUNIÕES REALIZADAS POR CADA ORGÃO COLEGIADO MUNICIPAL E REGIONAL (IGTUR E COMTUR) POR EXERCÍCIO
- METAS: 2021 -> 20%; 2022 -> 10% E 2023 -> 10% - POLARIDADE: MAIOR MELHOR
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: REPOSICIONAR OS DESTINOS DE GOIÁS NO MERCADO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL. RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTO DE FLUXO TURÍSTICO DO ESTADO DE GOIÁS

INDICADOR: AUMENTO DE FLUXO TURÍSTICO EM GOIÁS

- DESCRIÇÃO DO 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

- METAS: 2021 -> 5%; 2022 -> 10% E 2023 -> 10%

- POLARIDADE: MAIOR MELHOR

- OBJETIVO ESTRATÉGICO: ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSÁVEL DOS PRODUTOS TURÍSTICOS

- RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTAR OS ÍNDICES ECONÔMICOS DOS MUNICÍPIOS GOIANOS E CONSEQUENTEMENTE DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

INDICADOR: ÍNDICES ECONÔMICOS DO TURISMO

- **DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE O AUMENTO DA ARRECADAÇÃO DE ICMS DAS ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO. ACT ´S E DO ÍNDICE DE EMPREGABILIDADE, ALÉM DO NÚMERO DE EMPREENDIMENTOS CADASTRADOS NO CADASTUR, EM COMPARAÇÃO AO EXERCÍCIO ANTERIOR.**
- **METAS: 2021 -> 5%; 2022 -> 10% E 2023 - > 10%**
- **POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- **OBJETIVO ESTRATÉGICO ESTIMULAR O USO DO CCON (CENTRO CULTURAL OSCAR NIEMEYER) PARA DEMOCRATIZAR A CULTURA E FOMENTAR O TURISMO**
- **RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTAR O USO DOS ESPAÇOS DO CENTRO CULTURAL OSCAR NIEMEYER, DEMOCRATIZANDO A CULTURA E FOMENTANDO O TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS.**

INDICADOR: INDICADOR DE TAXA DE USO DO CCON

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE A TAXA DE USO DOS ESPAÇOS DO CCON AO LONGO DO MÊS**
- METAS: 2021 -> 2%; 2022 -> 50% E 2023 -> 70%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: FORTALECER A GOVERNANÇA DAS REGIÕES TURÍSTICAS**
- RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTO DE AJUSTES FORMALIZADOS COM RECURSOS CAPTADOS**

INDICADOR: INCREMENTO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

- 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**
- METAS: 2021 -> 50%; 2022 -> 50% E 2023 - > 50%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- PERSPECTIVA: PROCESSOS INTERNOS**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: PLANEJAR E MENSURAR A EXECUÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DA GOIÁS TURISMO**
- RESULTADOS INESPERADOS: 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. COM O MONITORAMENTO POR PARTE DA GESTÃO DE RISCOS ESTABELECIDOS POR MEIO DO REFERIDO PROGRAMA**

INDICADOR: INCREMENTO NO MAPEAMENTO DOS PROCEDIMENTOS

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE A QUANTIDADE DE PROCEDIMENTOS MAPEADOS DENTRO DA AUTARQUIA COMPARADO AO ANO ANTERIOR**
- METAS: 2021 -> 10%; 2022 -> 40% E 2023 -> 100%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: FORTALECER A COMUNICAÇÃO INTERNA**
- RESULTADOS ESPERADOS: COMUNICAÇÃO INTERNA DA AUTARQUIA FORTALECIDA, COM O AUMENTO DA SATISFAÇÃO E SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO**

INDICADOR: PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

- 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**
- METAS: 2021 -> 50%; 2022 -> 50% E 2023 - > 50%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- PERSPECTIVA: PROCESSOS INTERNOS**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: PLANEJAR E MENSURAR A EXECUÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DA GOIÁS TURISMO**
- RESULTADOS INESPERADOS: 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. COM O MONITORAMENTO POR PARTE DA GESTÃO DE RISCOS ESTABELECIDOS POR MEIO DO REFERIDO PROGRAMA**

INDICADOR: TAXA DE ENGAJAMENTO OBTIDO NAS REDES SOCIAIS

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE A TAXA DE ENGAJAMENTO OBTIDO NAS REDES SOCIAIS AO LONGO DO MÊS**
- METAS: 2021 → 10%; 2022 → 40% e 2023 → 60%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: INOVAR NO FOMENTO E NA DIVULGAÇÃO DO TURISMO**
- RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTO DO INTERESSE POR AÇÕES DIFERENTES E INOVADORAS NO TURISMO DO ESTADO**

INDICADOR: DIVULGAÇÃO E INTERESSE PELOS ATRIBUTOS DO TURISMO EM GOIÁS

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: O INDICADOR MEDE O INTERESSE POR AÇÕES DIFERENTES E INOVADORAS NO TURISMO DO ESTADO EM COMPARAÇÃO AO ANO ANTERIOR**
- METAS: 2021 → 20%; 2022 → 15% e 2023 → 10%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- PERSPECTIVA: APRENDIZADO E CRESCIMENTO**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: PROMOVER A QUALIFICAÇÃO DOS SERVIDORES DA GOIÁS TURISMO**
- RESULTADOS ESPERADOS: SERVIDORES QUALIFICADOS E CAPACITADOS PARA A EXECUÇÃO DE SUAS ATIVIDADES DIÁRIAS**

INDICADOR: ÍNDICE DE QUALIFICAÇÃO DE SERVIDORES

- DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE A TAXA A QUANTIDADE DE SERVIDORES QUALIFICADOS, AO LONGO DO ANO, COMPARADO AO ANO ANTERIOR**
- METAS: 2021 → 50%; 2022 → 70% e 2023 → 90%**
- POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
- PERSPECTIVA: FINANÇAS**
- OBJETIVO ESTRATÉGICO: FORTALECER A CAPTAÇÃO DE RECURSOS PÚBLICOS E PRIVADOS**
- RESULTADOS ESPERADOS: AUMENTO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS PÚBLICOS E PRIVADOS**

INDICADOR: INCREMENTO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

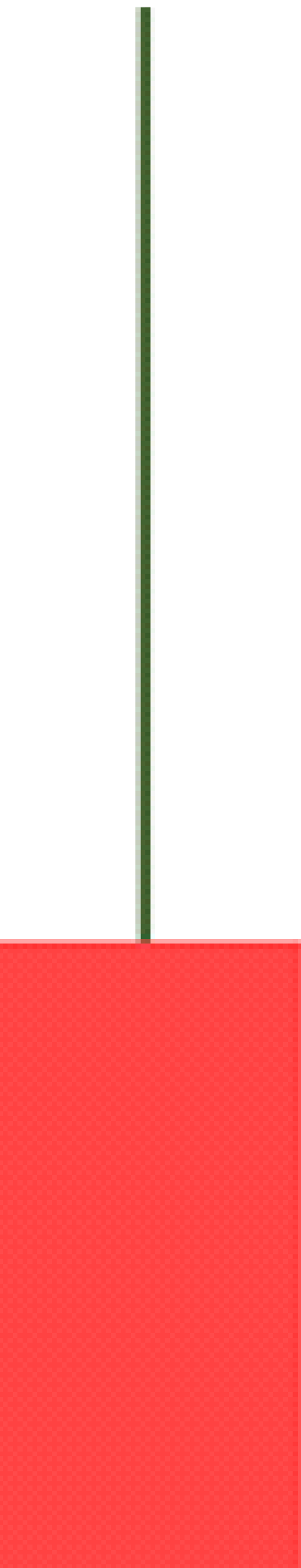
- **DESCRIÇÃO DO INDICADOR: MEDE O AUMENTO DE AJUSTES FORMALIZADOS EM EXECUÇÃO COM RECURSOS CAPTADOS (PÚBLICOS OU PRIVADOS) DURANTE O EXERCÍCIO EM COMPARAÇÃO COM O ANTERIOR**
- **METAS: 2021 → 200%; 2022 – > 50% e 2023 → 50%**
- **POLARIDADE: MAIOR MELHOR**
-

Principais desafios para alcance dos objetivos estratégicos

- Classificação dos destinos turísticos
- Adequação de serviços
- Formatação de Produtos
- Estratégia de Marketing
- Formalização das empresas do setor do turismo
- Interesse dos servidores quanto à qualificação e treinamentos
- Falta de identidade para o Turismo
- Ações de marketing e comunicação eficazes
- Instâncias de Governança das regiões não consolidadas
- Riscos Políticos
- Indisposição dos Parceiros
- Banco de Projetos
- Capacidade de Elaboração de Projetos
- Capacidade de execução de Projetos Captados

Alguns desdobramentos dos Objetivos Estratégicos

- Categorização dos destinos turísticos
- Qualificação dos prestadores de serviços turísticos
- Regularização dos prestadores de produtos turísticos
- Incentivo à formalização
- Plano de Marketing elaborado
- Campanhas de Promoção do Turismo de Goiás
- Aumento do uso dos espaços do Centro Cultural Oscar Niemeyer
- 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, para capacitações específicas da área fim
- Riscos Políticos
- Melhoria da Comunicação Interna

A decorative vertical green line is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom. At the bottom of this line, there is a solid red rectangle that spans the width of the line.

DESAFIOS RELACIONADOS AO OBJETIVO

**INSTITUCIONALIZAR O SISTEMA ESTADUAL DE
TURISMO**

Objetivo Estratégico: INSTITUCIONALIZAR O SISTEMA ESTADUAL DE TURISMO

Descrição do indicador

O indicador mede a frequência das reuniões dos fóruns realizadas por cada Órgão Colegiado Municipal e Regional (IGR e COMTUR) por exercício.

Fonte/coleta/responsável

Coordenação de Regionalização

Responsável: Luciano Guimarães

**Indicador
Monitoramento
das atividades dos
órgãos colegiados
– municipais e
regionais**

Fórmula de cálculo

$$\left[\frac{\text{Frequência de reuniões por órgão atual} - \text{Frequência de reuniões por órgão do Ano Anterior}}{\text{Frequência de reuniões por órgão do Ano Anterior}} \right] \cdot 100$$

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Alto índice de informalidade do Setor
- Falta de credibilidade nos Órgãos Colegiados
- Fortalecimento de lideranças locais
- Rotatividade nas secretarias municipais
- Interferência política na indicação da equipe técnica nas secretarias

Observações

Linha de base

Meta 2021

20%

Meta 2022

10%

Meta 2023

10%

Indicador Direcionador 1

Número de IGR's Ativas

Indicador Direcionador 2

Classificação dos destinos turísticos

Indicador Direcionador 3

Número de IGR's Formalizadas

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

O.E: Institucionalizar o Sistema Estadual de Turismo

Alto índice de informalidade no setor

Falta de credibilidade nos órgãos colegiados

Fortalecimento de lideranças locais

Rotatividade nas secretarias municipais

Interferência política na indicação das equipes técnicas nas secretarias

<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>- Alta informalidade do segmento turístico</div> <div>- Desconhecimento das vantagens obtidas com a formalização</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Regularização dos prestadores de serviços turísticos</div>	<div>PARCERIAS</div> <div>- Trade turístico local</div> <div>- IGRs</div> <div>- Prefeituras</div> <div>- FGM</div> <div>- SEBRAE</div> <div>- Secretarias Estaduais</div> <div>- Receita Estadual</div> <div>- Receita Federal</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div>- Desburocratização da formalização</div> <div>- Maior acesso a linhas de crédito</div> <div>- Aumento de cadastros no CADASTUR</div>	<div>RISCOS</div> <div>- Indisposição dos parceiros</div> <div>- Receio de tributos</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Formalização do setor turístico</div>				
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>- Aumento da arrecadação do município e do Estado</div> <div>- Geração de empregos formais</div> <div>- Melhoria da qualidade de vida local</div> <div>- Aumento da segurança do consumidor</div>		<div>RESTRIÇÕES</div> <div>- Falta de adesão dos empresários</div> <div>- Desinteresse das prefeituras</div> <div>- Excesso de burocratização do setor</div>		<div>CUSTOS</div> <div>R\$ xx.xxx,00</div>

DESAFIOS RELACIONADOS AO OBJETIVO

**REPOSICIONAR OS DESTINOS DE GOIÁS NO
MERCADO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL**

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 do monitoramento da Taxa de Ocupação Hoteleira (Boletim de Ocupação Hoteleira).

Fonte/coleta/responsável

Observatório do Turismo

Responsável: Giovanna Tavares

**Indicador
Fluxo Turístico
em Goiás**

Fórmula de cálculo

$$\frac{[(\text{Fluxo Turístico atual} - \text{Fluxo Turístico do Ano Anterior}) / \text{Fluxo Turístico do Ano Anterior}] \times 100}{(T_i - T_f) / T_i \times 100}$$

Ti = Tempo inicial
TF= Tempo final

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 2021

5%

Meta 2022

10%

Meta 2023

10%

Observações

Indicador Direcionador 4 –

Dados da telefonia móvel (obs. Somente é possível a partir do momento que o estado promover um licitação pública).

Indicador Direcionador 1

Número de produtos formatados pelos principais Operadores de Turismo (recorte de acordo com as empresas que operam os produtos de Goiás).

Indicador Direcionador 2

Número de Publicações na imprensa especializada – nacional e internacional (recorte a ser definido de acordo com a relevância do objeto de consulta)

Indicador Direcionador 3

Número de buscas pelas palavras-chave pelo Google Trends a partir da definição prévia das palavras chaves)

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

O.E: Reposicionar os Destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional

Alto índice de
Informalidade
Do setor

Adequação dos
Serviços

Classificação
dos
Destinos
Turísticos

Falta de
Produtos
Turísticos
formatados

Inexistência de
Estratégia de
Marketing

<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>Insuficiência de diretrizes para categorizar os destinos.</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Classificação formatada</div>	<div>PARCERIAS</div> <div><div>✓ IGRs</div><div>✓ Prefeituras</div><div>✓ Ministério do Turismo</div></div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div><div>✓ Dimensão econômica</div><div>✓ Dimensão humana</div><div>✓ Grau de dependência</div></div>	<div>RISCOS</div> <div>Risco político Indisposição dos parceiros (ramos do turismo)</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Entender a realidade dos destinos no sentido de orientar ações da GT</div>				
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>Destinos turísticos categorizados</div>		<div>RESTRIÇÕES</div> <div><div>✓ Falta de dados</div><div>✓ Expertise</div><div>✓ Insuficiência de experiência</div></div>		<div>CUSTOS</div> <div>XXX</div>

DESAFIO: Adequação de serviços

Obj. Estratégico: Reposicionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional

Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás

<p>JUSTIFICATIVAS</p> <p>Insuficiência de qualificação e sensibilização da importância desta pelos prestadores de serviços turísticos</p>	<p>PRODUTO</p> <p>Academia do Turismo</p>	<p>PARCERIAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Instituições de Ensino✓ Prefeituras✓ Ministério do Turismo✓ SEBRAE	<p>GRUPO DE ENTREGAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Capacitação dos prestadores de serviços turísticos	<p>RISCOS</p> <p>Risco político Indisposição dos parceiros (ramos do turismo)</p>
<p>OBJETIVO</p> <p>Oferecer serviços turísticos com excelência</p>				
<p>BENEFÍCIOS</p> <p>Prestadores de serviços qualificados e serviços de excelência</p>		<p>RESTRIÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de adesão da comunidade local✓ Falta de adesão dos empresários✓ Logística (acesso ao município para a qualificação)✓ Logística (acesso à internet)		<p>CUSTOS</p> <p>R\$ 1.000.000 por exercício</p>

DESAFIO: Formatação de produtos

Obj. Estratégico: Reposicionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional

Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás

<p>JUSTIFICATIVAS</p> <p>Falta de produtos aptos à comercialização nos mercados nacional e internacional</p>	<p>PRODUTO</p> <p>Carteira de produtos criada</p>	<p>PARCERIAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Trade turístico local;✓ IGRs;✓ Operadoras e agências;	<p>GRUPO DE ENTREGAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Capacitação dos prestadores de serviços turísticos;✓ Comercialização de produtos turísticos por operadoras nacionais e internacionais.	<p>RISCOS</p> <p>Indisposição dos parceiros (ramos do turismo)</p>
<p>OBJETIVO</p> <p>Fomentar a criação de produtos turísticos</p>				
<p>BENEFÍCIOS</p> <p>Aumento do fluxo turístico; Aumento da arrecadação do município e do Estado; Geração de emprego e renda.</p>		<p>RESTRIÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Falta de adesão dos empresários;✓ Falta de capacitação dos colaboradores;✓ Governança regional enfraquecida.		<p>CUSTOS</p> <p>R\$ 1.000.000 por exercício</p>

DESAFIO: Formalização das empresas

Obj. Estratégico: Reposicionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional

Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás

<div><div>JUSTIFICATIVAS</div><div>Grande informalidade do setor e falta de conscientização da importância da formalização</div></div>	<div><div>PRODUTO</div><div>Aumento de prestadores de serviços turísticos formalizados</div></div>	<div><div>PARCERIAS</div><div><div>✓ Trade turístico local;</div><div>✓ IGRs;</div><div>✓ Prefeituras;</div><div>✓ Receita Federal;</div><div>✓ SEBRAE</div><div>✓ Secretarias afins.</div></div></div>	<div><div>GRUPO DE ENTREGAS</div><div><div>✓ Desburocratização da formalização;</div><div>✓ Aumento de linhas de crédito;</div><div>✓ Aumento dos cadastros no CADASTUR</div></div></div>	<div><div>RISCOS</div><div>Indisposição dos parceiros</div></div>
<div><div>OBJETIVO</div><div>Formalização do setor do turismo</div></div>				
<div><div>BENEFÍCIOS</div><div>Aumento da arrecadação do município e do Estado; Geração de emprego e renda; Aumento da segurança do consumidor.</div></div>		<div><div>RESTRIÇÕES</div><div><div>✓ Falta de adesão dos empresários;</div><div>✓ Falta de adesão das prefeituras;</div><div>✓ Excesso de burocratização do setor;</div></div></div>		<div><div>CUSTOS</div><div>R\$ 50.000 por exercício</div></div>

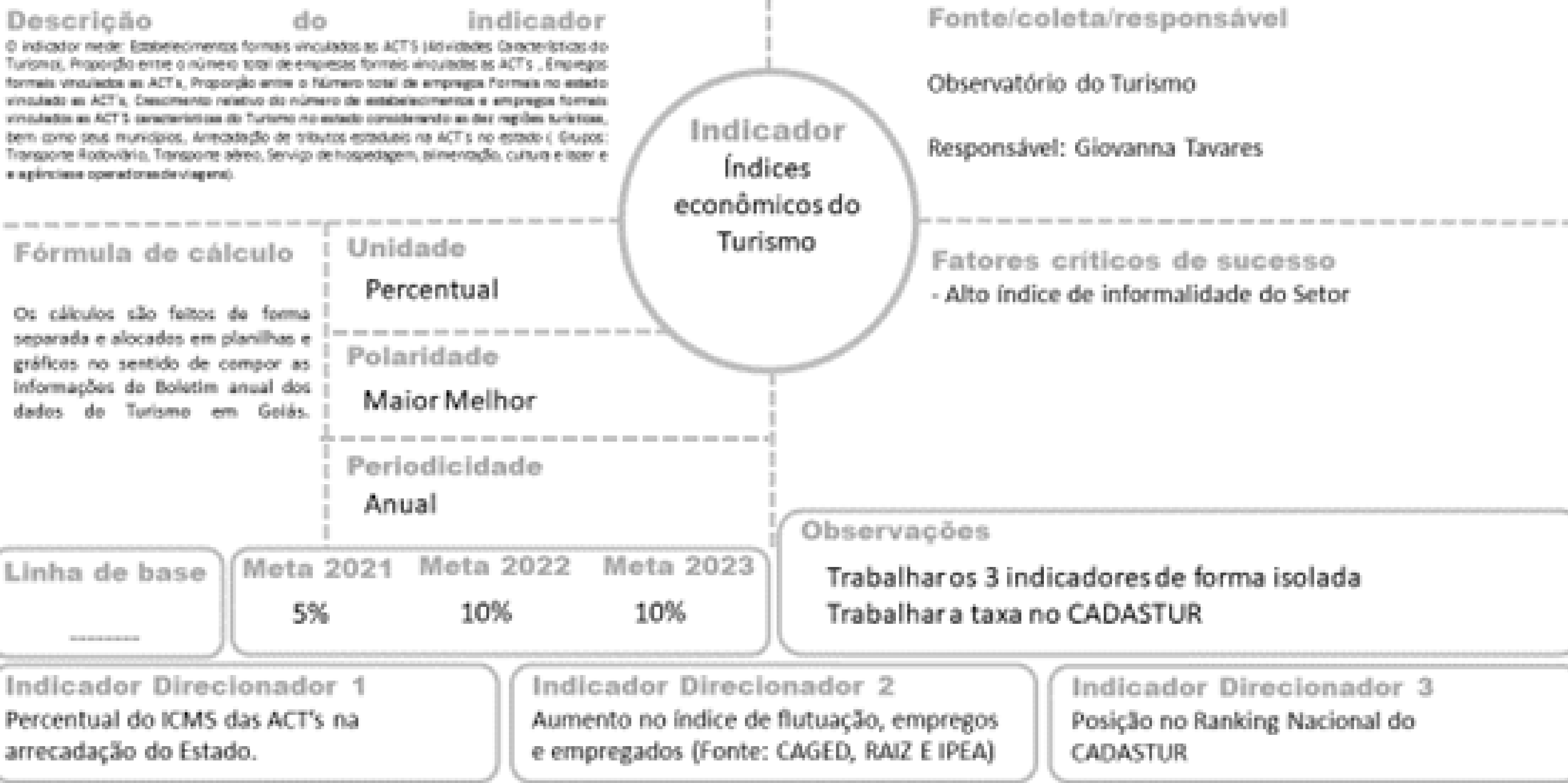
DESAFIO: Estratégia de Marketing		Obj. Estratégico: Reposicionar os destinos de Goiás no mercado turístico nacional e internacional		Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás
<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>Inexistência de estratégia de marketing para reposicionar os destinos</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Plano de marketing elaborado</div>	<div>PARCERIAS</div> <div><div>✓ Trade turístico;</div><div>✓ IGRs;</div><div>✓ Prefeituras;</div><div>✓ Ministério do turismo;</div><div>✓ Embratur;</div><div>✓ SEBRAE;</div></div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div><div>✓ Veiculação de mídias;</div><div>✓ Branding;</div><div>✓ Participação de feiras do setor;</div><div>✓ Press Trip, FamTour;</div><div>✓ Estratégia de marketing consolidada</div></div>	<div>RISCOS</div> <div>Indisposição dos parceiros</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Reposicionar os destinos de Goiás no mercado</div>			<div>RESTRIÇÕES</div> <div><div>✓ Falta de recursos financeiros;</div><div>✓ Falta de profissionais com expertise;</div><div>✓ Complexidade de contratação.</div></div>	<div>CUSTOS</div> <div>R\$ 1.500.000 por exercício</div>
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>Aumento da arrecadação do município e do Estado;</div> <div>Geração de emprego e renda;</div> <div>Aumento do fluxo turístico;</div> <div>Aumento do engajamento nas redes sociais;</div>				

A decorative vertical green line is positioned on the left side of the slide. At the bottom left, there is a solid red rectangle.

DESAFIOS RELACIONADOS AO OBJETIVO

**ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E
RESPONSÁVEL DOS PRODUTOS TURÍSTICOS**

Objetivo Estratégico: ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSÁVEL DOS PRODUTOS TURÍSTICOS



QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

O.E: Estimular o Desenvolvimento Sustentável e Responsável dos Produtos Turísticos

Alto índice de
Informalidade
Do setor

Falta de
Divulgação da
Importância do
turismo
para a sociedade

JUSTIFICATIVAS <ul style="list-style-type: none">- Alta informalidade do segmento turístico- Desconhecimento das vantagens obtidas com a formalização	PRODUTO <p>Regularização dos prestadores de serviços turísticos</p>	PARCERIAS <ul style="list-style-type: none">- Trade turístico local- IGRs- Prefeituras- FGM- SEBRAE- Secretarias Estaduais- Receita Estadual- Receita Federal	GRUPO DE ENTREGAS <ul style="list-style-type: none">- Desburocratização da formalização- Maior acesso a linhas de crédito- Aumento de cadastros no CADASTUR	RISCOS <ul style="list-style-type: none">- Indisposição dos parceiros- Receio de tributos
OBJETIVO <p>Formalização do setor turístico</p>				
BENEFÍCIOS <ul style="list-style-type: none">- Aumento da arrecadação do município e do Estado- Geração de empregos formais- Melhoria da qualidade de vida local- Aumento da segurança do consumidor		RESTRIÇÕES <ul style="list-style-type: none">- Falta de adesão dos empresários- Desinteresse das prefeituras- Excesso de burocratização do setor		CUSTOS <p>R\$ xx.xxx,00</p>

DESAFIO: Falta de divulgação da importância do turismo para a sociedade

Obj. Estratégico: Estimular o desenvolvimento sustentável e responsável dos produtos turísticos

Indicador Estratégico: índices económicos do turismo

<div>JUSTIFICATIVAS A falta da informação faz com que a sociedade não perceba o turismo como fator de impacto na atividade económica</div>	<div>PRODUTO Cartilha explicativa do que o Turismo e sua importância; Palestras explicativas; Turismo na escola.</div>	<div>PARCERIAS <ul style="list-style-type: none">✓ Sistema S;✓ Instituições de Ensino;✓ IGRs;✓ Secretarias de Educação Estadual e Municipais;✓ Secretarias Municipais de Turismo.</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS <ul style="list-style-type: none">✓ Escolas Públicas e Privadas;✓ Conselhos Municipais de Turismo;✓ Empresários Locais;✓ Associações ligadas ao Turismo</div>	<div>RISCOS Rotatividade e instabilidade dos gestores públicos de turismo; Inexistência de secretarias de turismo em destinos turísticos.</div>
<div>OBJETIVO Sensibilizar os gestores públicos e privados, o terceiro setor, a comunidade, as escolas a cerca da importância das atividades turísticas.</div>				
<div>BENEFÍCIOS <ul style="list-style-type: none">- Sociedade mais conscientizada a cerca da importância do Turismo- Estímulo a novos empreendedores do turismo;- Fortalecimento da Governança Local;- Aumento da geração de emprego e renda.</div>		<div>RESTRIÇÕES <ul style="list-style-type: none">✓ Ambiente político</div>		<div>CUSTOS 50.000,00 por exercício</div>



DESAFIOS RELACIONADOS AO OBJETIVO

FORTALECER A GOVERNANÇA E REGIÕES

Objetivo Estratégico: FORTALECER A GOVERNANÇA DAS REGIÕES TURÍSTICAS

Descrição do indicador

O indicador mede o aumento das ações desenvolvidas pelas Instâncias de Governança Regionais, durante o exercício em comparação com o anterior.

Fonte/coleta/responsável

Coordenação de Regionalização da
Golás Turismo
Responsável: Luciano

Indicador Taxa de Projetos Turísticos Regionais

Fórmula de cálculo

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

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Qualificação dos agentes públicos e da iniciativa privada regional.
- Autonomia do setor privado.
- Rotatividade nas secretarias municipais
- Interferência política na indicação da equipe técnica nas secretarias
- Execução de Convênio entre Golás Turismo e SEBRAE.

Observações

Linha de base

Meta 2021

50%

Meta 2022

50%

Meta 2023

50%

Indicador Direcionador 1

Número de IGR's Ativas

Indicador Direcionador 2

Aumento na frequências das reuniões das IGR's

Indicador Direcionador 3

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

O.E: Fortalecer a governança das regiões

Realização de
reuniões
regionais
periódicas

Recursos
Financeiros
para projetos
regionais

Qualificar e
sensibilizar os
agentes
públicos e a
iniciativa
privada

DESAFIO: Qualificar e sensibilizar os Agentes públicos.

Obj. Estratégico: Fortalecer a governança das regiões

Indicador Estratégico: Taxa de Projetos Turísticos Regionais

JUSTIFICATIVAS

Para nivelamento, alinhamento de todas as ações de políticas públicas de turismo desta autarquia.

PRODUTO

Oficinas de qualificação e Eventos

PARCERIAS

- ✓ SEBRAE
- ✓ Prefeituras
- ✓ Ministério do Turismo
- ✓ Outros órgãos do estado

GRUPO DE ENTREGAS

RISCOS

Risco político de descontinuidade

OBJETIVO

Fomentar a qualificação dos atores públicos para dar mais competitividade aos destinos turísticos.

BENEFÍCIOS

- Aumentar a competitividade das regiões turísticas;
- Promover a continuidade das ações e projetos;

RESTRIÇÕES

- ✓ Falta de continuidade das ações e projetos
- ✓ Falta de motivação, interesse e experiência
- ✓ Falta de apoio político
- ✓ Falta de recursos financeiros para a secretaria

CUSTOS

0,00

DESAFIO: Recursos Financeiros para Projetos Regionais afim de Animar a Rede das IGRs.

Obj. Estratégico: Fortalecer a governança das regiões

Indicador Estratégico: Taxa de Projetos Turísticos Regionais

JUSTIFICATIVAS

Para nivelamento,
alinhamento de todas
as ações de políticas
públicas de turismo
desta autarquia.

PRODUITS

Liberação de recursos financeiros para interação e dinamidade nos grupos regionais.

PARCERIAS

- ✓ SEBRAE
- ✓ Prefeituras
- ✓ Ministério do Turismo
- ✓ Outros órgãos do estado
- ✓ Trade turístico

GRUPO DE ENTREGAS

ALSO

- Risco político de descontinuidade;
- Exoneração de servidores;
- Troca do interlocutor estadual;
- Falta de orçamento.

OBJECTIVE

Fomentar a qualificação e a pró atividade de ações para a gestão pública e a iniciativa privada afim de dar mais competitividade e valorização aos destinos turísticos.

References

- Aumentar o nivelamento do poder público, da iniciativa privada e terceiro setor para socialização das ações e projetos para contemplar os destinos
- Aumentar a competitividade das regiões turísticas:

RESTRICTIONS

- ✓ Falta de continuidade das ações e projetos
- ✓ Falta de motivação, interesse e experiência
- ✓ Falta de apoio político
- ✓ Falta de recursos financeiros para as secretarias municipais de turismo
- ✓ Falta de formalização das regiões para receber recursos financeiros do estado

CUSTOS

0.00

ESCOLHER OBJETIVO ESTRATÉGICO REAL DA ENTIDADE

O.E.: Estimular o uso do CCON para democratizar a Cultura e fomentar o Turismo

**Objetivo
Estratégico:**

**Estimular o uso do CCON para democratizar a Cultura e Fomentar o
Turismo**

Descrição do indicador

O indicador mede a taxa de uso dos espaços
do CCON ao longo do mês.

Fonte/coleta/responsável

Dados de TAU

Quantidade de eventos autorizados

Finalidade de eventos autorizados

Indicador

**Taxa de uso
dos espaços
do CCON**

Responsável: Rubens Ananias

Fórmula de cálculo

**Taxa de uso do
CCON no mês**

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Mensal

Fatores críticos de sucesso

Acesso ao CCON/ estacionamento;

**Falta de estudo do Corpo de Bombeiros ou
entidade responsável de quantitativo de
público/espaço;**

Valor cobrado;

Alto custo de manutenção do espaço;

Divulgação dos espaços do CCON nas mídias.

Observações

Linha de base

0

Meta 2021

2%

Meta 2022

50%

Meta 2023

70%

**Indicador Direcionador 1
Qtde de eventos culturais ou de
turismo realizados em Goiânia**

Indicador Direcionador 2

Indicador Direcionador 3

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

Falta de estudo
do Corpo
de Bombeiros

Valor cobrado

Divulgação
dos espaços

Alto custo de
manutenção do
espaço

DESAFIO: Falta de Estudo do Corpo de Bombeiros	Obj. Estratégico: Estimular o uso do CCON para democratizar a Cultura e fomentar o Turismo	Indicador Estratégico: Taxa de uso dos espaços do CCON
--	--	--

JUSTIFICATIVAS Falta de estudo do espaço para cálculo de quantitativo máximo e melhor ocupação dos espaços com segurança.	PRODUTO Divulgação dos espaços com segurança para público.	PARCERIAS	GRUPO DE ENTREGAS	RISCOS Deteriorização do espaço público; Acidentes em eventos
OBJETIVO Estimular o uso do CCON com segurança para os usuários.		✓ Corpo de bombeiros	✓ Dimensão humana	
BENEFÍCIOS Aumento do fluxo turístico; Aumento da arrecadação; Aumento da utilização do espaço público;		RESTRIÇÕES		CUSTOS XXX

DESAFIO: Valor cobrado		Obj. Estratégico: Estimular o uso do CCON para democratizar a Cultura e fomentar o Turismo		Indicador Estratégico: Taxa de uso dos espaços do CCON
<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>Valor cobrado baseado no valor de mercado</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Utilização dos espaços do CCON</div>	<div>PARCERIAS</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div>✓ Eventos conforme TAU</div>	<div>RISCOS</div> <div>Valor menor que o necessário para a manutenção do espaço durante o evento; Falta de infraestrutura para o locatário.</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Aumento do uso do CCON</div>			<div>CUSTOS</div> <div>R\$ 800,00 por eventos dependendo do espaço solicitado</div>	
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>Aumento do fluxo turístico; Aumento da arrecadação; Aumento da utilização do espaço público;</div>				
		<div>RESTRICÕES</div> <div>✓ Valores melhores de outros espaços com a infraestrutura necessária para o evento; ✓ Restrição de quantitativo de pessoas dependendo do espaço; ✓ Falta de estacionamento para eventos de grande porte</div>		

DESAFIO: Divulgação dos espaços do CCON		Obj. Estratégico: Estimular o uso do CCON para democratizar a Cultura e fomentar o Turismo		Indicador Estratégico: Taxa de uso dos espaços do CCON
<div>JUSTIFICATIVAS</div> Falta de divulgação do espaço para a sociedade em geral e entes públicos e privados	<div>PRODUTO</div> Espaço divulgado	<div>PARCERIAS</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div>✓ Eventos conforme TAU</div>	<div>RISCOS</div> <div>Não há</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Aumentar o uso do espaço do CCON</div>			<div>CUSTOS</div> <div>XXX</div>	
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>Aumento do fluxo turístico; Aumento da arrecadação; Utilização do espaço público;</div>				
		<div>RESTRIÇÕES</div> <div>✓ Valores melhores de outros espaços com a infraestrutura necessária para o evento; ✓ Restrição de quantitativo de pessoas dependendo do espaço; ✓ Divulgação precária do espaço</div>		

**O.E.: Planejar e mensurar a execução dos
procedimentos da Goiás Turismo**

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

Unidade

Número

Polaridade

Maior melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

Acesso às informações das demais unidades da Golás Turismo;

Atualizações de informações repassadas em tempo hábil.

Linha de base	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023
0	10%	40%	100%

Observações

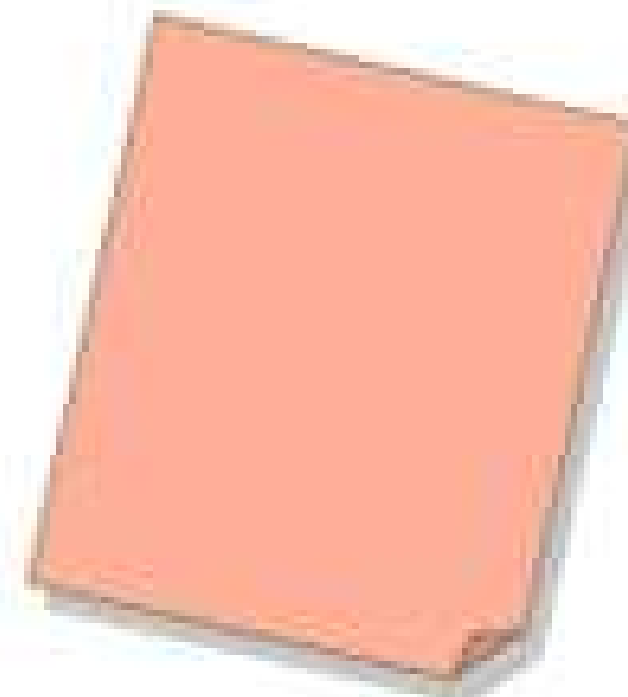
Indicador Direcionador 1

Indicador Direcionador 2

Indicador Direcionador 3

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

Falta de
engajamento
das áreas no
preenchimento
das
informações



DESAFIO: Falta de engajamento das áreas no preenchimento das informações

Obj. Estratégico: Planejar e mensurar a execução dos Procedimentos da Goiás Turismo

Indicador Estratégico: Aumento da mensuração de procedimentos internos

JUSTIFICATIVAS

A falta de informações sobre os andamentos dos programas, projetos e/ou atividades impossibilita a mensuração dos procedimentos.

PRODUTO

Mensuração dos procedimentos da Goiás Turismo

PARCERIAS

- ✓ Áreas da Goiás Turismo

GRUPO DE ENTREGAS

- ✓ **Dados fidedignos para tomada de decisão**

ALSO

Execução de projetos/atividades não estabelecidos

OBJETIVO

Medir os procedimentos para rever formas e metas estabelecidas e assim alcançar a visão da instituição no prazo estabelecido

BENEFICIOS

Acesso da alta gestão das informações
Acompanhamento das metas e ações planejadas
Dados para definição de mudanças e ajustes de metas

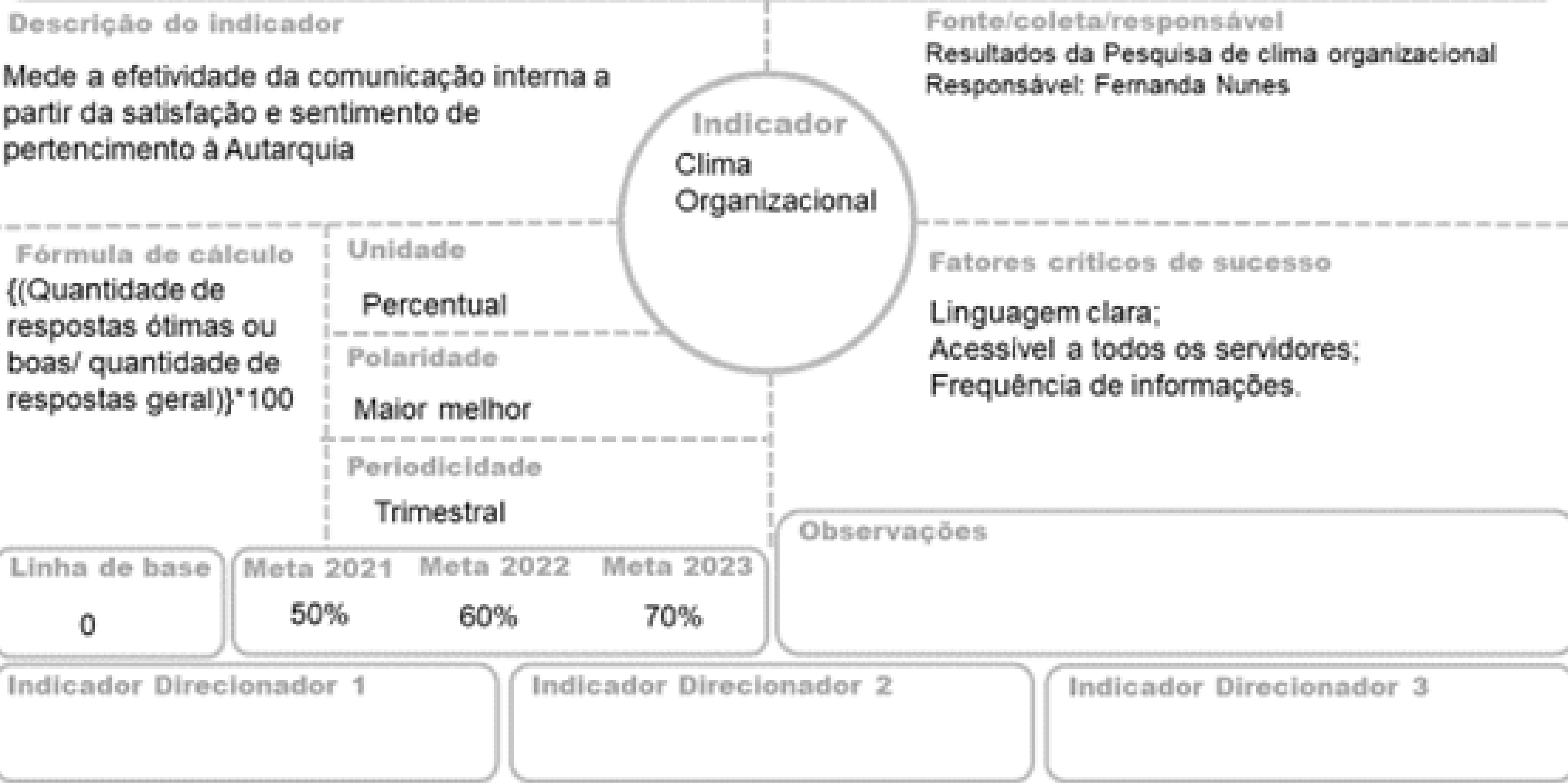
RESTRICÇÕES

- ✓ Falta de alimentação de dados;
- ✓ Erros na alimentação dos dados;
- ✓ Execução de projetos/atividades não estabelecidos

CUSTOS

O.E.: Fortalecer a Comunicação Interna

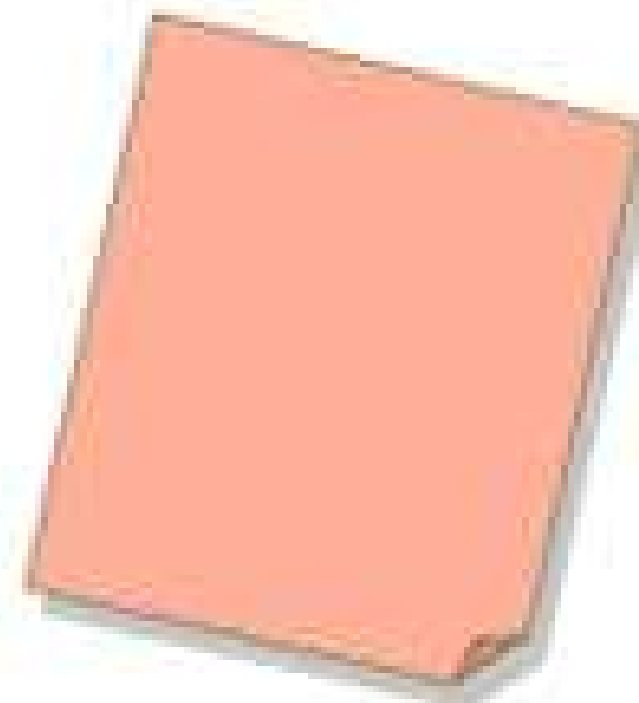
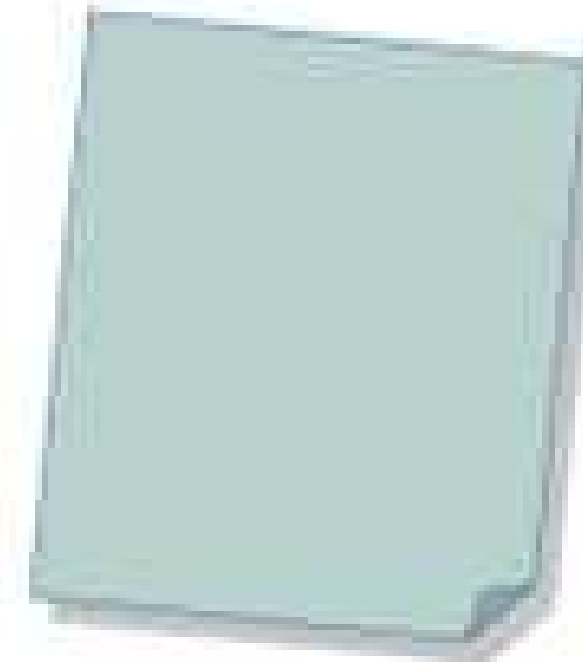
Objetivo Estratégico:Fortalecer a Comunicação Interna



QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

Frequência das
informações

Quantidade de
mídias utilizadas
na comunicação



DESAFIO: Frequência das informações		Obj. Estratégico: Fortalecer a comunicação Interna		Indicador Estratégico: Taxa de visualizações das comunicações	
<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>A frequência de informações fortalece o hábito de acesso às informações repassadas pelas áreas</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Aumento da frequência de informações repassadas</div>	<div>PARCERIAS</div> <div>✓ Áreas da Goiás Turismo</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div>✓ Divulgação de informações de interesse dos colaboradores da Goiás Turismo</div>	<div>RISCOS</div>	
<div>OBJETIVO</div> <div>Aumentar a frequência de informações repassadas, criando o hábito organizacional de acesso às mídias de informações</div>					
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>Acesso de todos os servidores às informações</div> <div>Melhoria da comunicação interna</div> <div>Engajamento de servidores</div> <div>Aumento do sentimento de pertencimento e espírito de equipe</div>		<div>RESTRICÇÕES</div> <div>✓ Falta de interesse por parte dos servidores</div> <div>✓ Falta de adesão das áreas em repassar informações relevantes aos colaboradores</div> <div>✓ Evitar a necessidade de antecipação de informações sem as explicações necessárias</div>		<div>CUSTOS</div> <div>XXX</div>	

DESAFIO: Quantidade de mídias utilizadas na comunicação		Obj. Estratégico: Fortalecer a comunicação Interna		Indicador Estratégico: Taxa de visualizações das comunicações	
JUSTIFICATIVAS		PRODUTO	PARCERIAS	GRUPO DE ENTREGAS	RISCOS
Aumento das formas de acesso às informações de interesse dos colaboradores		Intranet			
OBJETIVO			✓ Áreas da Goiás Turismo	✓ Intranet	
Garantir acesso de todos às informações de interesse da coletividade					
BENEFÍCIOS					
Acesso de todos os servidores às informações					
Melhoria da comunicação interna					
Engajamento de servidores					
Aumento do sentimento de pertencimento e espírito de equipe					
			RESTRICÇÕES		
			✓ Falta de interesse por parte dos servidores		
			✓ Falta de adesão das áreas em repassar informações relevantes aos colaboradores		
			✓ Evitar a necessidade de antecipação de informações sem as explicações necessárias		
					CUSTOS
					XXX



OBJETIVO ESTRATÉGICO REAL DA ENTIDADE

FORTALECER A IMAGEM INSTITUCIONAL

Objetivo Estratégico: FORTALECER A IMAGEM INSTITUCIONAL

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.

Fonte/coleta/responsável

- Dados das redes sociais: promo e institucional
 - Acessos ao sites da GT: institucional e promocional
 - Matérias na imprensa não-digital
- Responsável: Alexandre / Karine*

Indicador
Engajamento nas mídias sociais e matérias na Imprensa

Fórmula de cálculo

Razão entre os números das redes sociais; sites e matérias na imprensa de cada mês subsequente

Unidade
Percentual
Polaridade
Maior melhor
Periodicidade
Mensal

Fatores críticos de sucesso

- Plano de atuação da Comunicação e Marketing nas redes sociais e sites
- Postagens diárias
- Repostagens de posts e notícias relacionadas
- Midia espontânea positiva
- Falta de patrocínio

Linha de base
Número absoluto
2020

Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023
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
Crescimento e engajamento nas redes sociais da GT: promo e institucional

Indicador Direcionador 2
Número de acessos aos sites da GT: promocional e institucional

Indicador Direcionador 3
Avaliações de qualidade de atendimento nas redes e nos sites

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

Identidade Visual
e Unidade de
comunicação

Definição do
controle das
Redes Sociais
e Sites da GT

DESAFIO: Identidade Visual e Unidade de Comunicação

Obj. Estratégico: FORTALECER A IMAGEM INSTITUCIONAL

Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás

JUSTIFICATIVAS <ul style="list-style-type: none">- Construção de uma marca consolidada- Comunicação do branding	PRODUTO <p>Marca GOIÁS TURISMO nos meios público e privado</p>	PARCERIAS <ul style="list-style-type: none">- Trade turístico- IGRs- Prefeituras- Governo- Min Turismo- Embratur- SEBRAE- FECOMERCIO- SECOM- Agência de Publicidade do Estado- Empresas parceiras- Veículos de imprensa	GRUPO DE ENTREGAS <ul style="list-style-type: none">- Participação em feiras do setor- Press Trips- Fam Tour- Veiculação de mídias- Redes Sociais- Imprensa e RP	RISCOS <ul style="list-style-type: none">- Incongruência de opiniões- Personalização de gostos e preferências- Indisponibilidade de recursos financeiros
OBJETIVO <p>Consolidar a marca Goiás Turismo como referência no setor público e no mercado</p>				
BENEFÍCIOS <ul style="list-style-type: none">- Posicionamento da Goiás Turismo- Projeção de Goiás no mercado nacional e internacional- Unidade de comunicação		RESTRIÇÕES <ul style="list-style-type: none">- Divergências internas- Budget adequado- Dificuldade de contratação de serviços- Liberação de site promocional GT- (.com)- Relacionamento com a SECOM		CUSTOS <p>R\$ xx.xxx,00</p>

DESAFIO: Definição do controle das Redes Sociais e Sites da GT

Obj. Estratégico: **FORTALECER A IMAGEM INSTITUCIONAL**

Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás

JUSTIFICATIVAS <ul style="list-style-type: none">- Posicionamento das plataformas digitais- Melhorar o alcance e o engajamento nas redes sociais e sites	PRODUTO <p>Sites e redes sociais da Goiás Turismo posicionados e com targets específicos</p>	PARCERIAS <ul style="list-style-type: none">- Trade turístico- Min Turismo- Embratur- Empresas parceiras para divulgação de produtos- Operadoras- OTA's- Veículos de imprensa- Benchmarks de outros estados	GRUPO DE ENTREGAS <ul style="list-style-type: none">- Divulgação de atributos e produtos- Press Trips- Fam Tour- Veiculação de mídias- Redes Sociais- Imprensa e RP	RISCOS <ul style="list-style-type: none">- Incongruência de opiniões- Personalização de gostos e preferências- Escassez de budget- Impedimento do site (.com)
OBJETIVO <p>Tornar a Goiás Turismo referência na busca por informações do turismo do estado</p>				
BENEFÍCIOS <ul style="list-style-type: none">- Divulgação de atributos e produtos turísticos- Comunicação direta com os públicos de interesse (targets)- Maior interação com o público final: pesquisas; ações de mkt, pesquisas, etc.		RESTRIÇÕES <ul style="list-style-type: none">- Divergências internas- Indisponibilidade de budget adequado- Formatos de contratação de serviços		CUSTOS <p>R\$ xx.xxx,00</p>



OBJETIVO ESTRATÉGICO REAL DA ENTIDADE

**INOVAR NO FOMENTO E NA DIVULGAÇÃO DO
TURISMO POR PARTE DA GOIÁS TURISMO**

Objetivo Estratégico: INOVAR NO FOMENTO E NA DIVULGAÇÃO DO TURISMO

Descrição do indicador

- O indicador mede o interesse por ações diferentes e inovadoras no turismo do estado em comparação ao ano anterior
- A relevância de buscas e matérias por atributos do turismo em Goiás em relação ao ano anterior

Fonte/coleta/responsável

Comunicação e Gerência de Produtos
Responsável: Karine, Luciano e Fernando

Indicador
Divulgação e
interesse pelos
atributos do
turismo de Goiás

Fórmula de cálculo

Razão entre o número de ações/ inovações entre os anos subsequentes

Unidade

Percentual

Polaridade

Maior Melhor

Periodicidade

Anual

Fatores críticos de sucesso

- Dificuldade em mensurar os índices
- Falta de critérios definidos

Linha de base

Definir Patamar

Meta 2021

< 20%

Meta 2022

< 15%

Meta 2023

< 10%

Observações

- Todos os dados são relevantes e quase sempre não são mencionados, por serem discutidos em reuniões exclusivas e se tratarem de projetos que não se executam em curto prazo

Indicador Direcionador 1

Número de matérias jornalísticas sobre os produtos e atributos do estado

Indicador Direcionador 2

Interesse de empresários por parcerias e exploração do turismo no estado

Indicador Direcionador 3

Contatos informais e formais para visitas ao estado

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?



DESAFIO: Benchmarking		Obj. Estratégico: INOVAR NO FOMENTO E NA DIVULGAÇÃO DO TURISMO		Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás
<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>- Desconhecimento de outros destinos, ações, produtos e projetos</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Alinhamento entre as oportunidades de mercado com as potencialidades do turismo no estado</div>	<div>PARCERIAS</div> <div>- Trade turístico nacional - IGRs nacionais - Prefeituras e Governos do Brasil - Min Turismo - Embratur - Embaixadas - Países diversos - Empresas do setor</div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div>- Business Plan - Projetos de Implantação</div>	<div>RISCOS</div> <div>- Dimensionamento das possibilidades e limitações do turismo de Goiás - Não atender aos requisitos da região/projeto</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Otimizar processos de melhorias e viabilizar projetos sustentáveis para o turismo de Goiás</div>				
<div>BENEFÍCIOS</div> <div>- Conhecer novas práticas e processos para melhoria das ações da Goiás Turismo</div>		<div>RESTRIÇÕES</div> <div>- Indisponibilidade de recursos financeiros - Relacionamento com outras instâncias de governo</div>		<div>CUSTOS</div> <div>R\$ xx.xxx,00</div>

DESAFIO: Parcerias com o Mercado		Obj. Estratégico: INOVAR NO FOMENTO E NA DIVULGAÇÃO DO TURISMO		Indicador Estratégico: Aumento do fluxo turístico em Goiás
JUSTIFICATIVAS - Prospectar e captar investidores para desenvolver o Turismo no Estado	PRODUTO Portfólio com oportunidades para investimento no turismo em Goiás	PARCERIAS - Trade turístico - IGRs - Prefeituras - Governo - Min Turismo - Embratur - Grupos investidores - Embaixadas - Países diversos	GRUPO DE ENTREGAS - Broadside com as potencialidades de investimento no turismo em Goiás - Business Plan - Projetos de Implantação - Parcerias com o mercado	RISCOS - Seguir as diretrizes de Compliance - Não atender aos requisitos da região/projeto
OBJETIVO Buscar investidores para conhecer e atuar no mercado do Turismo de Goiás				
BENEFÍCIOS - Atração de novos investidores - Projeção do Estado de Goiás como um grande atrativo para investimentos no turismo		RESTRIÇÕES - Indisponibilidade de recursos financeiros - Burocracia na efetivação de parcerias - Relacionamento com a Governadoria		CUSTOS R\$ xx.xxx,00

ESCOLHER OBJETIVO ESTRATÉGICO REAL DA ENTIDADE

O.E.: Promover a Qualificação dos Servidores da Goiás Turismo

Objetivo Estratégico: Promover a qualificação dos servidores da Golás Turismo

Descrição do indicador

Mede a quantidade de servidores qualificados, ao longo de um ano, comparado com o ano anterior

Fonte/coleta/responsável

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

Indicador
Índice de qualificação de servidores

Fórmula de cálculo
[(Quantidade de servidores qualificados – quantidade de servidores lotados na Golás Turismo)/ Quantidade de servidores lotados na Golás 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;
Cursos oferecidos por outras instituições.

Linha de base

0

Meta 2021

50%

Meta 2022

70%

Meta 2023

90%

Observações

Indicador Direcionador 1

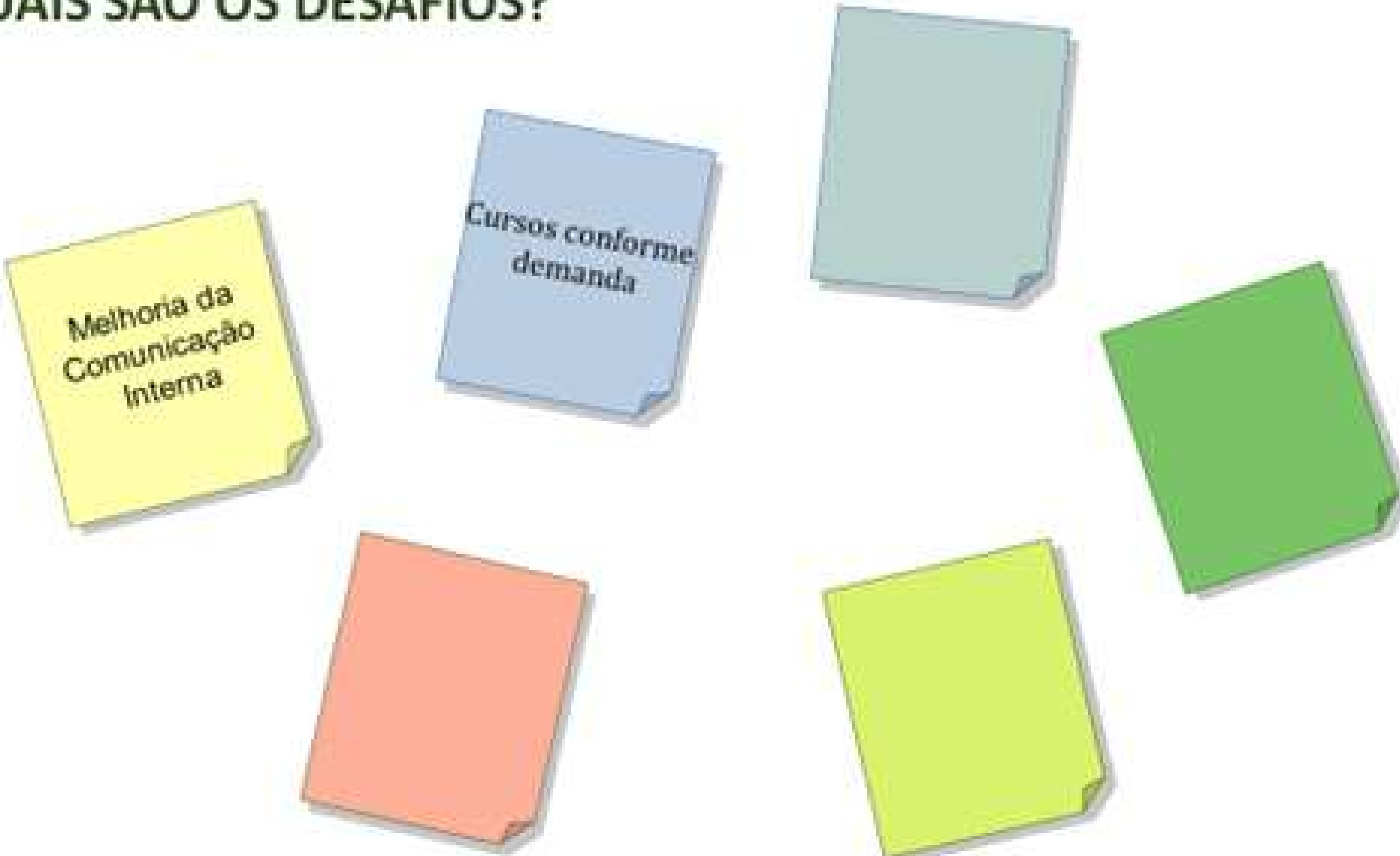
Quantidade de horas per capta por órgão

Indicador Direcionador 2

Quantidade de treinamentos internos realizados

Indicador Direcionador 3

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?



Melhoria da
Comunicação
Interna

Cursos conforme
demanda

DESAFIO: Melhoria na Comunicação Interna

Obj. Estratégico: Promover a qualificação dos servidores da Golás Turismo

Indicador Estratégico: Índice de qualificação dos servidores

<div>JUSTIFICATIVAS Falta de acesso aos cursos disponibilizados e datas para a realização</div>	<div>PRODUTO Comunicação Interna Eficiente e Eficaz</div>	<div>PARCERIAS <div>✓ Escola de Governo</div><div>✓ Sistema S</div></div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS <div>✓ Dimensão humana</div><div>✓ Grau de dependência</div></div>	<div>RISCOS Má divulgação de cursos por parte das instituições parceiras</div>
<div>OBJETIVO Comunicação interna Eficiente e eficaz na divulgação de cursos para a qualificação dos servidores da Golás Turismo</div>				
<div>BENEFÍCIOS Servidores qualificados; Aumento da produtividade dos servidores</div>		<div>RESTRIÇÕES <div>✓ Falta de interesse por parte dos servidores e das chefias imediatas</div></div>		<div>CUSTOS XXX</div>

DESAFIOS RELACIONADOS AO OBJETIVO

**FORTALECER A CAPTAÇÃO DE RECURSOS PÚBLICOS
E PRIVADOS**

Objetivo Estratégico:

Fortalecer a captação de recursos públicos e privados (Goiás Turismo)



Linha de base	Meta 2021	Meta 2022	Meta 2023	Observações
2%	50%	50%	50%	---

- Indicador Direcionador 1
Quantidade de Servidores/as qualificados
- Indicador Direcionador 2
Números de Projetos Cadastrados no Banco de Projetos
- Indicador Direcionador 3

QUAIS SÃO OS DESAFIOS?

O.E: Fortalecer a captação de recursos públicos e privados

Banco de
Projetos

Capacidade
de Elaboração
de Projetos
(principalmente
engenharia)

Capacidade de
execução dos
Projetos
Captados

Interação com
Entidades
Públicas

Interação com
Entidades
Privadas

DESAFIO: Banco de Projetos		Obj. Estratégico: Fortalecer a captação de recursos públicos e privados		Indicador Estratégico: Incremento de captação de recursos	
<div>JUSTIFICATIVAS</div> <div>Com projetos formatados e priorizados será possível estudo direcionado para submeter as prioridades em editais e programas de captação de Recursos.</div>	<div>PRODUTO</div> <div>Banco de Projetos formatado</div>	<div>PARCERIAS</div> <div><div>✓ SGG</div><div>✓ Prefeituras</div><div>✓ Ministério do Turismo</div></div>	<div>GRUPO DE ENTREGAS</div> <div><div>✓ Dimensão econômica</div><div>✓ Dimensão humana</div><div>✓ Grau de dependência</div></div>	<div>RISCOS</div> <div>Risco político Indisposição dos parceiros (ramos do turismo)</div>	<div>CUSTOS</div> <div>0,00</div>
<div>OBJETIVO</div> <div>Ampliar a submissão de projetos em editais e programas, para que seja fortalecida a captação de recursos.</div>					
<div>BENEFÍCIOS</div> <div><div>- Aumentar as chances de aprovação dos projetos nos editais e programas;</div><div>- Capacitar equipe e municípios para a construção de projetos consistentes;</div><div>- Priorizar os projetos mais relevantes.</div></div>					
		<div>RESTRIÇÕES</div> <div><div>✓ Falta de dados</div><div>✓ Expertise</div><div>✓ Insuficiência de experiência</div></div>			

Demais Projetos e ações desenvolvidos e a serem desenvolvidas pelas unidades em desdobramentos dos objetivos estratégicos serão objeto de deliberação para a anexação neste documento.

Equipe de Consultoria em Planejamento Estratégico

Coordenadores

Amanda Flores Filardi Bonfim – Analista de Gestão Governamental

Rayner Florência Alves – Gestor de Tecnologia da Informação

Vinícius Mamede Salum Chaer – Técnico em Gestão Pública

Apoio

Alex Fernandes Cortez – Técnico em Gestão Pública

Hugo Leonardo de Araújo Godinho – Gestor de Recursos Naturais

Rafael Francisco Vieira de Mendonça – Gestor de Tecnologia da Informação

Jakeline Carvalho da Silva Polonsku – Gestora de Planejamento e Orçamento da Superintendência da Escola de Governo Henrique Santillo

Luís Maurício Bessa Scartezini – Instrutor das oficinas

Comitê do Planejamento Estratégico – Acompanhamento e Contribuição

VALQUÍRIA FARIA DA SILVA

Diretoria de Gestão Integrada



ALINE DE SOUSA LOBO

Gerência de Políticas e
Ações Integradas ao Turismo



CRISTIANE RICCI MANCINI

Gerência de Projetos de Fomento ao
Empreendedorismo e Atração de Investimentos



Comitê do Planejamento Estratégico – Acompanhamento e Contribuição

FERNANDO S. MAGALHÃES FILHO

Gerência de Estudos,
Pesquisa e Qualificação



FERNANDA BARBOSA NUNES

Gerência de Gestão
Institucional e Finanças



Estrutura da Goiás Turismo

FABRÍCIO BORGES AMARAL
Presidente



ANDRÉIA DE ARAÚJO I. ADOURIAN
Procuradoria Setorial



FERNANDO S. MAGALHÃES FILHO
Gerência de Estudos,
Pesquisa e Qualificação



GUSTAVO COUTINHO FARIA
Diretor de Fomento ao Turismo



ALEXANDRE FELICIANO RESENDE
Gerência de Marketing e
Promoção do Turismo



JOICE NAVES DE ARAÚJO PIRES
Gerência de Estruturação
e Produtos Turísticos



RUBENS ANANIAS DE S. JÚNIOR
Diretor do Espaço Oscar Niemeyer



ALINE DE SOUSA LOBO
Gerência de Políticas e
Ações Integradas ao Turismo



ANNE KAROLINE PUREZA INÁCIO
Gerência de Compras
e Apoio Administrativo



VALQUÍRIA FARIA DA SILVA
Diretoria de Gestão Integrada



CRISTIANE RICCI MANCINI
Gerência de Projetos de Fomento ao
Empreendedorismo e Atração de Investimentos



FERNANDA BARBOSA NUNES
Gerência de Gestão
Institucional e Finanças

