

## **ANEXO II**

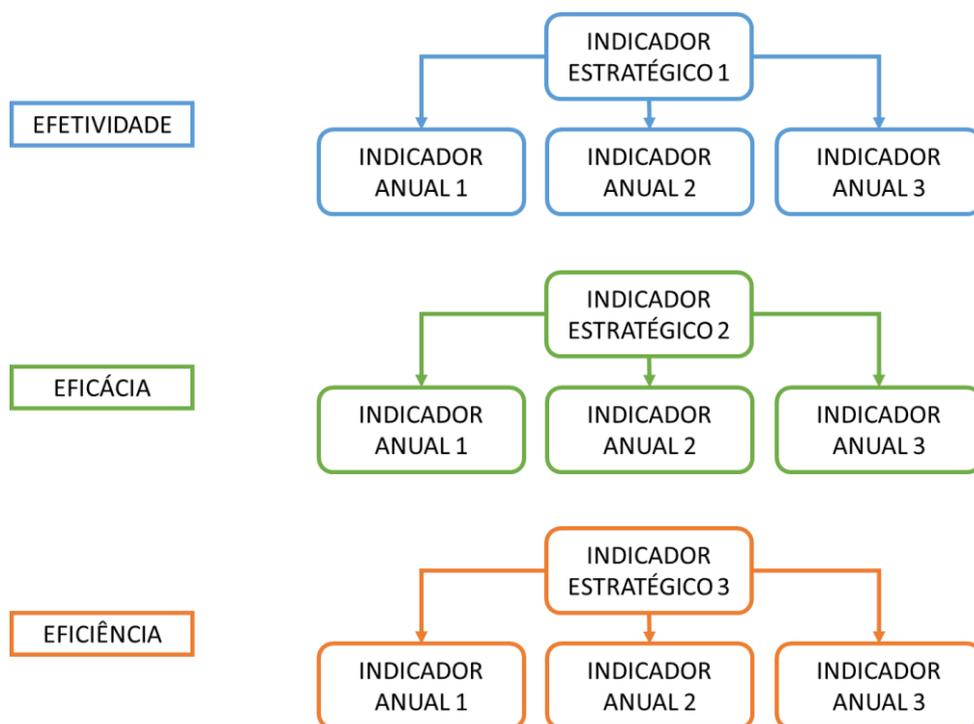
# **QUADRO DE INDICADORES ESTRATÉGICOS E METAS 2021-2023**

## APRESENTAÇÃO

---

Consta neste anexo o quadro de indicadores estratégicos e metas plurianuais para o intervalo 2021-2023. Adota-se a lógica de efetividade, eficácia e eficiência para composição do quadro, conforme figura abaixo. Os resultados a serem alcançados pela Agência ao final do período serão definidos pelas metas estabelecidas e mensurados por seus indicadores. O caminho a ser seguido será estabelecido nos planos de ação anuais (Anexo III).

FIGURA 1: LÓGICA DA COMPOSIÇÃO DO QUADRO DE INDICADORES DA ABDI



## QUADRO DE INDICADORES ESTRATÉGICOS E METAS

Tabela 1: Quadro Resumo de Indicadores Estratégicos e Metas

ID	Tipo	Nome do Indicador	Metas			Peso
	Eficiência Eficácia Efetividade		2021	2022	2023	
1	Efetividade	Índice de aumento médio da maturidade digital do setor produtivo brasileiro	5%	10%	15%	3
2	Efetividade	Índice de adoção de novas tecnologias, metodologias e processos digitais	Construção do índice de referência	10%	20%	3
3	Eficácia	Índice de aumento médio da maturidade digital do setor produtivo atendido pela ABDI	5%	10%	15%	2
4	Eficácia	Taxa de adesão dos beneficiários de serviços e produtos ABDI	2%	2,5%	3%	2
5	Eficiência	Custo médio por beneficiário das iniciativas voltadas à economia digital	Construção do índice de referência	- 5%   2021	- 5%   2022	1
6	Eficiência	IGEAR - Índice geral de eficiência na aplicação dos recursos finalísticos	80%	80%	80%	1
7	Eficiência	Índice de maturidade corporativa e transformação digital da ABDI	45	70	75	2

**\*Legenda explicativa sobre o Quadro Resumo de Indicadores de Desempenho e Metas**

- **N:** é o número sequencial que identifica o Indicador de Desempenho.
- **Tipo:** dimensão da avaliação do Indicador de Desempenho se refere: eficácia, efetividade e eficiência.
- **Nome do Indicador:** é o nome do Indicador de Desempenho
- **Meta:** a meta estabelecida para o ano
- **Peso:** é a representação da importância do Indicador de Desempenho na nota final da avaliação (1, 2, 3 etc.).

## QUADROS EXPLICATIVOS POR INDICADOR ESTRATÉGICO

<b>INDICADOR 1: ÍNDICE DE AUMENTO MÉDIO DA MATURIDADE DIGITAL DO SETOR PRODUTIVO BRASILEIRO</b>	
Objetivo Estratégico associado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar a adoção e a difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios.</li> <li>2. Criar ambiente propício para o aumento da maturidade digital do setor produtivo.</li> </ol>
Tipo	Efetividade
Objetivo (Contribuição)	Medir o aumento médio da maturidade digital do setor produtivo brasileiro.
Descrição	<p>A transformação digital tem se revelado um aspecto essencial à competitividade e à produtividade da economia brasileira devido aos seus impactos significativos no processo de produção, no desenvolvimento de produtos e na forma de se fazer negócios; por consequência, no crescimento econômico do país. Em 2016, 22% do PIB brasileiro já estava ligado à nova economia, com projeção de 25,1% em 2021, conforme a Oxford Economics. Segundo a Accenture, o aumento da densidade digital da economia poderia trazer 6,6% de acréscimo ao PIB do Brasil já em 2020.</p> <p>Ressalta-se que a transformação digital é um processo, o qual depende de outros aspectos não intrínsecos às empresas, tais como: infraestrutura digital, capital humano qualificado, regulação adequada, confiança no ambiente digital, crédito, financiamento ou investimentos de empresas e governo, entre outros.</p> <p>O uso de tecnologias digitais no setor produtivo brasileiro ainda é pouco difundido e pesquisas indicam que pouco mais da metade das empresas do país conhecem a importância dessas tecnologias e menos da metade as utiliza. Segundo o índice de maturidade 4.0 da ABDI, o setor produtivo brasileiro encontra-se na metade da jornada digital, pontuando 1,98 (considerando uma escala de 0 a 4).</p> <p>Para que a ABDI possa direcionar melhor a sua atuação, é importante conhecer e acompanhar a evolução do nível de maturidade digital do setor produtivo.</p> <p>Nesse sentido, a ABDI adota um indicador de maturidade digital para realizar esse acompanhamento junto ao setor produtivo de forma estruturada. A base da construção desse indicador será o conjunto de índices existentes, a exemplo do Índice Cesar de Transformação Digital, da autoavaliação de práticas digitais e do Índice de Prontidão 4.0.</p>
Unidade	Percentual
Base de referência de metas	O índice mais consolidado no Brasil hoje é o Índice César de Transformação Digital, que tem um olhar mais holístico sobre a transformação digital e é a base mais sólida de referência para o estabelecimento de metas, em que pese sua diversidade de componentes (4.0, segurança cibernética, políticas digitais, entre outros).

	<p>Conforme o Índice Cesar, um nível de maturidade de 0% indica um contexto de negócios totalmente analógico e de 100% um contexto de maturidade digital. Níveis de maturidade abaixo de 60% indicam estágios iniciais da transformação digital. Quando o número fica entre 60% e 80% é um nível intermediário. Resultado superior a 80% significa uma empresa ou um setor mais maduro digitalmente. A maior parte das empresas brasileiras hoje está abaixo de 60%.</p> <p><b>Setor Produtivo - Amostra Estratificada</b></p> <p>Segundo IBGE, em fevereiro de 2020 tínhamos 19.209.508 empresas ativas, divididas setorialmente conforme quadro abaixo. A amostra de 1438 empresas será aquela utilizada pela ABDI para obtenção dos dados e informações que irão compor o índice. Ressalte-se que esta amostra será distribuída proporcionalmente por região.</p> <table border="1" data-bbox="584 792 1362 1032"> <thead> <tr> <th>Setores</th> <th>2020-02</th> <th>Amostra*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Indústria</td> <td>1.906.658</td> <td>246</td> </tr> <tr> <td>Construção Civil</td> <td>1.366.009</td> <td>174</td> </tr> <tr> <td>Comércio</td> <td>6.607.938</td> <td>385</td> </tr> <tr> <td>Serviços</td> <td>8.631.580</td> <td>385</td> </tr> <tr> <td>Agropecuária</td> <td>697.323</td> <td>248</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>19.209.508</b></td> <td><b>1.438</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>(*) 95% de nível de confiança e 5% de erro amostral</p> <p>Estima-se que o aumento médio previsto, de 15% ao final de 2023, condiz com a mudança de patamar das empresas brasileiras em relação à transformação digital, de “iniciantes” para “intermediárias”, ou até mesmo para “maduras”.</p> <p>Destaca-se ser um índice nunca utilizado pela Agência e sem histórico para o estabelecimento de metas mais assertivas. Além disso, a transformação digital depende de um ambiente externo favorável que inclua mão-de-obra qualificada e infraestrutura digital, por exemplo. Portanto, o atingimento das metas aqui estabelecidas não depende exclusivamente das ações da ABDI.</p>			Setores	2020-02	Amostra*	Indústria	1.906.658	246	Construção Civil	1.366.009	174	Comércio	6.607.938	385	Serviços	8.631.580	385	Agropecuária	697.323	248	<b>Total</b>	<b>19.209.508</b>	<b>1.438</b>
Setores	2020-02	Amostra*																						
Indústria	1.906.658	246																						
Construção Civil	1.366.009	174																						
Comércio	6.607.938	385																						
Serviços	8.631.580	385																						
Agropecuária	697.323	248																						
<b>Total</b>	<b>19.209.508</b>	<b>1.438</b>																						
Metas	2021	2022	2023																					
	5%	10%	15%																					
Forma de	<p>Índice Médio de Maturidade Digital (IMD)</p> $IMD = \frac{\sum y_{it}}{n}$ <p>Cálculo  <math>\sum y_{it}</math> = somatório das maturidades digitais das empresas objeto da mensuração  <math>n</math> = número de empresas</p>																							
Fonte do dado	Empresas consultadas.																							
Forma de coleta do dado	Para acompanhar as empresas ano a ano, a ABDI contará com um <i>call-center</i> , bem como, disponibilizará plataforma on-line para autodeclaração das empresas.																							

Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponibilidade orçamentária para call-center, manutenção das plataformas.</li> <li>2. Melhora anual do Brasil no Índice de Competitividade Digital IMD, nas seguintes dimensões: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Digital/Technological skills (62)*</li> <li>b. Total expenditure on R&amp;D (%) (30)</li> <li>c. Regulatory framework (57)*</li> <li>d. Funding for technological development (59)*</li> <li>e. Banking and financial services (58)*</li> <li>f. Venture capital (55)*</li> <li>g. Investment in Telecommunications (39)*</li> <li>h. Communications technology (61)*</li> <li>i. Wireless broadband (33)*</li> <li>j. Internet users (46)*</li> <li>k. Internet bandwidth speed (52)*</li> <li>l. High-tech exports (%) (30)*</li> <li>m. E-Government (37)*</li> <li>n. Cyber security (58)*</li> </ol> </li> </ol> <p>( )* Classificação do Brasil em 2019, de um total de 63 países avaliados.</p>		
Peso	3		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

INDICADOR 2: ÍNDICE DE ADOÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS, METODOLOGIAS E PROCESSOS DIGITAIS	
Objetivo Estratégico associado	Ampliar a adoção e a difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios.
Tipo	Efetividade
Objetivo (Contribuição)	Medir o aumento de adoção, por parte das empresas e governos, de novas tecnologias, metodologias e processos digitais.
Descrição	<p>Segundo indicam algumas pesquisas<sup>1</sup> pouco mais da metade das empresas do país conhecem a importância da transformação digital e de tecnologias digitais e as aplica em sua estratégia. Poucas têm foco em aplicações mais voltadas a desenvolvimento de novos produtos e novos modelos de negócios.</p> <p>Quanto aos órgãos públicos<sup>2</sup>, a cultura de decisões não considera (ou hesita em) investir em produtos inovadores e de alto valor agregado para</p>

<sup>1</sup> Sondagem Especial da indústria 4.0 (CNI, 2016); Um olhar sobre a transformação digital no setor automotivo (Cesar School, 2019); Índice de Maturidade 4.0 (ABDI, 2018); Transformações digitais no Brasil: *insights* sobre o nível de maturidade digital das empresas no país (McKinsey, 2018).

<sup>2</sup> O estudo do “Mercado Brasileiro de Soluções para Cidades Inteligentes” (ABDI, 2019) classificou os municípios brasileiros em relação à prontidão das cidades (envolvendo as dimensões de infraestrutura de conectividade, capacidade institucional e ambiente de inovação, capacidade de investimento e aspectos socioeconômicos). Foram enquadradas como conectadas e prontas, 1.559 cidades, que abrangem 73% da população brasileira, com um PIB per capita de R\$ 30.424,74.

	<p>resolução de problemas por meio de tecnologia, e foca a decisão no custo/preço mais baixo, sem considerar impactos e benefícios de longo prazo (refere-se, em geral, às licitações públicas).</p> <p>Por tais motivos, a ABDI possui iniciativas que visam oferecer espaços de demonstração de tecnologias, aplicáveis a empresas (os chamados <i>testbeds</i>) ou cidades<sup>3</sup> (os chamados <i>living labs</i>). Convém notar que as cidades propriamente ditas podem ser vistas com um grande espaço de demonstração de práticas e soluções tecnológicas (por exemplo, compartilhamento de veículos elétricos, iluminação pública inteligente, sistemas inteligentes para segurança pública, entre outros) e por esse motivo a ABDI possui iniciativas nesse sentido, atuando para torná-las <i>smart cities</i>.</p> <p>Espera-se que as ações acima sejam efetivas no sentido de ampliar a adoção de práticas e soluções tecnológicas, a partir dos espaços de demonstração criados e por estratégias de replicação que a Agência adote para potencializar os seus resultados e efeitos de rede.</p>		
Unidade	Percentual		
Base de referência de metas	<p>Atualmente, a ABDI não possui uma metodologia definida nem ferramentas para mapeamento das iniciativas de agentes que não estão diretamente envolvidos em seus projetos. A definição dessa metodologia, bem como a escolha da ferramenta, ocorrerá em 2021, considerado o ano-base.</p> <p>Para os anos seguintes adota-se um crescimento incremental de 10%, a partir da linha de base 2021. Ressalte-se que, tendo em vista tratar-se de um novo indicador, com metodologia a ser construída, existe a possibilidade de revisão de metas.</p>		
Metas	2021	2022	2023
	Construção do índice de referência <sup>4</sup>	10% > 2021	20% > 2021
Forma de Cálculo	$(Z) = \left( \frac{\text{Número de tecnologias, metodologias e processos digitais em } t + 1}{\text{Número de tecnologias, metodologias e processos digitais em } t} \right) \times 100$		
Fonte do dado	Associações, governos locais, empresas, agentes públicos e privados.		
Forma de coleta do dado	Consulta direta às fontes ( <i>call center ou questionário</i> ), entrevistas, instrumentos jurídicos de parceria, entre outros.		
Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	Compromisso da alta direção da ABDI na continuidade das estratégias de difusão e replicação estabelecidas.		

<sup>3</sup> A Câmara de Cidades 4.0 tem trabalhado um sistema de avaliação de cidades inteligentes, o Plano Nacional de Cidades Inteligentes e a Carta de Cidades Inteligentes. Por meio de amplo debate entre governo, academia, indústria, setor privado e entidades representativas, estão sendo propostas políticas públicas para estimular tecnologias que alavanquem a atração de investimentos privados, mapeiem e consolidem conceitos de cidades inteligentes.

<sup>4</sup> A meta de 2021 será a construção de parâmetros e metodologia para a medição do indicador e a medição da linha de base para os próximos anos.

Peso	3		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

<b>INDICADOR 3: ÍNDICE DE AUMENTO MÉDIO DA MATURIDADE DIGITAL DO SETOR PRODUTIVO ATENDIDO PELA ABDI</b>	
Objetivo Estratégico associado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar a adoção e a difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios.</li> <li>2. Criar ambiente propício para o aumento da maturidade digital do setor produtivo.</li> </ol>
Tipo	Eficácia
Objetivo (Contribuição)	Medir o aumento médio da maturidade digital dos beneficiários apoiados pelo portfólio da Agência.
Descrição	<p>A transformação digital tem se revelado um aspecto essencial à competitividade e à produtividade da economia brasileira devido aos seus impactos significativos no processo de produção, no desenvolvimento de produtos e na forma de se fazer negócios; por consequência, no crescimento econômico do país. Em 2016, 22% do PIB brasileiro já estava ligado à nova economia, com projeção de 25,1% em 2021, conforme a Oxford Economics. Segundo a Accenture, o aumento da densidade digital da economia poderia trazer 6,6% de acréscimo ao PIB do Brasil já em 2020.</p> <p>O uso de tecnologias digitais no setor produtivo brasileiro ainda é pouco difundido e pesquisas indicam que pouco mais da metade das empresas do país conhecem a importância dessas tecnologias e menos da metade as utiliza. Segundo o índice de maturidade 4.0 da ABDI, o setor produtivo brasileiro encontra-se na metade da jornada digital, pontuando 1,98 (considerando uma escala de 0 a 4). Além disso, entre aquelas empresas que reconhecem a importância das tecnologias digitais, a maioria as aplica para otimização do processo de produção, para fins de aumento de produtividade e redução de custos. Poucas têm foco em aplicações mais voltadas a desenvolvimento de novos produtos e novos modelos de negócios.</p> <p>Para responder a esses desafios, a ABDI orienta-se até 2023 por dois objetivos estratégicos: “Criar um ambiente propício para o aumento da maturidade digital do setor produtivo”, e “Ampliar a adoção e difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios no setor produtivo”.</p> <p>O primeiro objetivo busca a remoção das barreiras externas às empresas que dificultam a adoção de tecnologias digitais. Por sua vez, o segundo visa prover ao setor produtivo instrumentos voltados à incorporação e difusão de tecnologias e inovação, removendo as barreiras internas às empresas que dificultam a adoção de tecnologias digitais. Os objetivos convergem, e se complementam, ao fornecer ações estruturantes e operacionais com impacto de curto, médio e longo prazo, ao setor produtivo brasileiro.</p>

	<p>Nesse contexto, a materialização dos resultados da Agência se dá pelo cômputo da maturidade digital dos beneficiários (empresas, governos ou cidadãos) dos programas e projetos das instituições apoiadas pela ABDI por meio do seu Plano de Ação.</p> <p>É um índice dinâmico que agrega as contribuições de diferentes linhas de atuação da Agência, a exemplo de indústria 4.0, apoio a ecossistemas regionais, segurança cibernética, entre outros. De maneira perene, esse índice comporta mudança nas estratégias da ABDI, na medida em que alterações conjunturais criarem oportunidades ou desafios para a priorização da instituição.</p> <p>Para aferição deste indicador, será utilizada a lógica contrafactual que compara beneficiários que receberam os benefícios/intervenções com aquelas empresas similares que não receberam os benefícios/intervenções da ABDI.</p>
Unidade	Percentual
Base de referência de metas	<p>O índice mais consolidado no Brasil hoje é o Índice César de Transformação Digital, que tem um olhar mais holístico sobre a transformação digital e é a base mais sólida de referência para o estabelecimento de metas, em que pese sua diversidade de componentes (4.0, segurança cibernética, políticas digitais, entre outros).</p> <p>Conforme o Índice Cesar, um nível de maturidade de 0% indica um contexto de negócios totalmente analógico e de 100% um contexto de maturidade digital. Níveis de maturidade abaixo de 60% indicam estágios iniciais da transformação digital. Quando o número fica entre 60% e 80% é um nível intermediário. Resultado superior a80% significa uma empresa ou um setor mais maduro digitalmente. A maior parte das empresas brasileiras hoje está abaixo de 60%.</p> <p>O levantamento aplicado a mais de 150 empresas do setor automotivo revelou, por exemplo, nível médio de maturidade de 57,3%.</p> <p>Segundo indicam algumas pesquisas<sup>5</sup> pouco mais da metade das empresas do país conhecem a importância da transformação digital e de tecnologias digitais e as aplica na estratégia. Se analisadas especificamente as micro e pequenas empresas essa estimativa cai para menos da metade. Além disso, entre aquelas que reconhecem a importância da transformação digital, a maioria está preocupada com otimização do processo de produção, para fins especialmente de redução de custos. Poucas têm foco em aplicações mais voltadas a desenvolvimento de novos produtos e novos modelos de negócios. Essas informações permitem inferir que boa parte das empresas brasileiras</p>

<sup>5</sup> Citam-se por exemplo: Sondagem Especial da indústria 4.0 (CNI,2016); Um olhar sobre a transformação digital no setor automotivo (Cesar School, 2019); índice de Maturidade 4.0 (ABDI, 2018); Transformações digitais no Brasil: *insights* sobre o nível de maturidade digital das empresas no país (Mckinsey, 2018).

	<p>ainda estão dando os seus primeiros passos em direção à transformação digital, podendo ser enquadradas como “iniciantes”.</p> <p>Assim, o aumento médio consolidado (igual a 15% ao final de 2023), previsto nas metas estabelecidas, condiz com a elevação da posição média das empresas brasileiras em relação à transformação digital de “iniciantes” para “intermediárias” (quando a transformação digital já começou para a organização, mas ainda existem alguns desafios a enfrentar a fim de consolidar a estratégia), ou até mesmo para “maduras” (quando já têm mais facilidade para planejar e executar estratégias que garantam relevância dos seus negócios no contexto da economia digital).</p> <p>Destaca-se que é um índice nunca utilizado pela Agência e sem histórico para um estabelecimento de metas mais assertivo, em que pese a fundamentação apresentada. Portanto, existe risco de que as metas estejam sub ou superdimensionadas.</p>		
Metas	2021	2022	2023
	5%	10%	15%
Forma de Cálculo	<p>Índice de Maturidade Digital Médio (IMD)</p> $IMD = \frac{\sum y_{it}}{n}$ <p><math>\sum y_{it}</math> = Somatório dos índices de maturidade mensurados</p> <p><math>n</math> = número de ações realizadas (projetos 4.0, cidades inteligentes, cyber, startup e outros)</p>		
Fonte do dado	Cada programa, projeto, ação, iniciativa ou instrumento deverá prever a aferição periódica de seus beneficiários alvo.		
Forma de coleta do dado	Questionário de avaliação aplicados às empresas, call center, além dos próprios instrumentos de apoio, que deverão diagnosticar e medir ao longo do seu ciclo de vida as informações de maturidade que compõem o presente índice.		
Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	<p>3. Disponibilidade orçamentária para instrumentos de apoio.</p> <p>4. Disponibilidade orçamentária para a mensuração de resultados.</p>		
Peso	2		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

#### INDICADOR 4: TAXA DE ADEÇÃO DE BENEFICIÁRIOS AOS SERVIÇOS E PRODUTOS ABDI

Objetivo Estratégico associado	Criar um ambiente propício ao aumento da maturidade digital do setor produtivo.
--------------------------------	---

Tipo	Eficácia		
Objetivo (Contribuição)	Medir a adesão de beneficiários (cidadãos, empresas e governos locais) às iniciativas apresentadas, ou apoiadas, pela Agência em plataformas e editais.		
Descrição	<p>A ABDI desenvolve plataformas de livre acesso (como a plataforma BIM, disponível em <a href="https://plataformabimbr.abdi.com.br">https://plataformabimbr.abdi.com.br</a> e a plataforma Brasil Mais, disponível em <a href="https://brasilmais.economia.gov.br">https://brasilmais.economia.gov.br</a>), as quais possuem conteúdos voltados à transformação digital do setor produtivo, e oferecerem serviços de atendimento a empresas. Além disso, a ABDI publica editais, que visam selecionar projetos voltados para a transformação digital, a exemplo do Digital.br (<a href="https://digitalbr.abdi.com.br">https://digitalbr.abdi.com.br</a>).</p> <p>As plataformas e os editais são um meio para divulgar as ações da ABDI e disseminar a cultura da transformação digital. Todavia, para que sejam eficazes é importante que os agentes não apenas naveguem nos sítios eletrônicos, mas que se cadastrem nas plataformas para obter os serviços e produtos oferecidos e/ou participem dos editais. Portanto, a taxa de conversão é uma métrica que ajuda a analisar o desempenho da estratégia de comunicação do portal, permitindo identificar se ela tem sido eficiente em traduzir o número de acessos/visitas no site em número de empresas interessadas em participar ativamente das ações de determinado programa ou projeto.</p> <p>Além disso, parte da estratégia de aumento de alcance das ações da Agência consiste em apoiar técnica e financeiramente iniciativas de parceiros que dialoguem com a missão institucional da ABDI, a exemplo de inúmeros convênios existentes que são executados por terceiros e não necessariamente pela ABDI.</p>		
Unidade	Percentual		
Base de referência de metas	Para portais de vendas ou e-commerce, especialistas citam que uma boa taxa de conversão é algo em torno de 2% e 3%.		
Metas	2021	2022	2023
	2%	2,5%	3%
Forma de Cálculo	$(y) = \left( \frac{Num\_Cad\ em\ t + 1}{Num\_Ac\ em\ t} \right) \times 100$ <p>Onde:  Num_Cad = Número de cadastros de beneficiários em plataformas que disponibilizam serviços e produtos da ABDI somado ao número de beneficiários que se inscreveram em editais e chamadas lançadas ou apoiadas pela ABDI no ano.  Num_Ac = Número de acessos em plataformas que disponibilizam serviços e produtos da ABDI somado ao número de acessos em editais e chamadas lançadas ou apoiadas pela ABDI no ano.</p>		
Fonte do dado	Plataformas e soluções digitais sob a gestão pela ABDI ou parceiros apoiados; e editais e chamadas públicas da ABDI ou de parceiros apoiados.		

Forma de coleta do dado	Automática, por meio de ferramentas de TI; e por meio de relatório do parceiro que tenha iniciativa apoiada.		
Periodicidade de apuração	Anual		
Premissas	Não há.		
Peso	2		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	Apenas um portal da ABDI adota taxa de conversão como métrica, sendo esta de 2,5%.

INDICADOR 5: CUSTO MÉDIO POR BENEFICIÁRIO DAS INICIATIVAS VOLTADAS À ECONOMIA DIGITAL	
Objetivo Estratégico associado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar a adoção e a difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios;</li> <li>2. Criar um ambiente propício ao aumento da maturidade digital do setor produtivo.</li> </ol>
Tipo	Eficiência
Objetivo (Contribuição)	Medir o custo médio por beneficiário das iniciativas da ABDI voltadas à transformação digital
Descrição	<p>A ABDI possui iniciativas que visam oferecer espaços de demonstração de tecnologias, aplicáveis a empresas (os chamados <i>testbeds</i>) ou cidades (os chamados <i>living labs</i>). Convém notar que as cidades propriamente ditas podem ser vistas com um grande espaço de demonstração de práticas e soluções tecnológicas (por exemplo, compartilhamento de veículos elétricos, iluminação pública inteligente, sistemas inteligentes para segurança pública, entre outros) e por esse motivo a ABDI possui iniciativas nesse sentido, atuando para torná-las <i>smart cities</i>.</p> <p>Ainda, a Agência busca disseminar a cultura da transformação digital, bem como sensibilizar agentes públicos e privados para a importância do tema. Para atender a este objetivo, uma de suas frentes de atuação é a capacitação/qualificação de gestores públicos e privados, presente nos projetos Digital.br (que visa apoiar políticas, programas e projetos voltados à transformação digital em nível local e inclui ações de capacitação dos gestores); Cyber Arena (que inclui ações de capacitação em segurança cibernética<sup>6</sup>) e BIMBR (que inclui uma plataforma EaD de</p>

<sup>6</sup> Crimes cibernéticos impactam significativamente atividades sociais e econômicas, visto que podem interrompê-las ou impedi-las, ou ainda envolver roubos de ativos das empresas, comprometendo sua imagem. O Internet Security Threat Report (Symantec em 2018), indica que, entre os anos de 2016 e 2017, houve aumento de 600% nos ataques a IoT e o Brasil figura entre os 5 principais países de origem de ataques a essa tecnologia. No Brasil, 62 bilhões de usuários são afetados anualmente, com prejuízo de US\$ 22,5 bilhões. Além disso, 45% das empresas nacionais não estão preparadas para combater crimes cibernéticos (Norton Cyber Security Insights Report, Symantec, 2017).

	capacitação em BIM <sup>7</sup> ). Pretende-se, portanto, com este indicador, mensurar o custo/beneficiários da Agência, bem como demonstrar o seu alcance.		
Unidade	R\$/número de beneficiários alcançados		
Base de referência de metas	Uma vez que a Agência ainda deverá construir a governança de dados adequada para suportar a aferição exata desse indicador, somente a partir das mensurações de 2021 será possível vislumbrar o valor que servirá de base para os próximos anos.  Considera-se apenas recurso ABDI.		
Metas	2021	2022	2023
	Construção do índice de referência <sup>8</sup>	- 5%   2021	- 5%   2022
Forma de Cálculo	$CMe (IB) = \sum_n \left( \frac{\text{Investimentos por iniciativa}}{\text{Número de beneficiários da iniciativa}} \right)$ <p>Onde:</p> <p>Investimento por iniciativa: recursos econômico-financeiros, em Reais aplicados pela ABDI em iniciativas próprias ou apoiadas por ela.</p> <p>Número de beneficiários da iniciativa: cidadãos, empresas e governos beneficiários finais das iniciativas.</p>		
Fonte do dado	Bases de dados de projetos e iniciativas da ABDI ou apoiadas por ela (construção de plataformas digitais, conteúdos digitais, diagnósticos, editais, eventos, workshops, consultas públicas, validação, concursos, convênios e outros instrumentos legais etc.)		
Forma de coleta do dado	O dado será coletado a partir da base de custos da ABDI, que incluirá custos de TI, valor homem/hora e ações comunicação. O número de beneficiários será obtido de forma estruturada e sistemática, a partir de bases de dados próprias da Agência.		
Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	Disponibilidade orçamentária para as iniciativas		
Peso	1		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

<sup>7</sup> Dados recentes da International Data Corporation – IDC (2019), que destacam a maturidade de transformação digital voltada para o setor da construção em 12 países, apontam que o Brasil - apesar de estar atrás de seus pares estrangeiros no uso de tecnologias como Big Data, inteligência artificial e modelagem 3D, é o país que mais investe em aquisição de softwares BIM (53%). No entanto, a maturidade do uso do BIM no país ainda permanece baixa.

<sup>8</sup> A meta de 2021 será a construção de parâmetros e metodologia para a medição do indicador e a medição da linha de base para os próximos anos.

INDICADOR 6: IGEAR - ÍNDICE GERAL DE EFICIÊNCIA E APLICAÇÃO DOS RECURSOS FINALÍSTICOS			
Objetivo(s) Estratégico(s) associado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criar ambiente propício para o aumento da maturidade digital do setor produtivo.</li> <li>2. Ampliar a adoção e a difusão de novas tecnologias e novos modelos de negócios.</li> </ol>		
Tipo	Eficiência		
Objetivo (Contribuição)	Mensurar o valor agregado físico-financeiro do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) da Agência.		
Descrição	O IGEAR apresenta a relação entre a execução física (resultados intermediários anuais) do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) da Agência com a execução financeira orçada, resultando em um indicador que também avalia a eficiência do planejamento orçamentário do seu portfólio.		
Unidade	Porcentagem		
Base de referência de metas	Desempenho finalístico (resultados intermediários anuais agregados de programas e projetos) de anos anteriores da ABDI.		
	A base de avaliação dos anos anteriores, embora sirva de orientador não é exatamente a mesma, uma vez que o índice físico se baseava em entregas e para 2021, 2022 e 2023, o índice físico se dará pelo alcance dos resultados intermediários anuais.		
Metas	2021	2022	2023
	80%	80%	80%
Forma de Cálculo	$IGEAR = \frac{\left( \frac{ESC_E}{ESC_P} \right) + \left( 1 - \frac{ORÇ_E}{ORÇ_P} \right)}{QTD_{ANOS}}$ <p>Onde:</p> <p><math>ESC_E</math> = execução de escopo físico do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) para o período</p> <p><math>ESC_P</math> = previsão do escopo físico do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) para o período</p> <p><math>ORÇ_E</math> = execução orçamentária do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) para o período</p> <p><math>ORÇ_P</math> = previsão orçamentária do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) para o período</p> <p><math>QTD_{ANOS}</math> = quantidade de anos a serem acumulados os resultados. Portanto, para esse ciclo 2021-2023, serão considerados <b>três anos</b> para a aferição dos resultados agregados.</p> <p>A relação “<b>ESC_E / ESC_P</b>” apresenta a capacidade de planejamento e cumprimento dos resultados intermediários anuais do portfólio finalístico (agregado de programas e projetos).</p> <p>A relação “<b>ORÇ_E / ORÇ_P</b>” apresenta a relação (distância) entre os valores previstos (<math>ORÇ_P</math>) para o portfólio finalístico (agregado de programas e projetos) e os recursos financeiros efetivamente aplicados no exercício, executados (<math>ORÇ_E</math>).</p>		

Fonte do dado	Relatórios de Gestão Anuais de 2021, 2022 e 2023 aprovados pelo Conselho Deliberativo da ABDI.		
Forma de coleta do dado	Manual.		
Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Resultados intermediários aprovados anualmente;</li> <li>2. Publicação dos orçamentos-programa até 31 de dezembro de cada ano;</li> <li>3. Publicação dos planos de ação anuais até 31 de dezembro de cada ano.</li> </ol>		
Peso	1		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	91%	108,7%	68,64% (até 1º semestre)

<b>INDICADOR 7: ÍNDICE DE MATURIDADE CORPORATIVA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DA ABDI</b>	
Objetivo Estratégico associado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implantar Estratégia de Transformação Digital da ABDI</li> <li>2. Aperfeiçoar a Política de Governança e Integridade Corporativa da ABDI</li> <li>3. Aperfeiçoar a Política de Gestão de Pessoas e Comunicação Institucional da ABDI</li> </ol>
Tipo	Eficiência
Objetivo (Contribuição)	Aferir a grau de implementação das estratégias de melhorias na gestão interna da ABDI.
Descrição	<p>A medição do aperfeiçoamento é composta por duas dimensões:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Governança e integridade corporativa;</li> <li>2. Transformação digital;</li> </ol> <p><b>DIMENSÃO DE GOVERNANÇA E INTEGRIDADE CORPORATIVA</b> A metodologia segue as recomendações de implantação de boas práticas, conforme o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) que estabelece uma escala de maturidade (1 a 4).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Nível 1: Iniciado</u> Intuitivamente indica o começo da conscientização sobre governança corporativa na organização.</li> <li>• <u>Nível 2: Expandido</u> A influência do tema governança corporativa expande-se horizontal e verticalmente na estrutura organizacional, passando a atingir áreas, decisões e temas não cobertos pelas práticas do nível Iniciado. Além disso, avanços são obtidos a partir da retroalimentação de algumas das práticas adotadas.</li> <li>• <u>Nível 3: Institucionalizado</u></li> </ul>

	<p>Os principais papéis, responsabilidades e competências passam a ser formalizados e receber mais transparência, o que facilita processos decisórios mais estruturados e de avaliação de desempenho. Atividades relacionadas a governança corporativa, que antes concorriam com a rotina ou operação do dia-a-dia, são executadas por áreas ou equipes dedicadas ao tema, o que lhes confere mais qualidade, precisão, previsibilidade, rapidez e proatividade.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Nível 4: Aprimorado</u> O ambiente de governança corporativa começa a exercer uma saudável pressão inclusive sobre a alta administração, a qual, por sua vez, implementa aperfeiçoamentos nascentes da retroalimentação gerada pela institucionalização anterior.</li> </ul> <p>A metodologia prevê 4 níveis de maturidade para avaliação do grau de implementação da política de governança corporativa planejada.</p> <p><b>DIMENSÃO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL</b> O índice permitirá avaliar a preparação da Agência para atuação na era digital. Foi adotado o Índice César de Transformação Digital (ICTd) <a href="https://transformacao.cesar.org.br/">https://transformacao.cesar.org.br/</a>, amplamente utilizado pelo mercado, para essa medição. Ele é apoiado se apoia em oito eixos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura e pessoas: perspectiva do ser humano em relação às mudanças na era digital, passando pelo papel de líder nas transformações e pela função das empresas nas novas configurações das sociedades e dos negócios.</li> <li>• Consumidores: trata-se da mudança na relação entre as organizações e os seus consumidores. Passa pela possibilidade de customização, disponibilidade e oferta de soluções conectadas e sob demanda.</li> <li>• Concorrência: a era digital reconfigurou a competição. Mesmo empresas bem estabelecidas podem ser fortemente impactadas por novos competidores ágeis, inesperados e assimétricos.</li> <li>• Inovação: há novos métodos e processos. Antes as empresas desenhavam e lançavam sozinhas seus produtos no mercado. Agora a cocriação e a contínua experimentação são as estratégias com maior potencial.</li> <li>• Processos: este é o eixo da otimização. Passa pelo mapeamento de como as empresas se envolvem digitalmente com o setor em que estão inseridas, e da propensão ao uso de software para gerenciar operações internas, otimizar o uso de ativos e os relacionamentos com clientes e fornecedores.</li> <li>• Modelos de negócio: ao usar ferramentas digitais, as empresas devem detectar novos mercados e caminhos para crescer. Segundo o Cesar, modelar novos negócios é essencial para a sobrevivência das organizações na era digital.</li> <li>• Dados: a captação e uso inteligente de dados tem extrema relevância para a estratégia e tomada de decisões das empresas. A questão é que poucas organizações sabem extrair valor deles e, ao mesmo tempo, assegurar os direitos</li> </ul>
--	---

	<p>intelectuais em ativos digitais, a privacidade e a segurança dos consumidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologias: as empresas precisam conhecer e aplicar de forma inteligente as tecnologias digitais, como IoT (Internet das Coisas), big data e inteligência artificial – soluções capazes de garantir vantagem competitiva.</li> </ul>		
Unidade	Número		
Base de referência de metas	<p><b>DIMENSÃO DE GOVERNANÇA E INTEGRIDADE CORPORATIVA</b>  Recomendações de implantação de boas práticas, conforme o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).</p> <p>Acredita-se que as práticas propostas, sendo implementadas e executadas de acordo com o planejamento nos níveis 1 (iniciado) e 2 (expandido), exigirá uma adequada estruturação, organização e padronização. A partir de então, possibilitará a mensuração do nível de maturidade em nível 3 (institucionalizado) e 4 (aprimorado), conseqüentemente, o que torna inexequível aferir esses dois níveis finais até 2023.</p> <p><b>DIMENSÃO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL</b>  Para composição da linha de base, em fevereiro de 2020, foi constituído grupo multidisciplinar com diferentes colaboradores da ABDI, que, conjuntamente responderam ao questionário do César, aferindo que a ABDI alcançou 29% de maturidade digital.</p>		
Metas	2021	2022	2023
	45	70	75
Forma de Cálculo	$IAG = \frac{\sum y_{it}}{2}$ <p>Onde:  Y1 = IGC (2021 = 40% do nível 1; 2022 = 80% do nível 1; 2023 = 80% do nível 2)  Y2 = ICTd (2021 = 50%; 2022 = 60%; 2023 = 70%)</p> <p><b>DIMENSÃO DE GOVERNANÇA E INTEGRIDADE CORPORATIVA</b></p> $IGC (y1) = \left( \frac{n^{\circ} \text{ de práticas implantadas}}{n^{\circ} \text{ total de práticas previstas}} \right) \times 100$ <p>Para se considerar um nível atingido, deverão ter sido implantadas no mínimo 80% das práticas planejadas, conforme listado abaixo.</p> <p>Onde:</p> <p><b>Práticas nível 1:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitação dos membros do Comitê e demais colaboradores;</li> <li>2. Definição de Plano de Comunicação;</li> <li>3. Criação do Código de Ética e Conduta;</li> <li>4. Revisão dos atos Regulatórios da Agência;</li> </ol>		

5. Revisão a Metodologia de Gerenciamento de Processos Organizacionais;
6. Definição de Responsabilidades e Competências Institucionais;
7. Estabelecimento de uma Política de Governança de Dados;
8. Revisão da Metodologia de Gerenciamento de Projetos;
9. Criação de um Plano de Capacitação permanente em Governança Corporativa, Riscos, Integridade e *Compliance*;
10. Estabelecimento de um Plano de Gerenciamento de Riscos.

**Práticas nível 2:**

1. Criação de uma área estratégica de Governança Corporativa;
2. Instituição de um Programa de *Compliance*;
3. Monitoramento e Avaliação da Aderência das práticas de governança implantadas.

**DIMENSÃO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

$$ICTd_{ABDI}(y2) = \left( \frac{\begin{array}{l} \textit{cultura e pessoas + consumidores} \\ \textit{+ concorrência + inovação} \\ \textit{+ processos + modelos de negócios} \\ \textit{+ dados e ambientes regulatórios} \\ \textit{+ tecnologias} \end{array}}{8} \right) \times 100$$

Cada dimensão é medida por um conjunto de questões na escala Likert (discordo totalmente, discordo, discordo em parte, não sei / não se aplica, concordo em parte, concordo e concordo totalmente), conforme abaixo:

**Cultura e pessoas**

- Nossas iniciativas de Inovação e Transformação Digital são tocadas por times multidisciplinares de diferentes setores da organização.
- Nossa liderança tem um claro entendimento de como as tendências digitais e tecnologias emergentes têm mudado o cenário de atuação da organização.
- Não existe um estímulo organizacional para que as pessoas tenham espaço para dar sua opinião ou sugerir novas ideias. É esperado que esse papel seja desempenhado exclusivamente pela alta gerência.
- Nós estamos cientes dos novos perfis profissionais de que nossa organização precisará no futuro e já estamos empenhados hoje para captar e formar esses perfis.
- Ao mesmo tempo em que espera que apresentemos estratégias inovadoras de transformação, nossa organização cobra e recompensa apenas resultados de curto prazo, o que não permite um equilíbrio entre metas de curto, médio e longo prazo.

	<p>Consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Encorajamos nossos clientes a adotar canais digitais para entrar em contato conosco durante todas as fases da venda (pré-venda, pós-venda, SAC etc.).</li><li>• Nossos canais digitais têm métricas bem definidas e conseguimos medir e acompanhar o desempenho de cada um deles.</li><li>• A organização usa diferentes estratégias em seus vários canais digitais para aumentar o engajamento do consumidor.</li><li>• Nós entendemos a jornada do nosso cliente, estamos focados em mapear seus hábitos de consumo online e potencializar novas vendas no âmbito digital.</li><li>• O fortalecimento e influência da nossa marca são fruto das referências positivas de nossos clientes, que atuam como advogados dos nossos produtos e serviços.</li></ul> <p>Concorrência</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nossa agenda de Transformação Digital foi definida principalmente pelo nosso próprio direcionamento estratégico e nossa visão de longo prazo.</li><li>• Nossa organização tem uma visão clara do futuro que, muitas vezes, é usada como referência para os outros players do mercado.</li><li>• Nossa organização possui uma visão diferente em relação à concorrência. Estamos abertos a cooperar com os concorrentes, trabalhando em rede para criar mais valor para os nossos clientes.</li><li>• Em comparação aos nossos concorrentes, estamos mais preparados para responder de forma rápida oportunidades e ameaças do mercado.</li><li>• Entendemos que a nossa concorrência não se restringe ao mercado atual. Estamos alertas às novas empresas ou startups que estão chegando com novos modelos de negócio que não estejam diretamente ligados ao nosso setor, mas que podem impactar fortemente o nosso negócio.</li></ul> <p>Inovação</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Novas iniciativas de inovação e Transformação Digital são facilmente aprovadas, desde que sejam aderentes ao propósito estratégico da organização e que tenham um plano de médio prazo com quick wins claros para atingir os resultados esperados.</li><li>• Nossos investimentos em iniciativas de Transformação Digital são decididos por um board multidisciplinar, formado por pessoas de dentro (e quando possível também de fora) da organização, que, sobre diversos aspectos, faz perguntas desafiadoras a fim de identificar rapidamente oportunidades e ameaças.</li><li>• Temos um portfólio enxuto de iniciativas de inovação. Os recursos para essas iniciativas são distribuídos a partir de um processo claro de mapeamento, priorização e aderência ao nosso propósito estratégico.</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A organização investe na realização de experimentos para tomar decisões mais acertadas sobre quais iniciativas levar adiante.</li> <li>• Ao gerenciar recursos internamente, nós temos espaço para investir em novas ofertas ou iniciativas mesmo que elas concorram com o nosso negócio atual.</li> </ul> <p>Processos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nossa organização é habilidosa em compartilhar boas práticas. Somos ágeis em capturar novas ideias bem-sucedidas e integrá-las à nossa operação.</li> <li>• Todos os nossos principais processos internos já estão digitalizados.</li> <li>• As ações e estratégias a respeito de nossas Tecnologias Digitais são criadas mediante necessidades claras (atuais ou futuras) da própria organização ou dos nossos clientes. Sempre envolvemos mais de uma área/setor na definição e priorização dessas estratégias.</li> <li>• Possuímos um número enxuto de sistemas internos e ferramentas, e os principais já estão integrados, são de fácil acesso e, de modo geral, têm uma interface comum e intuitiva.</li> <li>• Ao automatizar processos, nossa prioridade é gerar mais autonomia e melhorar a experiência das pessoas, reduzindo o atrito e o esforço das atividades repetitivas e repensando a importância de cada fase.</li> </ul> <p>Modelos de Negócio</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não estamos limitados ao nosso modelo de negócio atual. Nosso foco organizacional está em se adaptar cedo, para ficar à frente da curva de mudança do nosso setor/mercado.</li> <li>• Somos uma organização ainda sem estratégia digital definida. Temos alguns canais digitais, como website e alguns perfis em redes sociais, mas ainda não temos uma proposta ou objetivo claro para eles.</li> <li>• Não estamos limitados ao nosso portfólio de produtos e serviços. Estamos sempre atentos às necessidades dos nossos clientes e adaptando nossa proposta de valor para estar à frente de possíveis mudanças.</li> <li>• Nossa prioridade máxima é gerar valor para os nossos clientes, mesmo que isto reduza temporariamente o retorno financeiro.</li> <li>• Nossos esforços para criar vantagens competitivas concentram-se em desenvolver novas estratégias e liderar o mercado.</li> </ul> <p>Dados e Ambiente Regulatório</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temos uma estratégia clara e difundida internamente para o uso e tratamento dos dados a que temos acesso dos nossos clientes internos e externos.</li> <li>• Nossa estratégia de uso e tratamento de dados tem o objetivo de gerar novos valores para a organização e identificar novas oportunidades de negócios.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entendemos que dados são bens estratégicos da nossa organização, e a criação de valor a partir deles é algo que temos construído ao longo do tempo.</li> <li>Nosso gerenciamento de dados é focado na disponibilidade de acesso por toda a organização.</li> <li>Privacidade e Proteção de Dados ainda são desafios que temos na nossa organização. Temos dúvidas se nossa forma de gerenciar e armazenar dados é condizente com as leis de proteção de dados.</li> <li>Estamos conscientes e preparados para os principais desafios que os ambientes regulatórios nacional e internacional apresentam para o uso e tratamento de dados no setor e mercado em que atuamos.</li> </ul> <p>Tecnologias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Em nossa organização, líderes e colaboradores entendem que as tecnologias digitais são importantes para o curto, médio e longo prazo.</li> <li>Antes de adotarmos uma nova tecnologia, analisamos se ela tem potencial para gerar novos valores para os nossos clientes, sejam eles internos ou externos.</li> <li>Entendemos os investimentos em TI como estratégicos. Já utilizamos tecnologias como Big Data e Inteligência Artificial para impulsionar e transformar ativos em capital.</li> <li>Todos os nossos principais serviços que poderiam estar na Cloud já estão.</li> <li>Praticamente todos os nossos ativos físicos e instalações estão virtualizados ou com grandes intervenções digitais. Já conseguimos gerir estes ativos físicos de forma digital e extraímos deles informações relevantes para a tomada de decisão</li> <li>A gestão de TI da nossa organização nos estimula a aproveitar qualquer oportunidade de alugar ou pagar pelo uso de equipamentos, licenças e produtos.</li> </ul>		
Fonte do dado	Processos internos da ABDI e Fonte do dado Pesquisa interna de percepção por meio de reposta ao website <a href="https://transformacao.cesar.org.br/">https://transformacao.cesar.org.br/</a> .		
Forma de coleta do dado	Manual.		
Periodicidade de apuração	Anual.		
Premissas	<ol style="list-style-type: none"> <li>Comprometimento e priorização da alta direção com a implementação das práticas de governança em cada período.</li> <li>Ao final do primeiro ano do contrato deve ser possível será realizada a revisão de metas para, se necessário, agregar outras dimensões.</li> </ol>		
Peso	2		
Histórico de resultados anteriores	2018	2019	2020
	Não se aplica	Não se aplica	<b>Dimensão de governança e</b>

			<p><b>integridade corporativa</b> Práticas do nível 1 implantadas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituição do Comitê de Governança</li> </ul> <p><b>Dimensão de transformação digital</b> Resultado: 29%</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cultura e pessoas: 44%</li> <li>• consumidores: 20%</li> <li>• concorrência: 24%</li> <li>• inovação: 20%</li> <li>• processos: 16%</li> <li>• modelos de negócio: 60%</li> <li>• dados e ambientes regulatórios: 17%</li> <li>• tecnologias: 33%</li> </ul>
--	--	--	--

**Nome do Indicador:** é o nome do Indicador de Desempenho.

**Objetivo Estratégico associado:** indicar qual dos objetivos estratégicos da ABDI, Anexo I do Contrato de Gestão, este indicador está associado.

**Tipo:** neste campo deve ser especificada qual a dimensão da avaliação o Indicador de Desempenho se refere: eficácia, efetividade e eficiência.

**Objetivo (Contribuição):** informa qual é o objetivo do Indicador de Desempenho para a composição do resultado global da execução do Contrato de Gestão.

**Descrição (O que é medido):** descrição do aspecto que será medido pelo indicador.

**Unidade:** é a unidade de medida do Indicador de Desempenho, que pode ser número absoluto, porcentagem, razão etc.

**Base de referência das metas:** Fundamentação da definição das metas (bases de dados, pesquisas, estudos etc.).

**Metas:** metas alvo para os anos.

**Fórmula de Cálculo:** neste campo deve ser descrita a representação matemática suficiente para a apuração do resultado do Indicador de Desempenho, com a descrição dos itens que compõem a fórmula.

**Fonte do dado:** origem dos dados a serem utilizados na apuração do resultado do Indicador de Desempenho (bases de dados, pesquisas, estudos etc.)

**Forma de coleta do dado:** forma que os dados a serem utilizados na apuração do resultado do indicador de desempenho serão coletados para posterior aferição.

**Periodicidade de apuração:** define de quanto em quanto tempo há valor atualizado disponível para o indicador.

**Premissas:** Fatores e condições que influenciam ou podem influenciar no desempenho do Indicador e consequentemente o alcance das metas estabelecidas.

**Peso:** é a representação da importância do Indicador de Desempenho na nota final da avaliação (1, 2, 3 etc.).

**Histórico de resultados:** Caso haja, indicar os resultados de anteriores obtidos.

## SISTEMÁTICA DE AVALIAÇÃO PLURIANUAL

---

A avaliação de desempenho plurianual se baseará nos indicadores constantes deste Anexo, de acordo com os respectivos pesos ali estabelecidos.

Será calculado o alcance da meta pactuada, por indicador em particular, calculado pelo percentual (%) de atingimento da meta, dividido por 10 (dez). Cada indicador terá resultado variando de 0 a 10 (número absoluto).

O resultado da multiplicação do peso pela pontuação corresponderá ao total de pontos atribuídos a cada indicador.

O somatório dos pontos dividido pelo somatório dos pesos corresponderá à **Nota Média Global dos Indicadores**.

A Nota Média Global deverá ser classificada conforme a seguir:

NOTA MÉDIA GLOBAL	CONCEITO
Acima de 10,0 pontos	Excedeu positivamente o desempenho esperado
8,0 a 10,0 pontos	Atingiu plenamente o desempenho esperado
6,0 a 7,9 pontos	Atingiu parcialmente o desempenho esperado
Abaixo de 6,0 pontos	Não atingiu o desempenho esperado

Para os fins da decisão sobre o cumprimento do compromisso:

I – Consideram-se cumpridas as metas e resultados pactuados caso a ABDI atinja Nota Média Global acima de 8,0 (oito);

II – Considera-se descumprimento das metas e resultados pactuados a obtenção de Nota Média Global abaixo de 6,0 (seis) pontos. Caso a ABDI não apresente justificativas aceitáveis para a

Nota Média Global abaixo de 6,0 (seis) pontos, o Ministério, por meio da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, decidirá pelo descumprimento do compromissado, sem prejuízo das demais consequências previstas no referido instrumento; e

III – Caso a Nota Média Global se situe entre 6,0 (seis) e 7,9 (sete vírgula nove) pontos e a ABDI não tenha incorrido em qualquer circunstância que enseje a decisão pelo descumprimento do compromissado, o Ministério, por meio da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, decidirá pelo cumprimento parcial do compromisso.