



Análise de atendimento das metas e resultados na execução do Plano de Negócios e da Estratégia de Longo Prazo

Apresentação	2
1. Estratégia Empresarial	3
1.1. Componentes Estratégicos	3
1.2. Plano Estratégico	4
1.2.1 Objetivos Estratégicos	6
1.2.1 Metas Estratégicas	7
2. Análise de Desempenho	10
3. Conclusão	14

Apresentação

O Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro) é uma empresa pública vinculada ao Ministério da Economia. Ao longo dos seus 56 anos, se tornou líder no mercado de Tecnologia da Informação (TI) para o setor público e acumulou em seu portfólio a experiência de grandes sistemas da Administração Pública Federal. Há cinco anos a empresa expandiu o seu negócio para outros mercados nos setores público e privado com a oferta de produtos inteligentes e serviços especializados.

Para manter a liderança e avançar na implantação do governo digital, o Serpro investe em pesquisa e desenvolvimento de tecnologias de ponta, como inteligência artificial (IA), internet das coisas (IoT), blockchain e analytics, e na utilização de práticas de experiência do usuário (UX). Os resultados desse trabalho podem ser percebidos nas soluções de reconhecimento biométrico, nos chatbots que aceleram o atendimento ao cidadão em diversos órgãos públicos e nas soluções de inteligência que trazem mais segurança a serviços digitais públicos e privados.

O mercado de TI passa por constantes mudanças e o Serpro consolidou sua posição como agente de transformação digital do Governo Federal, desenvolvedor de soluções digitais inovadoras e prestador de serviços que contribuem para melhorar a vida da sociedade e tornar a relação do Estado com os cidadãos mais direta e transparente.

Por tudo isso, a empresa é reconhecida como uma organização de excelência tecnológica, que mais do que fazer parte, ajudou a escrever a história da tecnologia digital no Brasil.

O presente documento apresenta a análise do atendimento das metas do Serpro no exercício 2020 para cumprir com o disposto na Lei das Estatais (§2º do artigo 23 da lei

nº13.303/2016).

1. Estratégia Empresarial

O Serpro elabora seu Plano Estratégico com horizonte de cinco anos e realiza revisões anuais para mantê-lo atualizado e aderente ao ambiente externo e interno. As revisões anuais possibilitam à empresa lidar com as mudanças nos cenários macroeconômico, político e tecnológico, assim como aproveitar oportunidades e proteger-se de ameaças do ambiente em que está inserida.

Além disso, a empresa realiza o monitoramento periódico e sistemático do desempenho estratégico e dos resultados econômico-financeiros, de modo a acompanhar junto à diretoria o alcance das metas.

O Planejamento Estratégico contém os seguintes objetos: componentes estratégicos, Propósito de Transformação e o Plano Estratégico que é composto pelos Objetivos e Metas Estratégicas.

1.1. Componentes Estratégicos

Missão

Conectar Estado e sociedade com soluções digitais inovadoras.

Visão

Ser reconhecida como a empresa que viabiliza o governo digital.

Valores



Segurança com soluções íntegras e confiáveis



Excelência em soluções digitais



Responsabilidade, ética e integridade com os dados da sociedade



Proatividade na proposição de soluções



Responsividade nas entregas com agilidade



Orgulho de viabilizar uma sociedade digital

1.2. Plano Estratégico

A definição dos objetivos e das metas estratégicas observa a missão e a visão estabelecidas, as leis, as políticas públicas, os normativos e o plano plurianual do governo. O processo é colaborativo e envolve a participação das diretorias e superintendências, a captação de informações com partes interessadas externas, a elaboração de estudos pela Rede de Inteligência¹ do Serpro, e a construção da Matriz SWOT, para priorizar as ações que mais contribuem para o alcance dos objetivos selecionados.

O trabalho se inicia por meio da elaboração da matriz SWOT, que permite definir os principais pontos a serem abordados na estratégia, sejam eles positivos ou negativos. Esse mapeamento, junto com os outros instrumentos que oferecem informações relacionadas à oportunidades e ameaças, subsidia a revisão dos componentes estratégicos (missão, visão e valores), e norteia a definição dos objetivos e metas.

Em termos metodológicos, a empresa aprimorou para gerar um plano orientado para resultados mais desafiadores. Para isso, agregou conceitos sobre Objective and Key Results (OKR), que foca a gestão na definição e rastreamento dos objetivos e resultados-chave de uma empresa.

Para 2020, os componentes estratégicos foram revistos e o compromisso da empresa com sua missão, visão e valores foi reafirmado. A grande novidade foi a inclusão de um propósito de transformação para inspirar e direcionar a mudança pretendida pela empresa. O propósito priorizado pelos Administradores é a transformação digital, expressado em "Evoluir de uma empresa de processamento de dados para uma empresa de inteligência aplicada em plataformas e soluções digitais", o que permeia todo o plano e ancora os

¹ 1 A Rede de Inteligência é um grupo composto por empregados de diversas áreas do Serpro que produzem estudos especializados sobre assuntos de relevância para a empresa e alinhados ao planejamento estratégico.

objetivos estratégicos, que são representações mais abrangentes da estratégia de longo prazo da empresa.

Os objetivos são considerados mais perenes, possuem uma visão plurianual e norteiam a definição das metas. Já as metas são revistas anualmente e trabalham aquilo que de mais estratégico foi priorizado pela Diretoria, junto ao Conselho de Administração. Desafios e incertezas podem surgir, mas o planejamento, a organização e um monitoramento efetivo pela diretoria, promovem o alinhamento da estratégia às expectativas preconizadas no plano.

Outras práticas adotadas pelo Serpro em seu processo de planejamento estratégico, para estar atento às mudanças de cenário, riscos ao negócio e avaliação do desempenho, envolvem o monitoramento e um evento de revisão da estratégia dentro de cada ciclo anual. O monitoramento é contínuo e sob duas perspectivas:

- i. de desempenho, por meio de indicadores-chave de resultados, acompanhados mensalmente pela Diretoria Executiva e trimestralmente pelo Conselho de Administração; e
- ii. dos riscos estratégicos, que verifica e redireciona o tratamento dos riscos mapeados, avalia o efeito das ações de mitigação e identifica novos riscos durante a execução da estratégia.

Após a análise dos riscos estratégicos associados, o planejamento estratégico é submetido à aprovação do Conselho de Administração.

O plano estratégico está alinhado ao plano de negócio do Serpro representado pelas metas 2.3 (Receita Bruta Total), 2.4 (Receita não OGU), todas as metas do OE 3 (3.1, 3.2, 3.3, 3.4 e 3.5) e também pelas metas 4.1 (Lançamento de produtos), 4.2 (Contratos de segurança) e 4.3 (Estabelecimento de Parcerias). Por meio delas, a empresa prevê aumentar sua receita, diversificar a carteira em busca de novos clientes e fontes diversas para aumentar seu caixa, além de trazer inovação e tecnologia para seus produtos e serviços.

O Plano Estratégico com seus Objetivos e Metas Estratégicas para 2020 estão organizados em uma “mandala”, representada na Figura 1, abaixo:

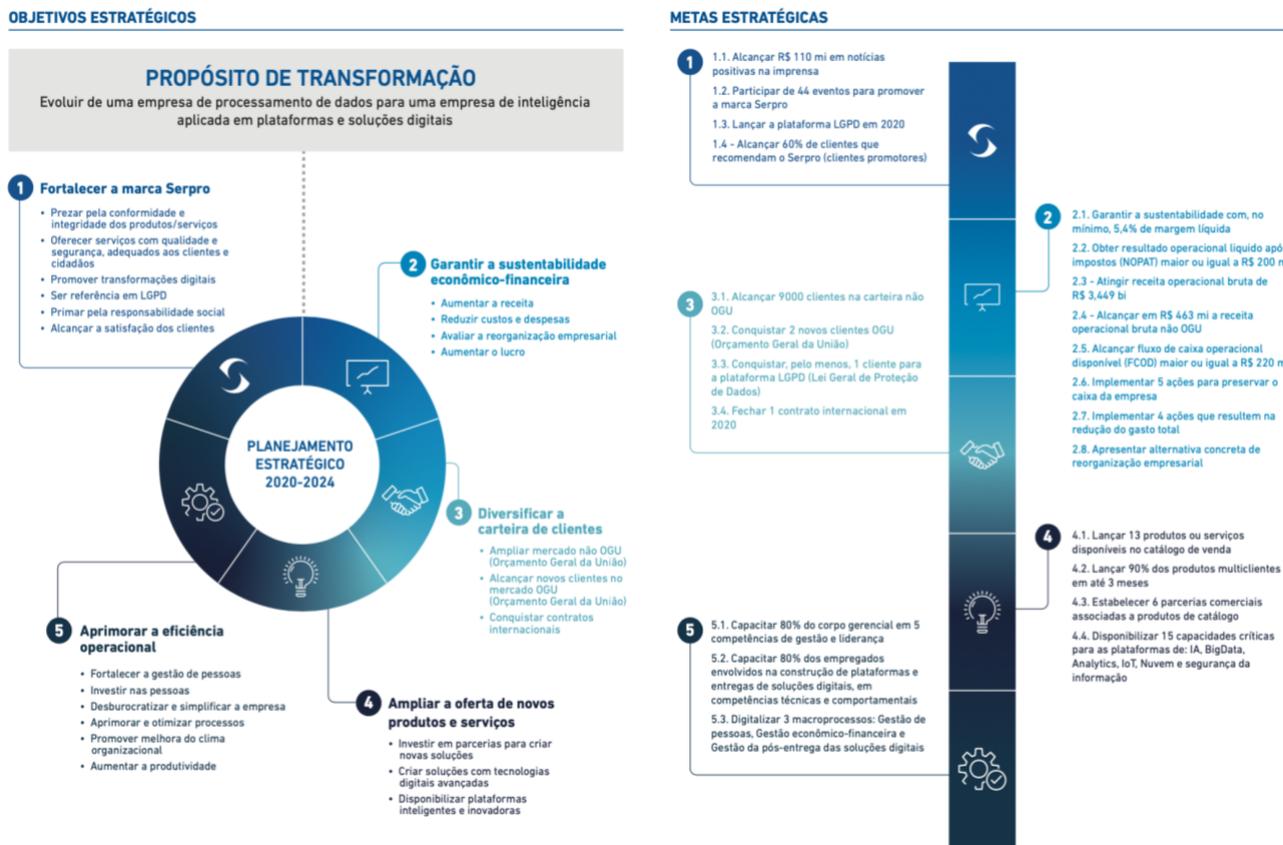


Figura 1 – Mapa Estratégico 2020

1.2.1 Objetivos Estratégicos

Para direcionar a estratégia da empresa no longo prazo foram definidos 5 Objetivos Estratégicos para 2020.

O Objetivo Estratégico 1 - Fortalecer a marca Serpro pode ser considerado como resultado dos demais e enfatiza um dos pontos mais importantes para a empresa. Consequência de um esforço multidisciplinar, fruto de diversas ações alinhadas, a marca

pode ser fortalecida por meio do lançamento de novos produtos, entrega dos serviços com maior segurança e qualidade e o aumento da satisfação do cliente, entre outros.

Os quatro Objetivos Estratégicos seguintes são pilares sustentadores para a transformação digital e sustentabilidade da Empresa.

O Objetivo Estratégico 2 - Garantir a Sustentabilidade econômico financeira está voltado a promover equilíbrio econômico-financeiro, afinal, uma empresa com resultados financeiros satisfatórios demonstra maior solidez e credibilidade frente aos seus *stakeholders*.

Uma das estratégias de sustentabilidade é diminuir a dependência financeira de grandes clientes de governo, e da volatilidade imposta pelas restrições do Orçamento Geral da União, decorrentes das mudanças de cenários políticos e externos. Nesse contexto, surge o Objetivo Estratégico 3 - Diversificar a carteira de clientes para aumentar a variedade da carteira com novos mercados nacionais e internacionais.

Para a consecução dos dois objetivos anteriores, o Serpro previu o Objetivo Estratégico 4 - Ampliar a oferta de novos produtos e Serviços com a prerrogativa de evoluir o cardápio de produtos ofertados com soluções inovadoras e que usam as tecnologias mais modernas que a empresa possa oferecer, e o Objetivo Estratégico 5 - Aprimorar a eficiência operacional, voltado a fazer mais com menos, por meio do aprimoramento dos processos, desburocratização dos mecanismos e foco nas pessoas.

1.2.1 Metas Estratégicas

Os Objetivos Estratégicos (OE) foram desdobrados em metas que buscam implementar, na prática, o que definiu de forma mais abrangente. Para 2020, foram definidas

23 Metas Estratégicas distribuídas nos 5 Objetivos Estratégicos, listadas a seguir:

OE1 - Fortalecer a marca Serpro

- ME1.1. Alcançar R\$ 110 mi em notícias positivas na imprensa
- ME1.2. Participar de 44 eventos para promover a marca Serpro
- ME1.3. Lançar a plataforma LGPD em 2020
- ME1.4. Alcançar 60% de clientes que recomendam o Serpro (clientes promotores)

OE2 - Garantir a sustentabilidade econômico-financeira

- ME2.1. Garantir a sustentabilidade com, no mínimo, 5,4% de margem líquida
- ME2.2. Obter resultado operacional líquido após impostos (NOPAT) maior ou igual a R\$ 200 mi
- ME2.3 - Atingir receita operacional bruta de R\$ 3,449 bi
- ME2.4 - Alcançar em R\$ 463 mi a receita operacional bruta não OGU
- ME2.5. Alcançar fluxo de caixa operacional disponível (FCOD) maior ou igual a R\$ 220 mi
- ME2.6. Implementar 5 ações para preservar o caixa da empresa
- ME2.7. Implementar 4 ações que resultem na redução do gasto total
- ME2.8. Apresentar alternativa concreta de reorganização empresarial

OE3 - Diversificar a carteira de clientes

- ME3.1. Alcançar 9000 clientes na carteira não OGU
- ME3.2. Conquistar 2 novos clientes OGU (Orçamento Geral da União)
- ME3.3. Conquistar, pelo menos, 1 cliente para a plataforma LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados)
- ME3.4. Fechar 1 contrato internacional em 2020

OE4 - Ampliar a oferta de novos produtos e serviços

- ME4.1. Lançar 13 produtos ou serviços disponíveis no catálogo de venda
- ME4.2. Lançar 90% dos produtos multiclientes em até 3 meses
- ME4.3. Estabelecer 6 parcerias comerciais associadas a produtos de catálogo
- ME4.4. Disponibilizar 15 capacidades críticas para as plataformas de: IA, BigData, Analytics, IoT, Nuvem e segurança da informação

OE5 - Aprimorar a eficiência operacional

- ME5.1. Capacitar 80% do corpo gerencial em 5 competências de gestão e liderança
- ME5.2. Capacitar 80% dos empregados envolvidos na construção de plataformas e entregas de soluções digitais, em competências técnicas e comportamentais
- ME5.3. Digitalizar 3 macroprocessos: Gestão de pessoas, Gestão econômico-financeira e Gestão da pós-entrega das soluções digitais

2. Análise de Desempenho

Um cenário de dificuldades e incertezas como se configurou o ano de 2020 confirma que instrumentos fortes de governança e gestão são importantes para tomada de decisões assertivas, agilidade para avaliação de riscos empresariais e mudança de estratégia.

O desempenho das Metas Estratégicas foi acompanhado pela diretoria executiva e pelo Conselho de Administração durante todo o ano, o que permitiu a correção de rumos e ajustes que viabilizassem a melhoria dos resultados.

No Objetivo Estratégico 1, a empresa conquistou resultados favoráveis para o fortalecimento da marca Serpro e a superação de 3 das 4 metas planejadas, com a participação da empresa em 60 eventos, o alcance de R\$ 162,6 milhões em notícias positivas na imprensa, mais de 900 mil pessoas alcançadas nas redes sociais, mais de 17.600 menções ao Serpro na imprensa, e 9.000 leads gerados com participação em eventos.

O desempenho do *net promoter score* (clientes promotores) foi de 47,30%, não atingindo a meta planejada, mas houve aumento de 3 pontos percentuais em relação a 2019. Destaca-se a forte atuação na oferta de serviços com qualidade e segurança e no lançamento de produtos para atender a expectativa de clientes antigos e novos, com reflexo positivo na satisfação de seus clientes.

Ainda, o Serpro lançou a plataforma LGPD, confirmando seu objetivo de ser um ente relevante no tema. Desde que a LGPD entrou em vigor, a empresa oferece ao mercado soluções técnicas, educacionais e de certificação que auxiliam o setor público e privado na adequação aos princípios da lei.

O protagonismo do Serpro nos assuntos LGPD e Privacidade foi consolidado, a empresa disponibilizou o site Privacidade Digital do Cidadão (PDC), no qual o titular pode realizar requisições sobre os serviços e produtos que o Serpro controla para o exercício dos direitos garantidos na Lei e lançou a Plataforma Serpro LGPD Educacional, que oferece

formação em Privacidade e Proteção de Dados Pessoais e LGPD aos mercados público e privado.

No Objetivo Estratégico 2, a empresa alcançou resultados positivos:

- margem líquida de 16,89%;
- resultado operacional líquido após impostos (NOPAT) de R\$ 485,49 milhões; e
- fluxo de caixa operacional disponível de 464,78 milhões.

A apuração de receitas em montante superior aos gastos realizados permitiu ao Serpro superar a meta de sustentabilidade empresarial, encerrar o exercício com uma margem líquida de 16,9% e com caixa adequado para enfrentar os desafios e compromissos de 2021.

Além disso, buscando melhorar a saúde econômico-financeira, foram realizadas diversas ações para preservar o caixa da empresa e reduzir o gasto total. Isto resultou em R\$ 101 milhões preservados no caixa e expectativa de economia de R\$ 225 milhões ao final de 2021 em consequência, principalmente, do Programa de Desligamento Voluntário (PDV).

Já pelo lado da receita, o crescimento da receita operacional bruta no mercado não OGU (Orçamento Geral da União), que alcançou mais de R\$ 500 milhões. Isto suavizou os impactos da restrição orçamentária nos grandes clientes vinculados ao OGU, cuja redução prejudicou no desempenho da meta de receita operacional bruta, que alcançou mais de R\$ 3,2 bilhões em 2020. Ainda no OE2, em relação à proposta de alternativa concreta de reorganização empresarial, foi realizada transformação do capital social em ações e transferência para depósito no FND (Fundo Nacional de Desenvolvimento), mas o atraso na contratação de consultoria por parte do BNDES prejudicou o alcance da meta.

O Plano Estratégico de 2020 direcionou as ações de fortalecimento da marca para a realização de negócios que diversificaram a carteira de clientes e ampliaram a oferta de novos produtos e serviços.

Os resultados do mercado não OGU citados acima, comprovam o êxito da Empresa em ampliar sua atuação nesse segmento, uma das diretrizes definidas para o Objetivo Estratégico 3 de diversificação da carteira de clientes, que previu, também, conquistar novos clientes pertencentes ao OGU e, ainda, contratos internacionais.

A estratégia de negócios da empresa no contexto da pandemia colheu resultados favoráveis. A quantidade de clientes passou de mais de 6 mil em 2019 para 13.113 em 2020, sendo 8.778 novos clientes não dependentes do OGU. A representatividade desses clientes na receita operacional bruta evoluiu de 12% em 2019 para aproximadamente 15% em 2020, dos quais cerca de 12,9% são clientes privados.

O Serpro também incluiu em sua carteira o IBAMA, firmou 12 contratos com empresas estrangeiras (EUA, Reino Unido e Lituânia), além de ter conquistado 4 clientes para a plataforma LGPD.

Para a consecução desses objetivos, coube ao Serpro ampliar a oferta de produtos e serviços e aprimorar a sua eficiência operacional. Com isso, foram definidos o Objetivo Estratégico 4 e o Objetivo Estratégico 5 que juntos trabalharam para, dentre outras coisas, aumentar a capacidade tecnológica, aprimorar processos e conhecimentos e entregar soluções inovadoras, além de preparar seu corpo técnico e gerencial para atuarem frente aos novos desafios propostos.

No OE 4, o Serpro superou sua meta de estabelecer parcerias comerciais associadas a produtos de seu catálogo de serviços, tendo firmado acordos com 8 parceiros, e cumpriu a meta de lançamento de produtos multivalentes dentro do prazo. Também foram entregues 9 capacidades críticas para as plataformas de Inteligência Artificial, Big Data Analytics, Internet das Coisas, Nuvem e Segurança da Informação. Além disso, a plataforma LGPD foi lançada em setembro de 2020 e já possui clientes em adaptação e homologação.

Já no OE5 foram capacitados mais de 88% do corpo gerencial (827 gerentes) em competências de gestão e liderança e mais 96% (1777) dos empregados envolvidos na

construção de plataformas e entregas de soluções digitais. Ainda, apesar de nenhum macroprocesso ter sido completamente digitalizado, ocorreram avanços principalmente na digitalização das atividades relacionadas à gestão de pessoas e foram concluídas 41% (12) das 29 entregas previstas para 2020 nos 3 macroprocessos.

O quadro 1, abaixo, resume o desempenho estratégico por objetivo e meta:

Planejamento Estratégico 2020			
Janeiro a Dezembro			
Diretor Presidente – DP / Gabinete Institucional da Diretoria Executiva – GABIN			
Meta Estratégica	Realizado	Meta	Alcance
ME1.1 Alcançar R\$ 110 mi em notícias positivas na imprensa	R\$ 162,56 mi	R\$ 110,00 mi	● 147,78%
ME1.2 Participar de 44 eventos para promover a marca Serpro	60	44	● 136,36%
ME1.3 Lançar a plataforma LGPD em 2020	100,00%	100,00%	● 100,00%
ME1.4 Alcançar 60% de clientes que recomendam o Serpro (clientes promotores)	47,30%	60,00%	● 78,83%
ME2.1 Garantir a sustentabilidade com, no mínimo, 5,4% de margem líquida	16,89%	5,40%	● 312,78%
ME2.2 Obter resultado operacional líquido após impostos (NOPAT) maior ou igual a R\$ 200 mi	R\$ 485,49 mi	R\$ 200,00 mi	● 242,74%
ME2.3 Atingir receita operacional bruta de R\$ 3,449 bi	R\$ 3.278,31 mi	R\$ 3.449,00 mi	● 95,05%
ME2.4 Alcançar em R\$ 463 mi a receita operacional bruta não OGU	R\$ 503,90 mi	R\$ 463,00 mi	● 108,83%
ME2.5 Alcançar fluxo de caixa operacional disponível (FCOD) maior ou igual a R\$ 220 mi	R\$ 464,78 mi	R\$ 220,00 mi	● 211,26%
ME2.6 Implementar 5 ações para preservar o caixa da empresa	3	5	● 60,00%
ME2.7 Implementar 4 ações que resultem na redução do gasto total	3	4	● 75,00%
ME2.8 Apresentar alternativa concreta de reorganização empresarial	0	1	● 0,00%
ME3.1 Alcançar 9000 clientes na carteira não OGU	8.778	9.000	● 97,53%
ME3.2 Conquistar 2 novos clientes OGU	1	2	● 50,00%
ME3.3 Conquistar, pelo menos, 1 cliente para a plataforma LGPD	4	1	● 400,00%
ME3.4 Fechar 1 contrato internacional em 2020	12	1	● 1.200,00%
ME4.1 Lançar 13 produtos ou serviços disponíveis no catálogo de venda	10	13	● 76,92%
ME4.2 Lançar 90% dos produtos multiclientes em até 3 meses	90,00%	90,00%	● 100,00%
ME4.3 Estabelecer 6 parcerias comerciais associadas a produtos de catálogo	8	6	● 133,33%
ME4.4 Disponibilizar 15 capacidades críticas para as plataformas de: IA, BigData, Analytics, IoT, Nuvem e Segurança da Informação	9	15	● 60,00%
ME5.1 Capacitar 80% do corpo gerencial em 5 competências de gestão e liderança	88,91%	80,00%	● 111,14%
ME5.2 Capacitar 80% dos empregados envolvidos na construção de plataformas e entregas de soluções digitais, em competências técnicas e comportamentais	96,68%	80,00%	● 120,85%
ME5.3 Digitalizar 3 macroprocessos: Gestão de pessoas, Gestão econômico-financeira e Gestão da pós-entrega das soluções digitais	0	3	● 0,00%

Situação das Metas Estratégicas ● 56,5% (13) ● 8,7% (2) ● 34,8% (8)

Legendas: ● < 90% ● >= 90% e < 100% ● >=100%

Quadro 1 – Desempenho do Plano Estratégico

3. Conclusão

2020: um ano atípico. O ano exigiu da administração a quebra de paradigmas, a reinvenção de práticas de gestão, decisões em tempo recorde. Lidar com desafios e incertezas que a nossa geração não se havia confrontado. Tudo isso, mantendo o compromisso do Serpro com as pessoas e seus novos desafios, e com a transformação do Brasil, para impulsionar ainda mais o Governo Digital.

O enfrentamento à pandemia da COVID-19 e os resultados empresariais positivos de 2020 confirmaram a consistência da governança do Serpro. Os Administradores demandaram ações que foram executadas tempestivamente para assegurar o bem-estar de seus empregados, zelar pela continuidade e sustentabilidade dos negócios, observar a conformidade da empresa com a legislação, prover condições para o trabalho remoto e manter uma comunicação transparente.

O plano estratégico de 2020 trouxe algumas novidades, como objetivos amplos, que indicam onde a empresa quer chegar, além de metas inovadoras e ainda mais desafiadoras, demonstrando que o Serpro está no caminho certo.

Apesar de todos os esforços das equipes e gestores, em meio a um cenário turbulento e muito incerto, algumas metas estratégicas não foram alcançadas. O grande aumento na receita bruta de clientes privados foi fundamental para amenizar o não alcance da receita total prevista para 2020 em virtude da restrição orçamentária dos clientes OGU, que ainda constituem a principal fonte de receita da empresa. A carteira de clientes não atingiu a meta de 9.000 clientes não OGU, porém mais que dobrou ao longo do ano.

Houve grande mobilização para entrega das capacidades críticas priorizadas no ano, mas 6 deverão ser entregues apenas em 2021 (IA, BigData, Analytics, IoT, Nuvem e Segurança da Informação). A digitalização dos macroprocessos de Gestão de pessoas, Gestão econômico-financeira e Gestão da pós-entrega das soluções digitais, foi iniciada e alcançou 40% das entregas previstas, com expectativa de conclusão em 2021.

Mesmo sem atingir algumas metas, os resultados em 2020 foram favoráveis. O Serpro apresentou lucro líquido de R\$ 462,1 milhões e R\$ 1,69 bilhão de saldo disponível em caixa. Comparado a 2019, mostra uma redução de receitas de apenas 5% em um dos anos mais desafiadores da história recente, em que houve redução de receitas de aproximadamente 8% dos nossos clientes do setor público. Em paralelo, conquistou 12 clientes internacionais e recebeu três primeiros lugares em importantes prêmios: Época 360, Melhores da Istoé Dinheiro e Anuário Informática Hoje.

Essas conquistas foram fruto da execução de ações coordenadas de gestão, aumento de produtividade, conquista de novos clientes no setor privado e otimização dos recursos. Por tudo isso, os resultados foram comemorados, pois demonstram a constante melhoria da performance operacional e a resiliência da empresa. Nesta linha, confirmando a relevância das ações priorizadas em 2020 e sua responsabilidade com o compromisso firmado, em 2021 o Serpro mantém no novo Plano as metas estratégicas não alcançadas somadas ao rol de novos desafios definidos pela Diretoria Executiva e Conselho de Administração.

O ano de 2021 será ainda mais desafiador, sobre o qual ainda paira um cenário internacional de incertezas, mas acreditamos no potencial das pessoas que constroem a história do Serpro diariamente. São inúmeras as áreas com serviços e entregas diversificadas para garantir a qualidade dos serviços e melhorar ainda mais o atendimento aos nossos clientes. Para o próximo ano, temos como metas a Identidade Digital; o fortalecimento da marca Serpro como uma referência em LGPD e Segurança no Brasil; e o alinhamento da empresa às melhores práticas ambientais, sociais e de governança que compõem a Agenda ESG, cada vez mais presente no dia a dia das empresas brasileiras. Muitos desafios e uma certeza: estamos prontos.

Administradores do Serpro – 2020

Conselho de Administração

Presidente do Conselho de Administração

Luis Felipe Salin Monteiro
(Ministério da Economia)

Substituto do Presidente e Conselheiro

Cristiano Rocha Heckert
(Ministério da Economia)

Marco Paulo Reis Tanure
(Ministério da Economia)

Nina Maria Arcela
(Ministério da Economia)

Marco Aurelio Sobrosa Friedl
(Representante dos empregados)

João Pedro Viola Ladeira
(Conselheiro independente)

Diretoria Executiva

Diretor-Presidente

Gileno Gurjão Barreto

Diretor de Administração

Antônio de Pádua Ferreira Passos

Diretor de Desenvolvimento

Ricardo Cezar de Moura Juca

Diretor Jurídico e de Governança e Gestão

Gileno Gurjão Barreto

Diretor de Operações

Antonino dos Santos Guerra Neto

Diretor de Relacionamento com Clientes

André de Cesero

Diretor de Desenvolvimento Humano

Wilson Biancardi Coury