



**Relatório - Análise de
atendimento das
metas e resultados na execução
do Plano de Negócios e da
Estratégia de Longo Prazo -
Exercício 2022**

Apresentação	2
1. Estratégia de Longo Prazo	3
1.1. Componentes Estratégicos	6
1.2. Plano Estratégico Empresarial	7
1.2.1 Objetivos Estratégicos	8
1.2.2 Metas Estratégicas	8
1.3. Plano Estratégico de Negócios	10
2. Análise de Desempenho	11
3. Conclusão	17

Apresentação

O Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro) é uma empresa pública vinculada ao Ministério da Fazenda. Ao longo dos seus 58 anos, tem transformado as relações entre Governo e sociedade e hoje é líder em Tecnologia da Informação (TI) para o setor público. A empresa possui amplo conhecimento, experiência em negócio de governo e, como maior provedor de TI para o setor público, é chave nas parcerias público-privada relacionadas ao tema.

O Serpro tem intensificado seus investimentos para aproximar cidadão e Estado por meio da tecnologia. Essa estratégia possibilitou que a empresa se consolidasse como maior agente de transformação digital, contribuindo para melhorar a vida da sociedade e tornar a relação entre o Estado e o cidadão mais eficiente, direta e transparente. Hoje, a empresa é reconhecida como uma organização de excelência em tecnologia para o setor público.

Nos últimos anos a empresa expandiu seu negócio para além das fronteiras da esfera pública Federal e alcançou o setor privado, além do mercado público Estadual e Municipal por meio da oferta de produtos inteligentes e serviços especializados e, ainda, ultrapassou barreiras e ampliou sua carteira com clientes internacionais.

O presente documento apresenta a análise do atendimento das metas do Serpro no exercício 2022 para cumprir com o disposto na Lei das Estatais (§2º do artigo 23 da lei nº13.303/2016).

1. Estratégia de Longo Prazo

A Estratégia de Longo prazo da Empresa é idealizada para um horizonte de 5 anos com base em um conjunto de direcionamentos e prioridades de negócio e de tecnologia, de curto, médio e longo prazo e na análise de ambiente no qual a Empresa está inserida.

Ela representa o propósito organizacional e é detalhada no instrumento denominado Plano Estratégico Empresarial, por meio de Objetivos Estratégicos de longo prazo voltados ao negócio, tecnologia e gestão e de metas de resultado para o próximo período.

O Plano Estratégico Empresarial é aprovado pelo Conselho de Administração – CA e passa por revisões e atualizações periódicas, conforme preconiza a Lei nº 13.303/2016, o que lhe confere a função de estabelecer e integrar as determinações estratégicas, e de promover que os demais instrumentos, áreas e processos empresariais mantenham estreita relação, aderência e sinergia ao que se pretende alcançar.

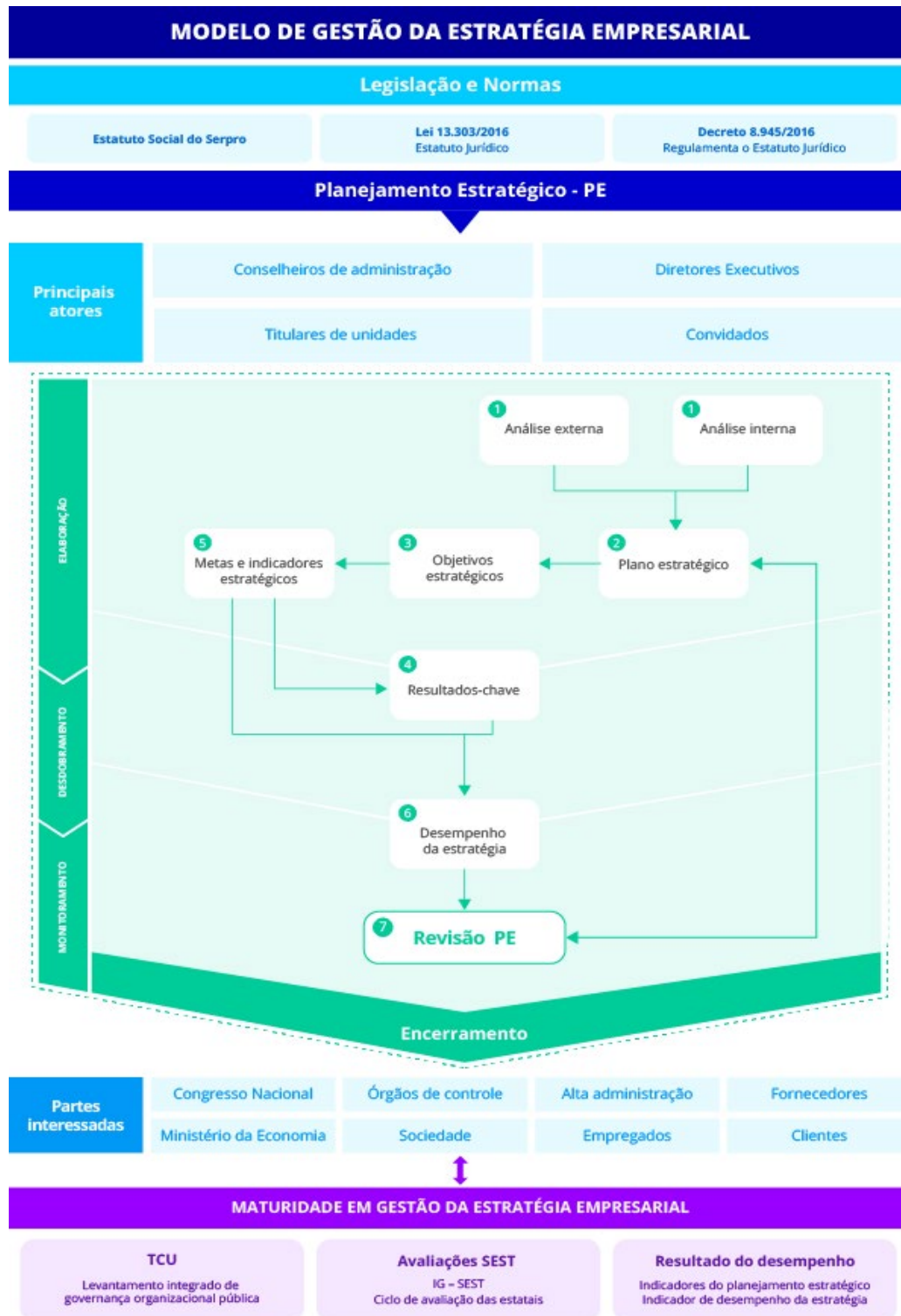
Em termos estruturais e metodológicos, a Diretoria Executiva – Direx direciona a elaboração da Estratégia da Empresa pela Visão, Missão, Valores e Propósito de Transformação. Estes componentes são desdobrados no Plano Estratégico Empresarial em Objetivos Estratégicos inspiracionais mais abrangentes e com panorama de longo prazo.

Com a finalidade de tornar o Plano mais consistente e promover uma visão de alcance de resultados empresariais a curto prazo, os Objetivos Estratégicos, por sua vez, são desdobrados em um conjunto de Metas e Resultados Chave anuais.

O processo de elaboração do Plano Estratégico Empresarial é multidisciplinar, com a participação integrada de todas as áreas do Serpro. Ele se inicia com uma análise criteriosa de ambiente, realizada por um time de estrategistas, composto por

profissionais indicados pela diretoria, para o levantamento e análise de dados e informações de oportunidades e ameaças e de forças e fraquezas.

Figura 01: Modelo de Gestão da Estratégia Empresarial



Fonte: Serpro (2022).

A análise de ambiente é atualizada a partir desses estudos e a Diretoria Executiva utiliza como insumo para priorizar as ações que devem ser consideradas para o alcance da visão, do propósito e, conseqüentemente, para definir o posicionamento estratégico que o Serpro pretende seguir. Neste contexto, são observados também os preceitos e direcionamentos estratégicos de Governo por meio de suas Políticas Públicas e Planos Nacionais e Setoriais, principalmente no que se refere à digitalização de serviços governamentais.

Após a aprovação pelo CA, o Plano Estratégico está pronto para execução. A etapa de monitoramento e controle considera as seguintes práticas de acompanhamento:

- o uso de indicadores que seguem o previsto no acrônimo em inglês SMART (S - específica; M - mensurável; A - atingível; R - relevante; e T - temporal) e dão concretude aos objetivos da Empresa;
- periodicidade da análise trimestral ou semestral, de acordo com a necessidade e viabilidade, pois se um indicador depende, por exemplo, de uma pesquisa semestral ou tiver poucas mudanças mensais, conseqüentemente não precisa ser avaliado em período curto;
- participação de diferentes áreas e níveis hierárquicos no monitoramento das Metas, e definição do Superintendente como responsável pela análise do indicador e do Diretor Supervisor pela validação do resultado. O progresso dos Resultados Chave é acompanhado neste momento por serem desdobramentos das Metas Estratégicas, independentemente das áreas que executam as ações;
- publicação da mensuração e análise do indicador para dar ciência do progresso;
- reuniões com o Diretor responsável e os principais envolvidos em cada Meta, o que torna mais efetivo o alinhamento dos resultados analisados no período, as discussões dos impactos e uma tomada de decisão mais ágil;
- monitoramento da Estratégia integrado com demais indicadores de gestão e governança.

A consolidação dos resultados parciais do desempenho das Metas é informada trimestralmente à Direx e periodicamente ao CA, o que garante um monitoramento contínuo e sistêmico, possibilita retroalimentar a Estratégia, ajustar Resultados Chave e, se necessário, propor a revisão dos direcionamentos.

1.1. Componentes Estratégicos

Para o exercício de 2022, o Serpro reafirmou sua missão, visão e valores reiterando a manutenção do compromisso com o Propósito de Transformação em busca da transformação digital. Quanto ao desdobramento do Plano em Objetivos Estratégicos, após proposição da Diretoria Executiva, o Conselho de Administração deliberou pela continuidade dos Objetivos Estratégicos previstos para o período de 2021 e incorporou um novo Objetivo com o intuito de atender as necessidades de Governo e se tornar referência de identidade digital para o cidadão.

PROPÓSITO DE TRANSFORMAÇÃO

Evoluir de uma empresa de processamento de dados para uma empresa de inteligência aplicada em plataformas e soluções digitais

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

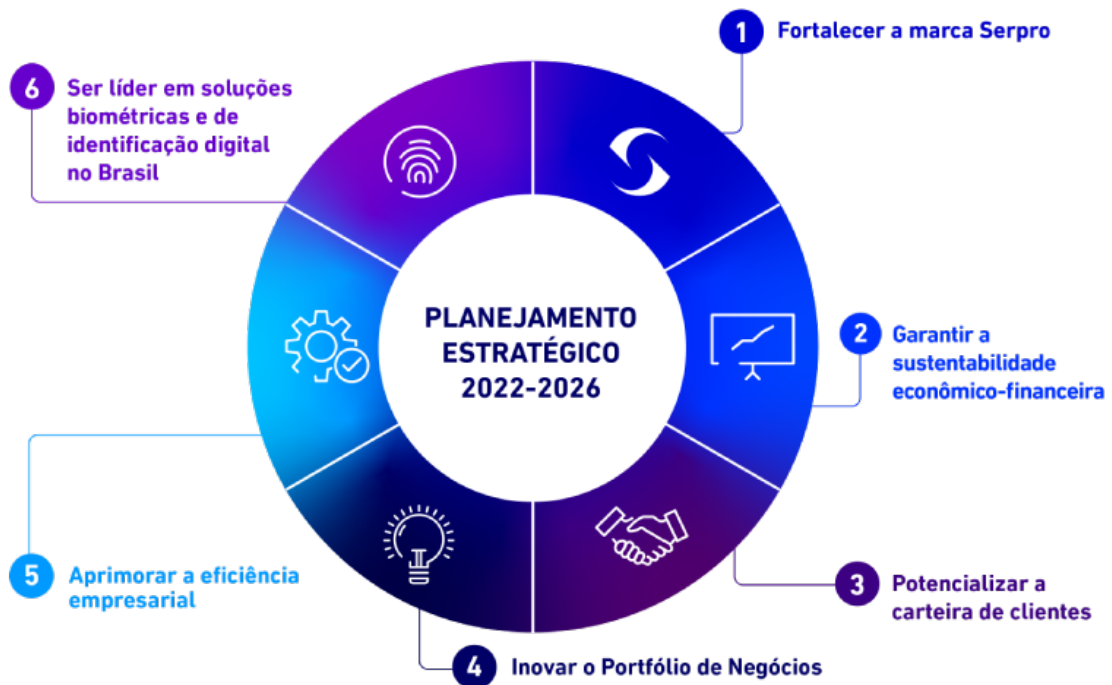


Orgulho de viabilizar uma sociedade digital

1.2. Plano Estratégico Empresarial

O Plano Estratégico Empresarial em 2022 foi composto por 6 (seis) Objetivos Estratégicos e 24 Metas, e dessas, cabe destacar: a identidade digital; o fortalecimento da marca Serpro como líder em Transformação Digital e Privacidade e Proteção de Dados; o alinhamento às melhores práticas que compõem a Agenda ESG; a ampliação do mercado internacional; as iniciativas de inovação da plataforma Serpro Ventures; entre outras voltadas principalmente à sustentabilidade econômico-financeira da Empresa.

Figura 02: Planejamento Estratégico 2022-2026



Fonte: Serpro (2022)

1.2.1 Objetivos Estratégicos

Abaixo, pode-se ver com mais detalhes os Objetivos Estratégicos, uma breve descrição deles e algumas diretrizes que nortearam o desdobramento de cada um em Metas Estratégicas.



OE1. Fortalecer a marca Serpro: como elemento intangível de mensuração, pode ser expressa tanto no valor que a empresa se propõe a gerar para seu negócio, como na percepção de valor que os clientes/usuários tem em relação a marca. O objetivo decorre de um esforço conjunto e multidisciplinar de diversas áreas em busca de geração de valor, qualidade e segurança e é, também, fruto do resultado dos demais Objetivos Estratégicos.



OE2. Garantir a Sustentabilidade econômico-financeira: direcionado a promover equilíbrio econômico-financeiro, o Objetivo demonstra maior solidez e credibilidade frente aos seus stakeholders. As estratégias de sustentabilidade visaram a diminuição da dependência financeira de grandes clientes de governo, e da volatilidade de mercados imposta pelas restrições do Orçamento Geral da União.



OE3. Potencializar a carteira de clientes: o Objetivo se traduz em esforços na diversificação, ampliação de mercados e retenção de clientes. Busca-se ainda promover o aumento de receita por meio outras fontes que não sejam exclusivas ou concentradas em alguns poucos clientes.



OE4. Inovar o portfólio de negócios: busca posicionar a empresa de maneira proativa perante o mercado criando demandas, se antecipando às necessidades dos clientes/usuários e emergindo como um novo polo de criação de soluções com crescimento constante, exponencial e sustentável.



OE5. Aprimorar a eficiência operacional: focado na potencialização de resultados mediante o aprimoramento da infraestrutura operacional e dos processos internos, com destaque para a maximização dos recursos humanos em atividades prioritárias.



OE6. Ser líder em soluções biométricas e de identificação digital no Brasil: Além de descomplicar, ampliar e agilizar o acesso do cidadão a serviços públicos, as soluções de identificação digital possibilitam a integração de diversos serviços públicos em larga escala.

1.2.2 Metas Estratégicas

Os Objetivos Estratégicos (OE) possuem características aspiracionais e abrangentes e com panorama de longo prazo. Os OE's são desdobrados em metas que buscam dar mais consistência e promover uma visão de alcance de resultados empresariais a curto prazo. Para 2022, foram definidas 24 Metas Estratégicas distribuídas nos 6 Objetivos Estratégicos, listadas a seguir:

OE1 - Fortalecer a marca Serpro

- ME1.1 - Alcançar R\$ 200 mi em notícias positivas na Imprensa
- ME1.2 - Alcançar 70% do índice ESG
- ME1.3 - Alcançar 50% de clientes promotores
- ME1.4 - Alcançar 80% dos 10 aplicativos priorizados com usuários satisfeitos (nota média \geq 4)

OE2 - Garantir a sustentabilidade econômico-financeira

- ME2.1 - Gerar Lucro Econômico de 3,1%
- ME2.2 - Atingir a receita operacional líquida de R\$ 2,916 bi
- ME2.3 - Reduzir os gastos em R\$ 19,8 mi com ações do POG

OE3 - Potencializar a carteira de clientes

- ME3.1 - Alcançar 15.000 clientes na carteira não OGU
- ME3.2 - Firmar 4 novos contratos de serviços estratégicos com clientes OGU
- ME3.3 - Atingir a receita operacional líquida não OGU de R\$ 664 mi
- ME3.4 - Alcançar 40 clientes internacionais
- ME3.5 - Limitar a 5% a taxa de evasão de clientes (*Churn rate*)

OE4 - Inovar o portfólio de negócios

- ME4.1 - Aplicar R\$ 35 milhões em inovação
- ME4.2 - Entregar 60% das iniciativas de inovação da plataforma Serpro Ventures
- ME4.3 - Faturar R\$ 65 milhões com iniciativas do Serpro Ventures

OE5 - Aprimorar a eficiência empresarial

- ME5.1 - Reduzir para 25% o indicador de obsolescência dos ativos de TI
- ME5.2 - Executar 100% do planejado no Programa de Migração para o Serpro Cloud
- ME5.3 - Construir 4 soluções de gestão e desenvolvimento de pessoas para apoiar a realização de negócios
- ME5.4 - Concentrar 100% das atividades não finalísticas mapeadas no Centro de Serviços Compartilhados (CSC)
- ME5.5 - Reduzir em 30% o lead time de entregas das soluções digitais, integrando os processos das áreas finalísticas

OE6 - Ser líder em soluções biométricas e de identificação digital no Brasil

- ME6.1 - Alcançar 90 milhões de brasileiros com dados biométricos no Serpro pela oferta de serviços ao Estado
- ME6.2 - Atingir R\$ 135 milhões de receita operacional líquida em biometria e identificação digital
- ME6.3 - Atingir 40 milhões de identidades digitais
- ME6.4 - Lançar 3 ofertas de negócio baseadas em biometria e identificação digital

1.3. Plano Estratégico de Negócios

O plano de negócios do SERPRO é discutido no contexto do processo do plano estratégico fazendo parte dele. Descreve a estratégia e a abordagem necessárias para alinhar as perspectivas de todos e tornar clara a sua execução e monitoramento. Por meio do Plano Estratégico de Negócios o SERPRO busca descrever a sua proposta de valor para os clientes que fazem parte da sua carteira.

O subgrupo de metas a seguir configuram o plano de negócios:

ME 1.3 - Alcançar 50% de clientes promotores

ME 2.3 - Atingir a receita operacional líquida de R\$ 2,899 bi

ME 3.1 - Alcançar 15.000 clientes na carteira não OGU

ME 3.2 - Firmar 4 novos contratos de serviços estratégicos com clientes OGU

ME 3.3 - Atingir a receita operacional líquida não OGU de R\$ X mi

ME 3.4 - Alcançar 40 clientes internacionais

ME 3.5 - Limitar a 5% a taxa de evasão de clientes (Churn rate)

ME 4.1 - Aplicar R\$ 35 milhões da receita operacional líquida de 2021 em inovação

ME 4.2 - Entregar 60% das iniciativas de inovação da plataforma Serpro Venture

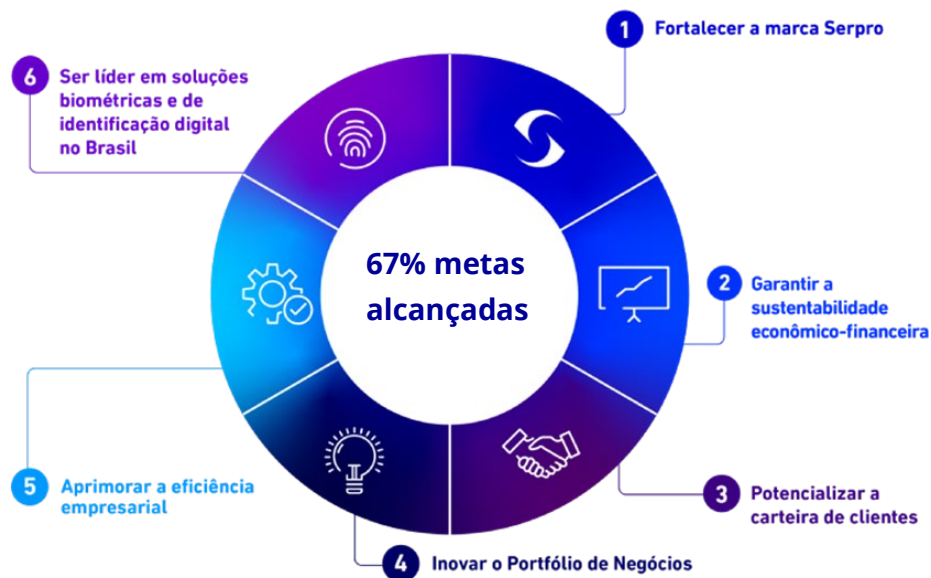
ME 4.3 - Faturar R\$ 65 mi com iniciativas do Serpro Venture em 2022

2. Análise de Desempenho

Ainda sob o impacto gerado pela pandemia nos últimos 2 anos, quando se apresentaram diversos desafios ao mundo, o Serpro, de forma resiliente, se organizou e se posicionou rapidamente. A Estratégia empresarial intensificou o seu direcionamento apoiando as decisões, a avaliação de riscos e possibilitando mudanças de rumos pontuais, quando necessárias. Para tanto, o Serpro utilizou diversos instrumentos de gestão e governança.

Dentre esses instrumentos, foi utilizado o mecanismo interativo e periódico de acompanhamento do desempenho da estratégia durante o ano junto à Diretoria Executiva e o Conselho de Administração. Esse mecanismo passa por 4 etapas: planejar, executar, acompanhar e tomar decisões.

Das 24 metas definidas, 67% foram alcançadas (16 metas), conforme visão geral do desempenho apresentado a seguir:



Quadro 1 – Alcance de metas – PE 2022

Metas Estratégicas	Meta	Realizado	● Alcance
ME1.1 Alcançar R\$ 200 mi em notícias positivas na imprensa	R\$ 200,00 mi	R\$ 249,03 mi	● 125%
ME1.2 Alcançar 70% do índice ESG	70,00%	59,61%	● 85%
ME1.3 Alcançar 50% de clientes promotores	50,00%	59,00%	● 118%
ME1.4 Alcançar 80% de usuários satisfeitos nos apps Serpro	80,00%	80,00%	● 100%
ME2.1 Gerar lucro econômico de 3,1% (margem líquida de 12,5%)	3,1%	7,23%	● 100%
ME2.2 Atingir a receita operacional líquida de R\$ 2,916 bi	R\$ 2.916 mi	R\$ 3.000,63 mi	● 103%
ME2.3 Reduzir os gastos em R\$ 19,8 mi com ações do POG	R\$ 19,8 mi	R\$ 103,26 mi	● 521%
ME3.1 Alcançar 15.000 clientes na carteira não OGU	15.000	24.754	● 165%
ME3.2 Firmar 4 novos contratos de serviços estratégicos com clientes OGU	4	4	● 100%
ME3.3 Atingir a receita operacional líquida não OGU de R\$ 664 mi	R\$ 664,00 mi	R\$ 553,88 mi	● 83%
ME3.4 Alcançar 40 clientes internacionais	40	32	● 80%
ME3.5 Limitar a 5% a taxa de evasão de clientes (churn rate)	5,00%	3,32%	● 167%
ME4.1 Aplicar R\$ 35 milhões em inovação	R\$ 35,00 mi	R\$ 31,02 mi	● 89%
ME4.2 Entregar 60% das iniciativas de inovação da plataforma Serpro Ventures	60,00%	96,40%	● 161%
ME4.3 Faturar R\$ 65 milhões com iniciativas do Serpro Ventures	R\$ 65,00 mi	R\$ 80,41 mi	● 124%
ME5.1 Reduzir para 25% o indicador de obsolescência dos ativos de TI do Serpro	25,00%	15,47%	● 176%
ME5.2 Executar 100% do planejado no Programa de Migração para o Serpro Cloud	100,00%	37,50%	● 38%
ME5.3 Construir 4 soluções de gestão e desenvolvimento de pessoas para apoiar a realização de negócios	4	4	● 100%
ME5.4 Concentrar 100% das atividades não finalísticas mapeadas no Centro de Serviço Compartilhado (CSC)	100,00%	100,00%	● 100%
ME5.5 Reduzir em 30% o lead time de entrega das soluções digitais, integrando os processos das áreas finalísticas	30,00%	13,04%	● 43%
ME6.1 Alcançar 90 milhões de brasileiros com dados biométricos no Serpro pela oferta de serviços ao Estado	90,00 mi	114,14 mi	● 127%
ME6.2 Atingir R\$ 135 milhões de receita operacional líquida em biometria e identificação digital	R\$ 135,00 mi	R\$ 88,29 mi	● 65%
ME6.3 Atingir 40 milhões de identidades digitais	40,00 mi	32,22 mi	● 81%
ME6.4 Lançar 3 ofertas de negócio baseadas em biometria e identificação digital	3	4	● 133%

Objetivo Estratégico 1 (OE1)

O OE1 surgiu em 2020 para reafirmar o compromisso do Serpro com a sua imagem e tem sido mantido desde então. Das 4 metas para o ano, 3 foram alcançadas: equivalência comercial de R\$ 249 milhões em notícias positivas em diferentes veículos de mídia; 59% de clientes promotores e 80% dos aplicativos priorizados com nota acima de 4 nas lojas de aplicativos (*Play Store* e *App Store*).

A meta de alcançar 70% no índice ESG foi incluída em 2022 no plano, após a estruturação do índice no ano anterior. A empresa encontrou algumas dificuldades durante o ano e conseguiu contornar a maior parte delas e, mesmo com resultado abaixo do esperado, obteve 59,61% do índice.

Objetivo Estratégico 2 (OE2)

O Objetivo Estratégico 2 trata da sustentabilidade econômico-financeira e tem sido marcado por resultados positivos nos últimos anos. Em 2022, a empresa superou todas as metas do OE: foram 7,2% de lucro econômico, o que corresponde a uma margem líquida de 18,7%, que, por sua vez, é reflexo da receita operacional líquida de R\$ 3,00 bilhões e de gastos totais de R\$ 2,45 bilhões. Para controlar os gastos o Plano Estratégico contém a meta relativa ao Programa de Otimização dos Gastos, que apresentou resultado de R\$ 103 milhões de economia.

Objetivo Estratégico 3 (OE3)

Em 2021, as ações referentes à realização de negócios direcionaram no OE3 metas relacionadas à diversificação da carteira de clientes, à conquista de clientes estratégicos e à fidelização da carteira atual. As metas para o ano se mostraram extremamente arrojadas e algumas dos valores esperados para o ano não foram alcançados.

No caso da carteira de clientes, a empresa alcançou 24.754 clientes, com destaque para Renave e Emplaca. A empresa também fechou 4 contratos com clientes estratégicos.

Apesar do resultado abaixo da meta, a Receita Operacional Líquida dos clientes não vinculados ao OGU cresceu 10% em relação a 2021 e alcançou aproximadamente R\$ 554 milhões. O mesmo aconteceu com os clientes internacionais, que cresceram abaixo do esperado, mas a empresa chegou a 32 na sua carteira.

Por último, a meta de limitar a evasão de clientes obteve sucesso e a empresa conseguiu manter 96,68% do clientes-alvo da meta, demonstrando que os investimentos em aprimorar serviços, melhorar atendimento e inovar tem significado em maior fidelização dos clientes.

Objetivo Estratégico 4 (OE4)

Para direcionar a estratégia de inovação, o Serpro criou o OE4 com 3 Metas Estratégicas. Duas delas foram superadas: foram entregues 96,40% das iniciativas de inovação do Programa Serpro Ventures frente ao valor previsto de 60% e foram faturados mais de R\$ 79 milhões com essas iniciativas, demonstrando que a empresa tem se esforçado para se manter atualizada em um setor que requer inovação constante e esses esforços já estão gerando resultados relevantes.

Por outro lado, a meta de aplicar R\$ 35 milhões em inovação ficou aquém do previsto. A empresa aplicou pouco mais de R\$ 31 milhões em 2022, refletindo a dificuldade para estruturação da estratégia de inovação e de seu mecanismo de rastreio de investimento.

Objetivo Estratégico 5 (OE5)

O OE5 – Aprimorar a eficiência operacional abrange a organização como um todo e direciona diversas áreas da empresa para que as engrenagens se encaixem e levem a um desempenho superior nos outros Objetivos Estratégicos..

Em 2022, o Serpro continuou os investimento no seu parque tecnológico e reduziu os ativos obsoletos para 15,47% do total. Pelo lado da gestão de pessoas, a empresa entregou as 4 soluções esperadas para apoio à realização de negócios: *business partner*, fortalecimento da cultura de meritocracia, ações para retenção de talentos e programa de sucessão de liderança.

Pelo lado operacional, a empresa também alcançou sucesso para concentrar 100% das atividades priorizadas no Centro de Serviço Compartilhado (CSC) e, mesmo não alcançando a meta, reduziu o tempo de entrega de soluções digitais em mais de 13%, saindo de um tempo médio de entrega de 83 dias para aproximadamente 72 dias.

Por outro lado, apesar dos avanços no Programa de Migração para o Serpro Cloud, o resultado ficou aquém do esperado: 37,50% do que era esperado para o ano. Isso ocorreu, entre outros, devido a atrasos na entrega de recursos adquiridos e dificuldades jurídicas.

Objetivo Estratégico 6 (OE6)

Para o OE6, o Serpro buscou aprofundar sua liderança em soluções biométricas e identificação digital no Brasil. Das 4 metas do objetivo a empresa alcançou duas: alcançar 90 milhões de brasileiros com dados biométricos no Serpro e lançamento de 3 ofertas de negócio baseadas em biometria e identificação digital.

O maior destaque em 2022 foi a expressiva marca de aproximadamente 114 milhões de brasileiros com dados biométricos no Serpro. Em contraponto, mesmo que

a organização não tenha conseguido alcançar a previsão de 40 milhões de identidades digitais, ela se empenhou e atingiu mais de 32 milhões de identidades.

A meta de ofertas de negócios foi superada com o lançamento de 4 ofertas. A maior parte delas foi lançada ao final do ano e não houve tempo hábil para que se efetivassem em receita. Além disso, a geração de receita também foi impactada por atraso em lançamento de um produto que tinha expectativa de geração de receita ainda no primeiro semestre e por queda na receita do Datavalid e da Emissão de Certificado Digital.

3. Conclusão

Os resultados empresariais dos últimos anos demonstram a importância dos Plano Estratégico e de Negócios para direcionar a empresa e confirmam o sucesso da gestão em assegurar a sustentabilidade do negócio.

Em 2022, o Plano Estratégico deu maior importância à inovação, criando um OE direcionado ao assunto e, também, um outro objetivo que refletisse nosso investimento em biometria e identificação digital. Esses OE's foram acompanhados por metas que traduzissem os esforços empreendidos nos assuntos e permitissem acompanhar o alcance dos resultados.

O ano foi marcado pela continuidade da recuperação econômica após a pandemia de Covid e isso se refletiu nos resultados econômico-financeiras, que apresentaram desempenho expressivo. A empresa apresentou crescimento de mais de 7% na receita total, de 10% na receita não OGU e de 40% no lucro líquido.

Em relação à inovação, a empresa utilizou o Programa Serpro Ventures para focar seus esforços e realizou 96% das iniciativas entregues, com R\$ 31 milhões aplicados e R\$ 80 milhões faturados. Internamente a empresa também investiu no seu parque tecnológico e reduziu sua obsolescência para apenas 15% dos ativos.

Esses esforços e investimentos levam a empresa a melhoria na sua eficiência, com redução do tempo de entrega das soluções em 13%, o que, por sua vez, impacta o negócio da empresa.

No ano, houve crescimento de 76% na carteira de clientes, puxado pelo mercado privado, especialmente clientes trazidos pela solução Renave e o Serpro se tornou o maior provedor de nuvem do governo federal. Além disso, a empresa buscou aperfeiçoar seus apps mais importantes, alcançando 8 dos 10 apps priorizados com nota maior do que 4 nas lojas da Play Store e App Store.

Esse sucesso se refletiu na imprensa, onde o Serpro alcançou quase R\$ 250 milhões em equivalência comercial de notícias positivas e se traduziu em 75% dos clientes satisfeitos com entregas, 59% de clientes promotores e evasão de apenas 3,37% dos clientes.

Os desafios continuam em 2023 e a empresa continua perseguindo a melhoria da sua sustentabilidade econômico-financeira, foco dos últimos anos, o fortalecimento de sua marca e a potencialização da sua carteira de clientes. Além disso, o Serpro tem os objetivos de aprofundar seus mecanismos de inovação, de posicionar pessoas e cultura como molas propulsoras da Estratégia Empresarial e de prover plataformas de negócio que impulsionem a transformação digital do Estado.

Os direcionamentos estratégicos para o próximo ano se mantêm alinhados à Missão, Visão e Valores do Serpro e fortalecem o propósito de transformação digital do governo e a entrega de soluções digitais à sociedade e ao mercado. A empresa continuará a investir neste caminho e a oferecer soluções inovadoras e inteligentes para os seus clientes, consolidando o seu papel como propulsor das políticas públicas voltadas para a transformação digital do Brasil.

Particularmente, em relação ao compromisso com a sustentabilidade, o Serpro implantou seu índice de sustentabilidade em 2021 e em 2022 executou um plano de ação para melhorar sua relação com o meio ambiente e sociedade. A organização alcançou resultados importantes no ano e buscará incrementar suas práticas voltadas ao ambiente, à sociedade, aos clientes, aos seus empregados e à sua governança.

Assim, para 2023 os administradores traçaram metas para que a empresa evolua, cresça, fortaleça a sua saúde econômica e financeira, sua força de trabalho para garantir seu propósito de aproximar Estado e cidadãos por meio da tecnologia

Administradores do Serpro

Conselho de Administração

Fernando André Coelho Mitkiewicz
Presidente do Conselho de Administração

João Manoel da Cruz Simões
Conselheiro

Cesar Augusto Guimarães
Conselheiro

Rafael Bicca Machado
Conselheiro independente

Deivi Lopes Kuhn
Conselheiro

Diretoria Executiva

Ricardo César de Moura Jucá
Diretor-Presidente Interino e Diretor de Desenvolvimento

Elana Oliveira de Matos Sousa
Diretora de Administração e Diretora do Jurídico e de Governança e Gestão interina

André de Cesero
Diretor de Relacionamento com Clientes e Diretor de Operações Interino

Alexandre Magno Galieta de Oliveira
Diretor de Desenvolvimento Humano