

**1. HISTÓRICO DA CRIAÇÃO E COMPETÊNCIAS****Legislação Atualizada e Síntese das Competências**

A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM, criada por meio do Decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, teve seu regimento interno aprovado por meio do Decreto nº 41.285, de 30 de setembro de 2020, tem atuação e competência nas áreas de publicidade governamental, campanhas educativas e de interesse público, constituindo-se no órgão central do sistema de comunicação social do Governo do Distrito Federal, no que concerne a relações públicas, imprensa e atividades de comunicação social.

Nos termos da legislação vigente, à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal-SECOM, órgão da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, e órgão central do Sistema de Comunicação Social do Governo do Distrito Federal, compete:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação do Governo;

II - executar a publicidade governamental e campanhas educativas e de interesse público, bem como a comunicação corporativa da Administração Direta do Governo;

III - subsidiar à elaboração de minutas de editais e seus anexos para a contratação de prestadores de serviços de publicidade governamental e comunicação corporativa encaminhados pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades integrantes da Administração Direta e Indireta do Governo do Distrito Federal;

IV- proceder ao relacionamento do Governo com os órgãos de comunicação;

V - realizar atividades de relações públicas do Governo.

§1º Todos os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Governo do Distrito Federal ficam obrigados, sob pena de responsabilidade, a facilitar a execução das atividades da Secretaria de Comunicação e a fornecer os elementos necessários ao exercício de suas competências.

§2º Integram o Sistema de Comunicação Social do Governo do Distrito Federal todas as assessorias de comunicação, ou unidades similares, dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Distrito Federal

Cabe ainda à SECOM, produzir e divulgar o conteúdo informativo institucional do Governo do Distrito Federal, cumprindo a missão de fazer da comunicação um instrumento de cidadania.

Nesse sentido, tem-se como atribuições da Secretaria promover o acesso da população às informações de todas as ações de governo, prestando contas da gestão administrativa do Governo do Distrito Federal, além de conferir excelência e garantir transparência aos atos da Administração Pública, visando contribuir para democratizar a comunicação do Distrito Federal.

Como forma de aproximar o Estado do cidadão, trazendo mais transparência e credibilidade às ações governamentais, realiza a publicação dos atos, programas, obras, serviços e ações desenvolvidas por meio dos órgãos e entidades da Administração Pública do GDF, permitindo, assim, o cumprimento de políticas públicas em diversos segmentos de atuação do Estado, como levar ao conhecimento dos cidadãos ações sobre saúde, meio ambiente, educação, ciência, tecnologia, inovação, esporte, cultura, turismo, lazer, segurança, desenvolvimento econômico, desenvolvimento rural, desenvolvimento urbano, abastecimento, habitação, infraestrutura, transporte, trabalho, direitos humanos, cidadania, justiça, juventude e relações internacionais e institucionais.

## FORÇA DE TRABALHO

Servidores	Atividade-Meio (Com cargo em comissão)	Atividade-Fim (Com cargo em comissão)	Atividade-Meio (Sem cargo em comissão)	Atividade-Fim (Sem cargo em comissão)	Total
Efetivos do GDF	10	2	5	0	17
Comissionados sem vínculo efetivo	33	82	0	0	115
Requisitados de órgãos do GDF	8	2	0	0	10
Requisitados de órgãos fora do GDF	0	0	0	0	0
Estagiários	2	0	0	0	2
Menor Aprendiz/Projeto Jovem Candango	0	0	0	0	0
Terceirizados (FUNAP)	0	0	0	0	0
Outros - especificar	0	0	0	0	0
Subtotal	53	86	5	0	144

gub

S

S

M

<b>Servidores</b>	<b>Atividade-Meio (Com cargo em comissão)</b>	<b>Atividade-Fim (Com cargo em comissão)</b>	<b>Atividade-Meio (Sem cargo em comissão)</b>	<b>Atividade-Fim (Sem cargo em comissão)</b>	<b>Total</b>
(-) Cedidos para outros órgãos	0	0	4	0	4
<b>Total Geral</b>	<b>53</b>	<b>86</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>140</b>

A SECOM conta com 142 servidores, sendo 17 do quadro próprio da SECOM e 10 cedidos por outros órgãos do GDF, totalizando 27 servidores com vínculo e 117 sem vínculo efetivo com o GDF. Dentre os servidores efetivos, 70,37% estão lotados em unidades que executam atividades meio, 14,81% exercem atividade fim 14,81%, estão cedidos para outros órgãos: um para CACI, dois para a SETUR e um está à disposição da DPDF. Quanto aos demais servidores, 33 estão lotados em atividades meio e 82 em atividades fim. Contamos ainda com 2 estagiários, ambos de nível médio, lotados em atividades meio, totalizando, dessa forma, 144 pessoas em sua força de trabalho.

## **2. REALIZAÇÕES POR PROGRAMA**

### **6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS**

#### **Execução Orçamentária e Financeira**

<b>Ação/Subtítulo</b>	<b>Lei</b>	<b>Despesa Autorizada</b>	<b>Empenhado</b>	<b>Liquidado</b>
<b>6057 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL</b>	<b>13300000,0</b>	<b>2214295,00</b>	<b>1917369,48</b>	<b>694752,39</b>
0001 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- DISTRITO FEDERAL	1000000,0	29570,0	0	0
0002 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL- DISTRITO FEDERAL	12000000,0	2184725,00	1917369,48	694752,39
0003 - APOIO À REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	300000,0	0,0	0	0
<b>8505 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA</b>	<b>96675605,0</b>	<b>146693501,94</b>	<b>121879960,62</b>	<b>110583919,32</b>
0002 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA- PUBLICIDADE E PROPAGANDA- INSTITUCIONAL- DISTRITO FEDERAL	36839144,0	61437935,00	36668540,00	35102627,34

<b>Ação/Subtítulo</b>	<b>Lei</b>	<b>Despesa Autorizada</b>	<b>Empenhado</b>	<b>Liquidado</b>
0004 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA- PUBLICIDADE E PROPAGANDA- UTILIDADE PÚBLICA- DISTRITO FEDERAL	59836461,0	85255566,94	85211420,62	75481291,98
<b>TOTAL - 6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS</b>	<b>109975605,00</b>	<b>148907796,94</b>	<b>123797330,10</b>	<b>111278671,71</b>

A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM-DF dentro de suas competências legais é responsável pela coordenação e realização de ações publicitárias institucionais e de utilidade pública da Administração Direta do Governo do Distrito Federal - GDF. Dentro do programa institucional, tem-se as modalidades Institucional/Governamental e Institucional/Legal.

A publicidade Institucional/Governamental destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo do Distrito Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas. Nessa modalidade foram veiculadas 05 (cinco) campanhas, quais sejam: PRESTAÇÃO DE CONTAS I - 2020, PRESTAÇÃO DE CONTAS II - 2020, PESQUISA POR HÁBITO, PESQUISAS POR REGIO PESQUISA CORONAVÍRUS.

No que concerne às pesquisas, embora não sejam campanhas publicitárias propriamente ditas, elas se apresentam relevantes, uma vez que permitem diagnosticar os hábitos de consumo de mídia, bem como as demandas e as necessidades da população do Distrito Federal, além de avaliar o grau de assertividade das campanhas veiculadas pela Secretaria de Estado de Comunicação.

A publicidade Institucional/Legal, destina-se a publicações de matérias em jornais de grande circulação e no Diário Oficial da União e corresponde à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações de interesses dos órgãos e entidades do Poder Executivo do Distrito Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

A Publicidade de Utilidade Pública destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, objetivando informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos. A SECOM, no âmbito da publicidade de utilidade pública, veiculou 10 (dez) campanhas: CARNAVAL 2020, CORONAVÍRUS, CORONAVÍRUS II, CORONAVÍRUS III, IPVA 2020, DENGUE 2020, DENGUE II, IPTU 2020, GDF PRESENTE, REFIS 2020.

Com o objetivo de normatizar e supervisionar o uso das marcas e assinaturas dos órgãos integrantes da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, a SECOM também é responsável pela aprovação e desenvolvimentos de layouts publicitários para prestação de informações importantes à população do Distrito Federal. Também realiza serviços de comunicação digital, com o objetivo de informar, diariamente, os cidadãos sobre acontecimentos, eventos e, principalmente, sobre serviços prestados pelo Governo do Distrito Federal.

Para o ano de 2020, a SECOM assumiu o compromisso de executar, pelo menos, 50% das ações previstas no Plano Anual de Publicidade - PAP 2020, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal do dia 15/01/2020, tendo superado a meta prevista no PPA/2020-2023, em que pese o cenário instaurado pela pandemia do novo Coronavírus, alcançando a execução de 62,8% das ações previstas no PAP 2020, conforme demonstrado abaixo:

#### **Campanhas realizadas de forma massiva**

- 1- IPVA
- 2- IPTU
- 3- REFIS
- 4- Aedes Aegypti
  - a) Prevenção às ISTs
  - b) Enfrentamento à violência contra a mulher
  - c) Não é não
  - d) Carnaval de rua
- 6- GDF Presente - Que abordou 08 temas
  - a) GDF Alvará
  - b) GDF Cartão Estudantil
  - c) GDF Farmácia
  - d) GDF Violência doméstica
  - e) GDF MEI
  - f) GDF Habitação

*Guilherme*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

- g) GDF Virtual
- 7- Prestação de contas – Que abordou 09 temas
- a) Campanha de Prestação de Contas;
- b) Segurança Pública Gera Mais Qualidade de Vida ao DF;
- c) Redução Contínua de Homicídios e/ou Outros Crimes de Relevância;
- d) Programa PROCIDADES;
- e) Revitalização de Áreas Públicas;
- f) Obras Públicas;
- g) Ocupação de Área Pública;
- h) Atividades Econômicas;
- i) Calçadas e Acessibilidade;

Alguns temas, foram abordados através de canais do Governo, sendo esses canais, as redes sociais, que abordaram o tema por meio dos serviços de comunicação digital.

Temas abordados pelas redes sociais do governo:

#### GRUPO 1

- 1. IPVA;
- 2. IPTU;
- 3. Nota legal;
- 4. REFIS;
- 5. GDF presente;
- 6. Sistema de autoatendimento digital do governo do distrito federal – GDF;
- 7. Ouvidoria geral do distrito federal;
- 8. Índice de transparência ativa;
- 9. Lei de acesso a informação;
- 10. Portal da transparência do distrito federal;

#### GRUPO 2

- 11. Brasília 60 anos;
- 12. Wi-fi social;
- 13. Carro elétricos – programa vem DF;
- 14. Reciclotech;
- 15. Lançamento do plano diretor;
- 16. Campus party;
- 17. Semana nacional da ciência e tecnologia SNTC;
- 18. Carnaval 2020;
- 19. Reforma do teatro nacional;
- 20. Natal 2020;
- 21. Réveillon 2020;
- 22. Carnaval de rua (turismo cultural);
- 23. Campanha prestação de contas;
- 24. Reforma do teatro nacional;

#### Grupo 3

- 25. Segurança pública gera mais qualidade de vida;
- 26. Campanha preventiva e educativa da defesa civil sobre os períodos de estiagem e de chuvas no distrito federal;
- 27. Campanha de prevenção ao FEMINICÍDIO;
- 28. Novas matrículas ensino regular;
- 29. Renovação matrículas ensino regular;

*guedes*

*guedes*

*guedes*

30. Novas matrículas eja;
31. Novas matrículas CIL;
32. Novas matrículas educação profissional;
33. Vagas remanescentes ensino regular;
34. Vagas remanescentes e CIL;
35. Programa material escolar;
36. Ensino médio em tempo integral - EMTI;
37. Aedes aegypti;
38. Campanha anual de vacinação contra o vírus influenza (H1N1);
39. Semana mundial de doação de leite materno;
40. Setembro amarelo - combate ao suicídio;
41. Outubro rosa;
42. Novembro azul;
43. Dia mundial de AIDES e semana distrital de prevenção das IST;
44. Campanha antirrábica;
45. Vacinação de crianças e adolescentes;
46. Enfrentando a violência contra a mulher;
47. Campanha de enfrentando a discriminação;
48. Campanha contra a negligência e abandono de crianças e adolescentes;
49. Proteção aos direitos humanos;

#### Grupo 4

50. Programa de privatização;
51. Programa PROCIDADES;
52. Programa pequenos reparos nas escolas;
53. Programa cartão material escolar;
54. Febre aftosa;
55. Vazio sanitário da soja;
56. Vazio sanitário do feijão;
57. Revitalização de áreas públicas;
58. Obras públicas;
59. Substituição dos ônibus da EPTG;
60. Sistema de integração;
61. Nova regra para utilização do PLE;
62. Semana nacional da pessoa com deficiência intelectual e múltipla;
63. Dia da pessoa com deficiência;
64. Dia internacional da pessoa com deficiência;

#### Grupo 5

65. Prevenção de incêndios florestais;
66. Campanha coleta seletiva consciente;
67. Recurso hídricos;
68. Não é não;
69. Campanha para o mês de março (mês de mulher);
70. Campanha de combate à violência contra a mulher;
71. Campanha de prevenção ao feminicídio no DF;
72. Centros da juventude do DF;

*guelbo*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

73. Programa jovem candango;
74. Conjuve/df;
75. Grilagem;
76. Ambulantes regularizados;
77. Lixo;
78. Calçadas e acessibilidade;
79. Poda;
80. Lotes sujos e responsabilidades;
81. Faixas

**Total de temas do Plano anual de Publicidade = 129**

**Total de temas que constavam no Plano e foram abordados= 81**

**% de temas alcançados - 62,8%**

**Meta do Plano Anual de Publicidade de 2020 = 50%**

Embora não prevista no PAP 2020, a Campanha Coronavírus - COVID - 19, executada dada a emergência de saúde pública de caráter internacional, recebeu um montante considerável do orçamento destinado a publicidade no ano de 2020. Isso ocorreu porque a pandemia se alastrou de forma rápida e imprevisível, razão pela qual não se tornou possível prever o fim, bem como o investimento da referida campanha.

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde - OMS decretou a pandemia da Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2), em razão do aumento do número de casos e a disseminação global dele resultante. O exponencial aumento e a velocidade das contaminações decorrentes do Covid - 19 fizeram com que o Governo do Distrito Federal publicasse, também em 11 de março de 2020, o Decreto 40.520, dispondo sobre as medidas de enfrentamento da pandemia, razão pela qual tornou-se indispensável e urgente o desenvolvimento e a veiculação de campanhas sobre o tema, com o objetivo de orientar a população do Distrito Federal acerca das medidas de contenção da propagação do vírus, bem como das ações adotadas pelo governo com a finalidade de controlar a disseminação do vírus e a contaminação das pessoas.

A produção de campanha publicitária acerca de um cenário pandêmico imprevisível repercutiu diretamente no orçamento de publicidade previsto para o ano de 2020. Neste contexto, o investimento, necessariamente, foi alto, o que impossibilitou que houvesse investimento nas demais ações previstas pelos órgãos no PAP - 2020.

No que tange à execução de serviços de comunicação digital, atualmente, o GDF conta com vários sites e perfis nas redes sociais. São páginas abertas em nome do Governo do Distrito Federal e da Agência Brasília. Todos estes canais diariamente são "alimentados" com dezenas de notícias, com informações aos cidadãos do Distrito Federal tanto acerca dos serviços que a população pode contar, quanto sobre prestação de contas de tudo que é feito pelo Governo.

Um dos principais canais de comunicação digital da SECOM é o site da Agência Brasília, por meio do qual verificou-se 011.271.798 visualizações de página registradas no site, que representam a atividade de 2.777.935 usuários distintos. Em média, foram cerca de 22.770 usuários ativos por dia. Desses, 62% foram novos visitantes, enquanto 38% foram usuários retornantes, isto é, já tinham visitado a página antes. No exercício de 2020, os dados verificados por meio do Instagram feed: 434 postagens, Instagram stories: 758 postagens e Twitter: 3.728.

As redes sociais do Governo do Distrito Federal são, também, canais de suma relevância, por meio dos quais a SECOM extrai os seguintes números de acessos e interações: Facebook: 679 postagens, Instagram feed: 609 postagens, Instagram stories: 1.470 postagens, Twitter: 3.100.

Todos estes dados são resultado de análises feitas pela ferramenta mLabs.

Ainda no âmbito da comunicação digital, diversos temas, como IPTU, IPVA, Nota Legal, Dengue, Vacinação e Coronavírus, foram abordados e publicados nas redes sociais do Governo do Distrito Federal, gerando uma interação com os internautas.

Também, dentro das ações de comunicação digital, foram realizados diversos produtos durante o exercício de 2020, os quais serão explicitados a seguir:

Programa GDF Presente, que tem como diferencial descentralizar ações para agilizar soluções de demandas das administrações regionais, que, dessa forma, reforçam seu empoderamento para trabalhar. A meta é aprimorar os resultados nas três áreas de trabalho que mais provocam reclamações da população, conforme levantamentos realizados pela Ouvidoria e nas redes sociais: tapa-buraco, limpeza de ruas e retirada de entulho. Dessa forma, de segunda-feira à sexta-feira, ao final do dia, é divulgado um vídeo com as ações de diferentes regiões, abordando o que o GDF executou em cada uma das cidades, com base na atuação que o programa atende.

Outro produto realizado foi a "Semana GDF", um programa similar ao GDF EM UM MINUTO. Esse produto não tem uma regularidade definida. Assim, quando ocorrem várias notícias extras, é preparado um vídeo que divulga os eventos.

Realizamos também o produto GDF em 1 minuto, que é um boletim semanal, divulgado às sextas-feiras, com o objetivo de divulgar de 3 até 4 notícias principais que ocorreram na semana que passou. O número de notícias foi definido com base em um estudo de neuromarketing e assimilação de conteúdo. Abordando diferentes temas do executivo local, o vídeo tem no máximo 1 minuto, sendo que a abertura e o fechamento utilizam sempre a mesma chamada.

Check-up da Saúde - Programa exclusivo para divulgar notícias relacionadas à saúde pública, desde contratação de médicos, licitações, obras, entregas, coronavírus e até mesmo benefícios e outros serviços relacionados à saúde. Esse produto é divulgado às quintas-feiras e não possui tempo fixo.

Destacamos, por fim, que após a contratação das Agências Digitais, para realização de serviços de comunicação digital, conforme processo licitatório, grandes projetos foram realizados, dentre eles: a execução dos serviços de transmissão ao vivo para ambiente digital, bem como a criação de vinhetas para atender as demandas da Secretaria de Estado de

*guelo*

*(S)*

*gfr*

*MM*

Comunicação, a reformulação do site da Agência Brasília, o monitoramento de termos em ambiente digital, com repercussão local e nacional e entrega de relatório estratégico gerencial de monitoramento, a elaboração de Plano de Comunicação Digital para o GDF e suas redes sociais, a elaboração de um Plano de Comunicação Digital, para a Secretaria de Estado de Economia, para posterior criação da campanha "SEEC 100% DIGITAL", a criação de conteúdo para as redes sociais do GDF e da Agência Brasília, a criação de uma Landing Page sobre as obras no Túnel de Taguatinga, com o objetivo de converter os visitantes, prestar contas e assim mostrar o que vem sendo feito diariamente na obra do túnel e, por fim, a criação de Campanhas de divulgação que garantam a transparência de tudo que é feito para a população do Distrito Federal.

Indicadores de Desempenho por Programa de Governo

Indicador	Unidade	Índice mais recente	Apurado	Periodo	Desej 1º Ano	Alcanç 1º Ano	Desej 2º Ano	Alcanç 2º Ano	Desej 3º Ano	Alcanç 3º Ano	Desej 4º Ano	Alcanç 4º Ano	Fonte
133 - ALCANCE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	PERCENTUAL		01/01/2001	Anual	60,00	65,00	63,00	-	66,00	-	70,00	-	RELATÓRIOS DE ALCANCE DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
<b>Justificativa:</b> 2020 - A mensuração do impacto das campanhas publicitárias realizadas pela Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM ultrapassou o índice desejado. Foram analisados os percentuais de alcance do meio TV, os quais, somados e divididos pelo número de campanhas veiculadas e finalizados, resultaram no índice de 65% de alcance, superando o desejado para 2020 e reafirmando o compromisso e empenho desta SECOM na divulgação das campanhas publicitárias.													
134 - IMPACTO E ENTENDIMENTO DA MENSAGEM DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	PERCENTUAL		01/01/2001	Anual	60,00	74,25	63,00	-	66,00	-	70,00	-	INSTITUTOS DE PESQUISA
<b>Justificativa:</b> 2020 - A mensuração do entendimento da mensagem pelo público-alvo ultrapassou o índice desejado. Para mensurar o entendimento das mensagens das campanhas publicitárias, foram analisados os dados colhidos através das pesquisas quantitativas realizadas e foi extraída a média de 74,25%, o que reforça o compromisso desta SECOM em veicular campanhas com uma linguagem que alcance a população e transmita a mensagem de forma eficaz.													

IN133 - ALCANCE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS: Para mensurar o alcance das campanhas publicitárias, foram analisados os percentuais de alcance do meio de veiculação por TV, os quais, somados e divididos pelo número de campanhas veiculadas e finalizados, resultaram no índice de 65% de alcance, superando o desejado para 2020 e reafirmando o compromisso e empenho desta SECOM na divulgação das campanhas publicitárias.

IN134 - IMPACTO E ENTENDIMENTO DA MENSAGEM DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS: Na apuração deste índice, foram analisados os dados colhidos através das pesquisas quantitativas realizadas e extraída a média de 74,25%, o que reforça o compromisso desta SECOM em veicular campanhas com uma linguagem que alcance a população e transmita a mensagem de forma eficaz.

**0001 - PROGRAMA PARA OPERAÇÃO ESPECIAL**

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
<b>9041 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA</b>	<b>813752,0</b>	<b>664277,50</b>	<b>200809,50</b>	<b>200809,50</b>
0015 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA-DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	813752,0	664277,50	200809,50	200809,50
<b>9050 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES DE PESSOAL</b>	<b>148000,0</b>	<b>138201,25</b>	<b>77353,49</b>	<b>77353,49</b>
0004 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-DISTRITO FEDERAL	148000,0	138201,25	77353,49	77353,49
<b>9093 - OUTROS RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES</b>	<b>21600,0</b>	<b>10530,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

*Quito*

*STJ*

*WJ*

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
0013 - OUTROS RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES--DISTRITO FEDERAL	21600,0	10530,0	0	0
<b>TOTAL - 0001 - PROGRAMA PARA OPERAÇÃO ESPECIAL</b>	<b>983352,00</b>	<b>813008,75</b>	<b>278162,99</b>	<b>278162,99</b>

Durante o exercício de 2020, foram feitos 16 acertos de contas de servidores sem vínculo exonerados 3 acertos de contas de servidores com vínculo: 1 aposentado, 1 redistribuído e 1 que retornou espontaneamente ao órgão de origem (DETRAN) e pagamento de doze parcelas referentes à conversão de Licença Prêmio em pecúnia para três servidoras aposentadas da SECOM.

### 8203 - GESTÃO PARA RESULTADOS - GESTÃO E MANUTENÇÃO

#### Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
<b>4088 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES</b>	<b>50000,0</b>	<b>24375,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
0058 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES--DISTRITO FEDERAL	50000,0	24375,0	0	0
<b>8502 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL</b>	<b>10805707,0</b>	<b>15177707,00</b>	<b>14186125,41</b>	<b>14174660,41</b>
0011 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL-ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL--DISTRITO FEDERAL	10805707,0	15177707,00	14186125,41	14174660,41
<b>8504 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES</b>	<b>685890,0</b>	<b>685811,00</b>	<b>631079,95</b>	<b>630544,95</b>
0008 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-DISTRITO FEDERAL	685890,0	685811,00	631079,95	630544,95
<b>8517 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS</b>	<b>130000,0</b>	<b>101767,46</b>	<b>60136,89</b>	<b>59173,57</b>
0018 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-DISTRITO FEDERAL	130000,0	101767,46	60136,89	59173,57
<b>1471 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO</b>	<b>90000,0</b>	<b>33150,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
0013 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO-MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	90000,0	33150,0	0	0

*Handwritten signatures and initials:*  
 - A blue signature on the right side.  
 - A blue signature at the bottom center.  
 - A blue circular stamp or mark at the bottom right.

<b>Ação/Subtítulo</b>	<b>Lei</b>	<b>Despesa Autorizada</b>	<b>Empenhado</b>	<b>Liquidado</b>
<b>2557 - GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO</b>	<b>92000,0</b>	<b>40627,50</b>	<b>9357,20</b>	<b>8011,18</b>
0006 - GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO- GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO- DISTRITO FEDERAL	92000,0	40627,50	9357,20	8011,18
<b>TOTAL - 8203 - GESTÃO PARA RESULTADOS - GESTÃO E MANUTENÇÃO</b>	<b>11853597,00</b>	<b>16063437,96</b>	<b>14886699,45</b>	<b>14872390,11</b>

No âmbito de suas competências de gestão administrativa, a SECOM, mesmo diante da carência orçamentária no que tange a material permanente, conseguiu manter a contendo as metas da Secretaria e cumpriu com todas as obrigações de caráter obrigatório e discricionário.

No decorrer do exercício foram mantidos 13 (treze) contratos administrativos, adquiridos materiais de consumo, deflagradas licitações para Contratação de serviços de publicidade e de Comunicação Digital, concluída em julho de 2020, e para contratação de Agências de Publicidade e para atender às demandas do DETRAN-DF, por meio da Concorrência 001/2020, concluída em dezembro 2020.

### **3. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES**

#### **Realizações extraordinárias.**

No âmbito das campanhas de Utilidade Pública, foi celebrado entre a Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM) e o Departamento de Trânsito do Distrito Federal (DETRAN-DF) o Convênio Nº 03/2020, que teve por objetivo a realização da campanha publicitária de Educação de Trânsito denominada **DETRAN DIGITAL**.

### **4. DIAGNÓSTICO DO DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE**

#### **Análise das realizações, dificuldades encontradas e perspectivas para o próximo exercício.**

As ações desenvolvidas pela SECOM, em 2020, foram afetadas pela pandemia do Covid 19 e procuraram cumprir a programação orçamentária e financeira estabelecida para o exercício, bem como o Plano Anual de Publicidade de 2020 que contemplou as ações de publicidade executadas pelas agências de publicidade e propaganda que atendem o governo, reunindo as demandas das Secretarias de Estado que compõem a Administração Direta do Governo do Distrito Federal (GDF).

2020 foi, sem dúvidas, um ano excepcional, dadas as medidas de enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do novo coronavírus. Em razão disso, houve então a necessidade de adequação à nova realidade para o cumprimento das campanhas publicitárias, sem olvidar da necessidade e urgência impostas para o enfrentamento, prevenção e contenção da pandemia.

As perspectivas para o ano 2021 são de que a SECOM-DF possa continuar desempenhando suas atribuições com eficácia e eficiência, realizando suas atividades programadas para o exercício, tanto nas questões administrativas como orçamentárias, atendendo as demandas internas e na atividade fim, prestando contas das ações governamentais para a população do Distrito Federal.

*gumb*

*(S)*

*gub*

*gub*

**Identificação dos Responsáveis**

**RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:**

Agente de Planejamento: MIRIAM GOMES DE MELO

Telefone: 6139614584 e-mail de contato: miriam.melo@buriti.df.gov.br;miriamelo22@gmail.com

Assinatura: miriam gomes de melo

**RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:**

Agente de Planejamento: LUCIANE SEHABER GERMENDORFF

Telefone: (61)3961-4584 e-mail de contato: luciane.germendorff@buriti.df.gov.br;lucianesehaber@hotmail.com

Assinatura: luciane sehaber germendorff

Nome do Titular da Unidade Orçamentária: WELIGTON LUIZ MORAES

Telefone: (61)3961-1535 e-mail de contato: weligton.moraes@uol.com.br

Assinatura: weligton luiz moraes

Nome do Ordenador de Despesas da Unidade Orçamentária: ADEVAGNER BEZERRA

Telefone: (61) 3961-4509 e-mail de contato: adevagner@gmail.com

Assinatura: adevagner bezerra