

15101 - SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICACAO DO DISTRITO FEDERAL

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	0	5	0	15
Comissionados sem vínculo efetivo	86	33	0	0	119
Requisitados de órgãos do GDF	10	0	0	0	10
Requisitados de órgãos fora do GDF	0	0	0	0	0
Estagiários	0	0	0	0	0
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	106	33	5	0	144
(-) Cedidos para outros órgãos	0	0	4	0	4
Total Geral	106	33	1	0	140

A SECOM encerrou o exercício com 144 servidores. Destes, 15 servidores pertencem ao quadro próprio da SECOM e 10 servidores são cedidos por outros órgãos do GDF, totalizando 25 servidores com vínculo com o GDF; 119 servidores ocupam cargo comissionado sem vínculo efetivo com o GDF. Dentre os servidores efetivos, 21 (84%) estão lotados em unidades que executam atividades meio, e 4 (16%) estão cedidos a outros órgãos, sendo 1 para a CACI, 1 para a SETUR, 1 para o INAS e 1 à disposição da DPDF. Quanto aos servidores com cargo

Handwritten signatures and initials:
 Top right: *Handwritten signature*
 Middle right: *Handwritten signature*
 Bottom right: *Handwritten signature*

em comissão sem vínculo efetivo, 86 (72,27%) estão lotados em atividades meio e 33 (27,73%) em atividades fim. Contamos ainda com 3 estagiários de nível superior, lotados na área meio, totalizando 143 pessoas com a força de trabalho atuando na SECOM.

2. REALIZAÇÕES POR PROGRAMA

0001 - PROGRAMA DE OPERAÇÕES ESPECIAIS

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
9041 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA	295000,0	295000,0	242937,47	242937,47
0015 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA-DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	295000,0	295000,0	242937,47	242937,47
9050 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES DE PESSOAL	229380,0	229380,00	142300,57	142300,57
0004 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-DISTRITO FEDERAL	229380,0	229380,00	142300,57	142300,57
9093 - OUTROS RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES	10000,0	10000,0	0	0
0013 - OUTROS RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES--DISTRITO FEDERAL	10000,0	10000,0	0	0
TOTAL - 0001 - PROGRAMA DE OPERAÇÕES ESPECIAIS	534380,00	534380,00	385238,04	385238,04

Durante o exercício de 2021, houve o pagamento de 12 parcelas referentes à conversão de Licença Prêmio em pecúnia para 4 servidores aposentados da SECOM; 17 acertos de contas a servidores exonerados, sem vínculo e 1 acerto de contas a servidor com vínculo, por motivo de aposentadoria.

6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
6057 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	15000000,0	14996154,0	10881420,53	6158335,14

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
0001 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- DISTRITO FEDERAL	1000000,0	996154,0	0	0
0002 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL- DISTRITO FEDERAL	14000000,0	14000000,0	10881420,53	6158335,14
8505 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	160000000,0	160000000,00	159336550,32	117595625,63
0002 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA- PUBLICIDADE E PROPAGANDA- INSTITUCIONAL- DISTRITO FEDERAL	80634748,0	80634748,00	79992486,41	55796051,09
0004 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA- PUBLICIDADE E PROPAGANDA- UTILIDADE PÚBLICA- DISTRITO FEDERAL	79365252,0	79365252,00	79344063,91	61799574,54
TOTAL - 6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS	175000000,00	174996154,00	170217970,85	123753960,77

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, em 2021, foram veiculadas 05 (cinco) campanhas, quais sejam: PESQUISA AVALIATIVA, PRESTAÇÃO DE CONTAS I, PRESTAÇÃO DE CONTAS II, PRESTAÇÃO DE CONTAS III (Agência Callia) e PRESTAÇÃO DE CONTAS III (Agência Nova SB).

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 9 (nove) campanhas: CORONAVÍRUS, IPVA 2021, PRORROGAÇÃO REFIS, IPTU 2021, PDAD 2021, GDF PRESENTE 2021, O COMBATE À COVID-19, PROGRAMAS SOCIAIS DO GDF, PREVENÇÃO E ALERTA À POPULAÇÃO SOBRE OS TEMAS DOS GRUPOS 1 A 4 DA IN 01/2021.

No que concerne à pesquisa, embora não seja campanha publicitária, ela se apresenta relevante, uma vez que permite 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.

Por fim, 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.

Para o ano de 2021, a SECOM assumiu o compromisso de executar, pelo menos, 65% do total das áreas previstas no Plano Anual de Publicidade - PAP 2021, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal do dia 25/01/2021, tendo superado a meta prevista no PPA/2020-2023, alcançando a execução de 70,58%, que corresponde a 12 (*) das 17 áreas previstas no PAP 2021, conforme demonstrado a seguir.

Campanhas realizadas de forma massiva, com alguns temas abordados por meio de canais do Governo, sendo esses canais, as redes sociais, que abordaram o tema por meio dos serviços de comunicação digital.

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

1. Aedes Aegypti;
2. Benefícios Sociais;
3. Campanha Queimadas;
4. Coleta Seletiva;
5. Coronavírus (*);
6. Divulgação Do Site Da Agência Brasília;
7. GDF Presente 2021;
8. IPTU 2021 (*);
9. IPVA 2021 (*);
10. LDO (Lei De Diretrizes Orçamentárias);
11. Obras Públicas;
12. O Combate À COVID 19 (*);
13. Ônibus Da Casa Da Mulher (*);
14. PDAD 2021 (*);
15. Pesquisa Avaliativa;
16. Prestação De Contas I (*);
17. Prestação De Contas II (*);
18. Prestação De Contas III (*);
19. Prevenção E Alerta à população sobre os temas dos grupos 1 a 4 da IN 01/2021 (*);
20. Programas Sociais Do GDF (*);
21. Prorrogação REFIS;
22. REFIS (*);
23. Revitalização de Áreas Públicas;
24. Vacinação;
25. Vagas De Emprego.

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

Temas abordados nas matérias do site da Agência Brasília e nas redes sociais Agência Brasília e GDF:

GRUPO 1

1. Aedes Aegypti;
2. Ampliação de pontos de distribuição de medicamentos contra a Hepatite B;
3. Abertura de vagas para Escolas Técnicas;
4. Abertura de vagas para Educação Profissional;
5. Coronavírus;
6. Plano de Saúde do Servidor;
7. Janeiro Branco;
8. Construção de UPAs;
9. Hospitais de Campanha;
10. Vacinação contra Covid-19;
11. Vacinação contra a Influenza;
12. Vacinação contra Poliomielite, Sarampo e Rubéola;
13. Vacinação contra o HPV;
14. Telecovid;
15. Doação de Sangue;
16. Hemocentro Itinerante;
17. Nomeação de profissionais da saúde;
18. Reformas das escolas públicas;
19. Matrícula nas escolas públicas;
20. Cartão Material Escolar (CME);
21. Matrículas para os Centros Interescolares de Línguas (CILs);
22. Doação de Leite Materno;
23. Setembro Amarelo;
24. Outubro Rosa;
25. Novembro azul;
26. Campanha de prevenção ao Câncer de pele;
27. Campanha 24 Horas Pelo Diabetes;
28. Campanha 24 Horas Pelo Glaucoma;
29. Teste do pezinho;
30. Atualização do cartão vacinal;
31. Jovem Aprendiz;
32. Jovem Candango;
33. Divulgação de cursos para a Escola de Governo (EGov)
34. Divulgação de cursos de educação profissional e tecnológica;
35. Matrículas para a Educação de Jovens e Adultos (EJA);
36. Matrículas para Educador Social Voluntário (ESV);
37. Volta às aulas;
38. Passe Livre Estudantil;
39. Programa de Inclusão Digital;
40. Renova DF;

GRUPO 2

41. GDF Presente
42. Construção do Parque Ecológico Burle Marx;
43. Obras no Taguaparque;
44. Adote Uma Praça;
45. Coleta Seletiva;
46. Campanha Queimadas;
47. Construção e reforma de rodovias;
48. Reformas na W3 Sul;
49. Reforma do Autódromo;
50. Prestação de Contas;
51. Revitalização de áreas públicas;
52. Obras do Túnel de Taguatinga;
53. Instalação de novas lixeiras pelo SLU;
54. GDF assume gestão do transporte público do entorno;
55. Reforma na EPIG;
56. Viaduto do Setor Policial;
57. Obras no Setor de Rádio e TV Sul;

Handwritten mark

Handwritten mark

Handwritten signature

58. Revitalização de passarelas;
 59. Ampliação de recursos para a Cultura;
 60. Reforma e construção de novos viadutos;
 61. Hospital Veterinário (Hvep);
 GRUPO 3
 62. IPTU;
 63. IPVA;
 64. Nota Legal;
 65. Novo Portal da Receita do DF;
 66. Refis;
 67. Redução de ICMS;
 68. Campanha contra a Febre Aftosa;
 69. Vazio Sanitário do Feijão;
 70. Vacinação contra a Brucelose;
 71. Brasília Iluminada;
 72. Circuito Cine Drive In;
 73. FAC;
 GRUPO 4
 74. Menor índice de homicídios;
 75. Centro especializado na saúde da mulher;
 76. 2 anos do funcionamento 24h das delegacias;
 77. Denúncia de violência contra a mulher por meio de ferramenta on-line ;
 78. Operação Quinto Mandamento;
 79. Diminuição nos crimes contra o patrimônio;
 80. Empreendedorismo feminino;
 81. Lista de serviços que auxiliam na segurança da mulher;
 82. Espaços de proteção e acolhimento para mulheres em situação de vulnerabilidade;
 83. Diretoria de Monitoramento de Pessoas Protegidas (SSP);
 GRUPO 5
 84. Obras de urbanização do Setor Habitacional Bernardo Sayão;
 85. Divulgação dos Cras e Creas;
 86. Programa Prato Cheio;
 87. Bolsa Maternidade;
 88. DF Social;
 89. Cartão-Gás;
 90. Melhorias Habitacionais do DF (Codhab);
 91. Regulariza DF;
 92. Moradia Digna;
 93. Investimento para RA Sol Nascente;
 94. Cartão Material Escolar;
 95. Obras de esgotamento sanitário no Sol Nascente/Pôr do Sol;
 96. Amparo e proteção social às pessoas em situação de rua;
 97. Tarifa Social de Energia Elétrica;
 98. SEJUS Mais Perto do Cidadão;
 99. Nosso Natal;
 100. Campanha do Agasalho Solidário;
 101. Campanha Vem Brincar Comigo;
 102. Unidade Socioeducativa no Paranoá;

Indicadores de Desempenho por Programa de Governo

Indicador	Unidade	Índice mais recente	Apurado	Period	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	65,00	63,47	67,00	-	70,00	-	RELATÓRIOS DE ALCANCE DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
Justificativa: 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.													
133 - ALCANCE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS REALIZADAS	PERCENTUAL		01/01/2001	Anual	60,00	65,00	65,00	63,47	67,00	-	70,00	-	RELATÓRIO DE ALCANCE CONFECCIONADO PELAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE QUE POSSUEM CONTRATOS COM A SECRETA
Justificativa: 2021 - A mensuração do alcance dos veículos de comunicação utilizados em campanhas publicitárias realizadas pela Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM, embora não tenha alcançado o índice desejado de 65%, alcançou um índice satisfatório de 63,47%, bem próximo do índice desejado, segundo os relatórios de alcance confeccionados pelas agências de publicidade que possuem contratos com esta SECOM.													
134 - IMPACTO E ENTENDIMENTO DA MENSAGEM DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	PERCENTUAL		01/01/2001	Anual	60,00	74,25	65,00	77,80	67,00	-	70,00	-	INSTITUTOS DE PESQUISA
Justificativa: 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.													

Handwritten signatures and initials on the right margin of the page.

Indicador	Unidade	Índice mais recente	Apurado	Period	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
134 - IMPACTO E ENTENDIMENTO DA MENSAGEM DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS REALIZADAS	PERCENTUAL		01/01/2001	Anual	60,00	74,25	65,00	77,80	67,00	-	70,00	-	RELATÓRIO DOS INSTITUTOS DE PESQUISA CONTRATADOS PELAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE QUE POSSUEM CONTRATOS
Justificativa: 2021 - 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 da pesquisa quantitativa realizada e foi alcançado o índice de 77,8%, o que reforça o compromisso desta SECOM em veicular campanhas com uma linguagem que alcance a população e transmita a mensagem de forma eficaz.													

IN 133 - 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 finalizadas, resultando no índice de 63,47%, bem próximo do índice desejado, segundo os relatórios de alcance confeccionados pelas agências de publicidade que possuem contratos com a SECOM.

IN 134 - IMPACTO E ENTENDIMENTO DA MENSAGEM DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIA: na apuração deste índice, foram analisados os dados colhidos através das pesquisas quantitativas realizadas, extraíndo a média de 77,8%, o que reforça o compromisso da SECOM em veicular campanhas com uma linguagem que alcance a população e transmita a mensagem de forma eficaz.

8203 - GESTÃO PARA RESULTADOS - GESTÃO E MANUTENÇÃO

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
4088 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES	10000,0	10000,0	0	0
0058 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES--DISTRITO FEDERAL	10000,0	10000,0	0	0
8502 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL	13020085,0	15839422,00	14580582,12	14580582,12
0011 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL-ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL--DISTRITO FEDERAL	13020085,0	15839422,00	14580582,12	14580582,12
8504 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES	699931,0	699931,00	636893,80	636893,80
0008 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-DISTRITO FEDERAL	699931,0	699931,00	636893,80	636893,80
8517 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS	120000,0	123846,00	48784,65	47433,88
0018 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-DISTRITO FEDERAL	120000,0	123846,00	48784,65	47433,88
1471 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO	50000,0	50000,0	0	0

[Handwritten signatures and initials]

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
0013 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO- MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO- DISTRITO FEDERAL	50000,0	50000,0	0	0
2557 - GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	92000,0	92000,00	10055,25	8925,86
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	92000,00	10055,25	8925,86
TOTAL - 8203 - GESTÃO PARA RESULTADOS - GESTÃO E MANUTENÇÃO	13992016,00	16815199,00	15276315,82	15273835,66

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 gerenciados 18 (dezoito) contratos administrativos, adquiridos materiais de consumo, finalizada a licitação para contratação de serviços de publicidade, que tem por objeto a contratação de agências publicitárias para atender às demandas da SECOM.

3. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Realizações extraordinárias.

Não houve realizações extraordinárias no exercício.

4. DIAGNÓSTICO DO DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE

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

As perspectivas para o ano 2022 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.

Identificação dos Responsáveis

RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:

Agente de Planejamento: ROSILETE DA GRACA PINHEIRO PEREIRA

Telefone: 61039614486 e-mail de contato: letepinheiro@hotmail.com; rosiletepinheiro@gmail.com

Assinatura: _____



Graca

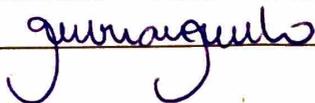
[Handwritten mark]

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

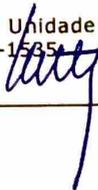
Assinatura:



Nome do Titular da Unidade Orçamentária: WELIGTON LUIZ MORAES

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

Assinatura:



Nome do Ordenador de Despesas da Unidade Orçamentária: ADEVAGNER BEZERRA

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

Assinatura:

