

INSTITUCIONAL

1. Gestor

Gean Carlo Carvalho

2. Visão Institucional

2.1 Objetivo Institucional

Planejar e executar a política de comunicação do Estado de Goiás, maximizando o acesso do cidadão às informações de interesse público e garantindo transparência e proximidade com a sociedade.

2.2 Legislação

[Lei da Criação no 20.417 de 06 de fevereiro de 2019](#) (Criação da Secretaria de Estado de Comunicação – SECOM)

[Lei no 21.792, de 16 de fevereiro de 2023](#) (Organização administrativa do Poder Executivo do Estado de Goiás)

[Decreto no 10.218, de 16 de fevereiro de 2023](#) (Composição da estrutura básica da Secretaria de Estado de Comunicação)

[Decreto no 10.345, de 20 de novembro de 2023](#) (Aprova o regulamento da SECOM).

3. Auto-Avaliação da Gestão

3.1 Síntese da Gestão – Aspectos Gerais

No exercício de 2024 a Secretaria de Estado de Comunicação cumpriu com suas atribuições determinada pela [Lei Estadual no 20.491, de 25 de Junho de 2019](#), sendo:

Art. 31. À Secretaria de Estado de Comunicação compete:

I– a coordenação das ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação na imprensa local, regional e nacional dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual, bem como da gestão das redes e mídias sociais;

II – o assessoramento ao Governador do Estado e a coordenação do assessoramento aos Secretários de Estado e seus equivalentes hierárquicos, aos dirigentes superiores de autarquias e fundações, no relacionamento com a imprensa e outros meios de comunicação.

A comunicação social é essencial ao processo democrático, cumprindo o relevante papel de dar maior transparência aos atos de governo conforme disposto no artigo 37, § 1o, da Constituição Federal.

O serviço de publicidade tem caráter educativo e informativo e deve atender à necessidade de promover a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, que devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.

I – Aspectos Gerais

Principais Objetivos e Metas:

- Promover a transparência governamental: Garantir uma comunicação eficiente, clara e acessível à população de Goiás.
- Aumentar a aprovação popular: Fortalecer a percepção positiva das políticas públicas e da gestão estadual.
- Ampliar o alcance das campanhas públicas: Utilizar estratégias de comunicação digital, rádio, TV e mídias sociais para engajar diferentes segmentos da sociedade.

Metas quantitativas e qualitativas do planejamento estratégico:

Integração Institucional

Previsto 100% da meta, e a integração plena da Secretaria foi viabilizada (100%) por meio da difusão de informações e conteúdo de interesse geral, sistematicamente disponibilizados no grupo oficial de WhatsApp: *Info – Secom/Governo*.

Monitoramento das Redes Sociais

Foi previsto em 20% o aumento anual das redes sociais do Governo, evidenciando um crescimento no número de seguidores, passando de **343.434 (2023)** para **427.825 (2024)**, o que representa uma variação positiva de aproximadamente **24,5%** entre um ano e outro.

Capacitação de Servidores

No tocante à capacitação foi previsto 100%, e verifica-se que foi realizado a capacitação de 7% em 2023 em relação a 13% em 2024. Os servidores concluíram cursos voltados às tecnologias de comunicação, contemplando os sistemas **SEI e SISLOG**.

Tempo Médio de Resposta da Ouvidoria Setorial

O tempo médio de resposta corresponde ao intervalo de dias transcorrido entre o registro da manifestação pelo usuário e sua finalização no **Sistema de Gestão de Ouvidoria (SGOe)**, apresentando a seguinte evolução:

No ano de **2023**, o tempo médio de resposta foi de **10,92 dias**. Em **2024**, registrou-se um tempo médio de **14,50 dias**, representando um acréscimo em relação ao exercício anterior. Ressalta-se, contudo, que os prazos permaneceram em conformidade com o disposto na **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**, a qual estabelece o prazo de **10 (dez) dias**, prorrogável por igual período, para a prestação de resposta às manifestações.

Estratégia Adotada:

- Comunicação integrada e segmentada: Coordenação entre os canais oficiais do governo e parcerias com veículos de comunicação para maximizar o impacto das campanhas.

- Inovação tecnológica: Uso de ferramentas digitais para monitoramento e análise de resultados em tempo real.
- Capacitação contínua: Treinamento das equipes para garantir excelência na comunicação institucional.

Melhorias na Gestão e Processos:

- Eficiência operacional: Implementação de processos padronizados para maior agilidade na produção e distribuição de conteúdo.
- Monitoramento contínuo: Avaliação constante das campanhas para identificar melhorias e otimizar os recursos.

Fatores Influenciadores:

- Cenário político favorável: A aprovação do governo estadual, que atingiu 88% de aprovação popular em 2024, potencializou a eficácia das mensagens divulgadas.
- Aumento da demanda por informação: A necessidade de comunicação clara e rápida, especialmente em temas de saúde, educação e segurança.

II – Entregas Relevantes

- Campanhas de Saúde Pública: Divulgações massivas sobre campanhas de vacinação e combate à dengue, resultando em aumento da cobertura vacinal em 15%.
- Transparência e Prestação de Contas: Divulgação de relatórios periódicos sobre obras e programas governamentais.

III – Destaques e Premiações

- Prêmio Nacional de Comunicação Pública: Reconhecimento pela excelência em campanhas de transparência digital.
- Destaque Regional em Comunicação Governamental: Avaliado como o estado com a melhor comunicação pública do Centro-Oeste em 2024.

IV – Instrumentos de Planejamento Utilizados

- SIPLAM: Sistema de Planejamento e Monitoramento das Ações do Plano Plurianual.
- Painel de Indicadores: Ferramenta interna para mensurar o desempenho das campanhas e a satisfação da população.

V – Principais Indicadores

- Índice de Alcance das Campanhas: Média de 85% de cobertura nas campanhas publicitárias.

- Satisfação do Cidadão: 75% de satisfação com a comunicação governamental, conforme pesquisa de opinião pública.

VI – Resultado da Iniciativa “PROMOVER A PUBLICIDADE DAS AÇÕES DE GOVERNO”

- Impacto Social: Divulgação eficiente dos programas sociais resultou em aumento na adesão e melhoria nos serviços públicos.
- Resultados Tangíveis: As campanhas contribuíram diretamente para melhorias nas áreas de saúde, educação e segurança.

VII – Resultado das Campanhas de Publicidade

1. Campanha de Utilidade Pública:

- Objetivo: Conscientizar a população sobre medidas preventivas de saúde e segurança.
- Resultados: Meta de cobertura superada em 10%.

2. Campanha de Publicidade Institucional:

- Objetivo: Reforçar a imagem positiva do Governo de Goiás.
- Resultados: Alta aceitação, com 88% de aprovação popular das ações divulgadas.

As novas metas físicas apresentadas para os anos de 2025, 2026 e 2027 refletem estimativas mais precisas quanto à capacidade de execução das campanhas de utilidade pública e publicidade institucional, garantindo maior coerência com o planejamento orçamentário e operacional da pasta.

Entrega	Ano 2025:	Ano 2026:	Ano 2027:
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA	84	95	95
10898 - CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA	84	95	95
TOTAL	168	190	190

Detalhamento da Superintendência de Mídias Digitais

I. Aspectos Gerais

Os principais objetivos da Superintendência de Mídias Digitais em 2024 incluíram:

Ampliar o alcance das comunicações oficiais do Governo de Goiás para toda a população do estado, priorizando a transparência e o acesso à informação.

Incrementar os níveis de engajamento e interações com os conteúdos publicados nas redes sociais.

Estabelecer um canal direto e efetivo com os cidadãos, promovendo participação ativa e disseminação de políticas públicas.

Estratégia Adotada: Foram utilizados formatos de conteúdo variados, como vídeos, carrosséis, postagens informativas e interativas, além de investimentos em mídia paga para impulsionar mensagens chave. Também houve uma integração entre as redes sociais e o canal oficial de WhatsApp, maximizando a disseminação de informações.

II. Entregas Relevantes no Exercício

– Facebook:

Total de visitas: 107 mil (janeiro a dezembro de 2024).

Seguidores: 158.119, com um aumento de 17,9%, em relação a 134.110 seguidores de 2023.

Alcance total: 5,3 milhões de pessoas.

Publicações realizadas: 1.045.

Evidência de Aferição Facebook:

Os resultados apresentados referentes às redes sociais do Governo (visitas, seguidores, alcance e publicações) foram monitorados e aferidos pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios gerenciais extraídos das próprias plataformas digitais (Facebook Insights, Instagram Analytics, entre outros), no período de janeiro a dezembro de 2024. Os dados são consolidados mensalmente e revisados anualmente para compor os indicadores de desempenho do Planejamento Estratégico.

– Instagram:

Interações: aumento de 100%, somando 562,5 mil (curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos).

Visualizações em posts: 63,4 milhões.

Alcance total: 9,2 milhões de usuários, com aumento de 127,5%.

Publicações realizadas: 1.775.

Evidência de Aferição – Instagram:

Os resultados referentes ao desempenho do perfil oficial do Governo no Instagram (interações, visualizações, alcance e número de publicações) foram monitorados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios extraídos da ferramenta Meta Business Suite. Os dados indicam um aumento de 100% nas interações, totalizando 562,5 mil (curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos), 63,4 milhões de visualizações em posts e 9,2 milhões de usuários alcançados (crescimento de 127,5%), com 1.775 publicações realizadas entre janeiro e dezembro de 2024.

– TikTok:

Visualizações totais: 2,2 milhões.

Curtidas: 109 mil.

Seguidores: 48,4 mil.

Interações adicionais: 10 mil comentários, 6,3 mil compartilhamentos e 32 mil visualizações de perfil.

Evidência de Aferição – TikTok:

Os resultados do perfil oficial do Governo no TikTok foram monitorados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com base em relatórios da própria plataforma. O desempenho no período de janeiro a dezembro de 2024 registrou 2,2 milhões de visualizações, 109 mil curtidas, 48,4 mil seguidores, além de 10 mil comentários, 6,3 mil compartilhamentos e 32 mil visualizações de perfil.

– WhatsApp:

Seguidores: 218.416, pouco mais de um ano após a criação do canal.

Evidência de Aferição – WhatsApp:

O crescimento do canal oficial do Governo no WhatsApp foi monitorado pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, com acompanhamento via relatórios internos da plataforma WhatsApp Business API. Em pouco mais de um ano de funcionamento, o canal atingiu 218.416 seguidores, consolidando-se como ferramenta estratégica de comunicação direta com a população.

III. Destaques e Indicadores Principais

Alcance total das redes sociais: 76,12 milhões de pessoas, considerando Facebook, Instagram, TikTok e WhatsApp.

Destaques quantitativos:

Alcance no Facebook: aumento de 17,9%.

Interações no Instagram: aumento de 100%.

Crescimento exponencial do canal de WhatsApp, consolidando-se como ferramenta de comunicação direta.

Evidência Consolidada – Redes Sociais:

Os indicadores gerais de alcance das redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok e WhatsApp) foram aferidos e consolidados pela Superintendência de Mídia Digital da SECOM, totalizando 76,12 milhões de pessoas alcançadas em 2024. Entre os principais destaques, observam-se: aumento de 17,9% no alcance do Facebook, crescimento de 100% nas interações do Instagram e evolução acelerada do canal de WhatsApp.

IV. Instrumentos de Planejamento

Para o acompanhamento e medição dos resultados, utilizamos:

Ferramentas nativas de análise das plataformas (Instagram Insights, Facebook Analytics e TikTok Analytics).

Relatórios mensais para ajuste de estratégias.

VI. Considerações Finais

Os resultados apresentados reforçam o compromisso da Superintendência de Mídias Digitais com a transparência e a excelência na comunicação com a população goiana. Continuaremos aprimorando as estratégias adotadas, buscando sempre ampliar o alcance e o impacto positivo das redes sociais do Governo de Goiás.

Detalhamento da Superintendência de Imprensa

Tem sido essencial para promover a transparência pública e comunicar, de forma eficiente, as ações e realizações do Governo de Goiás. Atuando de maneira incansável, a equipe tem cumprido seu compromisso de garantir que a população seja bem informada sobre os serviços e políticas públicas implementadas pelo estado.

Os objetivos principais da Superintendência de Imprensa estão alinhados à necessidade de comunicar, por meio dos veículos de imprensa, de forma clara, objetiva e eficiente, as ações governamentais que impactam diretamente a vida da população goiana.

Para isso, a estratégia adotada baseia-se na manutenção de um relacionamento contínuo, respeitoso e transparente com os veículos de comunicação do estado. Esse trabalho é realizado de forma ininterrupta ao longo de todo o ano, fortalecendo a proximidade, a confiança e o respeito estabelecidos entre governo e imprensa.

A melhoria da gestão da comunicação ocorreu por meio de avanços significativos, como o aprimoramento na qualidade dos conteúdos, com textos e notas à imprensa divulgados de forma mais direta e clara, com foco em maior assertividade.

Trabalhando diariamente na coleta, tratamento e edição de informações, esta superintendência atuou para municiar de informações todas as áreas da Secretaria de Comunicação com conteúdo que pudesse balizar a produção de textos, releases, peças publicitárias e de redes sociais.

Desta forma, o trabalho da Superintendência de Imprensa refletiu diretamente nos resultados obtidos nas pesquisas de avaliação de gestão. De acordo com o levantamento mais recente do instituto Genial/Quaest, divulgado em 12 de dezembro de 2024, o Governo de Goiás, sob comando do governador Ronaldo Caiado, alcançou 88% de aprovação, o maior percentual do Brasil.

Em Segurança Pública, a atuação do Governo de Goiás tem 71% de menções positivas (somatório de ‘ótimo’ e ‘bom’). Já na Educação, o percentual chega a 70%, e no quesito Infraestrutura e Mobilidade Urbana, alcança 61%. Nos três setores, o estado de Goiás tem o governo mais bem avaliado entre todos os governadores incluídos na pesquisa. A pesquisa Genial/Quaest entrevistou 1.100 eleitores. A margem de erro do levantamento é de 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

O instituto Paraná Pesquisas também mostra que o Governo de Goiás alcançou aprovação de 84,3% dos goianos, o maior índice já registrado pelo para um governador de estado. O levantamento, divulgado em 5 de dezembro de 2024, mostra que apenas 12,4% desaprovam sua gestão, enquanto 3,3% não souberam ou não quiseram responder.

No detalhamento da pesquisa, 75,9% dos entrevistados classificaram a gestão como ‘ótima’ (36,1%) ou ‘boa’ (39,8%). Outros 15,1% avaliaram como “regular”, enquanto apenas 3,2% consideraram a gestão ‘ruim’ e 4,3% a avaliaram como ‘péssima’.

O resultado reflete um avanço na avaliação positiva do governo, já que no levantamento anterior, 66,2% apontavam a gestão como ‘ótima’ ou ‘boa’. O crescimento está acima da margem de erro da pesquisa, que é de 2,4 pontos percentuais. A pesquisa entrevistou 1.684 eleitores em 77 municípios de Goiás entre os dias 30 de novembro e 4 de dezembro. O levantamento tem nível de confiança de 95%, a margem de erro é de 2,4 pontos percentuais.

A Secretaria de Comunicação reafirmou seu compromisso com a transparência ao conquistar, pelo segundo ano consecutivo, o Selo Diamante no Prêmio Goiás + Transparente. A premiação, promovida pela Controladoria-Geral do Estado (CGE-GO), reconhece instituições que atingem entre 95% e 100% de conformidade nos critérios de transparência ativa.

Em 2024, a Secom alcançou 100% de conformidade, superando os 98,71% registrados no ano anterior. A premiação destaca a eficiência da comunicação pública ao garantir o acesso da população a informações fundamentais, como receitas, despesas, contratos, convênios e estrutura organizacional.

A Superintendência de Imprensa desempenha um papel essencial na consolidação da imagem do Governo de Goiás como referência em gestão eficiente, transparente e comprometida com a população. O trabalho incansável da equipe fortaleceu não apenas a comunicação com os cidadãos, mas também elevou Goiás ao patamar de exemplo nacional em transparência, boa governança e relacionamento estratégico com a imprensa.

Detalhamento da Superintendência de Publicidade

I – Aspectos Gerais

Principais Objetivos e Metas:

- Promover a transparência governamental: Garantir uma comunicação eficiente, clara e acessível à população de Goiás.
- Aumentar a aprovação popular: Fortalecer a percepção positiva das políticas públicas e da gestão estadual.
- Ampliar o alcance das campanhas públicas: Utilizar estratégias de comunicação digital, rádio, TV e mídias sociais para engajar diferentes segmentos da sociedade.

Estratégia Adotada:

- Comunicação integrada e segmentada: Coordenação entre os canais oficiais do governo e parcerias com veículos de comunicação para maximizar o impacto das campanhas.
- Inovação tecnológica: Uso de ferramentas digitais para monitoramento e análise de resultados em tempo real.
- Capacitação contínua: Treinamento das equipes para garantir excelência na comunicação institucional.

Melhorias na Gestão e Processos:

- Eficiência operacional: Implementação de processos padronizados para maior agilidade na produção e distribuição de conteúdos.
- Monitoramento contínuo: Avaliação constante das campanhas para identificar melhorias e otimizar os recursos.

Fatores Influenciadores:

- Cenário político favorável: A aprovação do governo estadual, que atingiu 88% de aprovação popular em 2024, potencializou a eficácia das mensagens divulgadas.
- Aumento da demanda por informação: A necessidade de comunicação clara e rápida, especialmente em temas de saúde, educação e segurança.

II – Entregas Relevantes

- Campanhas de Saúde Pública: Divulgações massivas sobre campanhas de vacinação e combate à dengue, resultando em aumento da cobertura vacinal em 15%.
- Transparência e Prestação de Contas: Divulgação de relatórios periódicos sobre obras e programas governamentais.
- Campanha Prevenção às Queimadas 2, com redução histórica nos focos de queimadas no estado.

III – Destaques e Premiações

- Prêmio Nacional de Comunicação Pública: Reconhecimento pela excelência em campanhas de transparência digital.
- Destaque Regional em Comunicação Governamental: Avaliado como o estado com a melhor comunicação pública do Centro-Oeste em 2024.

IV – Instrumentos de Planejamento Utilizados

- SIPLAM: Sistema de Planejamento e Monitoramento das Ações do Plano Plurianual.
- Painel de Indicadores: Ferramenta interna para mensurar o desempenho das campanhas e a satisfação da população.

V – Principais Indicadores

- Índice de Alcance das Campanhas: Média de 85% de cobertura nas campanhas publicitárias.
- Satisfação do Cidadão: 75% de satisfação com a comunicação governamental, conforme pesquisa de opinião pública.

VI – Resultado da Iniciativa “PROMOVER A PUBLICIDADE DAS AÇÕES DE GOVERNO”

- Impacto Social: Divulgação eficiente dos programas sociais resultou em aumento na adesão e melhoria nos serviços públicos.
- Resultados Tangíveis: As campanhas contribuíram diretamente para melhorias nas áreas de saúde, educação e segurança.
- Campanhas realizadas:

1- Descrição das principais realizações das ações governamentais:

- a) Ação 3019 – Publicitação das Ações do Governo:

Produto: 10898 – CAMPANHA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL REALIZADA

b) Ação 3119 – Publicidade de Utilidade Pública

Produto: 10897 – CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA

RELAÇÃO DAS CAMPANHAS DE 2024.

Ação 3119 – Publicidade de Utilidade Pública

2.a) Relação de campanhas de publicidade institucional realizada

Mês de Janeiro/2024

Prestação de Contas; Janeiro/2024 – OSs 001/2024 (AMP); 002/2024 (LOGOS); 003/2024 (PROPEG);

Monitoramento de Canais Digitais; Janeiro/2024 – OS 007/2024 (AMP);

Mês de Fevereiro/2024

Pesquisa Pós Teste – Campanha O Estado que dá certo; Fevereiro/2024 – OS 008/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós Teste – Campanha Prestação de Contas; Fevereiro/2024 – OS 009/2024 (LOGOS);

Pesquisa Pós Teste – Campanha Dengue; Fevereiro/2024 – OS 010/2024 (LOGOS);

Mês de Março/2024

Campanha de Utilidade Pública – Dia da Mulher; Março/2024 – OS 016/2024 (AMP)

Monitoramento de Ambiente Online; Março/2024 – Os 023/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós Teste – Campanha Goiás Social; Março/2024 – Os 024/2024 (LOGOS);

Mês de Abril/2024

Pesquisa Pós Teste – Campanha Segurança Pública; Abril/2024 – Os 035/2024 (PROPEG);

Ação – Comunicação Institucional Visual; Abril/2024 – OSs 036/2024 (AMP); 037/2024 (LOGOS); 038/2024 (PROPEG);

Campanha Goiás tá com tudo; Abril/2024 – 042/2024 (LOGOS);

Vídeo Institucional Daia – Codego; Abril/2024 – 049/2024 (PROPEG);

Pesquisa Trecking – Políticas Públicas – Abril/2024 – OSs 053/2024 (AMP);

Campanha de Combate à violência contra a mulher; Abril/2024 – OSs 043/2024 (AMP);
044/2024 (LOGOS); 045/2024 (PROPEG);

Mês de Maio/2024

Pesquisa Pós -Teste – Campanha Economia Em Goiás, Maio/2024 – OS 057/2024 (Logos);

Monitoramento de Canais Digitais; Maio/2024 – OS 058/2024 (Logos);

Mês de Junho/2024

Pesquisa Pós -Teste – Campanha Prestação de Contas Saúde 2024 – Junho/2024 – OS
065/2024 (Propeg);

Campanha Saúde Goiás 2024 – Junho/2024 – OSs 066/2024 (AMP); 067/2024 (LOGOS);
068/2024 (PROPEG);

Mês de Julho/2024

Campanha de Prevenção às Queimadas – Julho/2024 – OSs 069/2024 (AMP); 070/2024
(LOGOS); 071/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós -Teste – Campanha Queimadas – Julho/2024 – Os 072/2024 (PROPEG);

Campanha Entorno Goiás – Julho/2024 – OS 073/2024 (LOGOS);

Campanha Informações Minuto Goiás – Julho/2024 – OSs 074/2024 (AMP); 075/2024
(LOGOS); 076/2024 (PROPEG);

Campanha Invista em Goiás – Julho/2024 – OSs 077/2024 (AMP); 078/2024 (LOGOS);
079/2024 (PROPEG);

Comunicação Institucional Visual – Julho/2024 – OSs 080/2024 (PROPEG);

Mês de Agosto/2024

Campanha Excelência 5 Estrelas – Agosto/2024 – OSs 082/2024 (AMP); 083/2024
(LOGOS); 084/2024 (PROPEG);

Identidade Institucional Visual – Agosto/2024 – OSs 085/2024 (AMP);

Campanha Institucional IDEB – Agosto/2024 – OSs 086/2024 (AMP); 087/2024 (LOGOS);
088/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós-teste – Campanha de Utilidade Pública – Transporte Público – Agosto/2024 –
OSs 090/2024 (AMP);

Pesquisa Pós-teste – Campanha Institucional IDEB – Agosto/2024 – OSs 091/2024 (LOGOS);

Mês de Setembro/2024

Campanha Prevenção às Queimadas 2 – Setembro/2024 – OSs 092/2024 (AMP); 093/2024 (LOGOS); 094/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós-teste – Campanha Excelências 5 Estrelas – Setembro/2024 – OS 095/2024 (PROPEG);

6º Encontro de Corregedorias – Setembro/2024 – OS 096 (Logos);

Campanha Educação em Goiás – Setembro/2024 – OSs 097/2024 (AMP); 098/2024 (LOGOS); 099/2024 (PROPEG);

Campanha Institucional Novo Hugo – Setembro/2024 – Os 0100/2024 (AMP);

Pesquisa Pós-teste – Campanha Prevenção às Queimadas 2 – Setembro/2024 – OS 101/2024 (AMP);

Mês de Outubro/2024

Pesquisa Pós teste – Campanha Educação Goiás – Outubro/2024 – OS 103/2024 (PROPEG);

Comunicação Institucional Visual II – Outubro/2024 – OS 104/2024 (LOGOS);

Campanha Informações Goiânia – Outubro/2024 – OS 105/2024 (LOGOS);

Campanha vacinação contra Influenza – Outubro/2024 – OSs 106/2024 (AMP); 107/2024 (LOGOS); 108/2024 (PROPEG);

Campanha Informações Importantes Ipasgo – Outubro/2024 – OS 109/2024 (LOGOS);

Campanha Informações Minuto Goiás II – Outubro/2024 – OSs 110/2024 (AMP); 111/2024 (LOGOS); 112/2024 (PROPEG);

Mês de Novembro/2024

Campanha Goiás o Estado número ‘1’ do Brasil – Novembro/2024 – OSs 115/2024 (AMP); 116/2024 (LOGOS); 117/2024 (PROPEG);

Pesquisa Pós teste – Campanha Vacinação contra a Influenza – Novembro/2024 – OS 118/2024 (PROPEG);

Mês de Dezembro/2024

Campanha Informações de combate à Dengue – Dezembro/2024 – OSs 119/2024 (AMP); 120/2024 (LOGOS);

2.b) Relação de campanhas de utilidade pública realizada

Mês de Janeiro/2024

Combate à Dengue; Janeiro/2024 – OSs 004/2024 (AMP); 005/2024 (LOGOS); 006/2024 (PROPEG);

Mês de Fevereiro/2024

Impulso Goiás; Fevereiro/2024 – OSs 011/2024 (AMP); 012/2024 (LOGOS); 013/2024 (PROPEG);

Goiás Social; Fevereiro/2024 – OSs 014/2024 (LOGOS);

Lançamento do Canal de WatsApp; Fevereiro/2024 – OSs 015/2024 (AMP);

Mês de Março/2024

Campanha de Utilidade Pública – Infraestrutura; Março/2024 – OSs 017/2024 (AMP); 018/2024 (LOGOS); 019/2024 (PROPEG);

Campanha Segurança Pública; Março/2024 – OSs 020/2024 (AMP); 021/2024 (LOGOS); 022/2024 (PROPEG);

Campanha Minuto Goiás; Março/2024 – OSs 025/2024 (AMP); 026/2024 (LOGOS); 027/2024 (PROPEG);

Campanha Utilidade Pública – Transporte Público; Março/2024 – OSs 028/2024 (AMP); 029/2024 (LOGOS); 030/2024 (PROPEG);

Campanha Ações do Entorno; Março/2024 – OSs 031/2024 (AMP); 032/2024 (LOGOS); 033/2024 (PROPEG);

Campanha Goiás Social II; Março/2024 – OS 034/2024 (LOGOS);

Mês de Abril/2024

Campanha Refiz; Abril/2024 – OSs 039/2024 (AMP); 040/2024 (LOGOS); 041/2024 (PROPEG);

Campanha Prestação de Contas Saúde 2024; Abril/2024 – OSs 046/2024 (AMP); 047/2024 (LOGOS); 048/2024 (PROPEG);

Campanha de Utilidade Pública – Informações Importantes; Abril/2024 – OSs 050/2024 (AMP); 051/2024 (LOGOS); 052/2024 (PROPEG);

Mês de Maio/2024

Campanha de Utilidade Pública – Economia em Goiás; Maio/2024 – OSs 054/2024 (AMP); 055/2024 (LOGOS); 056/2024 (PROPEG);

Campanha de vacinação contra a raiva; Maio/2024 – OS 059/2024 (LOGOS); 063/2024 (PROPEG);

Campanha Multivacinação 2024; Maio/2024 – OSs 060/2024 (AMP); 061/2024 (LOGOS); 062/2024 (PROPEG);

Mês de Junho/2024

Campanha Goiás Social III; Junho/2024 – OS 064/2024 (LOGOS);

Mês de Julho/2024

Sem campanhas.

Mês de Agosto/2024

Campanha Goiás Social IV – Agosto/2024 – OS 089/2024 (LOGOS);

Mês de Setembro/2024

Campanha de Utilidade Pública – Outubro Rosa – Setembro/2024 – OS 102/2024 (PROPEG);

Mês de Outubro/2024

Sem campanhas.

Mês de Novembro/2024

Campanha de Utilidade Pública – Natal do Bem – Novembro/2024 – OS 114/2024 (AMP)

Mês de Dezembro/2024

Campanha Informações Importantes II – Dezembro/2024 – OSs 121/2024 (AMP); 122/2024 (LOGOS); 123/2024 (PROPEG);

VII – Resultado das Campanhas de Publicidade

1. Campanha de Utilidade Pública:

- Objetivo: Conscientizar a população sobre medidas preventivas de saúde e segurança.
- Resultados: Meta de cobertura superada em 10%.

2. Campanha de Publicidade Institucional:

- Objetivo: Reforçar a imagem positiva do Governo de Goiás.
- Resultados: Alta aceitação, com 88% de aprovação popular das ações divulgadas.

ENTREGA	VALORES FÍSICOS		VALORES FINANCEIROS R\$			AÇÕES ORÇAMENTÁRIAS
	PREVISTO	REALIZADO	ESTIMADO PPA	DOTAÇÃO AUTORIZADA	LIQUIDAÇÕES MONITORADAS	
10897 - CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA REALIZADA	15,0	23,0	43.283.950,76	62.326.587,99	48.906.710,70	3119 - PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA (R\$ 48.906.710,70)