

GASTO TRIMESTRAL COM PUBLICIDADE

Em cumprimento ao artigo 17 da Constituição do Estado e Lei 13.768, de 01/12/2000 alterada pela Lei 23.650, de 04/06/2020, especificamos a seguir as despesas praticadas com publicidade no decorrer do QUARTO TRIMESTRE do exercício de 2021 - Unidade Executiva 1270008.

Mês	Orgão solicitante	Objeto da Publicidade	Razão Social Credor	Período da Veiculação	Impacto*	Avaliação dos resultados da campanha**	Fonte do Recurso	Valor Despesa Empenhada	Valor Despesa Liquidada / Cancelada	Valor Pago Financeiro	Valor Pago Resto a Pagar	
											RPP	RPNP
11	SECULT	TDCO - PROMOÇÃO DE MINAS: O objetivo é evidenciar e promover o melhor de Minas Gerais, mostrar suas riquezas, através do povo mineiro, do patrimônio histórico e a natureza, além de valorizar a gastronomia e a cultura do estado.	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA		****	****	24	500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL								500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Mês	Orgão solicitante	Objeto da Publicidade	Razão Social Credor	Período da Veiculação	Impacto*	Avaliação dos resultados da campanha**	Fonte do Recurso	Valor Despesa Empenhada	Valor Despesa Liquidada / Cancelada	Valor Pago Financeiro	Valor Pago Resto a Pagar	
											RPP	RPNP
12	SECULT	TDCO - RETOMADA DA CULTURA E TURISMO - Campanha de retomada do turismo e da cultura, em Minas Gerais, paralizadas devido a pandemia de Covid 19.	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	nov	28.709.065	29.179.236	24	0,00	366.450,00	0,00	0,00	0,00
	SECULT	TDCO - PROMOÇÃO DE MINAS: O objetivo é evidenciar e promover o melhor de Minas Gerais, mostrar suas riquezas, através do povo mineiro, do patrimônio histórico e a natureza, além de valorizar a gastronomia e a cultura do estado.	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA		****	****	24	-500.000,00 ***	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL								-500.000,00	366.450,00	0,00	0,00	0,00
Total Geral								0,00	366.450,00	0,00	0,00	0,00

TOTAL GERAL DO EXERCÍCIO 2021	3.300.000,00	366.450,00	0,00	0,00	0,00
--------------------------------------	---------------------	-------------------	-------------	-------------	-------------

* Número de impactos previstos através do planejamento de mídia. Dados coletados a partir de julho/2020.

Os números apresentados são a somatória do público estimado de cada campanha, considerando que os critérios de aferição são os seguintes:

- TV: Simulação feita no MW Planview TV do Ibope. O software de pesquisa só afere os dados da capital, portanto estas informações são referentes às veiculações em Belo Horizonte.

- Rádio: Simulação feita no MW Planview TV. O software de pesquisa só afere os dados da capital, portanto estas informações são referentes às veiculações em Belo Horizonte.

- Internet portais: impressões / impactos

- Redes sociais: alcance

- Jornal: tiragem

- OOH: fluxo carros / dia

- Não é possível aferir: Situação na qual os dados disponíveis pelo veículo/mercado não são oficiais, nem aferidos e atestados por institutos de pesquisa.

** Dados estimados após o término da veiculação campanha. Dados coletados a partir de julho/2020.

*** Valores referentes a reforço ou cancelamento de empenho.

**** Dados não aferidos face: campanha em curso, apenas Criação de campanha ou DEA - despesas de exercícios anteriores.

DATA