

GASTO TRIMESTRAL COM PUBLICIDADE

Em cumprimento ao artigo 17 da Constituição do Estado e Lei 13.768, de 01/12/2000, especificamos a seguir as despesas praticadas com publicidade no decorrer do TERCEIRO TRIMESTRE do exercício de 2022 - Unidade Executora 1270008

Mês	Orgão solicitante	Objeto da Publicidade	Razão Social Credor	Número TDCO*****	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
7	SECULT	TDCO RETOMADA DA CULTURA E TURISMO CONTRAPARTIDA - 2ª FASE	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	1/2021	nov/21	30.101.290	1.642.607	10	0,00	0,00		0,00	0,00	4.175,26
	SECULT	TDCO RETOMADA DA CULTURA E TURISMO	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	1/2021	nov/21	28.709.065	29.179.236	24	0,00	21.509,66	***	0,00	0,00	33.535,77
TOTAL									0,00	21.509,66		0,00	0,00	37.711,03

Mês	Orgão solicitante	Objeto da Publicidade	Razão Social Credor	Número TDCO*****	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
8	SECULT	TDCO RETOMADA DA CULTURA E TURISMO	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	1/2021	nov/21	28.709.065	29.179.236	24	0,00	0,00		0,00	0,00	5.340,97
TOTAL									0,00	0,00		0,00	5.340,97	

Mês	Orgão solicitante	Objeto da Publicidade	Razão Social Credor	Número TDCO*****	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
9	SECULT	Criação, produção e veiculação de peças gráficas e digitais, para divulgar o turismo em Minas Gerais, no TDCO - PROMOÇÃO DE MINAS	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	2/2021	nov/22	*****	*****	24	500.000,00	0,00		0,00	0,00	0,00
TOTAL									500.000,00	0,00		0,00	0,00	

TOTAL GERAL									500.000,00	21.509,66		0,00	0,00	43.052,00
--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------	------------------	--	-------------	-------------	------------------

* 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 liquidação de Resto a Pagar não Processado.

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

***** Dados não aferidos face: campanha em curso, campanha anterior ao início da coleta de dados, apenas criação de campanha ou DEA - despesas de exercícios anteriores.

*****Gastos realizados através de TERMOS DE DESCENTRALIZAÇÃO DE CRÉDITO ORÇAMENTÁRIO - TDCO'S celebrado com a Secretaria Geral.

DATA