

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 PRIMEIRO TRIMESTRE do exercício de 2023 - Unidade Executora 1450380.

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
1	SEJUSP	TDCO CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP 2ª FASE	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.	6/2022	-	****	****	57	0,00	28.936,42 / ***	0,00	0,00	0,00
						TOTAL			0,00	28.936,42	0,00	0,00	0,00

Mês	Órgão 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
2	SEJUSP	TDCO CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP 2ª FASE	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.	6/2022	-	****	****	57	0,00	21.826,25 ***	0,00	0,00	27.849,10
TOTAL									0,00	21.826,25	0,00	0,00	27.849,10

Mês	Órgão 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
3	SEJUSP	TDCO CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP 2ª FASE	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.	6/2022	-	****	****	57	0,00	0,00		0,00	0,00	21.676,57
TOTAL									0,00	0,00		0,00	0,00	21.676,57

TOTAL GERAL									0,00	50.762,67		0,00	0,00	49.525,67
-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	------	-----------	--	------	------	-----------

* 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.

Ana Luísa Silva Falcão
Subsecretária de Gestão Adminsitrativa, Logística e Tecnologia
Belo Horizonte, 23 de outubro de 2024