

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 Executora 1450380.

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	SEJUSP	TDCO - CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP - criação e produção de materiais para contribuir para uma melhora na qualidade de vida e na saúde ocupacional da força de trabalho da segurança pública estadual.	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.		****	****	57	235.397,95		0,00		0,00	0,00	0,00
TOTAL								235.397,95		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	SEJUSP	TDCO - CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP - criação e produção de materiais para contribuir para uma melhora na qualidade de vida e na saúde ocupacional da força de trabalho da segurança pública estadual.	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.		****	****	57	-235.397,95	***	0,00		0,00	0,00	0,00
	SEJUSP	TDCO - CAMPANHAS PREVENTIVAS SEJUSP - criação e produção de materiais para contribuir para uma melhora na qualidade de vida e na saúde ocupacional da força de trabalho da segurança pública estadual.	DEZOITO COMUNICAÇÃO LTDA.		****	****	57	127.712,65		0,00		0,00	0,00	0,00
TOTAL								-107.685,30		0,00		0,00	0,00	0,00
Total Geral								127.712,65		0,00		0,00	0,00	0,00

TOTAL GERAL DO EXERCÍCIO 2021	127.712,65	0,00	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.

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