

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 SEGUNDO TRIMESTRE do exercício de 2024 - Unidade Executora 1480112.

Mês	Orgão solicitante	Objeto e finalidade da Campanha	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
4	SEDESE	TDCO ENFRENTAMENTO À VIOLÊNCIA CONTRA AS CRIANÇAS E OS ADOLESCENTES	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	1/2023	dez/23	340.665	492.706	45	0,00	154.426,69	***	0,00	0,00	258.909,37
TOTAL									0,00	154.426,69		0,00	0,00	258.909,37

Mês	Orgão solicitante	Objeto e finalidade da Campanha	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
5	SEDESE	TDCO ENFRENTAMENTO À VIOLÊNCIA CONTRA AS CRIANÇAS E OS ADOLESCENTES	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	1/2023	dez/23	340.665	492.706	45	0,00	225.162,03	***	0,00	0,00	221.211,96
TOTAL									0,00	225.162,03		0,00	0,00	221.211,96

Mês	Orgão solicitante	Objeto e finalidade da Campanha	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
6	SEDESE	TDCO ENFRENTAMENTO À VIOLÊNCIA CONTRA AS CRIANÇAS E OS ADOLESCENTES	LÁPIS RARO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	1/2023	dez/23	340.665	492.706	45	0,00	160.017,56	***	0,00	0,00	155.323,58
TOTAL									0,00	160.017,56		0,00	0,00	155.323,58

TOTAL GERAL									0,00	539.606,28		0,00	0,00	635.444,91
--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------	-------------------	--	-------------	-------------	-------------------

* 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 SECOM.

DATA