

**TMSP – Fundação Theatro Municipal de São Paulo**  
**BALÉ NO TM.**  
**CONCEITO**  
 Venda de ingressos para evento no Theatro Municipal.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Web – Post patrocinado no Facebook.  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Junho/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** Público frequentador do Theatro Municipal,  
 Praça das Artes, meio cultural, meio político e públicos de cultura.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 150,00  
**TMSP – Fundação Theatro Municipal de São Paulo**  
**AMIGOS DO THEATRO.**  
**CONCEITO**  
 Campanha de doação de pessoa física “Amigos do Theatro Municipal de São Paulo”.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Web – Post patrocinado no Facebook.  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Junho/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** Público frequentador do Theatro Municipal,  
 Praça das Artes, meio cultural, meio político e públicos de cultura.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 200,00  
**CET – Companhia de Engenharia de Tráfego**  
**CICLOVIA SP**  
**CONCEITO**  
 Divulgar as ciclovias da cidade  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Mobilário Urbano/relogio de rua  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO**  
 Janeiro/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** população em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 15.312,05  
**CAMPANHAS REALIZADAS - ADMINISTRAÇÃO DIRETA**  
**Publicidade Institucional**  
 Conceitos para entendimento desta publicação:  
 - Cinema – Meio de grande eficácia em vista de seu baixíssimo índice de dispersão ao contar com um público extremamente relaxado e apto a receber informações. Possui características de segmentação e visibilidade junto às classes A, B e C.  
 - Internet - Agrega valores tecnológicos e de modernidade, gera interatividade, tem alta capacidade para construção de database, boa penetração no público jovem, além de ser um meio mensurável.  
 - Jornal - Meio pontual, tem agilidade e agrega credibilidade em suas informações, tem maior penetração nas classes A, B e C, especialmente entre formadores de opinião.  
 - Jornal de Bairro – meio que permite segmentação regional, penetração no público-alvo e maior afinidade com o leitor. Possui também um considerável poder de pulverização de mensagens.  
 - Materiais Gráficos – folders, flyers, folhetos, cartazes, dentre outros.  
 - Mídia Alternativa - meios não convencionais - saco de pão, outdoor social em comunidades  
 - Mídia Indoor - Meio localizado em lugares fechados, com grande fluxo de pessoas, e contato direto com o público-alvo.  
 - Mobilário Urbano - divulgação em relógios e pontos de ônibus da cidade  
 - Mobile - mídia no celular, envio de sms, banners em aplicativos de smartphones.  
 - Rádio - O meio possui características de segmentação, linguagem regional, alta penetração em todas as classes sociais e faixas etárias, oferece lazer e prestação de serviços de forma dinâmica e instantânea.  
 - Revista - Meio gerador de informação, com alta penetração nas classes A e B, formadora de opinião.  
 - TV Aberta - Meio de maior penetração no público-alvo, além de possuir o maior retorno, conta com maior capacidade para rápida construção de cobertura.  
 - TV Fechada - Meio de maior afinidade com o público formador de opinião e capaz de segmentar seu público-alvo.  
**AUDIÊNCIAS PÚBLICAS – LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL – LOA**  
**CONCEITO**  
 A campanha de divulgação das audiências públicas de elaboração do Projeto de Lei Orçamentária Anual – PLOA é etapa fundamental do Ciclo Participativo de Planejamento e Orçamento, que aconteceram nas 32 subprefeituras da cidade de São Paulo. Foi momento que população teve a oportunidade de trazer contribuições para a elaboração do projeto de lei que define como serão usados os recursos orçamentários no próximo ano.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal de Bairro, Jornal, Mídia Indoor  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Agosto/2014  
**PÚBLICO ALVO:** municípios  
**TOTAL DE INVESTIMENTO:** R\$ 37.080,40  
 (ver NOTA 01)  
**JORNAIS DE BAIRRO - SAÚDE**  
**CONCEITO**  
 As ações desenvolvidas pela Prefeitura de São Paulo na área da saúde foram divulgadas conforme cada região da cidade. A Prefeitura de São Paulo investiu em saúde de qualidade para a população, através de reformas nas unidades de saúde e hospitais, ampliação da rede hora certa e investimentos nas UBSs e AMAs existentes por toda cidade.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal de Bairro  
**REALIZAÇÃO:** agosto/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 39.740,40  
 (ver NOTA 01)  
**CENTRO ESPORTIVO E DE LAZER TIETÊ**  
**CONCEITO**  
 O lançamento do antigo Clube de Regatas Tietê ocorreu na 8ª edição da virada esportiva. Na forma de um novo equipamento multiuso de lazer e de esporte – o Centro Esportivo e de Lazer Tietê, conta com 50 mil metros quadrados, quatro quadras de tênis, quatro quadras e cinco ginásios poliesportivos e outras quatro quadras de basquete na modalidade 3 x 3, todas oficiais, além de sala de ginástica e dança e uma área coberta para leitura e biblioteca.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Setembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** Todos os municípios das diversas classes sociais.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 17.825,80.  
 (ver NOTA 01)  
**PRESTAÇÃO DE CONTAS**  
**CONCEITO**  
 Campanha que aborda os principais programas da Prefeitura de São Paulo. Com um conceito jornalístico, os vídeos trazem entrevistas cuja abordagem varia percorre temas como obras, transformação da Zona Leste, melhorias na cidade (iluminação e praças) e Bilhete Único. Uma equipe de reportagem nas ruas mostra os usuários e como os programas da Prefeitura atingiram o dia a dia do paulistano. Os tópicos abordados foram: Programa de Braços Abertos, Bilhete Único, Calçadas e Praças – zeladoria, Educação, Grandes Obras, Nova Iluminação, Saúde.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Rádio, material gráfico  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** setembro e outubro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** Todos os municípios das diversas classes sociais.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 56.745,55  
 (ver NOTA 01)  
**VIRADA ESPORTIVA**

**CONCEITO**  
 Evento criado pela Prefeitura de São Paulo, por intermédio da Secretaria Municipal de Esportes, Lazer e Recreação. Oferece uma vasta programação, com atividades esportivas variadas, que busca estimular a prática de atividade física e a conscientização do município em relação a sua importância.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Internet, Jornal, Jornal de Bairro, Mídia Indoor, Mobilário Urbano, Webtv  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Setembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** Todos os municípios  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 27.626,76  
 (ver NOTA 01)  
**WI FI LIVRE**  
**CONCEITO**  
 O serviço de Wi fi oferecido pela Prefeitura de São Paulo prevê controle de qualidade, estabilidade de conexão e garantia de banda larga grátis. A infraestrutura instalada deve assegurar o acesso à Internet por meio de dispositivos de diversos tipos, como celulares, tablets e notebooks. Os pontos de rede sem fio foram instalados em espaços com grande concentração de pessoas, como praças, terminais de passageiros, parques, centros de convivência ou vias públicas.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Materiais Gráficos, Mídia Alternativa.  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Dezembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** Todos os municípios das diversas classes sociais.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 1.116,90  
 (ver NOTA 01)  
**ANIVERSÁRIO DE SÃO PAULO**  
**CONCEITO**  
 A campanha de divulgação do Aniversário de São Paulo é conceituada na apropriação da Cidade, destacando a ocupação do espaço público, a mobilidade e o direito a uma cidade mais humana, moderna e democrática, com priorização do cidadão paulistano nos benefícios oferecidos e na elaboração das políticas públicas. Festivais, manifestações, debates e outros eventos têm sido criados com o objetivo de estimular as pessoas a interagir, modificar e redescobrir, uma vontade coletiva de transformar a relação entre pessoas e espaço urbano.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 TV Aberta, Rádio, Jornal, Mobilário Urbano, Internet, Mídia alternativa.  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Janeiro/2015  
**PÚBLICO ALVO:** municípios e visitantes  
**TOTAL DE INVESTIMENTO:** R\$ 2.105.386,25  
**CARNAVAL DE RUA SP 2015**  
**CONCEITO**  
 A campanha divulga a programação geral dos blocos de rua da cidade, no período de 31 de janeiro a 28 de fevereiro. Além da programação, houve um plano de serviços que previu toda a infraestrutura de atendimento incluindo banheiros químicos, bloqueios de rua, entre outras ações.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Internet, Jornal, Rádio.  
**PERÍODO DE VEICULAÇÃO:** Fevereiro/2015  
**PÚBLICO ALVO:** cidadãos e foliões  
**TOTAL DO INVESTIMENTO:** R\$ 741.525,97  
**CHUVAS DE VERÃO**  
**CONCEITO**  
 Informar a população sobre mobilizações e reparos para a temporada de chuvas e mantê-la em alerta a respeito das condições do tempo. As ações são divididas em três temáticas - árvores, obras/semáforos, e bueiros - e mostram o trabalho da Prefeitura de prevenção.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Internet, Mídia Indoor.  
**REALIZAÇÃO:** Dezembro/2014 e Janeiro, Fevereiro e Março/2015.  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 1.982.557,90  
**CIRCUITO SP DE CULTURA**  
**CONCEITO**  
 Divulgar a programação do Circuito São Paulo de Cultura para incentivar e formar público. O programa foi lançado em 2014 e apresenta uma política de programação cultural para a cidade, com o aproveitamento da rede de equipamentos culturais da Prefeitura de São Paulo, distribuídos por todo o território, em todas as regiões da cidade, além da promoção do convívio em áreas livres e abertas como parques e praças e a integração do cinema e da literatura na grade oficial do programa.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal, jornal de Bairro, Internet, mídia alternativa, Mobilário Urbano.  
**REALIZAÇÃO:** maio/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** frequentadores de espaços culturais e de grandes eventos, formadores de opinião, família.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 28.222,27  
**A DENGUE E CHINKUNGUNYA**  
**CONCEITO**  
 Campanha de orientação da população sobre como evitar a proliferação dos mosquitos causadores das doenças e alertar sobre a gravidade das enfermidades.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal, jornal de Bairro, Mídia Indoor, mídia alternativa, Impressos, TV Aberta.  
**REALIZAÇÃO:** Dezembro/2014 e Janeiro, fevereiro, março e abril/2015.  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 5.821.808,34  
**FIM DE ANO CULTURAL**  
**CONCEITO**  
 Divulgação das atividades culturais promovidas pela Secretaria Municipal de Cultura. A Secretaria Municipal de Cultura apresenta uma nova política de programação cultural para a cidade. O objetivo é aproveitar os equipamentos culturais da Prefeitura de São Paulo, distribuídos por todo o território, em todas as regiões da cidade, além de incentivar o convívio em áreas livres como parques e praças.  
 A programação cultural incluiu pela primeira vez o público infantil na programação, inaugurando uma nova relação deste público com a cidade.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal e rádio  
**REALIZAÇÃO:** Dezembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios e visitantes  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 544.483,86  
**HABISP.PLUS**  
**CONCEITO**  
 Campanha de lançamento do novo sistema que dá transparência ao atendimento habitacional e permite a clareza da informação às famílias que aguardam o atendimento habitacional definitivo. Permitindo consultar quais unidades habitacionais serão ofertadas para as famílias beneficiárias do Programa de Auxílio Aluguel ou aquelas afetadas pelas intervenções da Prefeitura.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornais de bairro e mídia alternativa  
**REALIZAÇÃO:** Fevereiro e Março/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** beneficiário do Programa Auxílio Aluguel e famílias impactadas por intervenções da Prefeitura  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 133.931,01  
**IPTU 2015**  
**CONCEITO**  
 A campanha informou aos contribuintes a respeito da decisão da justiça sobre o reajuste do IPTU e sobre a proposta da Prefeitura a ser enviada para a Câmara Municipal de São Paulo,

propondo a isenção da cobrança dos valores correspondentes ao exercício de 2014.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal e Rádio  
**REALIZAÇÃO:** Novembro e Dezembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** contribuintes do município  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 801.628,67  
**LIMPA BRASIL**  
**CONCEITO**  
 O evento Limpa Brasil é um movimento mundial de cidadania e cuidado com o meio ambiente, cuja finalidade é a conscientização em relação ao descarte correto do lixo.  
 Com a co-realização da Prefeitura de São Paulo o evento aconteceu no Centro Esportivo Tietê que após permanecer fechado por mais de três anos, foi reformado pela Prefeitura.  
 Além de dialogar com o conceito da Prefeitura em transformar São Paulo em uma cidade mais humana, mais moderna, com direito ao lazer, a cultura e a uma cidade que preserva o meio ambiente.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Rádio  
**REALIZAÇÃO:** Dezembro/2014  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 99.330,05  
**NOVA TARIFA DE ÔNIBUS**  
**CONCEITO**  
 Campanha de divulgação da nova tarifa de ônibus da cidade e a implantação de passe livre para estudantes de escolas públicas e para universitários do Pronui ou Fies. A tarifas do bilhete único nas modalidades mensal, semanal e diário (com validade de 24 horas) que permanecerão congeladas nos valores atuais, vigentes desde a implantação dos benefícios pela atual administração, em 2013 e 2014.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Internet, TV Aberta, Mídia Indoor, rádio.  
**REALIZAÇÃO:** Dezembro/2014 e Janeiro e Fevereiro/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 3.844.753,30  
**PRINCIPAIS ENTREGAS**  
**CONCEITO**  
 Campanha realizada para aumentar o conhecimento da população sobre as ações executadas no ano de 2014, em relação a mobilidade urbana, tecnologia/oferta de internet gratuita, lazer, cultura, apropriação do espaço público e maio ambiente, que juntas tornam a cidade mais moderna, agradável e acessível.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 TV Aberta, Rádio, Internet, Jornal, Mobilário Urbano, Mídia Indoor, Pesquisa.  
**PERÍODO DE VEÍCULAÇÃO:** dezembro/2014 e janeiro/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** Todos os municípios das diversas classes sociais.  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 7.496.541,87  
**PROGRAMA DE PARCELAMENTO INCENTIVADO - PPI**  
**CONCEITO**  
 A campanha informou aos contribuintes que já está disponível o Programa de Parcelamento Incentivado (PPI) e oferece condições vantajosas aos contribuintes que quiserem quitar débitos tributários e não tributários com fatos geradores ocorridos até 31 de dezembro de 2012  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Jornal  
**PERÍODO DE VEÍCULAÇÃO:** Abril/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** contribuintes que desejam parcelar ou quitar dívidas com o município de São Paulo  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 399.352,77  
**SERVIÇOS**  
**CONCEITO**  
 Informar os municípios sobre as principais realizações da Prefeitura Municipal de São Paulo para ampliar e melhorar a oferta de serviços públicos, especialmente aqueles relacionados com as áreas de saúde, educação, mobilidade e qualidade de vida.  
**ESTRATÉGIA DE MÍDIA**  
 Tv Aberta, Rádio, Mídia Indoor, Internet, Mídia alternativa, jornal de bairro  
**PERÍODO DE VEÍCULAÇÃO:** abril e maio/2015  
**PÚBLICO-ALVO:** municípios em geral  
**TOTAL DE INVESTIMENTOS:** R\$ 6.007.542,70  
**NOTA 01:** Inclui liquidações ocorridas em período anterior à transferência da Coordenação de Publicidade da Secretaria Executiva de Comunicação para a Secretaria do Governo Municipal, por força do Decreto nº 55.583, de 10 de outubro de 2014.  
**CONSELHO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA - COMAP**  
**ATA DA 116ª REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DO CONSELHO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA – COMAP REALIZADA EM 27 DE JULHO DE 2015.**  
 Aos 27 de Julho de 2015, às 14H30 horas, sob a presidência do Sr. Luis Eduardo Patrone Regules, realizou-se a 116ª reunião Plenária Extraordinária do Conselho Municipal de Administração Pública – COMAP, na sala de reuniões da Assessoria Técnica, da Secretaria do Governo Municipal, estando presentes os seguintes membros: Tatiana Regina Rennó Sutto, de SGM/AT; Patricia Guilhauducci, de SGM/AT; Raymundo Augusto do Nascimento Filho, Suplente de SF; Vinicius Gomes dos Santos, Suplente de SNJ; Willian Fernandes, Suplente de SMRG; Zilda Aparecida Petrucci, Suplente de SMG. O Conselho foi instituído pelo Decreto nº. 50.514/2009 e posteriores alterações e os membros nomeados por meio da seguinte portaria: Portaria 96 de 27 de fevereiro de 2015.  
 Dado início a centésima décima quinta reunião extraordinária, segue abaixo resumo das deliberações:  
 1. Foram apreciadas as propostas de nomeações/designações formalizadas pelas diversas Secretarias e obtiveram manifestação favorável ao prosseguimento, uma vez examinadas as declarações apresentadas em atendimento ao Decreto nº 50.898/2009, com vistas a evitar situações que possam contrariar o disposto da Súmula 13 do Supremo Tribunal Federal, bem como, ao Decreto nº 53.177/2012:  
 OFÍCIO SECRETARIA NOME  
 314 PREF-G BENEDITO DOMINGOS MARIANO  
 104 SEC0M MARIANA ANSELMO SÁ REIS  
 0098 SEHAB SILVIA HELENA RAMALHO  
 0100 SEHAB IVAN SHIRAHAMA LOUREIRO DE LIMA  
 0101 SEHAB BEATRIZ MARIA DOS SANTOS NASCIMENTO  
 107 SEL WANDERLEY RODRIGUES  
 108 SEL WAGNER LUIZ FERNANDES  
 109 SEL RIVALDO PERES  
 111 SEL SYLVIA REGINA RODRIGUES DAMIÃO  
 150 SEME MARLI DE AGUIAR  
 357 SES HOMERO JOSE BARBOSA  
 903 SF FERNANDO DI CIERO DE MIRANDA  
 934 SF FABIO ANTONIO BERTARELLI  
 936 SF THAIS FERREIRA DA VEIGA  
 050 SIURB CRISTIANA BERNARDI ISAAC  
 052 SIURB FABIANA MIWA  
 223 SMC ALEXANDRE ROBERTO DE OLIVEIRA  
 310 SMDU DÉBORA SAMELO MISCHIATTI  
 310 SMDU MARI ROSANGELA LUIZ GUIMARÃES  
 310 SMDU FILOMENA GALVANI AMOROSO LOPES GLODER  
 1311 SME JOSÉ EXPEDITO DA SILVA  
 1368 SME CATIO ANTUNES DE SANTANA  
 1369 SME ANA PAULA FIGUEIREDO MARQUES STRUMILLO  
 1370 SME SIMONE FEITOZA DA SILVA

1371 SME RONALDO DE ANDRADE ZOCHER  
 1375 SME MARCELO FERNANDES  
 1376 SME FLAVIA PEREIRA ALBERNAZ  
 1377 SME ISABELA SILVEIRA MACHADO  
 1380 SME VALMI PEREIRA DE OLIVEIRA  
 1383 SME ROSEMEIRE GONÇALVES OLIVEIRA  
 1384 SME ELISABETH BUTTLER DO NASCIMENTO  
 1388 SME SUZANDAYSE CESARINO LOVOTRICO  
 1388 SME SIDNEI DALMO RODRIGUES  
 1388 SME ALICE MICHIE HATTA DA FONSECA  
 1391 SME ROSALI IBANE DANIELLI  
 1393 SME ALESSANDRA PASCHOAL LETTIERI  
 1395 SME MISLENE ALVES PEREIRA PAULO  
 036 SMPED FABIANA DA SILVA LIMA  
 391 SMPIR DANIELE RIBAS DE ALMEIDA  
 396 SMPIR JAIRO JOSÉ DA SILVA  
 397 SMPIR MEIRE ROSE SILVEIRA SANTOS DE ALMEIDA LIMA  
 398 SMPIR DIONE SILVA  
 321 SMS GERALDO MAURICIO JERONIMO DE NADAI,  
 329 SMS MARCIA FRANCISCA IGLESIAS  
 333 SMS CELSO DIAS DE OLIVEIRA NETO  
 334 SMS GILMAR DIAS DOS SANTOS  
 335 SMS LUCIANA ALVIM  
 336 SMS SANDRA MARIA DE AZEVEDO  
 338 SMS NADJA VIEIRA FIALHO  
 339 SMS SAMUEL MILHORENÇO PIRES  
 341 SMS YARA ROSIRIS PEREIRA DA SILVA  
 342 SMS SAMANTHA VALENCIO  
 343 SMS SILVANA BERTONCINI  
 344 SMS MARIA SHIRLEY FAVERO GARCIA  
 346 SMS CAMILA DA SILVA MOGLIANI  
 347 SMS MARCELO TANAKA  
 349 SMS JOÃO ALBERTO DANTAS LEMOS  
 352 SMS NATHALIA FERNANDA MINAS DE SOUZA  
 356 SMS REGINA CELIA ALBUQUERQUE MODESTO  
 357 SMS SILVIA REGINA QUINTAS  
 1256 SMS TATIANE ODILON DA CONCEIÇÃO  
 1266 SMS MARIO ROGERIO DE SIQUEIRA  
 1267 SMS ELOISA SARAIVA CESARINI  
 1268 SMS MARIA GERALDA CAMPOS ANDRADE  
 1269 SMS VALDIRENE PAIVA DOS SANTOS  
 1270 SMS TEREZINHA ELYSA RODRIGUES  
 1271 SMS ECLAIR LAURA LADEIRA  
 1272 SMS REGINA APARECIDA PEREIRA  
 1274 SMS ANDREIA DA SILVA NASCIMENTO  
 1279 SMS MARIA DO CARMO BATISTA DE SOUZA  
 1280 SMS ADELANIR RIBEIRO MARQUES  
 1281 SMS ENIVAL DA SILVA VIEIRA  
 1283 SMS ELIETE DOS SANTOS  
 1286 SMS LUDMILA MARZAGÃO CASSAGUERRA  
 1265 SMS MARCOS ANTONIO ASSIS DE LIMA  
 156 SMS ADEMILSON MOREIRA DOS SANTOS  
 165 SVMA JOICE RAMOS DA SILVA  
 173 SVMA PIETRO PARRONCHI  
 2. Foram, também, apreciadas e obtiveram manifestação favorável ao prosseguimento as seguintes nomeações/contratações para órgãos da administração indireta:  
 OFÍCIO SECRETARIA/ÓRGÃO NOME  
 091 AHM MARIA APARECIDA DE LIMA DOS SANTOS  
 095 AHM FATIMA CRISTINA DE AZEVEDO PEREZ  
 096 AHM MARCIA DO CARMO LOPES FONSECA  
 1318 CET SANDRA NOGUEIRA BAGIO  
 1408 IPREM DIEGO DE JESUS SERRANO  
 3. Alguns ofícios/documentações serão devolvidos às pastas para correta instrução e/ou com parecer desfavorável e a SNJ para análise e manifestação:  
 OFÍCIO SECRETARIA/ÓRGÃO NOME  
 358 SES CARMEN CABALLERIA FERREIRA.  
 358 SES HELENO PEREIRA MATOS.  
 1376 IPREM TÂNIA CRISTINA DE OLIVEIRA.  
 310 SMDU TERESINHA DE DONATO MACHADO  
 302 SMS MANOEL BERNARDES DE LARA JUNIOR  
 1152 SMS NESTOR JOSE DE MORAES.  
 4. Foi apresentada a Ata da 116ª Reunião Extraordinária do COMAP, e, aprovada por unanimidade.  
 Encerramento e Aprovação da Ata: nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou os trabalhos e lavrou a presente ata, que, depois de lida e aprovada, foi por todos os membros assinada. (116ª ATA COMAP).  
 MEMBROS ÓRGÃO ASSINATURA  
 RA  
 LUIS EDUARDO PATRONE REGULES SGM  
 TATIANA REGINA RENNÓ SUTTO SGM/AT  
 PATRICIA GUILHARDUCCI SGM/AT  
 RAYMUNDO AUGUSTO DO NASCIMENTO FILHO SF  
 VINICIUS GOMES DOS SANTOS SNJ  
 WILLIAN FERNANDES SMRG  
 ZILDA APARECIDA PETRUCCI SMG  
 FRANCISCO MACENA DA SILVA, Secretário do Governo Municipal - SGM

## RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS

### GABINETE DO SECRETÁRIO

#### EDITAL 45/SMRG/2015

ALEXANDRE PADILHA, Secretário Municipal da Secretaria de Relações Governamentais, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, e considerando o disposto no art. 21 e seguintes úteis do Decreto nº 56.208 de 30 de junho de 2015, que dispõe sobre a eleição, criação e atribuições da Comissão Eleitoral Local, que resguardará pela lisura do Processo Eleitoral do Conselho Participativo Municipal para o biênio 2016/2017, torna público o resultado da composição das Comissões Eleitorais Locais das 32 (trinta e duas) Subprefeituras do Município.  
 SUBPREFEITURA ARICANDUVA/VILA FORMOSA/CARRÃO  
 1-Marco Antônio Erandez – RF nº 807.687-1 (Presidente)  
 2-Rodrigo da Silva Pavaneli – RG nº 21.708.315-8  
 3-Marinalva Rosa Santos de Macedo – RG nº 16.457.887  
 4-Leandro Oliveira Juvenio – RF nº 727.030-5/1  
 5-Fátima Aparecida Pessoa Pando – RF nº 545.922-2  
 SUBPREFEITURA BUTANTÃ  
 1-Paulo Cesar Petronilho – RF nº 715.895-5 (Presidente)  
 2-Sueli Aparecida de Oliveira dos Santos – RG nº 8.035.082-3  
 3-Josiana Barreto de Amorim – RG nº 30.120.682-X  
 4-Edelzuita da Silva Santos – RG nº 13.575.706-X  
 5-Rosangily Aparecida Correia – RG nº 16.727.794-7  
 SUBPREFEITURA CAMPO LIMPO  
 1-Antonia Maria Sales – RG nº 46.783.705-3 (Presidente)  
 2-José Diniz Neto – RG nº 12.495.904-0  
 3-Ana Lucia Crispim – RG nº 26.281.422-5  
 4-José Roberto Gomes – RG nº 11.134.229-6  
 5- Maria Ortencia Souza Rojo – RG nº 15335875-0  
 SUPLENTE:  
 Maria do Carmo Guedes da Silva – RG nº 6894875  
 SUBPREFEITURA CAPELA DO SOCORRO  
 1-Vanderlei da Silva – RF nº 27.670.724-2 (Presidente)  
 2-Altair Gomes Clementino – RG nº 18.247.121-4  
 3-Antonio Oclio Vasconcelos da Silva – RG nº  
 4-Romildo Rodrigues da Silva – RG nº 18.988.989-8  
 5-Mara Teresinha Dualibe – RG nº 6.354.238-9  
 SUBPREFEITURA CASA VERDE  
 1-Carlos Guaita Garnica – RF nº 808.110-7 (Presidente)  
 2-José Carlos da Silva – RG nº 8.134.409-0  
 3-Neusa Augusta dos Santos – RG nº 29.481.208-8  
 4-Wilson Masshiro Mori – RG nº 6.673.957  
 5-Aleoria Azeires Bezerra da Silva – RG nº 18.004.927-6