

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: munícipes
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: munícipes 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 munícipes 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 munícipes 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 munícipe 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 munícipes
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 munícipes 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: munícipes 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: munícipes 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: munícipes 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: munícipes 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: munícipes 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 Prouni 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: munícipes 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 munícipes 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 munícipes 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: munícipes 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 GLÓDER
 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 Juvencio – 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 Massahiro Mori – RG nº 6.673.957
 5-Aleoria Aires Bezerra da Silva – RG nº 18.004.927-6