

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2º QUADRIMESTRE DE 2022

MUSEU CATAVENTO

UGE: Unidade de Preservação do
Patrimônio Museológico

Contrato de Gestão Nº 02/2017

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO E DESTAQUES	3
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	6
PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA	6
PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS	9
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL.....	12
PROGRAMA EDUCATIVO	18
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM- SP.....	23
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	25
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES.....	28
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO	30
REALIZAÇÃO ORÇAMENTÁRIA DO 2º QUADRIMESTRE DE 2022	39
REPASSES, RECEITAS E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	39
DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	42
CONCLUSÃO	47
PARECERES TÉCNICOS	48
RELATÓRIO DE ATIVIDADES DA COMISSÃO DE AVALIAÇÃO – 3º QUADRIMESTRE/ANUAL DE 2021 – CA – Resposta via Ofício Nº 122/2022	48
PARECER CONCLUSIVO ANUAL DE 2021 – UPPM _ Resposta via Ofício 86/2022	49
PARECER ECONÔMICO-FINANCEIRO ANUAL DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DE CONTAS DO EXERCÍCIO DE 2021 - PA-UM N º 21/2022.....	59
PARECER 1º QUADRIMESTRE 2022 – UPPM – Resposta via Ofício Nº 118/2022	66
PARECER TÉCNICO - 1º QUADRIMESTRE DE 2022 – UPPM.....	71
RELATÓRIO DA COMISSÃO DE AVALIAÇÃO DO 2º TRIMESTRE 2022 – CA.....	73

APRESENTAÇÃO E DESTAQUES

A Catavento Cultural e Educacional, Organização Social de Cultura responsável por gerir o Museu Catavento, apresenta neste relatório, bem como anexos e documentos afins, os resultados das ações desenvolvidas no 2º quadrimestre de 2022. As atividades propostas e cumpridas foram pactuadas com a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico – UPPM, da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, através de contrato CG nº 02/2017.

Neste documento destacamos as ações dos Programas de Gestão Museológica; Educativo; Exposições e Programação Cultural; Acervo; Integração ao SISEM; Comunicação e Desenvolvimento Institucional e de Edificações, respectivamente.

O 2º quadrimestre de 2022 foi marcado pelo retorno total de atendimento, tanto em relação à volta da normalidade na operação quanto na adesão do público. O Museu Catavento pôde retomar sua principal característica: acolhimento de grupos e público espontâneo em sua totalidade com recorde de visitação. Com os bônus de uma audiência impressionante nas ações virtuais, captação de recursos satisfatória, programação instigante, ações educativas e de acessibilidade inovadoras, mídia espontânea além do esperado, de tal forma que acreditamos que o Museu Catavento se encaminha para retomar ao primeiro lugar no ranking de museus mais visitados do estado. Detalhamos a seguir, as iniciativas pensadas e promovidas por cada Programa através de suas equipes técnicas.

Através do detalhamento de todos os programas, necessariamente, o Programa de Gestão Museológica será neste documento representado, contudo cabe destacar, antes dos demais, o resultado de índice de satisfação do público sendo geral de 93%; virtual de 100% e de público escolar 96,8%, entre os alunos, e 97,2% entre os professores. Além disso, como fator imprescindível para manutenção e gestão da instituição, o setor de captação deu continuidade ao estreito relacionamento com os patrocinadores e estabelecimento de novas parcerias, como: oficina desenvolvida com a Zpty Produtos, que ofertou atividade com tema interplanetário para os visitantes do museu; ativação com a parceira Nestlé que ofertou atividade especial em comemoração ao dia das mães e atividade nas férias com o “José Comilão”, da Toytoycorp, personagem muito querido entre as crianças, um dos 10 mais buscados na Netflix e com quase 20 milhões de seguidores no Youtube, também neste quadrimestre, a Diretoria em conjunto com as equipes do Museu Catavento, trabalharam arduamente no planejamento e na estruturação da loja do Museu Catavento, que trará produtos de acordo com as temáticas do museu e que atendam os diversos públicos que visitam o Museu Catavento. A inauguração da loja está prevista para o mês de outubro.

Através do Programa Educativo as equipes do Educativo, Núcleo Catavento Acessível e Visitação, relatam a realização das seguintes atividades previstas para o período: atendimento de 3.364 visitantes pelo Núcleo Catavento Acessível, com destaque para a parceria institucional com o Serviço Franciscano de Solidariedade - SEFRAS, para atendimento do público do entorno do museu que se encontra em situação de rua; produção de vídeo, com participação do Lucas Mayetta - representante do Instituto Magnus, acompanhado de seu cão guia Elvis, para o programa #acessibilidadeempauta; realização de oficina de tintas naturais nas férias; ações educativas extra muros no Chá do Padre e Casa Franciscana; Formação de professores sobre “Física e educação não formal”; distribuição dos kits educativos IA EDU, confeccionado em parceria com a IBM para entrega aos professores que passam com seus grupos na instalação “Ensinando Robôs”; desenvolvimento dos vídeos educativos para disponibilização nas ações virtuais “Mão na Massa” - “Caixinha Mal Assombrada”, além de vídeo

da nova instalação sobre métodos de conservação de alimentos; Catavento Indica a "26ª Bienal do Livro de São Paulo" e o Museu da Energia; lançamento de conteúdo educativo no TikTok, com curiosidades sobre o Palácio das Indústrias e o "Chroma Key"; visita educativa mediada de 50 mil alunos da rede pública e privada; visitas virtuais das escolas Instituto Educacional Coração de Maria, EMEI Anita Garibaldi e EMEF Profa. Clotilde Rosa Henriques Elias.

Para cumprimento das metas do Plano de Trabalho, a equipe do Programa de Exposições e Programação Cultural seguiu com agenda cultural para atendimento presencial e virtual, tais como: concentração, pela 4ª vez, do passeio promovido pelo DGR - Distinguished Gentleman's Ride, para a conscientização sobre o câncer de próstata e saúde mental masculina, com participação de 2.500 motociclistas; execução do projeto "Música no Catavento" em parceria com o Projeto GURI – Santa Marcelina; participação da edição de 2022 da MuseumWeek - evento digital global; realização de 5 eventos virtuais temáticos apresentando "Histórias Inspiradoras" de pessoas que tiveram suas vidas impactadas, de alguma maneira, pelo Museu Catavento para compor programação da Semana Nacional de Museus 2022; as atividades específicas para o Programa "Férias no Catavento" atenderam 88 mil participantes dos mais de 100 mil visitantes; disponibilização no Google Arts & Culture da exposição virtual "O Ateliê de Brecheret"; ações extramuros com o "Catavento no Shopping" no Pamplona Shopping e "O Universo" no Riomar Shopping em Aracaju/SE.

O Programa de Acervo do Museu Catavento, núcleo responsável pela gestão dos acervos e do Centro de Referência da instituição, realizou as seguintes ações no período: participação na 1ª Reunião do Comitê de Política de Acervos 2022; desenvolvimento de 5 dossiês para o projeto "Acervos do Museu Catavento e a Importância de sua pesquisa", quais sejam: Pá de Enxada, Grampeador, Ferradura, Hélice VASP e Cadeado; realização de artigo com análise sobre a pesquisa desenvolvida pela equipe do museu para a exposição temporária "Vozes da Independência"; promoção do curso formativo "Modernidades e Patrimônio"; live com Alejandro Mazza, colecionador particular e estruturador do Museu da Aviação de Florianópolis; divulgação dos Acervos nas redes sociais do museu: a pá de hélice VASP; Seminário Científico – Independência e Ciências; manutenção do atendimento presencial no Centro de Referência Museu Catavento (CRMC); realização de duas ações virtuais através do "Biografando no Museu", sobre Maria Quitéria e Joana Angélica, personalidades que estiveram, direta ou indiretamente, relacionados ao processo de Independência do Brasil.

A equipe do Programa Integração ao SISEM promoveu as seguintes ações no período: duas exposições itinerantes - Marie Curie 1867-1934 e Small World - O Mundo Microscópico, em Sorocaba; realização de 5 oficinas em parceria com a Fundação de Energia e Saneamento do Estado de São Paulo, com foco nos educadores e setor educativo da rede de Museus de Energia nas cidades de Itu, Salesópolis e São Paulo; participação do gerente de conteúdo do Museu Catavento, Ricardo Pisanelli, no Encontro Regional de Museus – Regional Sorocaba - com apresentação de um panorama dos projetos expográficos e da construção narrativa de uma exposição de longa duração; visita técnica ao Museu Interativo de Ciências – MIC em São José dos Campos; promoção de encontro da Rede Temática de Museus de Ciências e Tecnologia, sobre aspectos da conservação de acervos e a manutenção de equipamentos científicos; estágio técnico com dois profissionais ligados a museus da USP para um intercâmbio de ideias.

A equipe do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional promoveu no período, por meios das redes sociais e compartilhamento de releases, as ações do museu e parcerias com personalidades e veículos, campanha de férias, inaugurações de novas instalações e a programação

como um todo, entre outras ações, que promovem maior envolvimento espontâneo do público e da mídia. Devemos seguir buscando esse aumento, de forma gradativa. As iniciativas no período, alavancaram a visibilidade do museu tanto nas redes sociais quanto na imprensa com: 772 inserções espontâneas na mídia, média de 6,4 ao dia; 367.504 acessos únicos ao site do museu; 1.806 novos seguidores no Facebook; 22.624 novos seguidores no Instagram; 433 novos seguidores no Youtube e, por fim, 124 novos seguidores no Twitter. No final de agosto estabelecemos importante parceria com equipe do TikTok Brasil, que promoveu workshop para os setores de comunicação e audiovisual do museu. A partir desta iniciativa criamos a conta do Museu Catavento no TikTok que teve no seu vídeo de estreia mais de 80 mil visualizações e 27 mil participantes em sua primeira live. O detalhamento e ações pensadas para obter tais resultados seguem em relatório específico da comunicação.

A equipe do Programa de Edificações desenvolveu ações relevantes na conservação do prédio, com destaque para realização dos seguintes serviços: restauração da varanda lateral; restauração da escultura do cão vigia; restauração pontual das fachadas do Palácio das Indústrias; restauração do parapeito do espelho d'água, em parceria com a Secretária de Justiça – FID e concluído no dia 28/06/2022; pintura na porta do Borboletário; plantação de roseiras na área externa; limpeza das janelas do edifício; substituição de lâmpadas no subsolo; limpeza do chafariz da área externa e restauração nas bases dos holofotes da área externa.

Após apresentação, a seguir, detalhamos cada uma das atividades desenvolvidas pelos programas no período.

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA

Este programa tem por objetivo administrar, supervisionar e gerenciar o Museu com qualidade, eficiência, eficácia, transparência e economicidade, garantindo a preservação e comunicação de seus acervos culturais em estreita consonância com a política museológica e com as diretrizes da SEC.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas do 2º quadrimestre de 2022:

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
1	Recursos financeiros captados via geração de receitas de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaço, doações e etc. (Eixo 3)	1.1	Meta-Resultado	R\$ - Recursos financeiros captados (25%)	1º Quadrim	R\$ 413.765,45	R\$ 871.494,12	211%
					2º Quadrim	R\$ 994.142,38	R\$ 1.293.065,80	130%
					3º Quadrim	R\$ 662.761,58	R\$ 0,00	0%
					META ANUAL	R\$ 2.070.669,41	R\$ 2.164.559,92	97%
2	Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	R\$ - Recursos financeiros captados (12%)	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	R\$ 500.000,00	R\$ 0,00	0%
					3º Quadrim	R\$ 500.000,00	R\$ 0,00	0%
					META ANUAL	R\$ 1.000.000,00	R\$ 0,00	0%
3	Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico (Eixo 5)	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	= ou > 80%	93%	100%
					3º Quadrim	= ou > 80%	-	-
					META ANUAL	= ou > 80%	93%	100%
4	Pesquisa de satisfação de público Virtual – Ficha de Avaliação Virtual – Modelo Próprio	4.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		4.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Quadrim	= ou > 80%	100%	100%
					2º Quadrim	= ou > 80%	100%	100%
					3º Quadrim	= ou > 80%	-	-
					META ANUAL	= ou > 80%	100%	100%
5	Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos	5.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Quadrim	1	-	-
					2º Quadrim	-	1	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	2	2	100%
		5.2			1º Quadrim	= ou > 80%	-	-

	índices de satisfação		Meta- Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	2º Quadrim	-	97%	-
					3º Quadrim	= ou > 80%	-	-
					META ANUAL	= ou > 80%	97%	-
6	Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	6.1	Meta-Produto	Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	1º Quadrim	-	2	-
					2º Quadrim	1	5	500%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	2	7	350%
7	Relatório de Execução das fases do Projeto de Infraestrutura Tecnológica (Eixo 8)	7.1	Meta- Resultado	Execuções das fases do projeto de infraestrutura	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

2.1.1. PROGRAMA DE GESTÃO INTELIGÊNCIA - COM MODELO CAPACITIVO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Condicionadas		Mensuração					
Condicionada à Captação de Recursos								
8	Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	8.1	Meta-Produto	Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 1 - Recursos financeiros captados via geração de receitas de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaço, doações etc. (Eixo 3):

1.1 - R\$ - Recursos financeiros captados (25%) - No 2º quadrimestre de 2022 a meta de recursos financeiros operacionais foi superada devido à grande procura dos visitantes no período de férias escolares, tendo o Museu Catavento alcançado seu recorde de público com mais de 120.000 visitantes no mês de julho. A maior parte dos recursos operacionais é proveniente da receita advinda da bilheteria.

Meta 2 - Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais (Eixo 3):

2.1 - R\$ - Recursos financeiros captados (12%) - A IBM Research Brasil é patrocinadora do Museu Catavento e aporta recursos no Plano Anual, aprovado na Lei Federal de Cultura. Como contrapartida para os aportes, elaboramos a exposição “Ensinando Robôs”, que utiliza o sistema Watson Assistant da IBM para ensinar os visitantes os conceitos envolvidos na Inteligência Artificial e que também é disponibilizado um kit educativo IA EDU na plataforma de educação gratuita, IBM SkillsBuild.

A inauguração desta exposição sofreu atrasos devido a uma reestruturação interna da diretoria da IBM e a adequação no sistema Watson Assistant; assim o novo aporte do Plano Anual previsto para acontecer até o final de agosto foi postergado, pela empresa para setembro. Assim, a OS irá cumprir a meta anual de captação no 3º quadrimestre de 2022.

Meta 5 - Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação:

5.1 - Nº mínimo de pesquisas aplicadas - O Museu aplica a pesquisa, nos meses de maio e setembro e após e-mail da UPPM no dia 26/04/2022 com novas orientações, passamos a estender para os meses de junho e outubro.

Meta 6 - Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte:

6.1 - Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte - Visto estarmos em um ano de Convocatória, e inauguração de duas novas Fábricas de Cultura, as demandas de orçamentos, relatórios e textos em geral, aumentou significativamente para os profissionais da OS.

Desta forma, ofertamos o curso de *Redação Corporativa* a fim de aprimorar a escrita e a comunicação corporativa das áreas envolvidas, garantindo clareza, assertividade e agilidade dos processos. Além de um curso de Excel, para otimizar as atividades em geral, em especial a elaboração de relatórios. Participaram dos cursos profissionais de áreas distintas, como Adm. Financeiro, Compras, RH, entre outras dependendo do curso.

Além destes foram ofertados cursos específicos como Conservação de Metais (equipe Acervo) e Modelagem 3D (equipe Manutenção do Educativo), capacitando nossas equipes com aprendizado técnico.

Ofertamos também um curso de Libras para a Líder do Núcleo Catavento Acessível, para que possamos ampliar os atendimentos ao público de pessoas com deficiência, nos tornando cada vez mais inclusivos e acessíveis.

Ainda, fez necessário um curso anual, que garanta a formação e atualização dos nossos gestores, com temas relacionados à liderança, garantindo aprimoramento e evolução profissional de colaboradores responsáveis pelo devido andamento da operação, com reflexos positivos junto às suas equipes.

Percebemos grande melhoria nos trabalhos das equipes que têm recebido capacitação profissional, em diversas linguagens, o que somado ao orçamento e as oportunidades pontuais dos cursos ofertados, nos fez ultrapassar a meta pactuada anual para esta linha. Importante levar em conta que apesar de ultrapassarmos a meta em quantidade de cursos, não ultrapassamos a parcela anual de recursos financeiros destinada para treinamentos, priorizando a capacitação dos profissionais e a economicidade dos recursos públicos.

PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS

O Centro de Referência do Museu Catavento, no cumprimento das suas metas, acordadas no Plano de Trabalho de 2022, desenvolveu nesse 2º quadrimestre de 2022 uma série de ações junto ao público. Uma das principais características dessas ações foi o digital em rede, tal característica foi relevante do ponto de vista de alcance de público, que pode ser observada nas atividades previstas no Programa com a grande adesão de participantes.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas para o 2º quadrimestre:

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PA - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
9	Elaboração de dossiês dos acervos	9.1	Meta-Produto	Nº de dossiês de peças dos acervos elaborados	1º Quadrimestre	5	5	100%
					2º Quadrimestre	5	5	100%
					3º Quadrimestre	5	0	0%
					META ANUAL	15	10	67%
10	Produção de artigo	10.1	Meta-Produto	Nº de artigos realizados	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
11	Curso de formação ao Público - Temática 2022: Museologia [Virtual]	11.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	2	1	50%
		11.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	30	25	83%
					3º Quadrimestre	30	0	0%
					META ANUAL	60	25	42%
12	Lives do Centro de Referência do Museu Catavento - Temática 2022: Museus de Ciências	12.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		12.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrimestre	50	363	726%
					2º Quadrimestre	50	874	1748%
					3º Quadrimestre	50	0	0%
					META ANUAL	150	1237	825%
		12.3	Dado-Extra	Nº de público virtual - visualização	1º Quadrimestre	-	792	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	-	-	-
					META ANUAL	-	792	-

13	Divulgação dos Acervos nas redes sociais do Museu Catavento	13.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		13.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrim	100	0	0%
					2º Quadrim	100	1315	1315%
					3º Quadrim	100	0	0%
					META ANUAL	300	1315	438%
		13.3	Dado-Extra	Nº de público virtual - visualização	1º Quadrim	-	1284	-
					2º Quadrim	-	4589	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	5873	-
14	Seminário Científico - Temática 2022: Ciências e Independência: produção e divulgação científica no início do século XIX	14.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	-	0	-
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	1	1	100%
		14.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	50	212	424%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	50	212	424%
15	Acolhimento e fomento à ocupação do Centro de Referência pelas equipes do Museu Catavento	15.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	4	4	100%
					2º Quadrim	4	4	100%
					3º Quadrim	4	0	0%
					META ANUAL	12	8	67%
		15.2	Meta-Resultado	Nº de público - participação	1º Quadrim	80	582	728%
					2º Quadrim	80	508	635%
					3º Quadrim	80	0	0%
					META ANUAL	240	1090	454%
16	Biografando no Museu - Ação Virtual do Centro de Referência do Museu Catavento	16.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	2	2	100%
					2º Quadrim	2	2	100%
					3º Quadrim	2	0	0%
					META ANUAL	6	4	67%
		16.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - visualização	1º Quad	200	1350	675%
					2º Quad	200	2134	1067%
					3º Quad	200	0	0%
					META ANUAL	600	3484	581%

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PA - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Condicionadas		Mensuração					
Condicionada à Captação de Recursos								
17	Restauração das Locomotivas	17.1	Meta-Resultado	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
18	Restauração do Avião DC-3 Douglas	18.1	Meta-Resultado	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
19	Projetos a editais de apoio	19.1	Meta-Resultado	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
20	Curso de Capacitação para a equipe do Programa de Acervo	20.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	1	0	0%
					2º Quadrim	1	0	0%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	0	0%

Meta 12.2 - Lives do Centro de Referência do Museu Catavento - Temática 2022: Museus de Ciências:

12.2 - [Nº de público virtual – participação] - O público virtual do Museu Catavento tem aderido com grande entusiasmo as ações propostas pela instituição. Sendo assim, os acessos superaram a expectativa estabelecida pela meta. Vislumbra-se atualizar as metas de público virtual para o próximo plano de trabalho na proposta para convocação pública para o próximo contrato de gestão do Museu Catavento, visto que neste momento será possível fazer uma análise mais apurada destas tendências.

Meta 13.2 - Divulgação dos Acervos nas redes sociais do Museu Catavento:

13.2 - [Nº de público virtual – participação] - Fizemos a contagem das primeiras 24h de acessos e interações. Assim, conseguimos estabelecer um critério para mensurar esse público, devido ao grande interesse do público na temática, superamos a meta além do esperado.

Meta 14 - Seminário Científico - Temática 2022: Ciências e Independência: produção e divulgação científica no início do século XIX:

14.2 - Nº de público virtual – participação - A meta foi superada tendo em vista o grande interesse do público na temática escolhida para o seminário científico.

Meta 15.2 - Acolhimento e fomento à ocupação do Centro de Referência pelas equipes do Museu Catavento:

15.2 - [Nº de público – participação] - Por se tratar de uma nova meta (do ano de 2022) não tínhamos parâmetros para definir o número mínimo de atendimentos a equipe interna no Centro de Referência, dessa forma, a meta foi superada no quadrimestre para o próximo plano de trabalho na proposta para convocação pública para o contrato de gestão do Museu Catavento, utilizaremos como métrica a média de atendimentos do ano de 2022.

Meta 16 - Biografando no Museu - Ação Virtual do Centro de Referência do Museu Catavento:

16.2 - [Nº de público virtual – visualização] – A interação do público superou as expectativas. A mensuração está pautada em índices de fluxo de público de um período anterior, as redes sociais do museu tiveram aumento de procura e interação, que pode indicar o motivo da alta visualização.

Meta Condicionada 20 - Curso de Capacitação para a equipe do Programa de Acervo:

20.1 - Nº de ações realizadas – Não foi possível realizar o cumprimento da meta, tendo em vista que para elaboração de tal ação, se faz necessário a captação de recursos para esta finalidade, o que não houve para o quadrimestre.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Este programa tem como objetivo ampliar a extroversão do acervo e da temática de atuação do museu. No segundo quadrimestre de 2022, o Museu Catavento cumpriu as ações pactuadas em seu Plano de Trabalho.

Com o fim das restrições implantadas durante a pandemia do COVID-19, no segundo quadrimestre pudemos atender maior número de visitantes presenciais, em especial no período de férias escolares no mês de julho.

O Programa de Exposições e Programação Cultural seguiu com sua programação cultural para atendimento presencial e continuou produzindo atividades virtuais em suas redes sociais. Nas atividades virtuais tivemos a grata e surpreendente aceitação do público que, mesmo fora do período de pandemia, continuou com as visitas virtuais aos nossos conteúdos. Além disso, dispomos de mais plataformas para publicar nossas ações que muitas vezes alcançam números de visualizações em patamares até então inesperados, como REELS ou TikTok.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas do 2º quadrimestre de 2022:

2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL - PEPC - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
21	Exposições temporárias com acervo próprio e/ou de terceiros [Virtual]	21.1	Meta-Produto	Nº de exposições virtuais	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		21.2	Dado-Extra	Nº visualizações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	72	-
					3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	-	72	-
22	Eventos da Programação Cultural [Presencial]	22.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos da programação cultural	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	2	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	3,	100%
		22.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes	1º Quadrimestre	10	120	100%
					2º Quadrimestre	10	3.000	100%
					3º Quadrimestre	10	0	0%
					META ANUAL	30	3.120	100%
23	Eventos da Programação Cultural [Virtual]	23.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos virtuais da programação cultural	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		23.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de visualizações	1º Quadrimestre	10	1.313	100%
					2º Quadrimestre	10	28.374	100%
					3º Quadrimestre	10	0	0%
					META ANUAL	30	29.687	100%
		23.2	Dado-Extra	Nº mínimo de participações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	-	0	-
24	Programas Temáticos: Semana Darwin, Semana Nacional de Museus e Primavera de Museus [Virtual]	24.1	Meta-Produto	Nº de programas temáticos	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%

25	Programas Temáticos: Aniversário de São Paulo, Aniversário do Catavento, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Dia das Crianças, Semana Nacional de Ciências e Tecnologia [Presencial]	25.1	Meta-Produto	Nº de programas temáticos	1º Quadrim	2	2	100%
					2º Quadrim	2	2	100%
					3º Quadrim	2	0	0%
					META ANUAL	6	4	67%
26	Seminários Formativos, Palestras, Cursos, Workshops, Oficinas, Mostras ou Festivais [Virtual]	26.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		26.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrim	10	86	860%
					2º Quadrim	10	693	6930%
					3º Quadrim	10	0	0%
					META ANUAL	30	779	2597%
27	Recebimento de visitantes [Presencial]	27.1	Meta-Resultado	Público Total	1º Quadrim	100.000	128.200	128%
					2º Quadrim	150.000	242.441	162%
					3º Quadrim	110.000	0	0%
					META ANUAL	360.000	370.641	103%
		27.2	Dado-Extra	Público Espontâneo	1º Quadrim	-	115.221	-
					2º Quadrim	-	182.066	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	297.287	-
28	Programa Férias no Catavento [Presencial]	28.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrim	10	10	100%
					2º Quadrim	1	9	900%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	11	19	173%
		28.2	Meta-Resultado	Nº Mínimo de Participação	1º Quadrim	10	5.757	100%
					2º Quadrim	10	88.094	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	20	93.851	100%
29	Programa Férias no Catavento [Virtual]	29.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	2	2	100%
		29.2	Meta-Resultado	Nº Mínimo de Participação	1º Quadrim	10	37	100%
					2º Quadrim	10	5.118	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	20	5.155	100%
30		30.1		Nº de ações	1º Quadrim	1	2	200%

31	Ações Extra Muros [Presencial]	30.2	Meta-Produto	Nº de público	2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	2	2	100%
		30.2	Meta-Resultado	Nº de público	1º Quadrimestre	50	33.046	66092%
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	50	0	0%
					META ANUAL	100	33.046	33046%
	Bicentenário da Independência - Biografando grandes personagens da história da Independência do Brasil [Virtual]	31.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	4	4	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	6	5	83%
		31.2	Meta-Resultado	Nº de visualização	1º Quadrimestre	10	2.381	23810%
					2º Quadrimestre	40	12.067	30168%
					3º Quadrimestre	10	0	0%
					META ANUAL	60	14.448	24080%
32	Bicentenário da Independência - Roteiro da Independência [Presencial]	32.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
		32.2	Meta-Resultado	Nº de visualização	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	200	0	0%
					META ANUAL	200	0	0%
33	Exposições de Longa duração: LEGADO DO NEGRO NO BRASIL, PALÁCIO DAS INDÚSTRIAS, SALA EDUCAÇÃO e ECOLOGIA	33.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	4	0	0%
					META ANUAL	4	0	0%
34	Atualização das exposições de Longa duração: NANOAVENTURA, ESCALADA, PORTINARI e GLOBO	34.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	3	0	0%
					META ANUAL	3	1	33%
35	Exposições de Longa duração: ECONOMIA CIRCULAR	35.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%

2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL - PEPC - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Condicionadas		Mensuração					
Condicionada à atenuação das medidas de distanciamento social e formatação de parcerias								
36	Ações extramuros: em shoppings, feiras e outros	36.1	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	2	-
					3º Quadrim	3	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
Condicionada à Captação de Recursos								
37	Exposição de Longa duração: O TEMPO PROFUNDO	37.1	Meta-Produto	Nº de ações	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 22 - Eventos da Programação Cultural [presencial]

22.1 - [Nº mínimo de eventos da programação cultural] - Com o avanço da retomada das atividades presenciais, no segundo quadrimestre, tivemos a oportunidade de oferecer ao público 2 eventos em nossa programação cultural: DGR e Música no Catavento.

As atividades, apesar da diminuição das medidas restritivas foram realizadas na área externa do museu, em espaço com circulação de ar natural e possibilitando o distanciamento social.

DGR - Distinguished Gentleman's Ride sendo realizado pelo 4º ano – com interrupção por dois anos devido a pandemia do COVID-19 – a atividade reuniu público de 2.500 pessoas em nosso pátio externo.

E dentro do projeto *Música no Catavento* e em parceria com o Projeto GURI – Santa Marcelina, realizamos 2 apresentações musicais ao público visitante. Em cada dia de apresentação com bandas e orquestras formadas por músicos alunos do projeto, os visitantes puderam apreciar repertório do clássico ao popular. Em 2 dias de apresentações – 12 de junho e 3 de julho – o público foi recepcionado por 3 diferentes grupos musicais: Orquestra Sinfônica, Orquestra de cordas e Banda Sinfônica infanto-juvenil. Apesar da superação da meta, não houve gastos excedentes ao orçamento previsto.

22.2 - [Nº mínimo de participantes] - Os eventos da programação cultural foram realizados na área externa do museu, onde foi possível reunir um maior número de público nas ocasiões, sem prejuízo a biossegurança ou orçamento, por se tratar de uma temática atrativa ao público, superamos a meta prevista.

Meta 23 - Eventos da Programação Cultural [Virtual]:

23.2 - Nº mínimo de visualizações - O evento virtual MuseumWeek aconteceu durante 7 dias em nossas redes sociais, que neste ano abordou temas da sociedade, cultura e inovação, conceitos indispensáveis nos dias de hoje. A cada dia da semana foi apresentado um tema diferente.

Algumas temáticas como Inovação com mais de 20.000 visualizações e Dança com mais de 64.000 visualizações, foram bastante acolhidas pelo público, alcançando grandes marcas, por esse motivo superamos a meta prevista.

As informações referentes ao 1º quadrimestre das metas 23.1 e 23.2 foram retificadas conforme apontamento no Parecer do 1º quadrimestre de 2022 da UGE.

Meta 26 - Seminários Formativos, Palestras, Cursos, Workshops, Oficinas, Mostras ou Festivais [Virtual]:

2.6.2 - [Nº de público virtual – participação] – Em parceria com a Diretoria de Ensino de Mogi das Cruzes (DRE-Mogi), o Museu Catavento promoveu o encontro Museus e Direitos Humanos, que teve por objetivo levantar o debate sobre a importância dos museus para a promoção dos Direitos Humanos.

Dentro do encontro, recebemos Vitor Blotta, professor de Direito na Escola de Comunicações e Artes da USP e coordenador do grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade.

A palestra foi transmitida ao vivo em nossas redes sociais, com tradução em LIBRAS e contou com 693 participantes online.

Meta 27 - Recebimento de visitantes [Presencial]:

27.1 - [Público Total] – Com significativa redução dos protocolos de biossegurança do COVID-19, em julho ocorreu grande procura pelo público no período de férias escolares. Para o atendimento deste contingente, foram realizadas várias atividades diferenciadas, atingindo o recorde de visitação em um único mês no período pós-pandemia. Nos demais meses do quadrimestre, permanecemos com demandas aos finais de semana e feriados e seguimos nos atendimentos do público agendado durante a semana, conforme roteiros específicos.

Faremos a revisão do número de público para o próximo plano de trabalho na proposta da convocação pública para o próximo contrato de gestão do Museu Catavento a fim de que a previsão esteja mais próxima da realização.

Meta 28 - Programa Férias no Catavento [Presencial]:

28.1 - [Nº de ações] - Com as flexibilizações sanitárias por conta do COVID-19, o Museu Catavento pôde atender maior número de público no período de férias escolares. Para tanto, ofertamos várias atividades específicas para o Programa Férias no Catavento, realizadas com eficácia e eficiência, uma vez que boa parte das atividades foram desenvolvidas e apresentadas pelos educadores do museu e outras ações foram oferecidas por meio de parcerias com empresas, como: Fundação Mapfre, Cia. Buzum e Totoy Kids.

28.2 - Nº Mínimo de Participação – Com o aumento considerável de atividades da Programação de Férias, consequentemente o número mínimo de público participante foi bastante elevado ainda mais com o fim das restrições sanitárias para o público do museu (obrigatoriedade de uso de máscaras, apresentação de protocolos de vacinação, distanciamento social entre outros). Para o próximo plano de trabalho na proposta para convocação pública para o próximo contrato de gestão do Museu

Catavento, faremos revisão tanto na quantidade de atividades, quanto no número de participantes, retomando as condições pré-pandemia.

Meta 29 - Programa Férias no Catavento [Virtual]:

29.2 - [Nº Mínimo de Participação] - Nas férias em julho, tivemos a oportunidade de apresentar o espetáculo Floresta Viva, em parceria com a Cia. Teatral BUZUM. Em 10 de julho, realizamos uma transmissão ao vivo, diretamente do museu, para o público em nossa rede social Instagram, que contou com 660 participantes e alcançou a marca de 4.218 visualizações.

Por se tratar de uma Live, foi possível superar a meta devido um alcance maior de público de outras localidades que não conseguem comparecer presencialmente ao Museu.

Meta 31 - Bicentenário da Independência - Biografando grandes personagens da história da Independência do Brasil [Virtual]:

31.2 - [Nº de visualização] – A meta foi superada pois as postagens das biografias de grandes personalidades da história da Independência do Brasil prosseguem no formato REELS na plataforma do Instagram, fato que ampliou muito a divulgação do conteúdo por se tratar de uma modalidade de vídeos rápidos e de grande alcance. Neste quadrimestre abordamos as biografias das personalidades MARIA FELIPA, THOMAS COCHRANE, TIRADENTES e FREI CANECA.

Meta Condicionada 36 - Ações extramuros: em shoppings, feiras e outros:

36.1 - Nº de exposições temporárias] - Por meio de parcerias, em julho tivemos a oportunidade de oferecer ao público externo duas ações extramuros com duas mostras itinerantes do Museu Catavento, aproveitando o período de férias escolares e o mês dedicado aos pais.

Catavento no Shopping – PAMPLONA SHOPPING: De 1 a 31 de julho, recebeu a mostra itinerante do Museu Catavento oferecida aos usuários. A exposição atendeu 4.746 pessoas durante o período.

O Universo – RIOMAR SHOPPING em Aracajú: Para celebrar o mês dos Pais, o RioMar Shopping recebeu a exposição itinerante “O Universo”, do Museu Catavento. Na mostra, os visitantes conheceram um pouco mais sobre Astronomia e possível aprender de forma divertida um pouco sobre o cosmo e a história evolutiva do universo. Inaugurada em 30 de julho, a mostra foi visitada por 4.395 pessoas e em agosto por 35.752, totalizando 40.147 visitantes.

PROGRAMA EDUCATIVO

O Programa Educativo tem como objetivo contribuir com a educação não formal, possibilitando a acessibilidade e a construção de conhecimentos (cognitivos, afetivos, sensíveis, críticos, desenvolvimento de habilidades etc.) a partir do patrimônio comunicado pelo Museu. Nesse sentido, desenvolve ações educativas, produz materiais e conteúdos pedagógicos, oficinas, além de estruturar programas e projetos específicos para diferentes públicos, buscando assim, cumprir seu papel no desenvolvimento institucional, museológico e social.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas do 2º quadrimestre de 2022:

2.4 PROGRAMA EDUCATIVO - PE - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
38	Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: idosos/pessoas com deficiência/refugiados/em situação de vulnerabilidade social) [Presencial]	38.1	Meta-Produto	Nº de monitorias/roteiros realizados	1º Quadrimestre	45	96	213%
					2º Quadrimestre	45	101	224%
					3º Quadrimestre	45	0	0%
					META ANUAL	135	197	146%
		38.2	Meta-Resultado	Nº de públicos atendidos	1º Quadrimestre	350	1.248	357%
					2º Quadrimestre	350	3.364	961%
					3º Quadrimestre	400	0	0%
					META ANUAL	1.100	4.612	419%
39	Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: idosos/pessoas com deficiência/refugiados/em situação de vulnerabilidade social) [Virtual]	39.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais realizadas	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		39.2	Dado-Extra	Nº de visualização	1º Quadrimestre	-	1.231	-
					2º Quadrimestre	-	752	-
					3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	-	1.983	-
40	Programa Catavento em Família [Presencial]	40.1	Meta-Produto	Nº ações realizadas	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		40.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de públicos atendidos	1º Quadrimestre	20	40	100%
					2º Quadrimestre	20	42	100%
					3º Quadrimestre	20	0	0%
					META ANUAL	60	82	100%
41	Ações Educativas Extra Muros [Presencial]	41.1	Meta-Produto	Nº ações realizadas	1º Quadrimestre	1	2	200%
					2º Quadrimestre	1	2	200%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	4	133%
		41.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de públicos atendidos	1º Quadrimestre	20	60	100%
					2º Quadrimestre	20	60	100%
					3º Quadrimestre	20	0	0%
					META ANUAL	60	120	100%

42	Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores, educadores, guias de turismo ou estudantes [Virtual]	42.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais realizadas	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		42.2	Meta-Resultado	Nº de público virtual - participação	1º Quadrimestre	20	42	210%
					2º Quadrimestre	20	23	115%
					3º Quadrimestre	20	0	0%
					META ANUAL	60	65	108%
		42.3	Dado-Extra	Nº de visualização	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	23	-
					3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	-	23	-
43	Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu [Presencial]	43.1	Meta-Produto	Nº mínimo de encontros realizados com a equipe	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		43.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes dos encontros realizados	1º Quadrimestre	10	43	100%
					2º Quadrimestre	10	18	100%
					3º Quadrimestre	10	0	0%
					META ANUAL	30	61	100%
44	Material educativo para as atividades e exposições	44.1	Meta-Produto	Produção de materiais educativos	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	1	100%
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
45	Material educativo para as atividades e exposições [Virtual]	45.1	Meta-Produto	Nº mínimo de materiais educativos produzidos	1º Quadrimestre	2	2	100%
					2º Quadrimestre	2	2	100%
					3º Quadrimestre	2	0	0%
					META ANUAL	6	4	67%
		45.2	Meta-Resultado	Nº de Visualizações	1º Quadrimestre	1.500	8.500	567%
					2º Quadrimestre	1.500	17.456	1164%
					3º Quadrimestre	1.500	0	0%
					META ANUAL	4.500	25.956	577%
46	Visitas Mediadas - Público Geral [Presencial]	46.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas em visitas educativas	1º Quadrimestre	100.000	116.380	100%
					2º Quadrimestre	150.000	180.768	100%
					3º Quadrimestre	50.000	0	0%
					META ANUAL	300.000	297.148	99%
47	Ações Educativas - Público Geral [Virtual]	47.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações virtuais realizadas	1º Quadrimestre	8	8	100%
					2º Quadrimestre	8	8	100%
					3º Quadrimestre	8	0	0%
					META ANUAL	24	16	67%
		47.2	Meta-Resultado	Nº de Visualizações	1º Quadrimestre	1.500	51.728	3449%
					2º Quadrimestre	1.500	45.439	3029%
					3º Quadrimestre	1.500	0	0%

					META ANUAL	4.500	97.167	2159%
48	Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário) [Presencial]	48.1	Meta-Resultado	Nº de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Quadrim	10.000	10.572	106%
					2º Quadrim	60.000	50.607	84%
					3º Quadrim	70.000	0	0%
					META ANUAL	140.000	61.179	44%

2.4 PROGRAMA EDUCATIVO - PE - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral	Realizado	ICM
Condicionada à Captação de Recursos							
49	Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: idosos/pessoas com deficiência/refugiados/em situação de vulnerabilidade social)	49.1	Meta-Produto	Aquisição de materiais para o Núcleo Catavento Acessível	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	0
					META ANUAL	1	0
50	Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário) [Virtual]	50.1	Meta-Produto	Nº de ações virtuais realizadas	1º Quadrim	5	0
					2º Quadrim	5	5
					3º Quadrim	5	0
					META ANUAL	15	5
51	Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: idosos/pessoas com deficiência/refugiados/em situação de vulnerabilidade social)	51.1	Meta-Produto	Implementação de linguagem atualizada, com reformulação dos equipamentos de áudio e vídeo guia	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	0
					META ANUAL	1	0

Meta 38 - Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: idosos/pessoas com deficiência/refugiados/em situação de vulnerabilidade social) [Presencial]:

38.1 - [Nº de monitorias/roteiros realizados] - Nos meses de maio e junho recebemos solicitações de cancelamento de algumas escolas públicas e privadas, contudo, foi possível remanejarmos as vagas aos outros tipos de instituições que nos procuram constantemente, como Associações, Ong's, Casas de Acolhidas entre outros tipos de instituições que lidam com pessoas em situação de vulnerabilidade social e solicitam visitas conosco para assim, com o nosso apoio, obter a difusão do acesso a equipamentos culturais, como o Museu Catavento, por esse motivo superamos a meta prevista para o quadrimestre.

38.2 - [Nº de públicos atendidos] – Realizamos algumas parcerias com visitas recorrentes, devido ao número de atendidos/inscritos com as instituições "CCA Ame"; "Associação Comunitária das Mulheres do Movimento sem Terra"; "CCA CEC João Paulo III", "Guri Santa Marcelina" e o "Crisa" que lidam

diretamente com pessoas em situação de vulnerabilidade social e idosos, desta forma superamos a meta prevista.

Meta 40 - Programa Catavento em Família [Presencial]:

40.2 - [Nº mínimo de públicos atendidos] – Esta ação pactuada ultrapassou o número estipulado pois ao ofertar a oficina de tintas naturais no período de férias, as senhas para 20 visitantes se esgotaram rapidamente. Ao notar a demanda, foram ofertadas mais vagas, chegando ao número total de 42 atendidos. A superação da meta não onerou o orçamento do programa.

Meta 41 - Ações Educativas Extra Muros [Presencial]:

41.1 - [Nº ações realizadas] e 41.2 - [Nº mínimo de públicos atendidos] – Esta ação pactuada ultrapassou o número estipulado devido a parceria firmada entre Museu Catavento e SEFRAS (Serviço Franciscano de Solidariedade). O Educativo do Museu realizou uma primeira oficina na localização "Chá do Padre", através da proposta de ação "Memórias" e a relação de todos com o centro de São Paulo, apresentando algumas imagens de pontos históricos, incluindo o Palácio das Indústrias. Com o sucesso da oficina, o SEFRAS solicitou uma segunda atividade, na Casa Franciscana. Foi realizada então uma Oficina de Terrário, totalizando 2 ações e, portanto, 60 pessoas atendidas.

Meta 43 - Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu [Presencial]:

43.2 - [Nº mínimo de participantes dos encontros realizados] - Esta ação pactuada ultrapassou o número estipulado devido a treinamentos sobre acessibilidade realizados com estagiários ingressantes no Museu Catavento. Os treinamentos sobre acessibilidade são constantemente atualizados, bem como fazem parte da integração dos estagiários de conteúdo. Neste quadrimestre, após a abertura de novos espaços, foi necessária a contratação de um número maior de mediadores, o que acarretou um número de 180% acima do estipulado.

Meta 45 - Material educativo para as atividades e exposições [Virtual]:

45.2 - [Nº de Visualizações] - A Ação Pactuada ultrapassou o número de visualizações, pois com a criação de uma equipe específica para produção audiovisual, tivemos um aumento expressivo destes dados. A equipe de Comunicação Institucional e o Educativo do Museu Catavento estão em processo de adaptação em relação a esses números e pretende rever as metas para o próximo Plano de Trabalho na proposta para convocação pública para a próximo contrato de gestão do Museu Catavento, a partir da manutenção dos resultados obtidos no ano de 2022.

Meta 46 - Visitas Mediadas - Público Geral [Presencial]:

46.1 - Nº mínimo de pessoas atendidas em visitas educativas – A grande superação da meta do quadrimestre se deve à intensa programação de férias do mês de julho, além da grande divulgação e exposição do Museu Catavento na mídia.

Meta 47 - Ações Educativas - Público Geral [Virtual]:

47.2 - Nº de Visualizações - A Ação Pactuada ultrapassou o número de visualizações devido a criação de uma equipe específica para produção audiovisual, tivemos um aumento expressivo destes dados. A equipe de Comunicação Institucional e o Educativo do Museu Catavento estão em processo de adaptação em relação a esses números e pretende rever as metas para o próximo Plano de Trabalho na proposta para convocação pública para o próximo contrato de gestão do Museu Catavento, a partir da manutenção dos resultados obtidos no ano de 2022.

Meta Condicionada 50 - Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário) [Virtual]:

50.1 - [Nº de ações virtuais realizadas] - A ação condicionada foi cumprida nos dias 26/08; 29/08 e 31/08, conforme a agenda das escolas que solicitaram as visitas. Atendemos as instituições: INSTITUTO EDUCACIONAL CORAÇÃO DE MARIA para alunos do Pré I e II; EMEI ANITA GARIBALDI para alunos do Pré I e II (essa instituição disponibilizou o acesso para 200 crianças simultaneamente, portanto realizamos 1 única visita ao invés de 2 visitas para a mesma instituição, após solicitação da escola, pois ela alegou possuir suporte necessário para atender a todos de uma vez) e EMEF PROFA. CLOTILDE DE ROSA HENRIQUE EILIAS.

Tal ação teve sua realização devido as melhorias realizadas na infraestrutura tecnológica do Museu Catavento, o que possibilitou a aquisição de novos equipamentos como câmera, lentes, tripé, além dos novos pontos de 5G, instalados em alguns pontos do Museu.

Vale ressaltar que a meta está em fase de aprimoramento, estuda-se para o próximo plano de trabalho na proposta para convocação pública para o próximo contrato de gestão do Museu Catavento alterar a meta para pactuada.

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM- SP

O Programa de Integração ao SISEM-SP trabalha com foco em articular parcerias entre o Museu Catavento e os museus do estado de São Paulo. Dessa maneira, através de suas metas são organizadas exposições, oficinas, workshops, entre outras ações que buscam cumprir a missão do Programa.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas do 2º quadrimestre de 2022:

2.5 PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM - PSISEM - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
52	Exposições itinerantes	52.1	Meta-Produto	Nº de Exposições Virtuais	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	2	200%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	3	100%

53	Palestras/Cursos/Oficinas (público geral) - [Virtual]	53.1	Meta-Produto	Nº de Ações Virtuais	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		53.2	Meta-Resultado	Nº de Participantes	1º Quadrim	10	12	120%
					2º Quadrim	10	10	100%
					3º Quadrim	10	0	0%
					META ANUAL	30	22	73%
54	Rede de Museus de Ciências	54.1	Meta-Produto	Encontro Virtual da Rede de Museus, temas: Equipamentos Científicos / Conservação x Manutenção.	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	2	2	100%
		54.2	Meta-Produto	Encontro Presencial da Rede de Museus, tema: Boas Práticas em Museus de Ciências	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
55	Estágios Técnicos (Não Remunerados)	55.1	Meta-Produto	Estágios Técnicos Realizados	1º Quadrim	-	1	-
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	2	2	100%
56	Visitas de apoio a instituições museológicas	56.1	Meta-Produto	Visita realizada para cooperação em área técnica de museologia: Diagnóstico	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	-	-	-
					META ANUAL	1	1	100%
		56.2	Meta-Produto	Visita realizada para cooperação em área técnica de museologia: Conservação (higienização e acondicionamento)	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	1	1	100%
		56.3	Meta-Produto	Visita realizada para cooperação em área técnica de museologia: Pesquisa de Acervo	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 52 - Exposições itinerantes:

52.1 - [Nº de Exposições Virtuais] – A meta foi superada, pois realizamos uma parceria com a Secretaria Municipal de Cultura (Secult) de Sorocaba/SP para duas exposições itinerantes, "Marie Curie" e "Small World", as exposições realizadas não oneraram o orçamento previsto para o 2º quadrimestre.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional trabalha na promoção das ações do Museu Catavento, de maneira a torná-lo conhecido para seu público-alvo e para a imprensa como espaço de difusão da ciência, tecnologia e cultura da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo. Abaixo destacamos as principais ações do Programa no 2º quadrimestre de 2022, e que com a implantação de uma equipe de audiovisual no museu tivemos expressivo aumento nos resultados e, consequentemente, ultrapassamos muitas das metas previstas para o período.

2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL - PCDI - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES PACTUADAS (2022)								
Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
57	Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	57.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos - Site	1º Quadrimestre	77.000	171.693	100%
					2º Quadrimestre	77.000	241.096	100%
					3º Quadrimestre	77.000	0	0%
					META ANUAL	231.000	539.197	100%
		57.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Facebook	1º Quadrimestre	714	1.171	100%
					2º Quadrimestre	330	1.806	100%
					3º Quadrimestre	714	0	0%
					META ANUAL	1.758	2.977	100%
		57.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Instagram	1º Quadrimestre	1.000	20.305	100%
					2º Quadrimestre	1.000	22.624	100%
					3º Quadrimestre	530	0	0%
					META ANUAL	2.530	42.929	100%
		57.4	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Youtube	1º Quadrimestre	73	346	100%
					2º Quadrimestre	73	433	100%
					3º Quadrimestre	57	0	0%
					META ANUAL	203	779	100%
		57.5	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Twitter	1º Quadrimestre	63	193	100%
					2º Quadrimestre	63	142	100%
					3º Quadrimestre	37	0	0%
					META ANUAL	163	335	100%
58	Inserções na mídia	58.1	Meta-Produto	Nº mínimo de inserções na mídia	1º Quadrimestre	380	1.241	100%
					2º Quadrimestre	380	772	100%
					3º Quadrimestre	265	0	0%
					META ANUAL	1.025	2.013	100%
59	Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	59.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias estabelecidas	1º Quadrimestre	1	1	100%
					2º Quadrimestre	1	3	300%
					3º Quadrimestre	1	0	0%

				com organizações	META ANUAL	3	4	133%
60	Desenvolvimento de ações virtuais de divulgação [Virtual]	60.1	Meta-Produto	Produção de vídeo sobre a programação	1º Quadrim	4	4	100%
					2º Quadrim	4	4	100%
					3º Quadrim	4	0	0%
					META ANUAL	12	8	67%
		60.2	Dado extra	Nº de público virtual - visualizações	1º Quadrim	-	59.382	-
					2º Quadrim	-	89.941	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	149.323	-
		60.3	Meta-Produto	Produção de chamadas para atividades especiais (stories e/ou feed)	1º Quadrim	15	42	280%
					2º Quadrim	15	46	307%
					3º Quadrim	15	0	0%
					META ANUAL	45	88	196%
		60.4	Dado extra	Nº de alcance	1º Quadrim	-	536.326	-
					2º Quadrim	-	1.092.592	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	1.628.918	-

2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL - PCDI - MUSEU CATAVENTO - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

CONDICIONADAS (2022)								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão	Realizado	ICM	
	Condicionadas		Mensuração					
Condicionada à atenuação das medidas de distanciamento social								
61	Ação instagramável	61.1	Meta-Produto	Campanha para check in e compartilhamento de foto no museu	1º Quadrim	1	1	100%
					2º Quadrim	1	1	100%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	2	67%
		61.2	Dado-Extra	Nº de compartilhamento	1º Quadrim	-	1.873	-
					2º Quadrim	-	3.348	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	5.221	-
		61.3	Dado-Extra	Nº de Check-in	1º Quadrim	-	431	-
					2º Quadrim	-	584	-
					3º Quadrim	-	0	-
					META ANUAL	-	1.015	-
Condicionada à Captação de Recursos								
62	Avaliação de impacto das redes sociais	62.1	Meta-Produto	Contratação de agência para criação de matriz	1º Quadrim	-	-	-
					2º Quadrim	-	-	-
					3º Quadrim	1	0	0%

				SWOT com foco no digital	META ANUAL	1	0	0%
63	Marketing digital	63.1	Meta-Produto	Anúncios e investimentos para as redes	1º Quadrim	1	0	0%
					2º Quadrim	1	0	0%
					3º Quadrim	1	0	0%
					META ANUAL	3	0	0%

Meta 57 - Canais de comunicação com os diversos segmentos de público:

57.1 - [Nº mínimo de visitantes virtuais únicos – Site] – O site do Museu Catavento passa por reformulações periódicas. Trabalhamos continuamente na melhoria dos conteúdos, com maior clareza de informações e estímulo para acesso do público à página institucional do museu. Desta forma, o trabalho segue sempre na busca por ultrapassar as metas pensadas inicialmente, para promover maior difusão do equipamento e suas realizações.

57.2 - Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais – Facebook] - Apesar do Facebook ser cada vez menos utilizado pelo perfil de público presencial atendido no museu (majoritariamente público infante juvenil), no âmbito virtual continuamos com grande acesso de coordenadores de escolas, professores, pais e familiares. Por isso, ainda que em menor número, a rede continua crescendo e ultrapassando o que esperávamos.

57.3 - [Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais – Instagram] - O Instagram é a ferramenta mais utilizada pelo público do museu, além disso, a melhoria nas produções audiovisuais, acompanhamento constante das tendências da rede, promoção de engajamento do público e grandes ações, como as campanhas "Semana Nacional de Museus", "Museum Week" e "Férias no Catavento", promoveram um "boom" de adesões à nossa rede.

57.4 - [Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais – YouTube] - O número foi ultrapassado devido ao trabalho contínuo para promover o aumento de seguidores no Youtube, rede que nos confere autoridade nos conteúdos que produzimos e que pretendemos que cresça cada vez mais.

57.5 - [Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais – Twitter] - O número foi ultrapassado, pois continuamos reforçando as ações para promover o crescimento desta rede. Continuaremos atuando nesta linha.

Meta 58 - Inserções na mídia:

58.1 - [Nº mínimo de inserções na mídia] - A campanha de férias, ações em parcerias com personalidades e veículos, entre outras ações, promovem maior envolvimento espontâneo da mídia. Devemos seguir buscando esse aumento, de forma gradativa.

Meta 59 - Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações

59.1 - [Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações] – Meta cumprida com a parceria para gravação do Karnal na CNN, o episódio foi exibido em julho. Além disso, a ação com o "Zé Comilão" (Totocorp), realizada nas férias, só foi possível devido a negociação com contrapartida de divulgação, por isso também deve ser considerada neste quadrimestre. Já no final de agosto tivemos a felicidade

de estabelecer parceria com equipe do TikTok Brasil, que promoveu workshop para equipe de comunicação e audiovisual do museu para, enfim, implantação da conta da instituição.

Meta 60 - Desenvolvimento de ações virtuais de divulgação [Virtual]:

60.3 - Produção de chamadas para atividades especiais (stories e/ou feed) - Com a chegada do período de férias foi preciso intensificar a produção de chamadas informativas e de promoção dos eventos. Com isso, ultrapassamos a meta pensada para o período.

Meta Condicionada 61 - Ação instagramável:

61.1 - Campanha para check in e compartilhamento de foto no museu - Por se tratar de uma meta condicionada à atenuação das medidas de distanciamento social, com a flexibilização dos protocolos de saúde e a liberação das atividades em sua capacidade total, estimulamos a interação do público com os painéis instagramáveis da exposição “O Ateliê de Brecheret”, aproveitando o momento das últimas semanas da exposição. Desde fevereiro, os painéis foram instalados, mas reforçamos o uso agora, no final da mostra.

Meta Condicionada 63 - Marketing digital:

63.1 - Anúncios e investimentos para as redes - Temos preservado o tráfego orgânico (espontâneo) porque consideramos genuíno e, como pode ser conferido, atingimos cada vez mais as metas pensadas para nossas redes. Portanto redirecionaremos essa possibilidade de investimento para outras frentes de trabalho. Por esse motivo a meta condicionada não foi realizada.

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

O Programa de Edificações busca dar cumprimento a todas as obrigações e rotinas técnicas, garantindo a segurança da edificação e das instalações, bem como de seus visitantes e colaboradores.

A seguir as metas pactuadas do 2º quadrimestre de 2022:

2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES - MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA 2022 - MUSEU CATAVENTO								
Nº	Ações	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado	ICM
	Pactuadas		Mensuração					
64	Renovação de Seguro	64.1	Meta-Resultado	Seguro Renovado	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	-	-	-
					3º Quadrimestre	1	0	0%
					META ANUAL	1	0	0%
65	Obtenção ou renovação do Alvará	65.1	Meta-Resultado	Alvará obtido, renovado ou protocolado	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	1	0	0%

	de Funcionamento de Local de Reunião				3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	1	0	0%
66	Certificado de Acessibilidade	66.1	Meta-Resultado	Emissão do Certificado	1º Quadrimestre	-	-	-
					2º Quadrimestre	1	0	0%
					3º Quadrimestre	-	0	-
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 65 - Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

65.1 - [Alvará obtido, renovado ou protocolado] – O processo para renovação do alvará de funcionamento foi protocolado em 21/06/2022 sob nº 6068.2022/0005703-7, a isenção da taxa foi deferida em 08/08/2022 e no momento aguardamos a liberação da licença de alvará de funcionamento pela Prefeitura Municipal de São Paulo.

Meta 66 - Certificado de Acessibilidade

66.1 - Emissão do Certificado – Não foi possível a emissão do certificado de acessibilidade, pois aguardamos a autorização da Prefeitura Municipal e CONPRES, para execução das intervenções necessárias a acessibilidade. O Certificado será emitido após a aprovação das intervenções realizadas.

No dia 01/08/2022 foi publicado no diário oficial o comunicado onde o colegiado do CONDEPHAAT deliberou a aprovar por unanimidade o projeto de adaptação a acessibilidade, sendo assim a meta será cumprida no 3º quadrimestre de 2022.

Cultura e Economia Criativa

CONS. DEFESA DO PATRIM. HISTÓRICO, ARQUEOLÓGICO, ARTÍSTICO E TURÍSTICO DO ESTADO

Comunicado

Deliberações do Egrégio Colegiado em sessão ordinária de 01.08.2022 Ata nº 2054

O CONDEPHAAT, em sua sessão ordinária de 01 de agosto de 2022, Ata nº 2054, deliberou o processo a seguir listado, conforme indicação em cada item.

Processo 88947/2022

Int.: FELIPE DE SOUZA PRADO LACERDA AIMOLA

O Egrégio Colegiado deliberou aprovar, por unanimidade, o projeto de adaptação a acessibilidade para o Palácio das Indústrias, localizado na Avenida Mercúrio s/nº, Parque Dom Pedro II, nesta Capital. Ressaltamos que não constam dos autos vias adicionais do projeto para aposição de carimbo, devendo, se necessário, encaminhar 03 (três) vias adicionais do projeto para aposição de carimbo de aprovação pelo Condephaat. Esta autorização não isenta o interessado de obter aprovação de seu projeto nos demais órgãos competentes.

ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO

Exercício: 2022

Organização Social: Catavento Cultural e Organizacional

Unidade Gestora: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

Contrato de Gestão: 02/2017

Objeto Contratual: Museu Catavento - Espaço Cultura de Ciência

	I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 1º quadrimestre	% Realizado 1º quadrimestre	Maio	Junho	Julho	Agosto	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado do 2022
1	Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão	26.829.601,71	20.990.644,19	78,24%	650.700,05	650.700,05	650.700,05	650.700,05	2.602.800,20	9,70%	23.593.444,39	87,94%
1.1	Repasso Contrato de Gestão	8.275.309,00	3.010.213,00	36,38%	658.137,00	658.137,00	658.137,00	658.137,00	2.632.548,00	31,81%	5.642.761,00	68,19%
1.2	Movimentação de Recursos Reservados	545.846,13	(34.015,39)	-6,23%	(7.436,95)	(7.436,95)	(7.436,95)	(7.436,95)	(29.747,80)	-5,45%	(63.763,19)	-11,68%
1.2.1	Constituição Recursos de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.2	Reversão de Recursos de Reservas	639.357,12	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
1.2.3	Constituição Recursos de Contingência	(93.510,99)	(34.015,39)	36,38%	(7.436,95)	(7.436,95)	(7.436,95)	(7.436,95)	(29.747,80)	31,81%	(63.763,19)	68,19%
1.2.4	Reversão de Recursos de Contingências	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.5	Constituição Recursos Reserva - Outros (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.6	Reversão de Recursos Reservados (Outros)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3	Outras Receitas	18.008.446,58	18.014.446,58	100,03%	-	-	-	-	-	0,00%	18.014.446,58	100,03%
1.3.1	Saldos anteriores para utilização no exercício	16.356.451,47	16.362.451,47	100,04%	-	-	-	-	-	0,00%	16.362.451,47	100,04%
1.3.2	Outros saldos	1.651.995,11	1.651.995,11	100,00%	-	-	-	-	-	0,00%	1.651.995,11	100,00%
1.3.2.1	Receitas Financeiras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3.2.2	Outras Receitas	1.651.995,11	1.651.995,11	100,00%	-	-	-	-	-	0,00%	1.651.995,11	100,00%
2	Recursos de Investimento do Contrato de Gestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1	Investimento do CG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Recursos de Captação	2.241.296,35	966.707,67	43,13%	163.847,40	270.894,49	572.942,31	295.750,57	1.303.434,77	58,16%	2.270.142,44	101,29%

3.1	Recursos de Captação voltados a Custeio	2.241.296,35	966.707,67	43,13%	163.847,40	270.894,49	572.942,31	295.750,57	1.303.434,77	58,16%	2.270.142,44	101,29 %
3.1.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento etc.)	1.241.296,35	866.707,67	69,82%	163.847,40	270.894,49	572.942,31	295.750,57	1.303.434,77	105,01%	2.170.142,44	174,83 %
3.1.2	Captação de Recursos Incentivados	1.000.000,00	100.000,00	10,00%	-	-	-	-	-	0,00%	100.000,00	10,00%
3.1.3	Trabalho Voluntário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.1.4	Parcerias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.2	Recursos de Captação voltados a Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

II - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO												
RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO												
4	Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho	33.246.898,06	6.382.202,57	19,20%	1.625.343,80	1.939.984,13	2.286.430,99	2.747.581,60	8.599.340,52	25,87%	14.981.543,09	45,06%
4.1	Receita de Repasse Apropriada	28.905.601,71	4.321.832,30	14,95%	998.227,85	1.178.871,83	775.185,28	2.191.899,56	5.144.184,52	17,80%	9.466.016,82	32,75%
4.2	Receita de Captação Apropriada	3.541.296,35	1.441.859,49	40,72%	432.790,68	573.052,80	1.319.220,72	336.503,32	2.661.567,52	75,16%	4.103.427,01	115,87 %
4.2.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento etc.)	1.241.296,35	871.494,12	70,21%	178.755,53	242.063,37	722.132,15	150.114,75	1.293.065,80	104,17%	2.164.559,92	174,38 %
4.2.2	Captação de Recursos Incentivados	1.000.000,00	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
4.2.3	Trabalho Voluntário	800.000,00	524.896,70	65,61%	114.240,50	160.448,12	587.291,18	176.591,18	1.038.570,98	129,82%	1.563.467,68	195,43 %
4.2.4	Parcerias	500.000,00	45.468,67	9,09%	139.794,65	170.541,31	9.797,39	9.797,39	329.930,74	65,99%	375.399,41	75,08%
4.3	Total das Receitas Financeiras	800.000,00	618.510,78	77,31%	194.325,27	188.059,50	192.024,99	219.178,72	793.588,48	99,20%	1.412.099,26	176,51 %
4.3.1	Receitas Financeiras	800.000,00	617.906,52	77,24%	194.325,26	188.059,47	192.024,98	219.100,70	793.510,41	99,19%	1.411.416,93	176,43 %
4.3.2	Outras Receitas	-	604,26	-	0,01	0,03	0,01	78,02	78,07	-	682,33	-
5	Total de Receitas para a realização de metas condicionadas	1.000.000,00	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
5.1	Receitas para realização de metas condicionadas	1.000.000,00	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO												
6	Total de Despesas	(33.246.898,06)	(6.382.202,57)	19,20%	(1.625.343,80)	(1.939.984,13)	(2.286.430,99)	(2.747.581,60)	(8.599.340,52)	25,87%	(14.981.543,09)	45,06%

6.1	Subtotal de Despesas	(29.940.898,06)	(5.328.974,36)	17,80%	(1.247.711,55)	(1.501.460,42)	(1.582.808,96)	(2.441.453,65)	(6.773.434,58)	22,62%	(12.102.408,94)	40,42%
6.1.1	Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	(9.517.424,97)	(2.391.582,13)	25,13%	(671.610,15)	(922.685,34)	(745.173,89)	(745.772,94)	(3.085.242,32)	32,42%	(5.476.824,45)	57,55%
6.1.1.1	Diretoria	(277.592,66)	(40.983,90)	14,76%	(8.708,38)	(22.786,30)	(20.451,35)	(22.060,37)	(74.006,40)	26,66%	(114.990,30)	41,42%
6.1.1.1.1	Área Meio	(138.796,33)	-	0,00%	-	(9.657,67)	(10.504,19)	(10.498,14)	(30.660,00)	22,09%	(30.660,00)	22,09%
6.1.1.1.2	Área Fim	(138.796,33)	(40.983,90)	29,53%	(8.708,38)	(13.128,63)	(9.947,16)	(11.562,23)	(43.346,40)	31,23%	(84.330,30)	60,76%
6.1.1.2	Demais Funcionários	(6.991.893,44)	(1.760.070,79)	25,17%	(522.624,76)	(711.679,86)	(561.449,33)	(561.587,38)	(2.357.341,33)	33,72%	(4.117.412,12)	58,89%
6.1.1.2.1	Área Meio	(1.748.116,35)	(283.440,22)	16,21%	(77.214,12)	(133.156,36)	(85.837,85)	(91.498,63)	(387.706,96)	22,18%	(671.147,18)	38,39%
6.1.1.2.2	Área Fim	(5.243.777,09)	(1.476.630,57)	28,16%	(445.410,64)	(578.523,50)	(475.611,48)	(470.088,75)	(1.969.634,37)	37,56%	(3.446.264,94)	65,72%
6.1.1.3	Estagiários	(2.247.938,87)	(590.527,44)	26,27%	(140.277,01)	(188.219,18)	(163.273,21)	(162.125,19)	(653.894,59)	29,09%	(1.244.422,03)	55,36%
6.1.1.3.1	Área Meio	(13.991,70)	(1.578,43)	11,28%	(277,49)	(279,84)	(276,64)	(95,33)	(929,30)	6,64%	(2.507,73)	17,92%
6.1.1.3.2	Área Fim	(2.233.947,17)	(588.949,01)	26,36%	(139.999,52)	(187.939,34)	(162.996,57)	(162.029,86)	(652.965,29)	29,23%	(1.241.914,30)	55,59%
6.1.1.4	Aprendizes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.2	Área Fim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.2	Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	(2.752.980,50)	(658.964,41)	23,94%	(172.491,29)	(197.402,47)	(201.830,02)	(222.532,20)	(794.255,98)	28,85%	(1.453.220,39)	52,79%
6.1.2.1	Limpeza	(737.052,62)	(187.944,08)	25,50%	(58.483,52)	(58.483,52)	(58.483,52)	(69.922,52)	(245.373,08)	33,29%	(433.317,16)	58,79%
6.1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	(733.564,13)	(230.440,28)	31,41%	(70.775,19)	(70.775,19)	(70.775,19)	(70.775,19)	(283.100,76)	38,59%	(513.541,04)	70,01%
6.1.2.3	Jurídica	(23.510,98)	(5.880,00)	25,01%	(1.470,00)	(1.470,00)	(1.470,00)	(1.470,00)	(5.880,00)	25,01%	(11.760,00)	50,02%
6.1.2.4	Informática	(149.184,16)	(16.480,15)	11,05%	(4.674,88)	(14.032,90)	(4.795,12)	(1.903,01)	(25.405,91)	17,03%	(41.886,06)	28,08%
6.1.2.5	Administrativa / RH	(242.332,67)	(76.170,48)	31,43%	(19.479,90)	(18.951,29)	(9.007,12)	(18.914,75)	(66.353,06)	27,38%	(142.523,54)	58,81%
6.1.2.6	Contábil	(57.003,00)	(16.821,60)	29,51%	(4.205,40)	(4.205,40)	(4.205,40)	(4.205,40)	(16.821,60)	29,51%	(33.643,20)	59,02%
6.1.2.7	Auditoria	(27.932,94)	(2.215,75)	7,93%	-	-	-	(17.142,85)	(17.142,85)	61,37%	(19.358,60)	69,30%
6.1.2.8	Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	(782.400,00)	(123.012,07)	15,72%	(13.402,40)	(29.484,17)	(53.093,67)	(38.198,48)	(134.178,72)	17,15%	(257.190,79)	32,87%
6.1.3	Custos Administrativos, Institucionais e Governança	(2.161.621,18)	(508.441,81)	23,52%	(252.483,23)	(199.030,70)	(146.489,11)	(211.319,91)	(809.322,95)	37,44%	(1.317.764,76)	60,96%

6.1.3.1	Locação de imóveis	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2	Utilidades públicas	(1.175.061,92)	(299.421,19)	25,48%	(76.856,97)	(73.430,37)	(57.343,19)	(99.681,56)	(307.312,09)	26,15%	(606.733,28)	51,63%
6.1.3.2.1	Água	(460.567,11)	(93.098,86)	20,21%	(27.615,71)	(32.427,80)	(18.821,68)	(47.980,67)	(126.845,86)	27,54%	(219.944,72)	47,76%
6.1.3.2.2	Energia Elétrica	(542.000,08)	(170.638,63)	31,48%	(37.569,96)	(28.786,04)	(28.801,79)	(39.864,95)	(135.022,74)	24,91%	(305.661,37)	56,40%
6.1.3.2.3	Gás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2.4	Internet	(86.737,75)	(11.437,80)	13,19%	(2.859,45)	(2.859,45)	(2.859,45)	(2.859,45)	(11.437,80)	13,19%	(22.875,60)	26,37%
6.1.3.2.5	Telefonia	(85.756,98)	(24.245,90)	28,27%	(8.811,85)	(9.357,08)	(6.860,27)	(8.976,49)	(34.005,69)	39,65%	(58.251,59)	67,93%
6.1.3.3	Uniformes e EPIs	(23.000,00)	(7.662,89)	33,32%	(254,00)	(2.128,80)	(13.106,58)	(7.134,50)	(22.623,88)	98,36%	(30.286,77)	131,68%
6.1.3.4	Viagens e Estadias	(11.500,00)	(169,40)	1,47%	-	(638,02)	-	(2.026,76)	(2.664,78)	23,17%	(2.834,18)	24,65%
6.1.3.5	Material de consumo, escritório e limpeza	(324.270,07)	(65.824,78)	20,30%	(14.464,53)	(16.002,88)	(36.540,53)	(22.923,63)	(89.931,57)	27,73%	(155.756,35)	48,03%
6.1.3.6	Despesas tributárias e financeiras	(171.724,33)	(54.216,85)	31,57%	(148.375,76)	(64.828,15)	(12.983,31)	(19.083,21)	(245.270,43)	142,83%	(299.487,28)	174,40%
6.1.3.7	Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	(126.978,22)	(24.118,63)	18,99%	(4.202,04)	(3.729,63)	(11.610,03)	(4.457,12)	(23.998,82)	18,90%	(48.117,45)	37,89%
6.1.3.8	Treinamento de Funcionários	(25.000,00)	(4.996,88)	19,99%	(6.294,50)	-	-	(4.692,06)	(10.986,56)	43,95%	(15.983,44)	63,93%
6.1.3.9	Prevenção Covid-19	(30.756,06)	(9.914,42)	32,24%	-	(288,21)	(3.308,49)	(1.990,28)	(5.586,98)	18,17%	(15.501,40)	50,40%
6.1.3.10	Outras Despesas	(273.330,58)	(42.116,77)	15,41%	(2.035,43)	(37.984,64)	(11.596,98)	(49.330,79)	(100.947,84)	36,93%	(143.064,61)	52,34%
6.1.3.10.1	Locação de Veículos	(88.330,58)	(6.351,91)	7,19%	(1.673,55)	(567,08)	(491,19)	(1.396,33)	(4.128,15)	4,67%	(10.480,06)	11,86%
6.1.3.10.2	Investimentos	(115.000,00)	(34.497,20)	30,00%	(41,00)	(37.095,06)	(10.781,69)	(47.608,73)	(95.526,48)	83,07%	(130.023,68)	113,06%
6.1.3.10.3	Provisões Judiciais	(70.000,00)	(1.267,66)	1,81%	(320,88)	(322,50)	(324,10)	(325,73)	(1.293,21)	1,85%	(2.560,87)	3,66%
6.1.4	Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	(3.836.537,49)	(941.150,88)	24,53%	(32.134,26)	(68.983,51)	(63.352,18)	(46.581,06)	(211.051,01)	5,50%	(1.152.201,89)	30,03%
6.1.4.1	Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	(631.780,05)	(124.991,58)	19,78%	(24.054,74)	(32.278,89)	(49.813,99)	(38.206,37)	(144.353,99)	22,85%	(269.345,57)	42,63%
6.1.4.2	Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	(49.387,44)	(12.030,66)	24,36%	(888,33)	(23.608,20)	(1.130,00)	(3.406,50)	(29.033,03)	58,79%	(41.063,69)	83,15%
6.1.4.3	Equipamentos / Implementos	(11.500,00)	(19.110,00)	166,17%	-	-	-	-	-	0,00%	(19.110,00)	166,17%
6.1.4.4	Seguros (predial, incêndio, etc.)	(69.000,00)	(14.973,69)	21,70%	(3.868,19)	(3.743,42)	(3.868,19)	(3.868,19)	(15.347,99)	22,24%	(30.321,68)	43,94%
6.1.4.5	Alvará de funcionamento de local de reunião	(113.800,00)	-	0,00%	-	-	(5.750,00)	-	(5.750,00)	5,05%	(5.750,00)	5,05%

6.1.4.6	Outras Despesas (Investimentos)	(2.961.070,00)	(770.044,95)	26,01%	(3.323,00)	(9.353,00)	(2.790,00)	(1.100,00)	(16.566,00)	0,56%	(786.610,95)	26,57%
6.1.5	Programas de Trabalho da Área Fim	(11.462.008,92)	(803.173,44)	7,01%	(116.524,62)	(110.890,40)	(423.281,24)	(1.196.484,54)	(1.847.180,80)	16,12%	(2.650.354,24)	23,12%
6.1.5.1	Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	(25.510,00)	-	0,00%	-	(6.711,94)	-	(218,85)	(6.930,79)	27,17%	(6.930,79)	27,17%
6.1.5.1.1	Aquisição de Acervo museológico/bibliográfico	(5.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.1.2	Reserva técnica externa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.3	Transporte de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.4	Conservação Preventiva	(15.510,00)	-	0,00%	-	(465,35)	-	(218,85)	(684,20)	4,41%	(684,20)	4,41%
6.1.5.1.5	Restauração	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.6	Higienização	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.7	Projeto de documentação	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.8	Centro de Referência/Pesquisa/Projeto de história oral	(5.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.1.9	Mobiliário e equipamentos para as áreas técnicas	-	-	-	-	(6.246,59)	-	-	(6.246,59)	-	(6.246,59)	-
6.1.5.1.10	Banco de dados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.11	Direitos autorais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2	Programa de Exposições e Programação Cultural	(4.827.898,92)	(569.100,19)	11,79%	(110.505,27)	(89.772,36)	(314.430,24)	(639.220,49)	(1.153.928,36)	23,90%	(1.723.028,55)	35,69%
6.1.5.2.1	Manutenção de exposição de longa duração	(1.104.900,60)	(272.937,75)	24,70%	(110.505,27)	(88.187,98)	(141.290,69)	(108.562,01)	(448.545,95)	40,60%	(721.483,70)	65,30%
6.1.5.2.2	Nova exposição de longa duração	(3.100.000,00)	(103.490,00)	3,34%	-	-	(169.563,60)	(469.686,00)	(639.249,60)	20,62%	(742.739,60)	23,96%
6.1.5.2.3	Exposições Temporárias	(244.995,00)	(164.555,25)	67,17%	-	-	-	(4.250,00)	(4.250,00)	1,73%	(168.805,25)	68,90%
6.1.5.2.4	Exposições Itinerantes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.5	Exposições Virtuais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.6	Programação Cultural	(378.003,32)	(28.117,19)	7,44%	-	(1.584,38)	(3.575,95)	(56.722,48)	(61.882,81)	16,37%	(90.000,00)	23,81%
6.1.5.2.7	(Evento específico do museu que tenha grande repercussão, deverá ser listado individualmente. Ex.: Prêmio Design, Festa do Imigrante, Semana do Portinari, etc.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.8	Cursos e Oficinas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.3	Programa Educativo	(553.600,00)	(233.023,25)	42,09%	(6.019,35)	(14.406,10)	(98.851,00)	(3.960,00)	(123.236,45)	22,26%	(356.259,70)	64,35%

6.1.5.3.1	Programas/Projetos Educativos	(188.600,00)	(14.883,44)	7,89%	(6.019,35)	(14.212,51)	(84.465,00)	(3.960,00)	(108.656,86)	57,61%	(123.540,30)	65,50%
6.1.5.3.2	Ações extramuros	(20.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.3.3	Educativo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.3.4	Materiais e recursos educativos	(20.000,00)	(3.600,00)	18,00%	-	-	-	-	-	0,00%	(3.600,00)	18,00%
6.1.5.3.5	Aquisição de equipamentos e materiais	(300.000,00)	(214.539,81)	71,51%	-	(193,59)	(14.386,00)	-	(14.579,59)	4,86%	(229.119,40)	76,37%
6.1.5.3.6	Conteúdo digital e engajamento virtual	(25.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.4	Programa de Integração ao SISEM-SP	(20.000,00)	(1.050,00)	5,25%	-	-	-	(181,20)	(181,20)	0,91%	(1.231,20)	6,16%
6.1.5.4.1	Ações de formação (oficinas, palestras, estágios, etc.)	(5.000,00)	-	0,00%	-	-	-	(181,20)	(181,20)	3,62%	(181,20)	3,62%
6.1.5.4.2	Ações de comunicação (publicações temáticas, exposições em museus fora da capital, etc.)	(10.000,00)	(1.050,00)	10,50%	-	-	-	-	-	0,00%	(1.050,00)	10,50%
6.1.5.4.3	Ações de articulação (redes temáticas de museus)	(5.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.4.4	Ações de fomento (chamadas públicas para exposições com curadoria compartilhada interinstitucional)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.5	Programa de Gestão Museológica	(6.035.000,00)	-	0,00%	-	-	(10.000,00)	(552.904,00)	(562.904,00)	9,33%	(562.904,00)	9,33%
6.1.5.5.1	Plano Museológico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.5.2	Planejamento Estratégico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.5.3	Pesquisa de público	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.5.4	Acessibilidade	(35.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.5.5	Sustentabilidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.5.6	Gestão tecnológica	(6.000.000,00)	-	0,00%	-	-	(10.000,00)	(552.904,00)	(562.904,00)	9,38%	(562.904,00)	9,38%
6.1.5.5.7	Compliance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.6	Comunicação e Imprensa	(210.325,00)	(25.661,69)	12,20%	(2.468,00)	(2.468,00)	(2.682,52)	(18.763,00)	(26.381,52)	12,54%	(52.043,21)	24,74%
6.1.6.1	Plano de Comunicação e Site	(50.000,00)	(9.872,00)	19,74%	(2.468,00)	(2.468,00)	(2.468,00)	(2.468,00)	(9.872,00)	19,74%	(19.744,00)	39,49%
6.1.6.2	Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	(100.325,00)	(9.019,69)	8,99%	-	-	(214,52)	(16.295,00)	(16.509,52)	16,46%	(25.529,21)	25,45%
6.1.6.3	Publicações	(30.000,00)	(6.770,00)	22,57%	-	-	-	-	-	0,00%	(6.770,00)	22,57%
6.1.6.4	Assessoria de imprensa e Publicidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.6.5	Outros (especificar)	(30.000,00)	-	0,00%	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%

6.2	Depreciação/Amortização/Baixa do Imobilizado	(3.306.000,00)	(1.053.228,21)	31,86%	(377.632,25)	(438.523,71)	(703.622,03)	(306.127,95)	(1.825.905,94)	55,23%	(2.879.134,15)	87,09%
6.2.1	Depreciação	(2.000.000,00)	(527.090,02)	26,35%	(133.178,86)	(116.809,57)	(116.125,19)	(129.160,40)	(495.274,02)	24,76%	(1.022.364,04)	51,12%
6.2.2	Amortização	(6.000,00)	(1.241,49)	20,69%	(212,89)	(206,02)	(205,66)	(376,37)	(1.000,94)	16,68%	(2.242,43)	37,37%
6.2.3	Baixa de ativo imobilizado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.2.4	Outros (especificar)	(1.300.000,00)	(524.896,70)	40,38%	(244.240,50)	(321.508,12)	(587.291,18)	(176.591,18)	(1.329.630,98)	102,28%	(1.854.527,68)	142,66%
6.2.4.1	Voluntários/Serviços Gratuitos	(1.300.000,00)	(524.896,70)	40,38%	(244.240,50)	(321.508,12)	(587.291,18)	(176.591,18)	(1.329.630,98)	102,28%	(1.854.527,68)	142,66%
7	Superávit/Déficit do exercício	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	INVESTIMENTOS/IMOBILIZADO	-	1.152.400,25	-	41.190,00	55.465,59	223.248,78	1.094.683,88	1.414.588,25	-	2.566.988,50	-
8	Investimentos com recursos vinculados aos contratos de gestão	-	1.150.450,25	-	41.190,00	55.465,59	223.248,78	1.094.683,88	1.414.588,25	-	2.565.038,50	-
8.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.2	Móveis e utensílios	-	5.147,05	-	-	1.400,00	-	13.153,23	14.553,23	-	19.700,28	-
8.3	Máquinas e equipamentos	-	232.226,85	-	-	30.305,59	14.879,90	597.984,65	643.170,14	-	875.396,99	-
8.4	Software	-	-	-	-	-	-	13.860,00	13.860,00	-	13.860,00	-
8.5	Benfeitorias	-	912.691,35	-	41.190,00	23.760,00	208.368,88	469.686,00	743.004,88	-	1.655.696,23	-
8.6	Aquisição de acervo	-	385,00	-	-	-	-	-	-	-	385,00	-
9	Recursos públicos específicos para investimento no contrato de gestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.2	Móveis e utensílios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.3	Máquinas e equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9.6	Aquisição de acervo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Investimentos com recursos incentivados	-	1.950,00	-	-	-	-	-	-	-	1.950,00	-
10.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

10.2	Móveis e utensílios	-	950,00	-	-	-	-	-	-	-	950,00	-
10.3	Máquinas e equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.6	Aquisição de acervo	-	1.000,00	-	-	-	-	-	-	-	1.000,00	-

IV - PROJETOS A EXECUTAR

	IV - PROJETOS A EXECUTAR, SALDOS DE RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO E SALDOS BANCÁRIOS	Orçamento 2022	Realizado 1º quadrimestre	% Realizado 1º quadrimestre	Mai	Junho	Julho	Agosto	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado do 2022
11	Projetos a Executar (Contábil)	-	18.421.545,47	-	18.205.051,72	17.791.851,17	17.781.336,35	16.367.313,17	16.367.313,17	-	-	-
11.1	Saldo dos exercícios anteriores	-	18.533.787,62	-	18.421.545,47	18.205.051,72	17.791.851,17	17.781.336,35	17.781.336,35	-	-	-
11.2	Recursos líquidos para o contrato de gestão	-	658.137,53	-	658.137,00	658.137,00	658.137,00	658.137,00	658.137,00	-	-	-
11.3	Receitas apropriadas	-	372.169,55	-	515.197,79	625.121,52	1.202.505,41	(638.363,16)	(638.363,16)	-	-	-
11.4	Receitas financeiras dos recursos de reservas e contingência	-	151.829,54	-	194.325,26	188.059,47	192.024,98	219.100,70	219.100,70	-	-	-
11.5	Investimentos com recursos vinculados ao CG	-	(1.294.378,77)	-	(1.584.153,80)	(1.884.518,54)	(2.063.182,21)	(1.652.897,72)	(1.652.897,72)	-	-	-
11.6	Restituição de recursos a SEC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11.7	Outros (Exposição de Longa Duração e Infraestrutura Tecnológica)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	Recursos Incentivados - saldo a ser executado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.1	Recursos captados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.2	Receita apropriada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.3	Despesa realizada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Outras informações: saldos bancários	-	19.530.519,36	-	19.315.384,97	19.179.529,42	19.306.006,73	18.937.817,07	18.937.817,07	-	-	-
13.1	Conta de Repasses do Contrato de Gestão	-	9.122.365,55	-	9.641.709,00	9.147.813,65	8.633.697,42	7.853.184,72	7.853.184,72	-	-	-
13.2	Conta de Captação Operacional	-	7.641.153,28	-	7.820.863,81	8.153.325,21	8.768.013,31	9.151.510,98	9.151.510,98	-	-	-

13.3	Conta de Projetos Incentivados	-	930.027,34	-	1.530,43	1.544,83	1.559,87	1.577,07	1.577,07	-	-	-
13.4	Conta de Recurso de Reserva	-	660.243,08	-	662.247,21	668.883,98	675.644,49	683.453,48	683.453,48	-	-	-
13.5	Conta de Recurso de Contingência	-	1.176.730,11	-	1.189.034,52	1.207.961,75	1.227.091,64	1.248.090,82	1.248.090,82	-	-	-
13.6	Demais Saldos (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

REALIZAÇÃO ORÇAMENTÁRIA DO 2º QUADRIMESTRE DE 2022

Contrato de Gestão nº 02/2017 – MUSEU CATAVENTO

Apresentamos abaixo um breve relato quanto à execução orçamentária do 2º quadrimestre de 2022 quanto aos custos vinculados ao contrato de gestão nº 02/2017 do Museu Catavento.

Em novembro de 2022 encerra-se o contrato de gestão e estamos trabalhando fortemente em grandes projetos pactuados junto a este plano de trabalho, tais como: finalização da modernização da Infraestrutura Tecnológica do Palácio das Indústrias, requalificação dos módulos expositivos de longa duração, finalização do Projeto Luminotécnico, implantação da loja, entre outras atividades.

REPASSES, RECEITAS E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO

Abaixo demonstramos a composição dos Fundos de Contingência realizados no 2º quadrimestre de 2022 dando cumprimento a cláusula sétima do contrato de gestão:

I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão	26.829.601,71	2.602.800,20	9,70%	23.593.444,39	87,94%
Repasse Contrato de Gestão	8.275.309,00	2.632.548,00	31,81%	5.642.761,00	68,19%
Movimentação de Recursos Reservados	545.846,13	(29.747,80)	-5,45%	(63.763,19)	-11,68%
Constituição Recursos de Reserva	-	-	-	-	-
Reversão de Recursos de Reservas	639.357,12	-	0,00%	-	0,00%
Constituição Recursos de Contingência	(93.510,99)	(29.747,80)	31,81%	(63.763,19)	68,19%
Reversão de Recursos de Contingências	-	-	-	-	-
Outras Receitas	18.008.446,58	-	0,00%	18.014.446,58	100,03%
Saldo anterior para utilização no exercício	16.356.451,47	-	0,00%	16.362.451,47	100,04%
Outros saldos	1.651.995,11	-	0,00%	1.651.995,11	100,00%
Recursos de Captação	2.241.296,35	1.303.434,77	58,16%	2.270.142,44	101,29%
Recursos de Captação voltados a Custeio	2.241.296,35	1.303.434,77	58,16%	2.270.142,44	101,29%
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço,	1.241.296,35	1.303.434,77	105,01%	2.170.142,44	174,83%

loja, café, doações, estacionamento, etc)					
Captação de Recursos Incentivados	1.000.000,00	-	0,00%	100.000,00	10,00%

RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho	33.246.898,06	8.599.340,52	25,87%	14.981.543,09	45,06%
Receita de Repasse Apropriada	28.905.601,71	5.144.184,52	17,80%	9.466.016,82	32,75%
Receita de Captação Apropriada	3.541.296,35	2.661.567,52	75,16%	4.103.427,01	115,87%
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc.)	1.241.296,35	1.293.065,80	104,17%	2.164.559,92	174,38%
Captação de Recursos Incentivados	1.000.000,00	-	0,00%	-	0,00%
Trabalho Voluntário	800.000,00	1.038.570,98	129,82%	1.563.467,68	195,43%
Parcerias	500.000,00	329.930,74	65,99%	375.399,41	75,08%
Total das Receitas Financeiras	800.000,00	793.588,48	99,20%	1.412.099,26	176,51%
Receitas Financeiras	800.000,00	793.510,41	99,19%	1.411.416,93	176,43%
Outras Receitas	-	78,07	-	682,33	-

Tivemos um crescimento bastante significativo na captação operacional do 2º quadrimestre, sendo que os principais fatores para esse aumento foram: retomada de 100% da nossa capacidade de atendimento ao público, principalmente no mês de julho que é o período de férias escolares com um recorde de público de mais de 120.000 mil visitantes.

A OS Catavento permanece também focada no trabalho e desenvolvimento de parceiros por meio do mecanismo de incentivo a Projetos Culturais do Programa Nacional de Apoio a Cultura (PRONAC), que desde 2018, vem contribuindo de forma expressiva na manutenção anual das atividades do Museu Catavento.

Todo esse trabalho que vem sendo desenvolvido com grande sucesso, o que nos resultou em captações expressivas e novas parcerias, conforme resultados obtidos e demonstrados no quadro abaixo:

Ano	Total Captado através do PRONAC
2018	R\$ 580.000,00
2019	R\$ 2.200.000,00
2020	R\$ 1.886.725,00
2021/2022	R\$ 3.687.867,13

Para o exercício de 2022, ainda temos um saldo a captar de R\$ 1 milhão, na qual estamos trabalhando fortemente nas negociações com nossos parceiros, como a IBM Research Brasil que já tem um aporte programado para setembro. Os recursos recebidos para execução em 2022, foram utilizados para manutenção e consequentemente otimização dos recursos advindos do repasse do CG para as seguintes rubricas:

Item	Incentivo Fiscal Federal	Total de Despesas Utilizadas em 2022
Advogado	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 4.410,00
Aquisição de Acervo	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 385,00
Aquisição e Equipamentos de Luz (torres, mesas, racks, cabos, refletores, etc.)	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 1.549,00
Contador	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 8.410,80
Coordenação dos Monitores	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 11.550,42
Custo Administração (Max 15%)	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 173.373,41
Custo Divulgação (Max 20%)	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 19.175,81
Elevador - manutenção	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 1.985,81
Energia Elétrica	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 170.638,63
Equipamentos de Proteção Individual - EPI	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 425,40
Intérprete de Libras	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 7.960,00
Manutenção de Informática	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 13.477,59
Manutenção e Materiais Hidráulicos	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 0,00
Manutenção Predial	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 93.345,00
Monitores	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 495.472,01
Museologia	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 18.268,00
Segurança	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 68.116,10
Seguros (pessoas, obras e equipamentos - especificar)	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 3.634,15
Serviço de Limpeza	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 584.025,40
Transporte Local / Locação de Automóvel / Combustível	Incentivo Fiscal Federal	R\$ 5.989,76
TOTAL		1.682.192,29

No 2º quadrimestre tivemos um acréscimo relevante na rubrica de trabalho voluntário devido principalmente a gratuidade da nossa bilheteria, conforme política de gratuidade, no montante de R\$ 901.290,00, que se deve principalmente ao fato do período de férias escolares, onde tivemos um recorde de público, conforme já mencionado anteriormente.

Nossas parcerias também superaram as expectativas para o quadrimestre analisado, devido principalmente aos eventos descritos a seguir:

- ➔ **Espetáculo:** Floresta Viva – **Parceira:** Buzum Produções Artísticas e Comércio LTDA-ME, no montante de R\$ 130 mil; e
- ➔ **Oficina:** Horta e Bolha de Sabão do José Comilão – **Parceira:** Totoy Corp. LTDA., no montante de R\$ 153 mil.

As receitas financeiras estão acima do previsto devido principalmente a alta da taxa Selic, que se manteve em torno de 9,15% a.a., chegando ao patamar de 13,15% a.a. Além disso, vale destacar que até a finalização dos projetos expositivos de longa duração e a modernização da infraestrutura de TI e projeto luminotécnico, esses montantes permanecem nas aplicações da OS Catavento, elevando os nossos rendimentos.

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO

1) Recursos Humanos

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	(9.517.424,97)	(3.085.242,32)	32,42%	(5.476.824,45)	57,55%
Diretoria	(277.592,66)	(74.006,40)	26,66%	(114.990,30)	41,42%
Área Meio	(138.796,33)	(30.660,00)	22,09%	(30.660,00)	22,09%
Área Fim	(138.796,33)	(43.346,40)	31,23%	(84.330,30)	60,76%
Demais Funcionários	(6.991.893,44)	(2.357.341,33)	33,72%	(4.117.412,12)	58,89%
Área Meio	(1.748.116,35)	(387.706,96)	22,18%	(671.147,18)	38,39%
Área Fim	(5.243.777,09)	(1.969.634,37)	37,56%	(3.446.264,94)	65,72%
Estagiários	(2.247.938,87)	(653.894,59)	29,09%	(1.244.422,03)	55,36%
Área Meio	(13.991,70)	(929,30)	6,64%	(2.507,73)	17,92%
Área Fim	(2.233.947,17)	(652.965,29)	29,23%	(1.241.914,30)	55,59%

As despesas com Recursos Humanos, de forma geral, foram realizadas dentro do projetado para o 2º quadrimestre, entretanto algumas despesas excederam o previsto devido ao aumento do salário base dos funcionários em virtude do dissídio de 10,8% publicado em acordo coletivo – SENALBA e SINDELIVRE pago de forma retroativa no mês de junho, considerando os meses de janeiro a março de 2022.

Temos como exceção a despesa com Diretoria Área Meio, pois a partir de junho tivemos o retorno da nossa Diretora Financeira Gisele Silva e a despesa com Estagiário Área Meio, devido ao fato de os estagiários terem se destacado com um excelente trabalho e foi possível contratá-los em regime CLT.

2) Prestadores de Serviços

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	(2.752.980,50)	(794.255,98)	28,85%	(1.453.220,39)	52,79%
Limpeza	(737.052,62)	(245.373,08)	33,29%	(433.317,16)	58,79%
Vigilância / portaria / segurança	(733.564,13)	(283.100,76)	38,59%	(513.541,04)	70,01%
Jurídica	(23.510,98)	(5.880,00)	25,01%	(11.760,00)	50,02%
Informática	(149.184,16)	(25.405,91)	17,03%	(41.886,06)	28,08%
Administrativa / RH	(242.332,67)	(66.353,06)	27,38%	(142.523,54)	58,81%
Contábil	(57.003,00)	(16.821,60)	29,51%	(33.643,20)	59,02%
Auditoria	(27.932,94)	(17.142,85)	61,37%	(19.358,60)	69,30%
Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	(782.400,00)	(134.178,72)	17,15%	(257.190,79)	32,87%

As despesas com Prestadores de Serviços tiveram suas realizações dentro do esperado na maioria das suas rubricas para o 2º quadrimestre, com exceção da rubrica de vigilância / portaria / segurança que apresentou uma variação elevada devido a contratação de mais um posto de vigilante visando a proteção das instalações e segurança de funcionários e visitantes do Museu Catavento, e a rubrica de auditoria, que iniciaram nesse quadrimestre os trabalhos de auditoria da Demonstração Financeira para o exercício de 2022. No entanto, tais despesas estão dentro do previsto anual.

A rubrica de outras despesas foram um pouco abaixo do previsto, devido ao fato desse quadrimestre não ter sido contabilizada a comissão para a empresa prestadora de serviço de captação sobre a parceria direta com a Braskem, pois o aporte ocorreu somente no início de setembro.

3) Custos Administrativos, Institucionais e Governança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Custos Administrativos, Institucionais e Governança	(2.161.621,18)	(809.322,95)	37,44%	(1.317.764,76)	60,96%
Locação de imóveis	-	-	-	-	-
Utilidades públicas	(1.175.061,92)	(307.312,09)	26,15%	(606.733,28)	51,63%
Água	(460.567,11)	(126.845,86)	27,54%	(219.944,72)	47,76%

Energia Elétrica	(542.000,08)	(135.022,74)	24,91%	(305.661,37)	56,40%
Gás	-	-	-	-	-
Internet	(86.737,75)	(11.437,80)	13,19%	(22.875,60)	26,37%
Telefonia	(85.756,98)	(34.005,69)	39,65%	(58.251,59)	67,93%
Uniformes e EPIs	(23.000,00)	(22.623,88)	98,36%	(30.286,77)	131,68%
Viagens e Estadias	(11.500,00)	(2.664,78)	23,17%	(2.834,18)	24,65%
Material de consumo, escritório e limpeza	(324.270,07)	(89.931,57)	27,73%	(155.756,35)	48,03%
Despesas tributárias e financeiras	(171.724,33)	(245.270,43)	142,83%	(299.487,28)	174,40%
Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	(126.978,22)	(23.998,82)	18,90%	(48.117,45)	37,89%
Treinamento de Funcionários	(25.000,00)	(10.986,56)	43,95%	(15.983,44)	63,93%
Prevenção Covid-19	(30.756,06)	(5.586,98)	18,17%	(15.501,40)	50,40%
Outras Despesas	(273.330,58)	(100.947,84)	36,93%	(143.064,61)	52,34%
Locação de Veículos	(88.330,58)	(4.128,15)	4,67%	(10.480,06)	11,86%
Investimentos	(115.000,00)	(95.526,48)	83,07%	(130.023,68)	113,06%
Provisões Judiciais	(70.000,00)	(1.293,21)	1,85%	(2.560,87)	3,66%

A realização orçamentária para os Custos Administrativos está dentro do previsto para o 2º quadrimestre, com exceção das rubricas mencionadas a seguir:

- Telefonia: alta demanda de ligações realizadas pelo setor de visitação, para o agendamento grupos de visitantes no Museu Catavento;
- Uniformes e EPIs: refere-se principalmente à reposição dos uniformes do setor de manutenção do Museu Catavento no valor de R\$ 11.062,50;
- Despesas Tributárias e Financeiras: o aumento nas despesas tributárias está diretamente relacionado ao crescimento das receitas financeiras, conforme justificado acima;
- Treinamento de funcionários: referem-se à realização de curso de Excel para os funcionários do setor administrativo e realização de treinamento de liderança para os gestores;
- Investimentos: referem-se principalmente a aquisição de ventiladores no valor de R\$ 10.001,79, aquisição de access point visando a melhoria da conexão de rede sem fio no valor de R\$ 18.900,00, aquisição de sistema de videoconferência visando melhorar a qualidade das reuniões virtuais no valor de R\$ 19.800,00, entre outros;
- Provisões Judiciais: a despesa foi abaixo do previsto, pois a rubrica engloba as estimativas de desembolso de processos judiciais cuja probabilidade de perda seja provável, dessa forma, não temos como prever exatamente o valor da despesa.

4) Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	(3.836.537,49)	(211.051,01)	5,50%	(1.152.201,89)	30,03%
Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	(631.780,05)	(144.353,99)	22,85%	(269.345,57)	42,63%
Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	(49.387,44)	(29.033,03)	58,79%	(41.063,69)	83,15%
Equipamentos / Implementos	(11.500,00)	-	0,00%	(19.110,00)	166,17%
Seguros (predial, incêndio, etc.)	(69.000,00)	(15.347,99)	22,24%	(30.321,68)	43,94%
Alvará de funcionamento de local de reunião	(113.800,00)	(5.750,00)	5,05%	(5.750,00)	5,05%
Outras Despesas (Investimentos)	(2.961.070,00)	(16.566,00)	0,56%	(786.610,95)	26,57%

A rubrica de Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB apresentou variação superior, devido a necessidade da manutenção corretiva completa do sistema de detecção e alarme contra incêndio, no montante de R\$ 18.900,00. No entanto, a despesa total está dentro do previsto anual.

A despesa do Alvará de Funcionamento está abaixo do previsto, pois não foi possível a renovação no quadrimestre, o processo para renovação foi autuado em 21/06/2022 através do protocolo 6068.2022/0005703-7, cabe ressaltar que conseguimos a isenção da taxa de emolumentos que foi deferida em 08/08/2022, no montante de R\$ 22.141,29 e no momento aguardamos a liberação da licença pela Prefeitura Municipal de São Paulo, para darmos andamento ao processo.

As despesas referentes aos Investimentos estão abaixo do previsto no período analisado, pois as principais execuções ocorrerão no próximo quadrimestre, citamos como exemplo: Projeto Luminotécnico, Limpeza da Fachada, entre outros.

5) Programas de Trabalho Área Fim

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Programas de Trabalho da Área Fim	(11.462.008,92)	(1.847.180,80)	16,12%	(2.650.354,24)	23,12%
Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	(25.510,00)	(6.930,79)	27,17%	(6.930,79)	27,17%
Programa de Exposições e Programação Cultural	(4.827.898,92)	(1.153.928,36)	23,90%	(1.723.028,55)	35,69%
Programa Educativo	(553.600,00)	(123.236,45)	22,26%	(356.259,70)	64,35%

Programa de Integração ao SISEM-SP	(20.000,00)	(181,20)	0,91%	(1.231,20)	6,16%
Programa de Gestão Museológica	(6.035.000,00)	(562.904,00)	9,33%	(562.904,00)	9,33%

A realização orçamentária para os Programas de Trabalho da Área Fim permanece abaixo do esperado para o 2º quadrimestre, conforme explicado a seguir:

- Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa: para o próximo quadrimestre teremos a renovação do seguro dos acervos;
- Programa de Exposições e Programação Cultural: a realização está abaixo do previsto principalmente devido as novas exposições de longa duração e as requalificações que ocorrerão no próximo quadrimestre;
- Programa de Integração ao SISEM-SP: no próximo quadrimestre prevemos realizar as seguintes ações: trazer exposições de Sorocaba, levar exposição itinerante a Bastos, encontro da RTMCT (rede temática), entre outros; e
- Programa de Gestão Museológica: refere-se principalmente a modernização da Infraestrutura de TI no Palácio das Indústrias. Nesse quadrimestre executamos 9% do previsto, no entanto, estamos com um edital em execução e outro em fase de encerramento, sendo o término do projeto também no próximo quadrimestre.

6) Comunicação e Imprensa

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2022	Realizado 2º quadrimestre	% Realizado 2º quadrimestre	Realizado acumulado anual	% Realizado 2022
Comunicação e Imprensa	(210.325,00)	(26.381,52)	12,54%	(52.043,21)	24,74%
Plano de Comunicação e Site	(50.000,00)	(9.872,00)	19,74%	(19.744,00)	39,49%
Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	(100.325,00)	(16.509,52)	16,46%	(25.529,21)	25,45%
Publicações	(30.000,00)	-	0,00%	(6.770,00)	22,57%
Outros (especificar)	(30.000,00)	-	0,00%	-	0,00%

O grupo de despesas com comunicação foi realizada abaixo do previsto, pois alguns gastos somente se realizarão no próximo quadrimestre, conforme explicado a seguir:

- Projetos gráficos e materiais de comunicação: com as novas instalações que serão abertas no próximo quadrimestre serão gastos mais materiais, folders; e
- Publicações: no próximo quadrimestre está previsto a publicação do novo Regulamento de Compras e o Manual de Recursos Humanos.

CONCLUSÃO

A Organização Social Catavento Cultural e Educacional tem como compromisso a busca para a realização integral com excelência de todas as ações e metas constantes no Plano de Trabalho pertencente ao Contrato de Gestão 02/2017, especialmente, com foco no atendimento e conteúdos disponibilizados ao público frequentador do Museu Catavento, o que reforça a nossa gestão e expertise ao longo desses anos à frente do museu.

As ações que não foram integralmente cumpridas neste quadrimestre encontram-se devidamente justificadas no decorrer do relatório de atividades, e o detalhamento de todas as atividades vinculadas aos programas estão apresentados nos anexos técnicos que compõem este relatório.

A realização orçamentária de 25,87%, abaixo do esperado para o 2º quadrimestre do ano, justifica-se basicamente pelos gastos dos projetos que estão em andamento, como as atualizações/novas das exposições, a conclusão do projeto luminotécnico e o projeto de infraestrutura Tecnológica, que terão os gastos intensificados no 3º quadrimestre. Reiteramos que a OS está trabalhando fortemente para o cumprimento dos projetos citados.

São Paulo, 13 de setembro de 2022.



Sebastião Alberto de Lima
Diretor Executivo



Gisele Regina Silva
Diretora Financeira