



**RELATÓRIO DO 1º TRIMESTRE DE 2016**  
**DA CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL**  
**ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**  
**UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**  
**CONTRATO DE GESTÃO Nº 07 / 2012**  
**MUSEU CATAVENTO**

## ÍNDICE

APRESENTAÇÃO.....	03
QUADROS DE METAS .....	05
<b>METAS DE GESTÃO TÉCNICA</b>	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA .....	05
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL .....	06
PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS .....	08
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP .....	09
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA .....	10
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO.....	11
METAS CONDICIONADAS A CAPTAÇÃO .....	12
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO .....	13
ÍNDICE DE ANEXOS (METAS, ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS) .....	15

## RELATÓRIO DE ATIVIDADES DO 1º TRIMESTRE DE 2016

### APRESENTAÇÃO

O Catavento – Espaço Cultural da Ciência é um equipamento cultural da Secretaria de Estado da Cultura, aberto em 2009 e criado para oferecer a crianças e jovens estudantes em especial, e ao público em geral, um espaço interativo de Cultura, Ciência e Tecnologia. Ligado à Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria de Cultura, está localizado no Palácio das Indústrias, edifício centenário e tombado pelos órgãos de preservação, fincado no coração do Parque Dom Pedro II, no Centro da Capital de São Paulo.

O Catavento Cultural e Educacional é a Organização Social de Cultura contratada para gerir este espaço, por meio do Contrato de Gestão nº 07/2012, vigente de 01 de janeiro de 2013 a 30 de novembro de 2017 e pelo qual a Organização receberá, em 2016, um repasse de R\$ 10,6 milhões destinados às ações de manutenção, segurança e conservação predial, conservação do acervo, comunicação institucional, exposições e programação cultural, além de remunerar as equipes de atendimento ao público em geral e administrativa.

### PRINCIPAIS DESAFIOS

Em 2016, o principal desafio enfrentado pela organização social na operação do Museu, como nos anos anteriores e fortemente influenciado pelo cenário macroeconômico, é a diminuição dos recursos disponíveis, que desde sua inauguração provinham de duas principais fontes: repasses do Contrato de Gestão celebrado com a Secretaria Estadual de Cultura, e recursos oriundos de convênios renovados sucessivamente com a Secretaria Estadual de Educação – que em 2014 reduziu o valor do convênio, que até então subsidiava a remuneração das equipes de atendimento ao público, além de toda a atualização do conteúdo expositivo e novas instalações. Em 2015, a Secretaria de Educação informou que não tinha mais interesse em celebrar novo convênio, e os repasses anuais do Contrato de Gestão foram então repactuados com a Secretaria de Cultura para não prejudicar a operação de um dos Museus mais visitados do Estado. Por parte da OS, diversas medidas de economia foram implementadas já em 2014, visando minimizar o impacto desta redução de recursos – como por exemplo a redução do quadro de funcionários diretamente dedicados ao público agendado, que hoje é de 100 monitores, além de outras posições administrativas que foram eliminadas e cujas tarefas foram redistribuídas ao quadro restante.

Estas medidas, além de outras ações empreendidas pela administração da Catavento Cultural e Educacional visando a melhor utilização do recurso público, aliados ao resultado da venda de ingressos com recorde de público em 2015, resultaram em um saldo em 31/dez/2015 da ordem de R\$ 3,6 milhões que, somados ao repasse de R\$ 10,6 milhões em 2016 e de R\$ 11,3 em 2017, possibilitarão a operação do Museu até o final do contrato de gestão, mantidas as ações de contenção de despesas e os valores contratualizados.

A Organização Social mantém-se atenta às oportunidades de captação de recursos adicionais, por meio de projetos incentivados e parcerias com empresas privadas, que viabilizem o incremento da exposição permanente, com novas instalações e ações de programação cultural, sem custos adicionais ao Contrato de Gestão, contando para tal com a atuação de uma profissional focada exclusivamente neste assunto a partir de abril de 2016, com apoio de todas as demais equipes da OS.

## DESTAQUES DO TRIMESTRE

Devido às constantes necessidades de conservação do prédio centenário e principalmente de atualização do conteúdo expositivo, a Organização Social segue firme no desenvolvimento de parcerias para realizar exposições temporárias e ações de programação cultural, que não onerem o Contrato de Gestão. Assim, consideramos como principais destaques a programação das férias de janeiro e do aniversário do Catavento em março, conforme segue:



(foto à esquerda).

- **Janeiro:** oficinas de construção de mini-terrários patrocinadas pela **Bayer**; experiências com óculos 3D patrocinadas pela **Google**; ação **Verão Nick** pela Viacom/CKZ; sequência do Workshop das Tecnologias Exponenciais apresentado pela **FIA**; exibição do filme em 3D “Caminhando com Dinossauros” em parceria com a **BBC**



- **Março: Química em Show** - como parte dos eventos comemorativos pelo 7º aniversário do Catavento, foram realizadas diversas sessões no auditório sempre lotado, com demonstrações das reações entre os elementos químicos pelos próprios monitores (foto à direita).

## FID - FUNDO DE DEFESA DOS INTERESSES DIFUSOS

Com relação ao convênio celebrado com a Secretaria de Justiça e Cidadania, celebrado em outubro de 2011, seguimos aguardando desde 2015 a aprovação da prorrogação do prazo de vencimento, que se daria em setembro deste ano. Esta prorrogação é essencial para darmos seguimento às obras de restauro dos elementos arquitetônicos e do telhado, que ainda necessitam de avaliação técnica pela Secretaria de Justiça.

Detalhamos a seguir as ações realizadas para cada programa que compõe o Plano de Trabalho 2016 do Catavento, parte integrante do Contrato de Gestão nº 07/2012, dando notícia do cumprimento das metas tanto trimestrais quanto anuais, e dentro do previsto na proposta orçamentária.

**QUADROS DE METAS**  
**CATAVENTO - ESPAÇO CULTURAL DA CIÊNCIA**

**PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
1	Submeter projeto de pesquisa sobre o acervo (FAPESP, CNPq, FINEP e afins)	Projeto submetido	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
2	Realizar pesquisa sobre os objetos do acervo do IPEM	1 artigo publicado	ICM %	100%	0%
			1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
3	Participar de Workshops, oficinas, cursos, seminários, palestras etc. na área de conservação, documentação e pesquisa	Número de capacitações	<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
			1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

**Não há metas para este 1º Trimestre de 2016. Foi realizado o restauro da turbina Pelton, e também foram fixadas peças soltas em duas locomotivas a vapor e colhedeira de algodão.**



1º Turbina Penton

## PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
4	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras de terceiros	Nº de exposições temporárias temáticas realizadas	1º Trim	-	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	50%
5	Realizar oficinas, palestras e workshops para o público	Nº de oficinas e workshops realizados	1º Trim	1	1
			2º Trim	1	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	25%
6	Receber público nas oficinas, palestras e workshops realizados	Nº mínimo de participantes nas oficinas e workshops	1º Trim	40	3000
			2º Trim	40	-
			3º Trim	40	-
			4º Trim	40	-
			<b>ANUAL</b>	<b>160</b>	<b>3000</b>
			ICM %	100%	1875%
7	Elaborar pesquisa de perfil de público e satisfação do público participante das oficinas, palestras e workshops	1 relatório por semestre	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
8	Realizar eventos: apresentações musicais / apresentações audiovisuais	Nº de eventos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
9	Realizar eventos periódicos: Aniversário do Catavento e Dia das Crianças	Nº de eventos realizados	1º Trim	1	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	50%
10	Realizar programas temáticos: . Aniversário da cidade . Semana de Museus . Virada Cultural . Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (MCT)	Programas temáticos	1º Trim	1	1
			2º Trim	2	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	25%
11	Realizar programas de férias em janeiro e julho Obs.: Programa Recreio nas férias – público isento; público espontâneo –de acordo com a política de ingressos.	Número de dias de programação de férias oferecidas	1º Trim	20	27
			2º Trim	-	-
			3º Trim	20	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40</b>	<b>27</b>
			ICM %	100%	68%
12	Implantar recurso de acessibilidade expositiva: áudio-guias para deficientes visuais em português, inglês e espanhol	Recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas instalado em 4 seções do Museu	1º Trim	1	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
13	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC	1 relatório entregue por trimestre	1º Trim 2º Trim 3º Trim 4º Trim <b>ANUAL</b> ICM %	1 1 1 1 <b>4</b> 100%	1 - - - <b>1</b> 25%
14	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim 2º Trim 3º Trim 4º Trim <b>ANUAL</b> ICM %	>=80% >=80% >=80% >=80% <b>&gt;=80%</b> >=80%	> 80% - - - <b>0</b> 0%
15	Receber visitantes presencialmente no museu	Número de visitantes recebidos	1º Trim 2º Trim 3º Trim 4º Trim <b>ANUAL</b> ICM %	65.000 90.000 95.000 65.000 <b>315.000</b> 100%	140.434 - - - <b>140.434</b> 45%

Justificativas das ações com ICM abaixo de 100% ou acima de 120%:

Nº	JUSTIFICATIVA
4	Meta cumprida antecipadamente com a exposição temporária "Um Voo pela Embraer", que foi inaugurada em dezembro/2015 e fez parte das atividades de férias do Catavento, com público estimado em 10 mil visitantes em janeiro/2016.
6	A oficina de Construção de Mini-terrários, realizada em janeiro e desenvolvida pelo Setor Educativo do Catavento, trouxe grande visibilidade do Museu na mídia, gerando enorme procura pelo público, com a participação de 3.000 visitantes. Assim, superamos largamente a meta do trimestre, sem onerar o Contrato de Gestão, uma vez que os materiais utilizados nas oficinas foram totalmente custeados pela parceria com a Bayer.
11	Devido à grande visitação no mês de janeiro, e à abertura do museu excepcionalmente na segunda-feira dia 25, superamos a meta de dias de programação de férias, sem aumentos substanciais nos custos.
12	Tendo em vista nosso grande esforço e foco na economia de recursos, esta meta não será cumprida neste trimestre, conforme já informado à Unidade Gestora. Vale dizer que o trabalho desenvolvido pelo nosso "Núcleo Catavento Acessível" supre com grandes vantagens tal equipamento.
15	Meta grandemente superada, principalmente em virtude dos eventos realizados nas férias de janeiro, como o Verão Nick. Em março, foram realizadas programações específicas para o aniversário do museu em março, como o Laboratório de Química e as Oficinas de Mini-terrário, amplamente divulgados na mídia, atraindo assim um grande público.



Show de Química no auditório, sempre lotado



Grande movimentação na Bilheteria em janeiro

## PROGRAMA EDUCATIVO

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
16	Realizar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário).	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas guiadas	1º Trim.	9.000	13.565
			2º Trim.	30.000	-
			3º Trim.	28.000	-
			4º Trim.	32.000	-
			<b>ANUAL</b>	<b>99.000</b>	<b>13.565</b>
			ICM %	100%	14%
17	Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar a apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC	Número de relatórios entregues	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
18	Monitorar os índices de satisfação do público escolar de acordo com pesquisa Modelo SEC (apresentar o percentual atingido no relatório da pesquisa)	Índice de Satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-
			2º Trim	>=80%	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>&gt;=80%</b>	<b>0</b>
			ICM %	>=80%	0%
19	Realizar ações dentro dos Programas para públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas)	Nº total de pessoas atendidas nos programas	1º Trim	3.000	2.897
			2º Trim	3.000	-
			3º Trim	3.000	-
			4º Trim	3.000	-
			<b>ANUAL</b>	<b>12.000</b>	<b>2.897</b>
			ICM %	100%	24%
20	Realizar atividades para professores	Nº total de professores atendidos	1º Trim	-	-
			2º Trim	40	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	40	-
			<b>ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

Justificativas das ações com ICM abaixo de 100% ou acima de 120%:

Nº	JUSTIFICATIVA
16	Meta superada devido ao empenho e dedicação do setor de agendamento que, divulgando as atrações e novidades do museu para um mailing list, atraiu um número expressivo de escolas.
19	Tendo em vista a crise econômica atual, tivemos muitos cancelamentos desse público. As justificativas eram, em sua grande maioria, pelo fato da verba de que dispunham não suportar gastos com transporte e lanche.



Grupo de idosos no laboratório de química



Idosa participando do Wimshurst na seção do Engenho

## PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
21	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do interior e da RMSP, contemplando demonstrações com experimentos lúdico-científicos	Nº de exposições itinerantes realizadas, condicionado aos espaços disponíveis	1º Trim	-	1
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	50%
22	Realizar ações de articulação e apoio às Redes Temáticas e Polos Regionais (encontros com Museus de Ciências)	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
23	Realizar ações de capacitação nas instalações do Museu	Nº de oficinas realizadas, com no mínimo 20 participantes cada	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
24	Submeter apresentação de projeto desenvolvido ou iniciado pela OS no último ano para ser divulgada nos painéis digitais do Encontro Paulista de Museus de 2016	1 apresentação digital inscrita	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

Justificativas das ações com ICM abaixo de 100% ou acima de 120%:

21	Meta cumprida antecipadamente no 1º trimestre, com a exposição itinerante do Catavento "Paisagens Cósmicas" sendo levada em março para o Centro Cultural e Biblioteca Municipal da cidade de Auriflama, com público estimado em 400 visitantes - considerado um recorde para o local!
----	---



Paisagens Cósmicas - Auriflama - SP

## PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

Nº	Ação	Indicador de Resultados	PERÍODO	META	REALIZADO 2016
25	Divulgar as atividades do Museu, bem como as boas práticas corporativas ou publicar artigos tendo em vista o aumento da presença do museu na mídia	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	55	515
			2º Trim	55	-
			3º Trim	55	-
			4º Trim	55	-
			<b>ANUAL</b>	<b>220</b>	<b>515</b>
			ICM %	100%	234%
26	Manter contas e <i>fanpages</i> do Museu atualizadas nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instagram etc.)	Número de fãs e seguidores (absoluto)	1º Trim	3.200	24.268
			2º Trim	3.300	-
			3º Trim	3.400	-
			4º Trim	3.500	-
			<b>ANUAL</b>	<b>3.500</b>	<b>24.268</b>
			ICM %	100%	693%
27	Elaborar notícias sobre o tratamento técnico dos acervos no site ou nas redes sociais da instituição. Exemplo: término de restauros importantes, notícia de parcerias	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
28	Realizar campanhas de marketing e de publicidade institucional do museu em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC	Número de campanhas realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

Justificativas das ações com ICM abaixo de 100% ou acima de 120%:

Nº	JUSTIFICATIVA
25	A meta do 1º Trimestre de 2016 foi amplamente superada, graças ao importante trabalho desenvolvido junto à Coordenação de Comunicação e Imprensa da Secretaria da Cultura, que nos deu a oportunidade de trabalhar pautas com temas específicos do museu, com excelente resultado na mídia.
26	Meta grandemente superada, devido às atualizações constantes da página divulgando a programação do museu, principalmente no mês de janeiro, quando tivemos um grande número de novas atrações, atraindo mais seguidores.



**PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
29	Elaborar e apresentar Projeto de Patrocínio com empresa privada	2 projetos apresentados por ano (exemplo: montagem de exposição temporária ou permanente)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
30	Submeter e atualizar Plano Anual para captação de recursos via Leis de Incentivo	1 Plano submetido no 2º trimestre e atualizado anualmente	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
31	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços e contratos de café e estacionamento	8% do repasse do exercício no contrato de gestão	<b>ANUAL</b>	8%	4%
			<b>R\$ 10.652.479</b>	<b>R\$ 852.220</b>	<b>R\$ 386.972</b>
			ICM %	100%	45%
32	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Rouanet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações	2,5% do repasse do exercício no contrato de gestão	<b>ANUAL</b>	2,5%	0,5%
			<b>R\$ 10.652.479</b>	<b>R\$ 266.319</b>	<b>R\$ 52.000</b>
			ICM %	100%	20%

O grande afluxo de visitantes no mês de janeiro possibilitou o alto índice de cumprimento da meta 31. Maiores detalhes no relatório de Captação.



### METAS CONDICIONADAS À CAPTAÇÃO

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
33	Disponibilizar conteúdo atualizado digitalizado sobre o acervo museológico em exposição permanente	% do acervo disponibilizado para consulta no site (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	25%	-
			4º Trim	50%	-
			<b>ANUAL</b>	<b>50%</b>	<b>0%</b>
			ICM %	100%	0%
34	Operar a sala "Prevenindo Gravidez Juvenil"	Grupos agendados atendidos (condicionado a verba adicional de patrocinadores/apoiadores)	1º Trim	-	-
			2º Trim	20	-
			3º Trim	60	-
			4º Trim	40	-
			<b>ANUAL</b>	<b>120</b>	<b>0%</b>
			ICM %	100%	0%
35	Instalar recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas: Conteúdo em Q&R code em português, inglês e espanhol e para deficientes visuais	Recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas instalado nas 4 seções do Museu (Condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura ou de patrocinadores)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	2	-
			4º Trim	2	-
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>0%</b>
			ICM %	100%	0%
36	Realizar impermeabilização da caixa d'água com reforma de interligação hidráulica, obras de calçamento no estacionamento, restauro no revestimento da fachada e transferência da cafeteria para a Varanda	Projeto iniciado em 2016 e execução concluída em 2017 (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	25%	-
			<b>ANUAL</b>	<b>100</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%

Não há metas a serem executadas neste trimestre.

**Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado - Exercício 2016**  
**CATAVENTO - ESPAÇO CULTURAL DE CIÊNCIA - Contrato de Gestão <CG 07/2012>**  
**CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL - ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**

	RECEITAS	Orçamento Anual	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	Realizado 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 1º Trimestre	% Realizado 2016
1.	Repasso do Contrato de Gestão	10.652.479	-	2.000.000	652.479	2.652.479	2.652.479	25%	25%
2.	Captação de Recursos Financeiros Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, livraria etc.)	1.065.248	242.726	59.757	65.595	368.077	368.077	35%	35%
3.	Receitas financeiras	200.000	61.810	62.093	79.997	203.900	203.900	102%	102%
<b>TOTAL DE RECEITAS VINCULADAS AO CG</b>	<b>11.917.727</b>	<b>304.536</b>	<b>2.121.849</b>	<b>798.071</b>	<b>3.224.456</b>	<b>3.224.456</b>	<b>3.224.456</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>
	<b>DESPESAS vinculadas ao Contrato de Gestão</b>	<b>Despesas previstas</b>	<b>JANEIRO</b>	<b>FEVEREIRO</b>	<b>MARÇO</b>	<b>Realizado 1º trimestre</b>	<b>Realizado acumulado Anual</b>	<b>% Realizado 1º Trimestre</b>	<b>% Realizado 2016</b>
1	Gestão Operacional	8.385.000	553.991	582.403	606.799	1.743.192	1.743.192	21%	21%
1.1	Recursos Humanos	6.140.000	412.055	429.196	450.486	1.291.737	1.291.737	21%	21%
1.1.1	Salários, encargos e benefícios	6.140.000	412.055	429.196	450.486	1.291.737	1.291.737	21%	21%
1.1.1.1	Dirigentes	1.020.000	71.378	67.659	83.744	222.781	222.781	22%	22%
1.1.1.2	Área Meio	420.000	28.406	28.545	30.896	87.847	87.847	21%	21%
1.1.1.2	Área Fim	600.000	42.972	39.113	52.848	134.933	134.933	22%	22%
1.1.1.2	Demais Empregados	3.320.000	230.599	248.729	254.382	733.710	733.710	22%	22%
1.1.1.2	Área Meio	1.020.000	67.353	69.852	73.683	210.889	210.889	21%	21%
1.1.1.2	Área Fim	2.300.000	163.245	178.877	180.699	522.821	522.821	23%	23%
1.1.1.3	Estagiários	1.800.000	110.079	112.808	112.359	335.247	335.247	19%	19%
1.1.1.3	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1.3	Área Fim	1.800.000	110.079	112.808	112.359	335.247	335.247	19%	19%
1.2	Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas)	2.245.000	141.935	153.207	156.314	451.455	451.455	20%	20%
1.2.1	Limpeza	780.000	51.757	54.611	51.757	158.126	158.126	20%	20%
1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	600.000	36.109	36.109	42.464	114.681	114.681	19%	19%
1.2.3	Jurídica	35.000	2.100	2.100	2.100	6.300	6.300	18%	18%
1.2.4	Informática	10.000	235	235	235	706	706	7%	7%
1.2.5	Administrativa / RH	150.000	7.251	7.428	9.769	24.448	24.448	16%	16%
1.2.6	Contábil	35.000	2.600	2.600	2.600	7.800	7.800	22%	22%
1.2.7	Auditória	35.000	4.991	-	-	4.991	4.991	14%	14%
1.2.8	Demais [Prestadores PJ]	600.000	36.892	50.123	47.388	134.403	134.403	22%	22%
2	<b>Custos Administrativos</b>	<b>1.347.000</b>	<b>115.579</b>	<b>117.565</b>	<b>111.066</b>	<b>344.211</b>	<b>344.211</b>	<b>26%</b>	<b>26%</b>
2.1	Locação de Veículos	90.000	6.126	6.024	8.036	20.187	20.187	22%	22%
2.2	Utilidades públicas (água, luz, telefone, gás e etc...)	720.000	74.898	67.418	61.371	203.688	203.688	28%	28%
2.3	Uniformes e EPis	20.000	645	2.507	1.223	4.375	4.375	22%	22%
2.4	Viagens e Estadias	5.000	35	3	-	38	38	1%	1%
2.5	Material de consumo, escritório e limpeza	220.000	11.079	9.170	22.962	43.212	43.212	20%	20%
2.6	Despesas tributárias e financeiras	117.000	5.226	7.115	9.565	21.907	21.907	19%	19%
2.7	Despesas diversas (correio, xerox, motoboy e etc...)	175.000	12.707	12.682	5.613	31.001	31.001	18%	18%
2.8	Investimentos e provisões judiciais (vide relação anexa)	-	4.863	12.645	2.295	19.803	19.803	-	-
3	<b>Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança</b>	<b>660.000</b>	<b>28.328</b>	<b>23.219</b>	<b>14.078</b>	<b>65.625</b>	<b>65.625</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>
3.1	Conservação e manutenção da(s) edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc..)	550.000	23.748	20.690	8.723	53.161	53.161	10%	10%
3.2	Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	90.000	2.052	-	2.052	4.104	4.104	5%	5%
3.3	Equipamentos / Implementos	-	-	-	-	-	-	-	-
3.4	Seguros (predial, incêndio e etc...)	20.000	2.528	2.528	2.528	7.585	7.585	38%	38%
3.5	Outras despesas	-	-	-	-	-	-	-	-
3.6	Investimentos	-	-	-	775	775	775	-	-
4	<b>Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa</b>	<b>230.000</b>	<b>673</b>	<b>-</b>	<b>3.198</b>	<b>3.871</b>	<b>3.871</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
4.1	Aquisição de acervo	-	673	-	8	681	681	-	-
4.2	Armazenamento de acervo em reserva técnica externa	-	-	-	-	-	-	-	-
4.3	Transporte de acervo	-	-	-	-	-	-	-	-
4.4	Conservação e restauro	90.000	-	-	3.190	3.190	3.190	4%	4%
4.5	Outras Despesas	140.000	-	-	-	-	-	0%	0%
4.5.1	Higienização do acervo	60.000	-	-	-	-	-	0%	0%
4.5.2	Limpeza da tenda	80.000	-	-	-	-	-	0%	0%
4.6	Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-
5	<b>Programa de Exposições e Programação Cultural</b>	<b>220.000</b>	<b>6.829</b>	<b>22.400</b>	<b>-</b>	<b>29.229</b>	<b>29.229</b>	<b>13%</b>	<b>13%</b>
5.1	Exposições Temporárias	60.000	-	-	-	-	-	0%	0%
5.2	Programação Cultural	160.000	6.829	22.400	-	29.229	29.229	18%	18%
5.3	Elaboração de planos e projetos museológicos e museográficos	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4	Implantação de projeto museográfico	-	-	-	-	-	-	-	-
5.5	Outras despesas	-	-	-	-	-	-	-	-
5.6	Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-
6	<b>Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais</b>	<b>788.727</b>	<b>41.241</b>	<b>36.153</b>	<b>33.450</b>	<b>110.845</b>	<b>110.845</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>
6.1	Serviço educativo e projetos especiais	-	-	-	-	-	-	-	-
6.2	Outras despesas	663.727	41.241	36.153	33.450	110.845	110.845	17%	17%
6.2.1	Pesquisas de públicos e de qualidade	20.000	-	-	-	-	-	0%	0%
6.2.2	Capacitação dos profissionais	-	-	-	-	-	-	-	-
6.2.3	Manutenção do conteúdo expositivo/ Adequação	643.727	41.241	36.153	33.450	110.845	110.845	17%	17%
6.2.4	Nova instalações	-	-	-	-	-	-	-	-
6.3	Investimentos (acessibilidade expositiva)	125.000	-	-	-	-	-	0%	0%
7	<b>Programa de Ações de Apoio ao SISEM-SP</b>	<b>35.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
7.1	Exposições itinerantes e outras ações de apoio ao SISEM-SP	35.000	-	-	-	-	-	0%	0%
8	<b>Programa de Comunicação e Imprensa</b>	<b>152.000</b>	<b>884</b>	<b>11.984</b>	<b>4.849</b>	<b>17.716</b>	<b>17.716</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>
8.1	Plano de Comunicação e site	12.000	884	884	884	2.651	2.651	22%	22%
8.2	Projetos gráficos e materiais de comunicação	93.000	-	11.100	715	11.815	11.815	13%	13%
8.3	Assessoria de imprensa e custos de publicidade	47.000	-	-	3.250	3.250	3.250	7%	7%
9	<b>Fundos</b>	<b>100.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
9.1	Fundo de Reserva (5% dos repasses das 12 primeiros meses de vigência do contrato)	-	-	-	-	-	-	-	-
9.2	Fundo de Contingência	100.000	-	-	-	-	-	0%	0%
	<b>TOTAL DE DESPESAS VINCULADAS AO CG</b>	<b>11.917.727</b>	<b>747.526</b>	<b>793.724</b>	<b>773.439</b>	<b>2.314.688</b>	<b>2.314.688</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>
	<b>Depreciação</b>	-	103.273	121.244	102.380	326.897	326.897		
	<b>Amortização</b>	-	3.130	2.928	3.130	9.187	9.187		
	<b>Balxa de Imobilizado</b>	-	-	8.097	-	8.097	8.097		
	<b>Gratuidades - Serviços Voluntários</b>	-	-	369	-	369	369		
	Captação de recursos (patrocínio, leis de incentivo, convênios, doação, etc.)	1.335.000	22.345	5.884	6.888	35.116	35.116		
	Reembolsos e descontos obtidos	-	3	2.727	134	2.863	2.863		
	Outras Receitas Operacionais	-	-	210	18.755	18.966	18.966		
	Despesas com Projetos realizadas com recursos captados	1.335.000	-	-	32	32	32		
	Gratuidades - Serviços Voluntários	-	-	369	-	369	369		
	<b>Total de Despesas do Plano de Trabalho 2016</b>	<b>13.252.727</b>	<b>747.526</b>	<b>793.724</b>	<b>773.472</b>	<b>2.314.721</b>	<b>2.314.721</b>		
	<b>Total de Receitas do Plano de Trabalho 2016</b>	<b>13.252.727</b>	<b>326.883</b>	<b>2.130.670</b>	<b>823.848</b>	<b>3.281.401</b>	<b>3.281.401</b>		

## Informações de Acompanhamento Orçamentário

O total das despesas foi realizado dentro do esperado para o 1º trimestre de 2016, com maior atenção para as seguintes rubricas orçamentárias:

### **Análise Orçamentária 1º Trimestre de 2016:**

Conta	Descrição	% x orçado	Justificativa/Discriminação
2.2	Utilidades públicas (água, luz, telefone, gás e etc.)	28%	Em 2015 a inflação fechou o ano em 10,67%, e com isso os custos das utilidades públicas acompanharam esse crescimento.
2.8	Investimentos e provisões judiciais	-	Não havia previsão de despesas nesta rubrica; o detalhamento das despesas deste trimestre encontra-se na relação anexa. (*)
3.4	Seguros (predial, incêndio e etc.)	38%	Na proposta orçamentária apresentada no 5º termo de aditamento, o valor previsto foi calculado com base no valor de despesa média do ano de 2015. Porém no 4º Trimestre de 2015 houve a contratação de uma nova apólice de seguro para 13 peças do IPEM. O valor desta rubrica está sendo repactuado junto a nova proposta orçamentária e plano de trabalho apresentado a UGE em abril 2016.
3.6	Investimentos	-	Não havia previsão de despesas nesta rubrica; o detalhamento das despesas deste trimestre encontra-se na relação anexa. (*)
4.1	Aquisição de acervo	-	Não havia previsão de despesas nesta rubrica; o detalhamento das despesas deste trimestre encontra-se na relação anexa. (*)

### **CONCLUSÃO**

As metas para o 1º trimestre de 2016, constantes no Plano de Trabalho, Anexo I do Contrato de Gestão nº 07/2012, foram em sua maioria integralmente cumpridas, algumas até superadas, sendo todas executadas dentro da previsão orçamentária para o exercício, conforme demonstrado acima.

São Paulo, 15 de abril de 2016.

  
ALBERTO DE LIMA  
DIRETOR EXECUTIVO

  
ROSÂNGELA OGATA  
DIRETORA ADJUNTA

  
GISELE SILVA  
SUPERINTENDENTE ADM. FIN.