

Relatório do 2º Trimestre da Catavento Cultural e Educacional
Organização Social de Cultura
UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico
Contrato de Gestão Nº 02/2017
Museu Catavento
2019

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO E DESTAQUES DO 2º TRIMESTRE DE 2019	02
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	04
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	04
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	06
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	11
PROGRAMA EDUCATIVO	17
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP	30
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	35
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA	40
METAS CONDICIONADAS – PLANO DE TRABALHO 2019	42
METAS PENDENTES DE EXERCÍCIOS ANTERIORES	42
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO	43
INFORMAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO ORÇAMENTÁRIO	46
CONCLUSÃO	50
QUADRO DE ANEXOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS	51

APRESENTAÇÃO

As ações desenvolvidas no 2º trimestre de 2019 no Museu Catavento, instituição da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, são informadas neste relatório com os destaques dos Programas de Gestão e Governança, de Acervo, de Exposições e Programação Cultural, Educativo, de Integração ao SISEM - SP, Comunicação e Desenvolvimento Institucional e de Edificações. O Museu é administrado pela Organização Social Catavento Cultural e Educacional por meio do Contrato de Gestão nº 02/2017.

O Programa de Gestão e Governança em conjunto com o Programa de Acervo, realizou reuniões para a atualização do Planejamento Estratégico em consonância com as solicitações da UPPM e para desenvolvimento do Plano Museológico do Museu Catavento. Realizou também a consolidação dos dados da Pesquisa de Perfil de Público Geral através do Totem Eletrônico com resultado de 87% de índice de satisfação dos visitantes.

O Programa de Acervo realizou durante o 2º trimestre, pesquisas sobre 5 peças do seu acervo, para complementar a informação documental, além de prestar auxílio a futuras pesquisas; desenvolveu ficha técnica em conjunto com a instituição ACAM Portinari para acompanhar de forma mais individual as peças e contribuir com o dossiê dos acervos; publicou o artigo "Acessibilidade em Museus: O processo de implantação da acessibilidade no Museu Catavento"; realizou o 1º Encontro de Pesquisa em Museus, além de receber visitas técnicas de diversas instituições através do Centro de Referência e Pesquisa do Museu Catavento.

A programação desenvolvida pela equipe do Programa de Exposições e Programação Cultural foi diversificada e cumpriu com as metas estabelecidas para o trimestre com a realização de exposições temporárias com acervo de terceiros – como a exposição "Aquapaisagismo - a arte oculta em um hobby"; eventos de Programação Cultural com destaque para a realização da oficina "Origami Tech"; preparou, como programas temáticos, atividades para a Virada Cultural e Semana Nacional de Museus; atendeu mais de 125 mil visitantes no período; realizou a palestra "O lugar da Biologia nos Museus de Ciências" e desenvolveu a ação extra muro "Catavento no Shopping" em Osasco.

A equipe do Programa Educativo trabalhou intensamente na logística de atendimentos, bem como na formatação de parcerias que garantiram um número significativo de visitantes no trimestre. Nos meses de abril, maio e junho o Museu atendeu mais de 125 mil visitantes, público em sua maioria espontâneo. Além do público que visita o Museu com suas famílias e o agendamento de escolas e instituições, algumas ações realizadas pelo Programa Educativo do Museu foram fundamentais para ampliação de público como: "Conexão Sesc"; Aniversários no Catavento; aberturas às segundas-feiras; parceria com a Diretoria Regional de Educação de Itaquera e parceria com o Instituto Grupo Boticário. O Núcleo Catavento Acessível promoveu ainda o atendimento de crianças em situação de vulnerabilidade social; visita mediada com jovens da Fundação Casa; visita mediada de pessoas com deficiência auditiva, além de formação para profissionais de saúde. Destaque também para as atividades "Catavento em família"; "Encontro de professores - Semana Nacional de Museus"; "Programa Nosso Museu"; visitas educativas e atividades para os públicos localizados nas periferias; ações extramuros e produção de material educativo para as atividades e exposições.

Destacamos ainda a realização, pelo Programa de Integração ao SISEM, da exposição itinerante "Mudanças Climáticas" que atendeu em um mês 1.700 pessoas, na cidade de Biritiba Mirim; realizou a atualização do Plano de Ações Potenciais para Integração ao SISEM - SP, além da "Oficina de Bonecas Abayomi" para profissionais de museus.

Das ações do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, além das já pactuadas, destaque para parceria realizada, juntamente com o Programa de Exposições e

Programação Cultural, com a P4 Produções Culturais e Artísticas LTDA para realização e divulgação da exposição temporária “Integra: A Cultura de um Povo, O Desenvolvimento de um País”, que além de atender ao público visitante do Museu, gerou retorno espontâneo de mídia e captação de recursos. Através desta ação produzimos peças para o programa temático “Semana Nacional de Museus” e campanha apoiada pelo Governo do Estado “Museum Week”. Foram criados ainda materiais de divulgação para “Campanha do Agasalho”, “Virada Cultural” e demais atividades do Museu. Neste trimestre o Museu foi citado 437 vezes na mídia, uma média de 4,8 ao dia. Nas redes sociais mais de 100 mil pessoas curtiram, passaram a seguir ou se envolveram nas ações publicadas nas páginas da instituição.

Assim como as atividades do Programa de Comunicação as ações de captação fazem parte do Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança do Museu e, neste trimestre, proporcionou a realização das atividades: exposição temporária “Uma fina Camada” - Parceria: Editora Neotropica Eireli; exposição temporária “Integra: A Cultura de um Povo, O Desenvolvimento de um País” – Parceria: P4 Produções Culturais e Artísticas LTDA; exposição extra muros “Catavento no Shopping – Museu de Ciências” no Shopping Vila Olímpia - Parceria: Modulart Stands Ltda Me, além de diversas outras parcerias que terão realização nos próximos trimestres.

Além das manutenções diárias, salvaguarda e processos para cumprimento das questões de segurança relacionadas ao prédio, o Programa de Edificações abriu edital para execução da reforma elétrica que será realizada no Palácio das Indústrias, sede do Museu. Após apuração, a empresa ECG Engenharia venceu o edital e uma reunião foi agendada para assinatura do contrato e estabelecimento de data para o início das obras.

Todas as ações desenvolvidas pelo Museu Catavento visam o bom atendimento de seu público. Nas páginas seguintes detalhamos as atividades desenvolvidas por cada Programa.

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

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 para o 2º trimestre:

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
1	(PGTG) Recursos financeiros captados (Eixo 3)	1.1	Meta-Resultado	18% do repasse anual de 2019	1º Trim	R\$ 376.257	R\$ 1.219.853	324%
					2º Trim	R\$ 376.257	R\$ 659.563	175%
					3º Trim	R\$ 376.257		0%
					4º Trim	R\$ 376.257		0%
					META ANUAL	R\$ 1.505.026	R\$1.879.416	125%
2	(PGTG) Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico (Eixo 5)	2.1	Meta-Produto	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	80	87%	1%
					3º Trim	-		-
					4º Trim	80		0%
					META ANUAL	= ou > 80%	= ou > 80%	
3	(PGTG) Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	3.1	Meta-Produto	Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
4	(PGTG) Curso de Capacitação para equipes de Infraestrutura com empresas do mercado especializadas em Segurança, adequação e reparos em imóveis históricos	4.1	Meta-Produto	Nº de cursos	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 1.1 – Recursos financeiros captados

A meta de recursos financeiros captados, vem sendo amplamente superada durante o ano de 2019, devido ao grande sucesso do Museu Catavento junto as escolas, agências de turismo. Esse sucesso vem do permanente esforço em manter uma programação atrativa que atenda, especialmente, a parte pedagógica das escolas.

O resultado dos esforços quanto a renovação da parte expositiva, pode ser verificada na rubrica de Trabalho Voluntário e Parcerias, que também vem sendo amplamente superada graças ao trabalho efetuado pela nossa equipe de Captação. Neste 2º trimestre de 2019, mantivemos a importante parceria com Fundación Mapfre com a atividade lúdica "Na Pista Certa" e trouxemos novos parceiros como Maria Flor Artesanatos e Papelaria Ltda-ME com a Oficina de Colagem e Oficina de Desenho, e Tcuattre Produções e eventos Ltda-EPP com a doação do Aquário Tátil.

Meta 2.1 – Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico (Eixo 5)

Para avaliar o perfil e satisfação dos visitantes, mantemos estrategicamente instalados dois totens eletrônicos no espaço expositivo. No segundo trimestre de 2019, cerca de 2.780 pessoas responderam à pesquisa, composta por 09 questões, entre múltipla escolha e escala Likert. Os visitantes responderam à pesquisa durante ou após realizarem suas visitas, espontaneamente, sem intermédio de nenhum instrutor. O índice de satisfação apurado no 2º trimestre foi de: 87%.

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

O Programa de Acervo do Museu Catavento, núcleo responsável pela coordenação dos acervos e pelo Centro de Referência da instituição, tem como objetivo estimular de forma estratégica sua gestão de acervo e pesquisa.

Ao longo de 2019, diversas ações e reuniões foram realizadas com o objetivo de fortalecer seu desenvolvimento, contando atualmente com uma equipe própria e preparada para o cumprimento das metas advindas do plano de trabalho, além de outras atividades direcionadas para o seu melhor desempenho.

No 2º trimestre de 2019, o Centro de Referência recebeu 6 pedidos de visitas técnicas das seguintes instituições:

- Dia 16/04, equipe técnica da Secretaria Municipal de Educação de São José do Rio Preto - SP, como objetivo conhecer o educativo da instituição e as atividades realizadas;
- Dia 20/04, coordenadores e professores de intuições de ensino de Vitória do Espírito Santo, com o objetivo de conhecer as práticas educativas do Museu Catavento;
- Dia 14/06, equipe do Parque das Aves, localizado em Foz do Iguaçu, Paraná. Objetivo da visita foi conhecer o setor educativo, as atividades desenvolvidas para escolas e público espontâneo e compartilhar experiências entre equipes;
- Dia 18/06, equipe do INPE, localizado em São José dos Campos. O objetivo da visita foi de conhecer a parte de gestão museológica e ações ligadas a infraestrutura expográfica;
- Dia 25/06, equipe do Museu de História Natural de Campinas. O objetivo da visita foi conhecer a expografia do Museu Catavento e as ações do educativo;
- Dia 26/06, equipe e diretoria do MAB/FAAP. O objetivo da vista foi conhecer o educativo do Museu Catavento e as práticas pedagógicas.

No 2º trimestre de 2019, o Centro de Referência também recebeu cerca de 25 pedidos de pesquisas externas, com caráter de pesquisa científica e qualitativa advindas desde o nível básico escolar até o universitário/acadêmico.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
5	(PA) Pesquisa do acervo	5.1	Meta-Resultado	Nº de peças dos acervos pesquisadas	1º Trim	5	5	100%
					2º Trim	5	5	100%
					3º Trim	5		0%
					4º Trim	5		0%
					META ANUAL	20	10	50%

6	(PA) Política de Gestão de Acervo	6.1	Meta-Resultado	Atualização e Entrega da Política de Gestão de Acervo	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
		4º Trim	1	-	0%			
		META ANUAL	1	0	0%			
		6.2	Meta-Resultado	Quantidade de procedimentos técnicos relacionados a gestão de acervo desenvolvidos e/ou implantados	1º Trim	-	-	-
2º Trim	1				1	100%		
3º Trim	-				-	-		
4º Trim	-				-	-		
META ANUAL	1				1	100%		
7	(PA) Projetos a editais de apoio				7.1	Meta-Produto	Nº de projetos submetidos	1º Trim
		2º Trim	-	-				-
		3º Trim	-	-				-
		4º Trim	1	-				0%
		META ANUAL	1	0				0%
		8	(PA) Pesquisa com o acervo visando a publicação de artigo	8.1				Meta-Produto
2º Trim	1				1	100%		
3º Trim	-				-	-		
4º Trim	1				-	0%		
META ANUAL	2				1	50%		
9	(PA) Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos oferecidos relativos à temática do Museu				9.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	
		2º Trim	1	1				100%
		3º Trim	-	-				-
		4º Trim	1	-				0%
		META ANUAL	2	1				50%
		10	(PA) Plano do Centro de Referência	10.1				Meta-Resultado
2º Trim	1				1	100%		
3º Trim	-				-	-		
4º Trim	-				-	-		
META ANUAL	1				1	100%		
11	(PA) Centro de Referência do Museu Catavento				11.1	Meta-Produto	Readequação do layout do espaço físico do Centro de Referência	
		2º Trim	-	-				-
		3º Trim	-	-				-
		4º Trim	1	-				0%
		META ANUAL	1	0				0%

12	(PA) Rede de Museus de Ciência	12.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		-
					META ANUAL	1	0	0%
13	(PA) Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos para funcionários, voltados ao acervo ou centro de referencia	13.1	Meta-Produto	Nº de eventos	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Periodo	Previsto	Realizado	ICM%
14	(PA) Assessorias Técnicas para Desenvolvimento de Pesquisas com Acervo	14.1	Meta-Produto	Nº de pesquisas realizadas através de Assessoria especializada	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
15	(PA) Centro de Referência do Museu Catavento	15.1	Meta-Produto	Aquisição e Instalação do Mobiliário para o Centro de Referência	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
16	(PA) Reserva Técnica	16.1	Meta-Produto	Readequação de infraestrutura, aquisição e instalação de mobiliários	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
17	(PA) Estabelecimento de parcerias visando a ampliação da pesquisa e disponibilização dos acervos da instituição	17.1	Meta-Produto	Nº de termos estabelecidos com novos parceiros	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-		-
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 5.1 – Pesquisa do acervo (Nº de peças dos acervos pesquisadas)

O Programa de Acervo, realizou durante o 2º trimestres pesquisas sobre 5 peças do seu acervo. O objetivo dessa ação com os acervos é de complementar a informação documental dessas peças além de prestar auxílio a futuras pesquisas.

Meta 6.2 – Política de Gestão de Acervo (Quantidade de procedimentos técnicos relacionados à gestão de acervo desenvolvidos e/ou implantados)

A equipe do Programa de Acervo desenvolveu no 2º trimestre de 2019 a ficha de técnica dos acervos sob responsabilidade da instituição, baseado na publicação “Documentação e Conservação de Acervos Museológicos – Diretrizes”, publicado em 2015 pelo Governo do Estado de São Paulo em conjunto com a instituição ACAM Portinari.

O documento tem como objetivo o acompanhamento mais individual das peças de forma diária para fins de controle, ou seja, ele contém uma característica mais simplificada e clara para seu manuseio, o que por fim contribuirá com o dossiê dos respectivos acervos.

Meta 8.1 – Pesquisa com o acervo visando a publicação de artigo (Nº de artigos publicados)

A Analista de Documentação e Acervo Jr Pâmella Andrade, produziu durante o 2º trimestre de 2019 o artigo “Acessibilidade em Museus: O processo de implantação da acessibilidade no Museu Catavento”. O documento descreve o processo de elaboração da construção dos espaços pensados nas pessoas com necessidades especiais e na dificuldade da realização do projeto, devido ao Palácio das Indústrias ser um edifício tombado.

Meta 9.1 – Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos oferecidos relativos à temática do Museu (Nº de ações realizadas)

No dia 24 de junho de 2019 o Centro de Referência do Museu Catavento realizou o 1º Encontro de Pesquisa em Museus. Com o objetivo de trocar experiências com outras instituições Museológicas sobre as diferentes abordagens empregadas nos programas de pesquisas presentes nos museus. Foram apresentados estudos de casos, metodologias e a realização de troca de ferramentas entre os participantes.

As inscrições foram realizadas pela plataforma Symppla, que através de seu site, possibilita que os organizadores de eventos possam criar, organizar, gerir e divulgar eventos com mais praticidade.

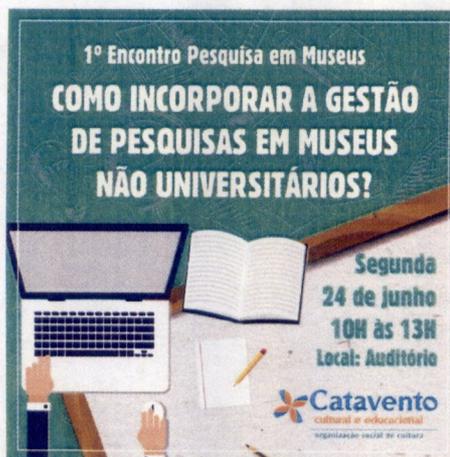


Imagem da divulgação da atividade

Meta 10.1 – Plano do Centro de Referência (Atualização e entrega do Plano do Centro de Referência)

O Plano do Centro de Referência do Museu Catavento foi reformulado durante o 1º semestre de 2019. Com a crescente demanda de pedidos de trabalhos acadêmicos e visitas técnicas para conhecer o trabalho da instituição, novas medidas e formulários foram gerados para organização desses pedidos. Além disso, a estruturação não só organizacional como física sofreram grandes alterações e constam na atualização do documento. A grande expectativa, é que até o final do ano, o espaço físico seja inaugurado pelo Museu Catavento.

Meta 13.1 – Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos para funcionários, voltados ao acervo ou centro de referência (Nº de eventos)

O Sistema Estadual de Museus (SISEM-SP), instância da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo em conjunto com a Pinacoteca do Estado de São Paulo realizou, no dia 17 de maio o “Intercâmbio de Conhecimento e Experiências entre Instituições Culturais”. A equipe do Programa de Acervo compareceu nas atividades que trabalharam com as seguintes temáticas: Expografia, Acervo Museológico e Conservação e Restauro.

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 trimestre, o Museu Catavento cumpriu as seguintes ações pactuadas em seu Plano de Trabalho, além de ações em destaque:

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
18	(PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	18.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	1	50%
19	(PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	19.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	1	50%
20	(PEPC) Eventos da Programação Cultural	20.1	Meta-Produto	Nº de eventos da programação cultural	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	4	2	50%
21	(PEPC) Programas temáticos: (Aniversário de São Paulo, Semana Darwin, Semana de Museus, Aniversário Catavento, Semana Nacional de Museus, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Primavera de Museus, Dia das crianças, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, Dia dos Direitos Humanos)	21.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	1º Trim	3	3	100%
					2º Trim	2	2	100%
					3º Trim	2	-	0%
					4º Trim	3	-	0%
					META ANUAL	10	5	50%
22	(PEPC) Recebimento de Visitantes presenciais no Museu	22.1	Meta-Resultado	Público	1º Trim	100.000	112.840	113%
					2º Trim	120.000	125.625	105%
					3º Trim	154.500	-	0%
					4º Trim	98.000	-	0%
					META ANUAL	472.500	238.465	50%
23	(PEPC) Seminários Formativos, palestras, cursos, workshops ou oficinas.	23.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	2	100%
		23.2	Meta-Produto	Nº mínimo de vagas ofertadas	1º Trim	-	40	0%
					2º Trim	30	120	400%
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	30	-	0%
		META ANUAL	60	160	267%			
		23.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	-	19	0%
					2º Trim	15	85	567%
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	15	-	0%
					META ANUAL	30	104	347%
META ANUAL	30				104	347%		
24	(PEPC) Programação de Férias no Museu Catavento	24.1	Meta-Produto	Nº de Programas realizados	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	-
					META ANUAL	2	1	50%

25	(PEPC) Ações Extra Muros	25.1	Meta-Produto	Nº de ações extra muros	1º Trim	-	6	0%
					2º Trim	1	2	200%
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	8	400%
		25.2	Dado-Extra	Nº de participantes das ações extra muros	1º Trim	-	49.109	-
					2º Trim	-	11.358	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	-	-	-
					META ANUAL	-	60.467	-
26	(PEPC) Atualização e adequação de conteúdo/instalação "Macaco ao Homem"	26.1	Meta-Resultado	Nº de instalações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
27	(PEPC) Atualização e adequação de conteúdo/instalação "Bancada de Observação"	27.1	Meta-Resultado	Nº de instalações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
28	(PEPC) Festival Drone Racing	28.1	Meta-Produto	Nº de eventos	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
29	(PEPC) Mostra Paulista de Ciência e Tecnologia realizada no Catavento em parceria com LSI-TEC	29.1	Meta-Produto	Nº de evento	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
30	(PEPC) Instalação de Longa duração "Estúdio de TV" - Reformulada e modernizada	30.1	Meta-Produto	Nº de instalações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
31	(PEPC) Nova instalação de longa duração "Câmara Escura"	31.1	Meta-Produto	Nº de instalações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
32	(PEPC) Nova Exposição de Longa Duração "Mega Fauna"	32.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
33	(PEPC) Exposição de longa duração Ecologia - Reformulada e modernizada	33.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%

34	(PEPC) Modernização, reformulação e atualização das instalações da exposição de longa duração (Educação para Resultados, Software e Hardware - Portinari, Sistema Canto das Aves, Externo - Origens do Universo, Gastronomia, Átomos e Ozônio)	34.1	Meta-Produto	Nº de modernizações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	7		0%
					META ANUAL	7	0	0%
35	(PEPC) Implantação de novas instalações (inteligência artificial, rios de São Paulo, Palavras Sonoras e Gênese)	35.1	Meta-Produto	Nº de novas instalações na exposição de longa duração	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	4		0%
					META ANUAL	4	0	0%
36	(PEPC) Atualização de conteúdo cenográfico e técnico nas seções (Aventura Sistema Solar - Nave e Viagem ao Fundo do Mar - Submarino)	36.1	Meta-Produto	Nº de Atualizações	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	-	-	-
					4º Trim	2		0%
					META ANUAL	2	0	0%

Meta 19.1 – Exposições temporárias com acervo de terceiros

Esta meta teve seu cumprimento antecipado para o primeiro trimestre, com a Exposição AQUAPAISAGISMO - a arte oculta em um hobby, conforme nosso ofício DE nº 01/2019.

Meta 20.1 – Eventos da programação cultural

- **Oficina Origami Tech**

Atividade oferecida especialmente para as famílias, esses visitantes utilizaram na oficina as técnicas do origami, onde foram estimuladas a criar peças e a desenvolver competências. A oficina promoveu também um contato com a cultura *maker* ao estimular uma atividade “mão na massa” que une origami e eletrônica. Para tanto, fornecemos aos participantes elementos para construção de pequenos circuitos eletrônicos que foram integrados ao origami feito por eles.

Além da oficina, os participantes tiveram a oportunidade de apreciar e interagir com uma exposição de origamis articuláveis. Ao longo dos dois dias de atividade, as oficinas atenderam cerca de 310 participantes.



Oficina Origami Tech

Meta 21.1 – Programas Temáticos

Dentro do calendário de programação temática, para este trimestre realizamos a Virada Cultural e Semana Nacional de Museus.

- **Virada Cultural**

Como programação da Virada Cultural no dia 19 de maio oferecemos aos visitantes do Museu uma oficina de construção de terrário. A oficina visa a construção de um ecossistema fechado e em escala reduzida.

Nessa atividade os visitantes receberam uma monitoria a respeito de quais processos estão envolvidos na manutenção e desenvolvimento desse experimento. Ao final da monitoria os visitantes tiveram a oportunidade de construir um mini Terrário e levá-lo para casa, podendo observar todas as mudanças descritas na monitoria. Neste dia de atividade recebemos 164 participantes nas oficinas.



Oficina de Terrário

- **Semana Nacional de Museus**

Neste ano, o tema da semana “Museus como núcleos culturais – O futuro das tradições”, proposto pelo Conselho Internacional dos Museus (ICOM), que visou discutir o papel dessas instituições como centros emanadores e, igualmente, receptores de práticas, costumes e pensamentos de nossa cultura.

Exposição Temporária INTEGRA a cultura de um povo, o desenvolvimento de um país:

Inaugurada especialmente durante a Semana Nacional de Museus, dos dias 13 de maio a 23 de junho, recebemos no claustro do Museu Catavento a exposição “INTEGRA – a cultura de um povo, o desenvolvimento de um país”. A exposição buscou trazer aos visitantes a mensagem de que o futuro de nosso país depende de cada cidadão. A exposição foi dividida em cinco módulos, demonstrando os avanços e as tecnologias futuras - que em alguns casos já são aplicadas em outros países - partindo de um aspecto histórico, com vistas a mostrar a evolução e perspectivas do futuro.

Os módulos retrataram o Brasil do passado, como se desenvolveram as grandes obras e quais as soluções que facilitarão a vida da população no futuro. Com recursos tecnológicos, a exposição trouxe interatividade com os visitantes que puderam participar de experiências vivenciais em cada módulo percorrido.

Durante o período da mostra, aproximadamente 7.000 pessoas participaram das ações interativas da exposição.



Exposição "INTEGRA - a cultura de um povo, o desenvolvimento de um país"

Encontro de Professores:

Aproveitando a temática da Semana Nacional de Museus, em 18 de maio foi realizado o 2º Encontro de Professores. Esse encontro teve como eixo central a seção Vida do Museu Catavento, que aborda aspectos das ciências biológicas, do meio ambiente e da geografia. Este segundo encontro contou com a participação de 90 professores da rede pública e privada de ensino.



2º Encontro de Professores

Meta 21.1 – Recebimento de Visitantes Presenciais no Museu

No segundo trimestre recebemos 125.625 visitantes presenciais no Museu Catavento.

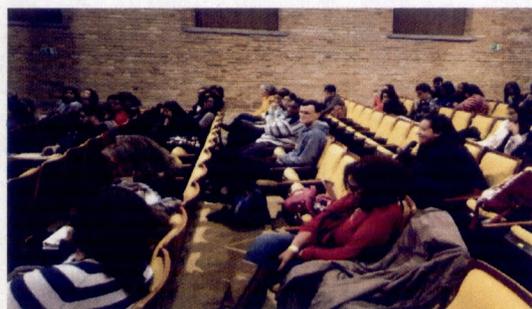
Meta 23.1/23.2/23.3 – Seminários, formativos, palestras, cursos, workshops ou oficinas

Esta meta teve seu cumprimento antecipado para o primeiro trimestre, com a palestra/workshop sobre **AQUAPAISAGISMO**, conforme nosso ofício DE nº 37/2019.

Contudo, durante a Semana Nacional de Museus tivemos a oportunidade de apresentar ao público, uma palestra abrangente sobre a temática "Museus como núcleos culturais – O futuro das tradições".

No dia 18 de maio foi realizada uma palestra que apresentou como a biologia está inserida nos museus de ciências - com o tema "O lugar da Biologia nos Museus de Ciências". Buscando discutir de que forma a ciência biológica tem sido apresentada, discutida e repensada a partir dos centros e museus de ciências, quais práticas dos museus de ciências têm historicamente usado e as transformações pela educação formal, não formal e pela própria sociedade e como essa colaboração pode ser ampliada. Para esta palestra foram ofertadas 120 vagas e contou com 85 participantes, com ampla superação da meta devido à grande adesão dos participantes.

Essas e outras questões foram abordadas pelo palestrante Prof. Dr. Mario Donizeti, biólogo com ampla trajetória e experiência acadêmica e profissional, e curador de várias exposições museológicas. Com a apresentação desta palestra, a meta anual foi cumprida integralmente.



Palestra "O lugar da Biologia nos Museus de Ciências"

Meta 25.1 – Ação Extramuros

Esta meta teve seu cumprimento antecipado para o primeiro trimestre, com as atividades apresentadas no Campus Party 2019, conforme nosso ofício DE nº 04/2019.

Entretanto, sem ônus ao caixa da organização, o número de ações realizadas para esta meta em 2019, superaram as expectativas pactuadas. No segundo trimestre tivemos a oportunidade de circular por novos espaços com a MOSTRA CATAVENTO: "Catavento no Shopping". A exposição "Catavento no Shopping - Super Shopping Osasco", no período de 15 de maio a 09 de junho atendeu 9.068 visitantes. Em 28 de junho, inauguramos a MOSTRA CATAVENTO no Shopping Vila Olímpia que permanecerá ao longo de mês de julho e atendeu até o final de junho 2.290 visitantes. Além da exposição, a mostra conta com apresentação de Oficinas de Terrário.



CATAVENTO NO SHOPPING – Super Shopping Osasco

PROGRAMA EDUCATIVO

O Programa Educativo tem como objetivo de 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.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
37	(PE) Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	37.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	10.000	8.407	84%
					2º Trim	58.000	51.039	88%
					3º Trim	47.000		0%
					4º Trim	40.000		0%
					META ANUAL	155.000	59.446	38%
38	(PE) Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: Idoso/Pessoas em situação de vulnerabilidade Social/Primeira Infância)	38.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	4	10	250%
					2º Trim	4	4	100%
					3º Trim	4		0%
					4º Trim	4		0%
					META ANUAL	16	14	88%
		38.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de públicos atendidos	1º Trim	200	1.202	601%
					2º Trim	350	2.883	824%
					3º Trim	300		0%
					4º Trim	150		0%
					META ANUAL	1.000	4.085	409%
39	(PE) Programa Catavento em Família	39.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	2	200%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	4	100%
		39.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	360	883	245%
					2º Trim	360	1.264	351%
					3º Trim	370		0%
					4º Trim	360		0%
					META ANUAL	1.450	2.147	148%
40	(PE) Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	40.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
		40.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-		0%
					2º Trim	80%	95,6%	120%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	80%		0%
					META ANUAL	= ou > 80%	95,6%	0%

41	(PE) Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores e educadores, guias de turismo ou estudantes	41.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%
		41.2	Meta-Produto	Nº mínimo de vagas ofertadas	1º Trim	20	100	500%
					2º Trim	20	120	600%
					3º Trim	20		0%
					4º Trim	20		0%
					META ANUAL	80	220	275%
		41.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendidos	1º Trim	5	87	1740%
					2º Trim	5	90	1800%
					3º Trim	5		0%
4º Trim	5					0%		
META ANUAL	20				177	885%		
42	(PE) Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu	42.1	Meta-Resultado	Nº de encontros realizados com equipe	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	3	75%
		42.2	Dado-Extra	Nº de participantes dos encontros realizados	1º Trim	20	212	1060%
					2º Trim	20	72	360%
					3º Trim	20		0%
					4º Trim	20		0%
					META ANUAL	80	284	355%
43	(PE) Material educativo para as atividades e exposições	43.1	Meta-produto	Produção de materiais educativos	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	3	75%
44	(PE) Visitas educativas e atividades para os públicos diversos localizados nas periferias como prioritário para Inclusão Social	44.1	Meta-Resultado	Nº de visitas agendadas	1º Trim	65	73	112%
					2º Trim	65	78	120%
					3º Trim	65		0%
					4º Trim	65		0%
					META ANUAL	260	151	58%
45	(PE) Ações educativas Extra Muros	45.1	Meta-Produto	Nº de ações extra muros	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	3	75%
		45.2	Dado-Extra	Nº de participantes das atividades extramuros	1º Trim	-	62	0%
					2º Trim	-	90	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	0	152	0%
46	(PE) Visitas Mediadas - Público Geral	46.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	2.500	2.770	111%
					2º Trim	2.500	4.532	181%
					3º Trim	2.500		0%
					4º Trim	2.500		0%
					META ANUAL	10.000	7.302	73%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
47	(PE) Seminário de Tecnologia e Educação	47.1	Meta-Produto	Nº de seminários	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
48	(PE) Implantação de um sistema de avaliação de atividades (pesquisa de satisfação)	48.1	Meta-Produto	Nº de ações para implantação	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
49	(PE) Visitas educativas oferecidas para alunos da Rede Estadual de Ensino (Parceria FDE)	49.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	8.000	-	0%
					2º Trim	13.000	-	0%
					3º Trim	12.000	-	0%
					4º Trim	8.000	-	0%
					META ANUAL	41.000	0	0%

No segundo trimestre de 2019, continuamos a atuar na ampliação, diversificação e aprimoramento do nosso trabalho no tocante ao desenvolvimento das ações com o público do Museu Catavento.

Nesse sentido, nossa atuação alcançou importantes resultados, tanto na consolidação dos programas e projetos, quanto no fortalecimento e prospecção de parcerias e apoios institucionais. Resultados esses que reafirmam a importância das ações educativas como parte central da atuação do Museu Catavento, trabalho que toca, integra e fortalece todo o sistema de educação e cultura da cidade e do Estado de São Paulo.



Atendimento a funcionários da Secretaria de Educação da Prefeitura Municipal de São Jose Do Rio Preto – 16/04/2019



Equipe do educativo e de outras áreas técnicas do Museu em reunião de apresentação de propostas na IBM. Maio/2019

Meta 37.1 – Visitas Educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário).

O público agendado é composto por grupos escolares na sua grande maioria, já que em todas as seções do Catavento encontramos temas presentes na grade curricular das instituições educacionais. Para que o público mantenha o interesse em nos visitar com frequência é fundamental a atualização constante dos conteúdos presentes nas seções.

Neste trimestre a meta de público escolar ficou abaixo do esperado pois contamos com um número expressivo de cancelamentos de visitas agendadas, justificados em sua grande parte, pela falta de verba para transporte.

Diante deste cenário, o setor responsável pelo agendamento de grupos, com competência e presteza, ampliou as divulgações através de nosso mailing, com o objetivo de preencher as vagas de cancelamentos, onde obtivemos um resultado positivo, principalmente por escolas municipais que já contavam com a verba para passeios pedagógicos.

Além disso, destacamos abaixo algumas ações que foram realizadas com intuito de possibilitar o aumento do número de público escolar atendido no trimestre:

- **Conexão Sesc:** No mês de junho recebemos grupos escolares advindos de uma parceria como Sesc Parque Dom Pedro II, gerido pelo Sesc do Carmo, que tem como objetivo atividades socioeducativas, voltadas para alunos de escolas públicas durante o período letivo. O intuito é atender através dos agendamentos, alunos do ciclo I, II e ensino médio. As atividades são programadas de acordo com a faixa etária do público agendado e são revezadas nas dependências das duas instituições.
- **Abertura às segundas-feiras:** Realizamos atendimento exclusivo às segundas-feiras para as agências de turismo pedagógico. Neste semestre, continuamos atendendo uma segunda-feira por mês, por meio período, pois as segundas-feiras, ocorre as manutenções das seções/equipamentos do Museu.



Grupo escolar em visita agendada - Conexão Sesc



Grupo agendado escolar aguardando na área externa para iniciar a visita monitorada

Meta 38.1 – Programa Catavento Acessível

Em visitas com o Núcleo Catavento Acessível, foram feitas diversas ações para familiarizar e instigar de forma pedagógica os primeiros contatos com o conhecimento científico. Recebemos diversas instituições sociais que atendem deficientes físicos e intelectuais, crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade. O Museu possibilita esse acesso, sempre buscando ampliar o currículo cultural de seus participantes, assim como a inclusão social.

Neste segundo trimestre, as ações atingiram pouco mais de 2.800 visitantes, sendo algumas delas:

- **Diretoria Regional de Educação Itaquera:** No mês de junho, realizamos atendimento exclusivo, aos estagiários do curso de pedagogia, letras e matemática em ação conjunta com a equipe do CEFAL (Centro de Formação e Apoio à Inclusão). Para a turma, foram realizadas visitas nas seções da Astronomia, Terra, Vida e Engenharia.

- **Ação Educativa com crianças em situação de vulnerabilidade social**

No dia 05 de junho foi comemorado o Dia Mundial do Meio Ambiente, levando em consideração tal importância da data, o núcleo Catavento Acessível, em parceria com os monitores da seção da terra, elaborou uma monitoria diferenciada para crianças em situação de vulnerabilidade social. A ação consistiu no foco do tema dos biomas brasileiros e sobre a importância da fauna e flora nas seções Ecologia e Biomas Brasileiros.

- **Visita Mediada com jovens assistidos pela Fundação Casa**

Outra ação realizada foi para a Fundação Casa – Casa Chiquinha Gonzaga, para esse atendimento foi aplicado o roteiro percepções que contempla as seções: Biomas Brasileiros – Maquete Tátil, Jardim Sensorial e Mundo dos Perfumes, para que os visitantes tenham uma experiência lúdica, tátil e sensorial. Ao final da visita, foi conversado sobre a experiência e a importância de aguçar outros sentidos além dos habituais.

- **Visita Mediada para pessoas com deficiência auditiva**

Em atendimento à APASCAMP (Associação de Pais e Amigos de Surdos de Campinas) – Instituição para deficientes auditivos em vários graus, foi elaborado um roteiro diferenciado, visual e lúdico, contemplando as seções: Astronomia, Vida – Aplicado Oficina Origami de Borboleta, Sala do Olfato e Engenho.

- **Formação para profissionais de saúde**

Nos dias 13 e 27 de junho, o núcleo de acessibilidade promoveu a formação dos profissionais de ponta da área da saúde. O objetivo é que os profissionais possam aplicar os conhecimentos e experiências adquiridas no Museu Catavento nos centros de vivência com os moradores de rua.



Grupo agendado de crianças com deficiência auditiva



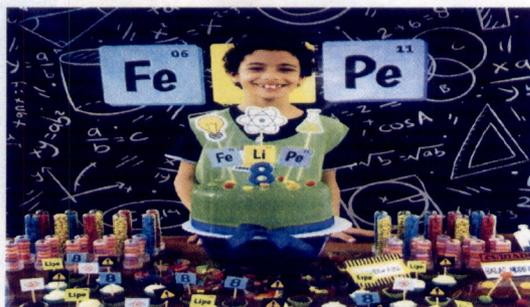
Crianças em situação de vulnerabilidade social

Meta 39.1 – Programa Catavento em Família

O Programa Catavento em Família é uma iniciativa que busca desenvolver projetos e ações que promovam a troca de experiências e a integração das famílias aos conteúdos apresentados no Museu. Famílias, tradicionalmente, já representam uma grande parcela do nosso público, principalmente aos finais de semana. Neste trimestre, os projetos “Aniversário no Catavento” e “Origami Tech” atenderam 1.264 pessoas, superando a meta do trimestre e com recorde de público desde o início do Programa.

- **Aniversário no Catavento**

A comemoração de aniversário é uma das grandes propostas de atividades que o Museu Catavento oferece aos seus visitantes, possibilitando uma comemoração em um espaço que propicia diversão e conhecimento ao mesmo tempo. Neste segundo trimestre foi possível atender 954 visitantes, vindos de convidados especiais para essas comemorações, além de realizarem atividades especiais nas sessões fechadas.



Aniversário do Felipe

- **Origami Tech**

O Origami Tech é uma oficina realizada pelo Educativo do Museu em parceria com um clube de origamistas (Origami Club) que visa proporcionar uma atividade “mão na massa” a ser realizada por grupos de famílias que visitam espontaneamente o Museu. A atividade é realizada em um final de semana (sábado e domingo) e acontece trimestralmente. Essa ação além de proporcionar um ambiente lúdico de aprendizagem, também busca ativar a comunidade origamista, estimulando o pertencimento e o engajamento dessas comunidades.

Neste trimestre, a oficina foi realizada nos dias 22 e 23 de junho. Na ocasião, optamos por utilizar o Auditório do Catavento para realizar a atividade. Essa mudança foi muito positiva, o auditório além de proporcionar um ambiente com melhor acústica, também facilitou a fruição de público do Setor Engenho, uma das áreas de maior concentração de pessoas.

Inicialmente prevíamos o atendimento de 120 pessoas, que retirariam previamente uma senha para participação, porém por causa da demanda, atendemos também o público circulante. Nesse sentido foram atendidas 310 pessoas ao longo dos dois dias de atividade.

Para a edição deste trimestre, incluímos também uma pequena exposição de origamis, boa parte deles interativos, o que permitiu aos visitantes que não possuíam senhas para participar da oficina, interagir e perceber diferentes técnicas de origami.



Exposição de Origami



Alta demanda de público

META 41.1/41.2/41.3 – Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores e educadores, guias de turismo ou estudantes.

- **Encontro de Professores – Semana Nacional de Museus**

O Encontro de Professores é um projeto do Programa Educativo que tem por objetivo aproximar, integrar e discutir com professores, coordenadores, educadores e demais interessados, as possibilidades educativas, experimentos, metodologias e ferramentas desenvolvidas pelo Núcleo Educativo do Museu. A ideia é colaborar com o processo de ensino/aprendizagem dos participantes possibilitando a ampliação do seu repertório enquanto agente multiplicador de saberes científicos e culturais.

O segundo encontro do ano foi realizado no dia 18/05/2019, com 120 vagas e teve como tema a Semana Nacional de Museus. Na ocasião, utilizamos a seção vida como assunto gerador e contamos com a participação de 90 professores, educadores e demais interessados, superando positivamente as metas do trimestre.

O encontro foi dividido em 5 momentos:

- 1. Palestra Principal**

O Prof. Dr. Mario Donizete, fez um retrospecto da relação da Biologia com os Museus de Ciências, destacando a importância da matéria para o desenvolvimento e consolidação de práticas de pesquisa e divulgação científica por meio dessas instituições.

- 2. Mesa Redonda “Educação em Ciências, para onde vamos?”**

Logo após a palestra, tivemos uma mesa redonda com especialistas de diversas áreas, debatendo o tema: Educação em Ciências, para onde vamos? A mesa foi composta pelo palestrante e Professor Mario Donizete; o Professor da Rede Municipal e Dr. em Educação Prof. Sergio Cunha; a Professora Dra. em Design Educacional da Universidade Federal de São Paulo, Prof. Paula Carolei e a Pesquisadora e Especialista em Inteligência Artificial da IBM Brasil, Heloisa Candello. A mesa foi mediada pelo educador do Catavento, Rafael Araujo.

- 3. Visita Mediada Exploratória**

Para a edição deste trimestre, ao invés de fazermos um painel sobre o Museu como no primeiro trimestre, optamos por entregar fichas com algumas perguntas sobre as instalações do Museu aos professores. A proposta foi que, divididos em grupos, os professores respondessem essa ficha, investigando as premissas, objetivos e finalidades dos espaços e após o preenchimento, apresentassem aos demais professores no auditório.

- 4. Elaboração de Material de Apoio**

Após as visitas exploratórias, entregamos aos grupos uma série de itens de papelaria, objetos diversos e sucata para que eles elaborassem um material de apoio que pudesse ser utilizado na sala de aula, algo que fosse prático e inspirado nos conteúdos apresentados nas seções que eles visitaram.

- 5. Apresentação da ficha de visita mediada e dos materiais de apoio**

No auditório, os grupos se revezaram em apresentar aos demais professores as seções que visitaram a partir das fichas que receberam. Também apresentaram os materiais elaborados, bem como a sua possível aplicação em sala.



Palestra Prof. Mario Donizete



Mesa Redonda: Educação em Ciências, para onde vamos?



Visita Mediada Exploratória na seção Do Macaco ao Homem



Professores elaborando o Material de Apoio



Apresentação das seções visitadas e dos materiais elaborados



Por fim, de forma a letificar os professores, sorteamos alguns terrários feitos pela equipe do educativo que estavam expostos no auditório. Essa exposição foi pensada, tendo em vista o tema do Encontro obtendo uma ótima receptividade por parte dos professores.

Também sorteamos, origamis doados pelo origamista Marcio Okabe, que integra a rede Professor Catavento e livros doados pelo Prof. Sergio Cunha.



Professoras contempladas no sorteio do terrário e dos livros



Exposição de terrários mostrando as etapas de produção do experimento.



Livros doados pelo Prof. Sergio Cunha



Terrários feitos pelo educativo para sorteio.

Meta 42.1 – Visitas educativas e complementares para os funcionários do Museu - Programa Nosso Museu

O Programa “Nosso Museu” do Educativo do Museu Catavento tem como objetivo proporcionar visitas educativas aos funcionários do Catavento e equipes terceirizadas. Integrando os funcionários à missão e visão do Museu e promovendo uma consciência coletiva da nossa responsabilidade na difusão do conhecimento científico e tecnológico. No segundo trimestre desse ano, as visitas foram promovidas na exposição temporária “*Integra: a cultura de um povo, o desenvolvimento de um país*”, que integrou a programação cultural do Museu Catavento entre os dias, 14 de maio e 23 de junho.

- **Programa Nosso Museu – Expo Integra**

A exposição trouxe a trajetória de cinco indústrias ligadas ao desenvolvimento, bem como a forma que as novas tecnologias as impactam. Enquanto museu de ciência não podemos nos abster de apresentar e debater sobre o futuro da tecnologia e das indústrias que pesquisam e implantam essas tecnologias. Sendo assim, nosso no âmbito do Programa Nosso Museu, as visitas foram orientadas a revelar a importância desse tema, especialmente em um museu com a nossa tipologia.



Funcionários visitando a exposição

Para garantir a participação do maior número de funcionários, entendendo a especificidade desse público, elaboramos um cronograma de visitas em acordo com as gerências e supervisões. A ação foi realizada em vários dias e etapas, de forma a não interferir nas suas rotinas de trabalho. O cronograma deu resultado e tivemos a participação de 72 funcionários, das áreas meio e fim na exposição.

O cronograma foi fixado em pontos estratégicos do Museu de forma a garantir que todos estivessem informados da data e do horário da sua visita. Com essas estratégias de engajamento e comunicação garantimos uma participação de 81,8% do público previsto

EDUCATIVO MUSEU CATAVENTO - PROGRAMA NOSSO MUSEU - 2º Trimestre														
Cronograma de Visitas Educativas para funcionários na exposição "Integra: a cultura de um povo, o desenvolvimento de um país"														
Dias / Horários	Manutenção Predial	Manutenção Educativo	Quanta	Bilhetaria	Panda	Juridico	Financeiro	RH	Compras, Contabilidade	Acervo e Exopgrafia e Comunicação	Diretoria	TI	Educativo (Visitação)	Total
Quarta feira 22/05	10h													0
	12h													0
	16h20													0
Quinta feira 23/05	10h	2	2						4	2				10
	12h			3										3
	16h20			3										5
Quarta feira 29/05	10h	5	2		4	2				2				15
	12h			3										3
	16h20	2		3										5
Quinta feira 30/05	10h	5	2		4					1	2			14
	12h			3										3
	16h20	2								1	1	3		7
Quarta feira 05/06	10h		2				4	4						10
	12h												2	2
	16h20													0
Quinta feira 08/05	10h		2				4				2			8
	12h												2	2
	16h20										1			1
Total por área														88
														Total Geral

Meta 43.1 – Material Educativo para as atividades e exposições.

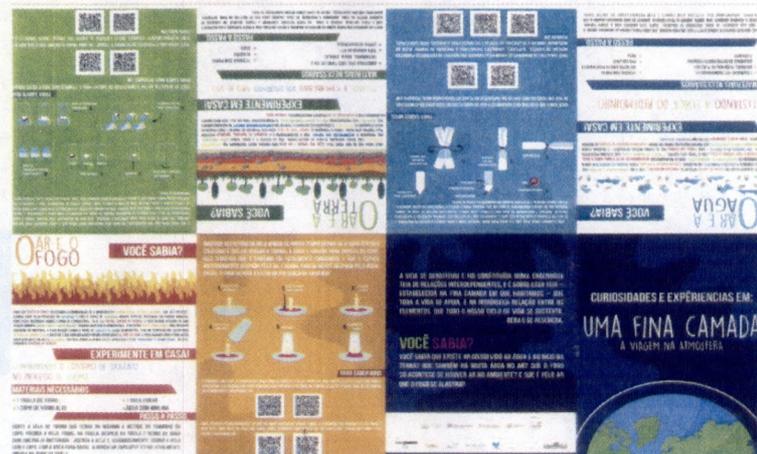
1. Guia “Curiosidades e experiências em: Uma fina Camada, a viagem na atmosfera”.

No âmbito da exposição “Uma fina Camada”, inaugurada no dia 28/06/2019, foram produzidos e distribuídos aos visitantes, um guia educativo, com jogos e informações com a temática da ecologia.

O guia traz uma sugestão de construção de um terrário “mundinho”, informações e instruções sobre como fazer experimentos sobre consumo de oxigênio, a força do vento e permeabilidade do solo. O material, bem como a exposição foi viabilizada por meio de lei de incentivo, com patrocínio da Air Liquide.



Frente do Folder (Tamanho A3)



Verso do Folder (Tamanho A3)



Frente do Folder (Tamanho A6)

Meta 44.1 – Visitas Educativas e atividades para os públicos diversos localizados nas periferias como prioritário para inclusão social.

Com o intuito de atender o público com algumas limitações, como exemplo a impossibilidade de pagar os ingressos, buscamos dar um suporte a algumas instituições localizados em periferias, facilitando o acesso ao equipamento cultural, fornecendo a isenção dos ingressos para as visitas agendadas/mediadas. Os monitores de conteúdo buscam sempre estimular a troca de experiências desse público, elaborando monitorias que exploram o lado sensorial, criatividade e trabalho em grupo.



Grupo agendado na seção da astronomia

Meta 45.1 – Ações Educativas Extramuros

Dando continuidade na Ação Extramuros do Núcleo Educativo do Museu Catavento, foi realizado a oficina de terrário na E.M.E.F. Francisco Alves Mendes Filho – Chico Mendes com aproximadamente 90 alunos do 6º ano do ciclo interdisciplinar. A escolha da oficina se deu por conta da discussão sobre ecologia que a instituição educativa queria ter com seus alunos.

O terrário pode ser apresentado como um experimento que visa reproduzir, em escala reduzida e simplificada, o ambiente natural externo de maneira a observarmos alguns processos naturais que ocorrem nele. Porém, para compreendermos como a construção, a manutenção e a observação dos ciclos presentes no terrário são possíveis, precisamos entender seu processo externo que o experimento busca reproduzir.

A oficina: com a utilização de garrafas PETs, pedriscos, terra e planta, cada aluno monta seu próprio mini terrário. Além da montagem é discutido o ciclo da água, crescimento dos vegetais, fotossíntese, formação de solos, aspectos sobre meio ambiente, ecologia e sustentabilidade. O estudo desenvolvido na oficina é reforçado mesmo após a atividade já que os participantes levam seus terrários para casa e acompanham o crescimento das plantas, o ciclo da água e outros aspectos da discussão realizada na oficina.



Oficina de Terrário na Escola EMEF Chico Mendes, Jardim Marília

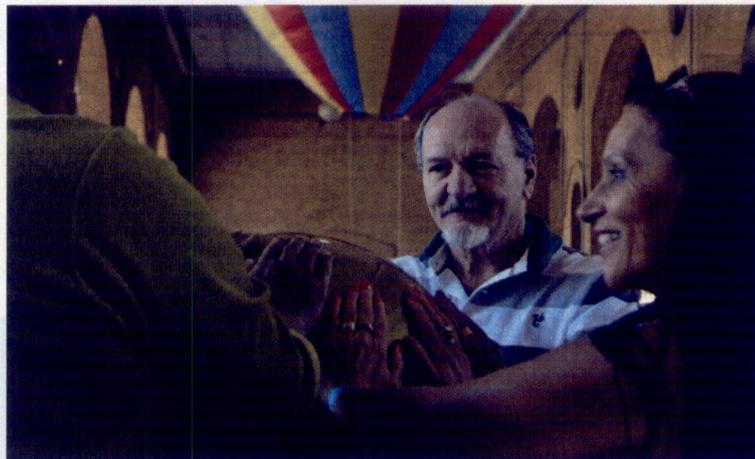
Como resposta da ação realizada, a vice-diretora Amélia Santos da Silva nos relatou:

“Percebemos que foi excelente a participação de todos, a interação com os materiais oferecidos e também despertaram a curiosidade pelas questões ambientais. Gostaríamos de continuar com essa parceria, no segundo semestre de 2019, com o objetivo de proporcionar mais atividades que complementam as atividades pedagógicas.”

Meta 46.1 – Visitas Mediadas – Público Geral

Devido à grande divulgação das programações do Museu Catavento em nosso mailing de instituições, tivemos grande procura de instituições não escolares, com a intenção de atendimento a visitas mediadas de público geral, no qual disponibilizamos nossos monitores de conteúdo, em roteiros programados. Somente nesse 2º trimestre, foi possível atender pouco mais 4.500 visitantes.

Neste segundo trimestre, realizamos atendimentos de grupos agendados (não escolar) e empresas por intermédio do Instituto Grupo Boticário. O interesse em especial dos grupos foi de conhecerem e obterem uma monitoria de maior duração na seção “Mundo do Perfume”. Tal instalação fixa do Museu Catavento é advinda de uma parceria com o Instituto Grupo Boticário.



Visitas mediadas para o público geral

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM- SP

Apresentamos as ações realizadas durante o trimestre, levando em consideração as exposições, palestras e oficinas, considerando o número de municípios, número de público atendido, entre outros fatores. Além de estabelecer um breve demonstrativo do desenvolvimento dessas ações que serão discutidas mais a fundo nos anexos técnicos.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
50	(PSISEM) Exposições itinerantes	50.1	Meta-Produto	Quantidade de Exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	1	50%
		50.2	Dado-Extra	Nº de público das exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	1.700	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	1.700	0%
		50.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	1	0%
51	(PSISEM) Palestras/Cursos/Oficinas (público geral)	51.1	Meta-Produto	Quantidade de Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	2	2	100%
		51.2	Meta-Produto	Nº de vagas ofertadas em Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	20	20	100%
					2º Trim	-	90	0%
					3º Trim	20	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	40	110	275%
		51.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	2	0%
		51.4	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim	-	45	0%
					2º Trim	-	90	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	135	0%

52	(PSISEM) Plano de Ações Potenciais para integração ao Sisem-SP	52.1	Meta-Resultado	Atualização Plano de Ações Potenciais para integração ao Sisem-SP	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	1	1	100%
53	(PSISEM) Cursos de capacitação, seminários formativos, palestras, workshops ou oficinas (profissionais ligados a museus e/ou centro culturais)	53.1	Meta-Resultado	Quantidade de Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	1	50%
		53.2	Meta-Resultado	Nº de vagas ofertadas em Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	20	30	150%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	20	-	0%
					META ANUAL	40	30	75%
		53.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	4	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	3	0%
		53.4	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	21	0%
3º Trim	-				-	0%		
4º Trim	-				-	0%		
META ANUAL	0				21	0%		
54	(PSISEM) Rede de Museus de Ciências ou Encontro Regional do SISEM	54.1	Meta-Produto	Nº de participações oficiais na rede de Museus de Ciência	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	2	0	0%
55	(PSISEM) Estágios Técnicos (Não Remunerados)	55.1	Meta-Produto	Estágios Técnicos Realizados	1º Trim	-	17	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	1	17	1700%
		55.2	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	1	1	100%

56	(PSISEM) Encontro com educadores do SISEM	56.1	Meta-Produto	Nº de participações oficiais na rede de Museus de Ciência	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	1	1	100%
		56.2	Meta-Resultado	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	1	1	100%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
57	(PSISEM) Exposição Itinerante com captação de recursos ou disponibilização via Parceria	57.1	Meta-Produto	Nº de Exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	7	-	0%
					META ANUAL	7	0	0%

Meta 50.1/50.2/50.3 – Exposições Itinerantes

Exposição Itinerante "Mudanças Climáticas"

Esta mostra convidou os visitantes a refletir sobre questões importantes acerca do clima do planeta, tais como: as mudanças no último século, as causas do aquecimento global, os desafios climáticos, o monitoramento do clima da Terra, os meios de observação do clima, a retração das geleiras, entre outros assuntos relacionados ao tema e futuro do nosso planeta.

A exposição percorreu 03 locais (hall da prefeitura, barracão da cultura e centro de convenções) na cidade de Biritiba Mirim, durante o período de um mês, atendendo 1.700 pessoas, entre crianças, jovens, adultos e idosos.



Exposição Mudanças Climáticas - Biritiba Mirim



Exposição Mudanças Climáticas - Biritiba Mirim

Meta 51.1 – Palestras/Cursos/Oficinas (público geral)

Apesar de não ser uma meta pactuada no trimestre, houve a oportunidade de realizar a Oficina de Terrário no Borboletário de Diadema voltado para o público em geral. O Museu Catavento cedeu toda a estrutura para realização da atividade, incluindo os materiais (potes de vidro, terra, pedriscos, musgo, plantas, sacolas) e duas pessoas do educativo que coordenaram e executaram a atividade, não impactando o orçamento. A oficina atendeu 90 participantes, entre eles, crianças, jovens, adultos e idosos.



Oficina de Terrário no Borboletário de Diadema

Meta 52.1 – Plano de Ações Potenciais para Integração ao SISEM-SP (Atualização do Plano de Ações Potenciais para Integração)

Foi desenvolvida a atualização do Planejamento de ações potenciais que será entregue ao SISEM-SP nesse trimestre; o documento foi modificado no sentido de contemplar as ações já realizadas e aproximá-las aos futuros desafios que serão enfrentados.

Meta 53.1/53.2/53.3/53.4 – Cursos de capacitação, seminários formativos, palestras, workshops ou oficinas (profissionais ligados a museus e/ou centros culturais)

Oficina “Bonecas Abayomi”

Bonecas Abayomi são pequenas bonecas negras, feitas de pano e sem costura alguma, apenas com nós ou tranças. A boneca foi criada para as crianças, jovens, adultos na época da escravidão, e era confeccionada com pedaços de saias, único pano encontrado nos navios negreiros, para acalmar e trazer alegria para todos, além de ser considerada como amuleto até hoje.

A oficina foi desenvolvida com foco aos profissionais de museus, proporcionando aos participantes o contato direto com uma das heranças da história e cultura africana no Brasil.

A atividade que promoveu a discussão da história, origem e significado desta cultura recebeu 21 participantes durante as 02 horas de sua realização e foi realizada por profissionais do Museu Catavento.



Oficina – Bonecas Abayomi



Oficina – Bonecas Abayomi

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional trabalha alinhado com os demais programas do Museu, buscando cumprir a missão de comunicar as ações da instituição de maneira a torná-la conhecida para adultos, jovens e crianças, como espaço de difusão da ciência, tecnologia e cultura. Além disso, visa fortalecer a presença do Museu nos diferentes tipos de mídia, e com o seu público, firmando-o como um espaço de educação científica e cultural da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo. Abaixo os destaques das ações do programa no 2º trimestre.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
58	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	58.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos - Site	1º Trim	75.000	118.454	158%
					2º Trim	75.000	102.652	137%
					3º Trim	75.000		0%
					4º Trim	75.000		0%
					META ANUAL	300.000	221.106	74%
		58.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Facebook	1º Trim	650	2.553	393%
					2º Trim	300	3.917	1306%
					3º Trim	650		0%
					4º Trim	300		0%
					META ANUAL	1.900	6.470	341%
		58.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Instagram	1º Trim	600	2.000	333%
					2º Trim	200	2.400	1200%
					3º Trim	600		0%
					4º Trim	200		0%
					META ANUAL	1.600	4.400	275%
		58.4	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Youtube	1º Trim	50	42	84%
					2º Trim	25	62	248%
					3º Trim	50		0%
					4º Trim	25		0%
					META ANUAL	150	104	69%
58.5	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Twitter	1º Trim	200	40	20%		
			2º Trim	100	61	61%		
			3º Trim	200		0%		
			4º Trim	100		0%		
			META ANUAL	600	101	17%		
59	(PCDI) Inserções na mídia	59.1	Meta-Produto	Nº de mínimo de inserções na mídia	1º Trim	350	606	173%
					2º Trim	200	420	210%
					3º Trim	350		0%
					4º Trim	200		0%
					META ANUAL	1.100	1.026	93%
60	(PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir	60.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%

de parcerias com organizações	4º Trim	1		0%
	META ANUAL	4	2	50%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%	
61	(PCDI) Publicação de Catálogo sobre o conteúdo da Seção Universo do Museu	61.1	Meta-Produto	Nº de Catálogos	1º Trim	-	-	0%	
					2º Trim	1	0	0%	
					3º Trim	-		0%	
					4º Trim	-		0%	
					META ANUAL	1	0	0%	
62	(PCDI) Campanha em comemoração aos 10 anos do Museu Catavento	62.1	Meta-Produto	(Press kit - flyer, folder comemorativo, publicação)	1º Trim	1	1	100%	
					2º Trim	-		0%	
					3º Trim	-		0%	
					4º Trim	-		0%	
					META ANUAL	1	1	100%	
63	(PCDI) Anúncios	63.1	Meta-Produto	Produção de peça publicitária para anúncio em jornal	1º Trim	1	4	400%	
					2º Trim	-		0%	
					3º Trim	-		0%	
					4º Trim	1		0%	
					META ANUAL	2	4	200%	
			63.2	Meta-Produto	Produção de peça publicitária para anúncio em sites noticiosos	1º Trim	1	3	300%
						2º Trim	-		0%
						3º Trim	-		0%
						4º Trim	1		0%
						META ANUAL	2	3	150%

Meta 58 – Canais de comunicação com os diversos segmentos de público:

Meta 58.1 – Nº mínimo de visitantes virtuais únicos - site

O número de visitantes virtuais únicos no site previsto para o trimestre foi ultrapassado. Acreditamos que isso se deu devido à divulgação da programação no período, além das solicitações de informações gerais sobre o funcionamento do Museu, agendamento e dúvidas diversas.

Visitantes únicos site 2º trimestre	
Abril	33.878
Mai	29.363
Junho	39.411
Total	102.652

Meta 58.2 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Facebook

O número de acessos e seguidores no Facebook tem aumentado cada vez mais, vimos nas métricas da plataforma que o alcance gerado pelas publicações é cada vez maior atingindo, conseqüentemente, mais pessoas e atraindo o público interessado na temática trabalhada pelo Museu.

Facebook - 2º trimestre	
Abril	977
Mai	554
Junho	2386
Total	3.917

Meta 58.3 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Instagram

Assim como no Facebook os acessos e seguidores no Instagram ultrapassaram a meta prevista. O Instagram é uma ferramenta bastante buscada para informações e inspirações, por isso, além de utilizarmos a mídia digital para promoção da programação do Museu, evidenciamos os bastidores e curiosidades da instituição, o que acreditamos que tem promovido maior alcance e, conseqüentemente, mais seguidores na rede.

Instagram - 2º trimestre	
Abril	600
Mai	800
Junho	1.000
Total	2.400

Meta 58.4 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Youtube

Acreditamos que o alcance nas demais redes do Museu gerou maior acesso ao Youtube, ultrapassando a meta prevista para o trimestre. De qualquer forma continuamos estudando uma maneira de promover ainda mais o canal.

Youtube - 2º trimestre	
Abril	22
Mai	14
Junho	26
Total	62

Meta 58.5 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Twitter

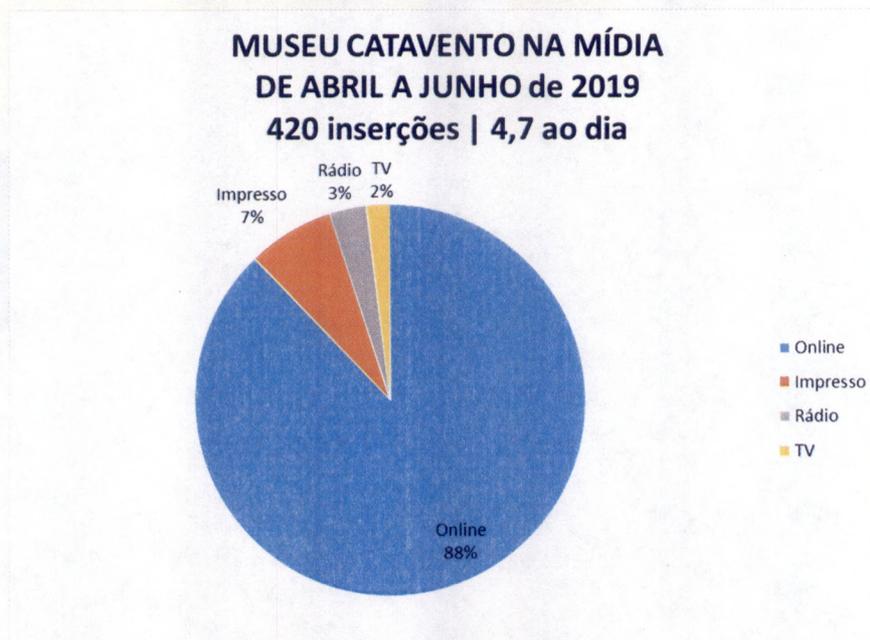
Apesar de apresentar aumento de seguidores, não atingimos a meta estipulada para o Twitter no 2º trimestre. Seguimos trabalhando para promover a ferramenta para, progressivamente, ter um número tão bom quanto nas demais páginas do Museu.

Twitter - 2º trimestre	
Abril	13
Mai	26
Junho	22
Total	61

Meta 59.1 – Nº de mínimo de inserções na mídia

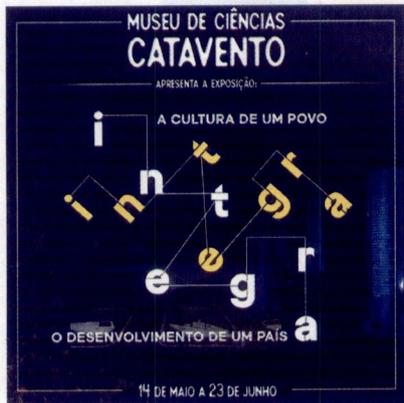
Ultrapassamos a meta proposta de inserções na mídia no trimestre, 420 uma média de 4,6 ao dia, devido a programação apresentada para o período que contou com grande divulgação como a exposição "INTEGRA", em parceria com a Cartepillar; "Semana Nacional de Museus"; participação na "Museum Week", além das ações do "Catavento no Shopping" e parcerias para realização de eventos no Museu que geram maior atuação de outras assessorias.

Gráfico de inserções na mídia no trimestre



Meta 60.1 – Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações

Realizamos importante parceria com a Caterpillar que, além de ofertar uma exposição para o nosso público, pensada para o espaço do Catavento e que seria multiplicada para outras cidades do país, proporcionou expressivo retorno de mídia com a atuação de assessoria própria da exposição e ainda gerou a captação de recurso extra para o Museu. No relatório específico da captação são elencadas demais parcerias realizadas no período pelo Programa de Gestão e Governança.



Meta 61.1 – Publicação de Catálogo sobre o conteúdo da Seção Universo do Museu

A meta condicionada para produção de catálogo não foi realizada, pois trabalharemos a temática proposta no 3º trimestre e, por isso, pretendemos produzir o material para o período.

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 dos usuários e funcionários.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
64	Renovação de Seguro	64.1	Dados Extra	Seguro Renovado	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	0	0%
65	Obtenção ou Renovação do AVCB	65.1	Dados Extra	AVCB obtido ou renovado	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	0	0%
66	Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	66.1	Dados Extra	Alvará obtido, renovado ou protocolado	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					META ANUAL	0	0	0%
67	(PED) Readequação das Instalações Elétricas e Hidráulicas	67.1	Meta-Resultado	Nº de ações Readequação das instalações elétricas e hidráulicas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	4	2	50%

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
68	(PED) Instalação de Ar Condicionado na Seção "Se liga no Lego"	68.1	Meta-Produto	Nº de instalações	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
69	(PED) Projeto de Captação de Energia Solar	69.1	Meta-Produto	Nº de projetos	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%
70	(PED) Projeto Luminotécnico para Fachada do Palácio das Indústrias	70.1	Meta-Produto	Nº de implementações	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%

71	(PED) Interligação dos poços PA6 e PA8, melhorando o sistema de acesso	71.1	Meta-Produto	Serviço	1° Trim	-	-	0%
					2° Trim	-	-	0%
					3° Trim	-	-	0%
					4° Trim	1	-	0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 67.1 – Readequação das Instalações Elétricas e Hidráulicas

Neste segundo trimestre, demos início a abertura do edital para execução da reforma elétrica que será realizada no Museu Catavento. Após apuração a empresa ECG Engenharia venceu o edital. Marcamos uma reunião para assinatura do contrato e será estabelecida uma data para o início das obras.

METAS CONDICIONADAS 2 ° TRIMESTRE 2019

Durante o 2º trimestre de 2019, apesar dos esforços envidados pela OS, grande parte das metas condicionadas intencionadas para realização, não foram realizadas pois ainda não há parceiros privados interessados na realização dos projetos, assim como também não houve nenhum aporte adicional por parte da SEC para realização destas ações.

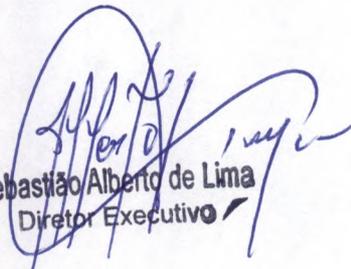
METAS PENDENTES DE EXERCÍCIOS ANTERIORES

No.	Meta pendente de 2018	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
2	Plano Museológico elaborado / atualizado de acordo com as diretrizes da SEC e gerenciar a estruturação dos demais documentos norteadores (Eixo 1 e 5)	2.1	Meta-Produto	Planejamento Estratégico e/ou Plano Museológico entregues	1º Trim	-	-	-
					2º Trim	-	-	-
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		-
					META ANUAL	1	0	0%

A única meta pendente de exercícios anteriores, é a meta nº 2 do Plano de Trabalho de 2018, que teve um prazo maior estabelecido para sua realização, como um acordo entre a instituição e a UPPM, numa reunião realizada no dia 26/07/18 na sede da Secretaria. Nesta reunião foram apresentados o diagnóstico e a metodologia que está sendo utilizada pela museóloga Paula para a sua elaboração. Após alguns apontamentos de ambas as partes, foi decidido que para uma melhor elaboração do mesmo, haveria necessidade de prorrogação na entrega do Plano, sendo acordada para até o mês de julho de 2019. Durante o 2º trimestre foram realizadas reuniões com as equipes para finalização do Plano Museológico que será entregue no prazo acordado.

Relatório Gerencial Previsto X Realizado – Exercício 2019
CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL – ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
Museu Catavento – CG 02/2017

	I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Abril	Maio	Junho	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
1	Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão	15.042.626,15	10.500.850,94	1.021.729,02	1.869.050,25	736.376,87	3.627.156,14	24,11%	14.128.007,08	93,92%
1.1	Repasse Contrato de Gestão	8.275.309,00	2.070.309,00	971.285,54	1.813.714,46	685.000,00	3.470.000,00	41,93%	5.540.309,00	66,95%
1.2	Movimentação de Recursos Reservados	- 93.510,99	- 5.287,31	-	-	-	-	0,00%	- 5.287,31	5,65%
1.2.1	Constituição Recursos de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.2	Reversão de Recursos de Reservas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.3	Constituição Recursos de Contingência	- 93.510,99	- 15.653,99	-	-	-	-	0,00%	- 15.653,99	16,74%
1.2.4	Reversão de Recursos de Contingências	-	- 10.366,68	-	-	-	-	-	- 10.366,68	-
1.2.5	Constituição Recursos Reserva - Outros (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.6	Reversão de Recursos Reservados (Outros)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3	Outras Receitas	6.860.828,14	8.435.829,25	50.443,48	55.335,79	51.376,87	157.156,14	2,29%	8.592.985,39	125,25%
1.3.1	Saldos anteriores para utilização no exercício	6.560.828,14	8.295.470,21	-	-	-	-	0,00%	8.295.470,21	126,44%
1.3.2	Outros saldos	300.000,00	140.359,04	50.443,48	55.335,79	51.376,87	157.156,14	52,39%	297.515,18	99,17%
1.3.2.1	Receitas Financeiras	300.000,00	140.204,07	50.443,48	54.681,87	51.376,87	156.502,22	52,17%	296.706,29	98,90%
1.3.2.2	Outras Receitas	-	154,97	-	653,92	-	653,92	-	808,89	-
2	Recursos de Investimento do Contrato de Gestão	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1	Investimento do CG	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Recursos de Captação	2.318.061,02	701.314,34	184.962,73	198.183,73	225.957,78	609.104,24	26,28%	1.310.418,58	56,53%
3.1	Recursos de Captação voltados a Custeio	2.318.061,02	701.314,34	184.962,73	198.183,73	225.957,78	609.104,24	26,28%	1.310.418,58	56,53%
3.1.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.505.026,00	700.380,38	184.962,73	198.183,73	225.957,78	609.104,24	40,47%	1.309.484,62	87,01%
3.1.2	Captação de Recursos Incentivados	399.233,02	933,96	-	-	-	-	0,00%	933,96	0,23%
3.1.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	413.802,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
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	18.784.801,85	3.910.529,53	1.128.031,27	1.195.787,91	1.032.695,33	3.356.514,51	17,87%	7.267.044,04	38,69%
4.1	Receita de Repasse Apropriada	16.166.740,83	2.382.148,01	804.648,29	893.396,38	702.327,92	2.400.372,59	14,85%	4.782.520,60	29,58%
4.2	Receita de Captação Apropriada	2.318.061,02	1.357.659,51	272.792,98	246.955,01	278.855,34	798.603,33	34,45%	2.156.262,84	93,02%
4.2.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.505.026,00	700.380,38	184.962,73	198.183,73	225.957,78	609.104,24	40,47%	1.309.484,62	87,01%
4.2.2	Captação de Recursos Incentivados	399.233,02	573,36	-	-	-	-	0,00%	573,36	0,14%
4.2.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	413.802,00	656.705,77	87.830,25	48.771,28	52.897,56	189.499,09	45,79%	846.204,86	204,50%
4.3	Total das Receitas Financeiras	300.000,00	170.722,01	50.590,00	55.436,52	51.512,07	157.538,59	52,51%	328.260,60	109,42%
4.3.1	Receitas Financeiras	300.000,00	140.204,07	50.443,48	54.681,87	51.376,87	156.502,22	52,17%	296.706,29	98,90%
4.3.2	Outras Receitas	-	30.517,94	146,52	754,65	135,20	1.036,37	-	31.554,31	-
5	Total de Receitas para a realização de metas condicionadas	2.544.000,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
5.1	Receitas para realização de metas condicionadas	2.544.000,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO										
6	Total de Despesas	- 18.784.801,85	- 3.910.529,53	- 1.128.031,27	- 1.195.787,91	- 1.032.695,33	- 3.356.514,51	17,87%	- 7.267.044,04	38,69%
6.1	Subtotal de Despesas	- 16.759.582,42	- 2.982.028,38	- 950.335,34	- 1.054.031,79	- 889.968,07	- 2.894.335,20	17,27%	- 5.876.363,58	35,06%
6.1.1	Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	- 6.978.371,29	- 1.769.398,18	- 602.888,50	- 608.682,38	- 596.110,00	- 1.807.680,88	25,90%	- 3.577.079,06	51,26%
6.1.1.1	Diretoria	- 353.658,46	- 87.428,87	- 29.941,34	- 29.876,85	- 29.941,35	- 89.759,54	25,38%	- 177.188,41	50,10%
6.1.1.1.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.1.2	Área Fim	- 353.658,46	- 87.428,87	- 29.941,34	- 29.876,85	- 29.941,35	- 89.759,54	25,38%	- 177.188,41	50,10%
6.1.1.2	Demais Funcionários	- 4.901.716,84	- 1.248.518,82	- 420.504,03	- 437.807,23	- 426.637,52	- 1.284.948,78	26,21%	- 2.533.467,60	51,69%
6.1.1.2.1	Área Meio	- 1.511.075,09	- 226.186,57	- 85.469,69	- 76.989,32	- 73.901,05	- 236.360,06	15,64%	- 462.546,63	30,61%
6.1.1.2.2	Área Fim	- 3.390.641,75	- 1.022.332,25	- 335.034,34	- 360.817,91	- 352.736,47	- 1.048.588,72	30,93%	- 2.070.920,97	61,08%
6.1.1.3	Estagiários	- 1.722.995,99	- 433.450,49	- 152.443,13	- 140.998,30	- 139.531,13	- 432.972,56	25,13%	- 866.423,05	50,29%
6.1.1.3.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.3.2	Área Fim	- 1.722.995,99	- 433.450,49	- 152.443,13	- 140.998,30	- 139.531,13	- 432.972,56	25,13%	- 866.423,05	50,29%
6.1.1.4	Aprendizes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.2	Área Fim	-	-	-	-	-	-	-	-	-


Sebastião Alberto de Lima
 Diretor Executivo

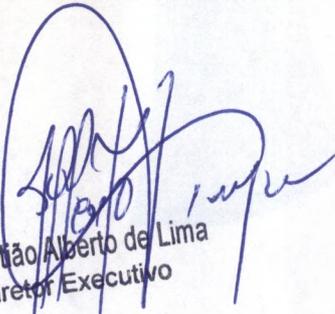
6.1.2	Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	- 1.996.086,99	- 379.662,19	- 120.014,78	- 140.378,63	- 115.262,37	- 375.655,78	18,82%	- 755.317,97	37,84%
6.1.2.1	Limpeza	- 601.164,02	- 149.884,32	- 49.858,44	- 50.374,44	- 49.858,44	- 150.091,32	24,97%	- 299.975,64	49,90%
6.1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	- 496.484,38	- 109.172,89	- 36.393,90	- 36.393,90	- 36.393,90	- 109.181,70	21,99%	- 218.354,59	43,98%
6.1.2.3	Jurídica	- 57.096,90	- 19.642,50	- 4.824,00	- 2.940,00	- 2.940,00	- 10.704,00	18,75%	- 30.346,50	53,15%
6.1.2.4	Informática	- 62.729,02	- 705,72	- 12.985,24	- 15.621,09	- 258,04	- 28.864,37	46,01%	- 29.570,09	47,14%
6.1.2.5	Administrativa / RH	- 228.298,90	- 58.184,60	- 7.673,27	- 26.769,27	- 17.369,27	- 51.811,81	22,69%	- 109.996,41	48,18%
6.1.2.6	Contábil	- 81.900,00	- 20.250,00	- 6.750,00	- 6.750,00	- 6.750,00	- 20.250,00	24,73%	- 40.500,00	49,45%
6.1.2.7	Auditoria	- 60.000,00	- 5.042,53	-	-	-	- 162,79	0,27%	- 5.205,32	8,68%
6.1.2.8	Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	- 408.413,77	- 16.779,63	- 1.529,93	- 1.529,93	- 1.529,93	- 4.589,79	1,12%	- 21.369,42	5,23%
6.1.3	Custos Administrativos, Institucionais e Governança	- 1.830.291,50	- 469.145,29	- 122.762,82	- 148.380,20	- 108.767,06	- 379.910,08	20,76%	- 849.055,37	46,39%
6.1.3.1	Locação de imóveis	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2	Utilidades públicas	- 888.992,53	- 233.969,00	- 66.940,64	- 66.255,48	- 73.951,30	- 207.147,42	23,30%	- 441.116,42	49,62%
6.1.3.2.1	Água	- 373.153,55	- 93.680,26	- 22.394,82	- 18.240,14	- 30.939,33	- 71.574,29	19,18%	- 165.254,55	44,29%
6.1.3.2.2	Energia Elétrica	- 387.165,57	- 112.126,82	- 33.862,66	- 37.196,48	- 30.957,40	- 102.016,54	26,35%	- 214.143,36	55,31%
6.1.3.2.3	Gás	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2.4	Internet	- 66.932,33	- 17.372,39	- 5.793,48	- 5.793,48	- 5.793,48	- 17.380,44	25,97%	- 34.752,83	51,92%
6.1.3.2.5	Telefonia	- 61.741,07	- 10.789,53	- 4.889,68	- 5.025,38	- 6.261,09	- 16.176,15	26,20%	- 26.965,68	43,68%
6.1.3.3	Uniformes e EPIs	- 22.787,89	- 272,40	-	-	-	-	21,90%	- 5.263,21	23,10%
6.1.3.4	Viagens e Estadias	- 40.000,00	- 5.411,55	-	-	-	-	0,00%	- 5.411,55	13,53%
6.1.3.5	Material de consumo, escritório e limpeza	- 288.772,17	- 72.388,25	- 21.665,53	- 21.521,41	- 16.295,75	- 59.482,69	20,60%	- 131.870,94	45,67%
6.1.3.6	Despesas tributárias e financeiras	- 105.539,58	- 25.607,57	- 11.003,51	- 43.714,55	- 6.246,04	- 60.964,10	57,76%	- 86.571,67	82,03%
6.1.3.7	Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	- 176.171,14	- 27.973,94	- 8.524,53	- 5.187,72	- 4.059,93	- 17.772,18	10,09%	- 45.746,12	25,97%
6.1.3.8	Treinamento de Funcionários	- 10.985,04	- 423,00	-	-	-	-	0,00%	- 423,00	3,85%
6.1.3.9	Outras Despesas	- 297.043,16	- 103.099,58	- 14.628,61	- 6.710,23	- 8.214,04	- 29.552,88	9,95%	- 132.652,46	44,66%
6.1.3.9.1	Locação de Veículos	- 75.858,58	- 18.625,65	- 6.212,55	- 5.769,50	- 6.130,60	- 18.112,65	23,88%	- 36.738,30	48,43%
6.1.3.9.2	Investimentos	- 33.881,83	- 5.384,00	- 7.480,00	-	- 1.138,00	- 8.618,00	25,44%	- 14.002,00	41,33%
6.1.3.9.3	Provisões Judiciais	- 187.302,75	- 79.089,93	- 936,06	- 940,73	- 945,44	- 2.822,23	1,51%	- 81.912,16	43,73%
6.1.3.10	Plano Museológico	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.11	Planejamento Estratégico	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.12	Pesquisa de público	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.4	Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	- 4.432.530,90	- 93.471,47	- 34.521,07	- 31.758,57	- 24.588,03	- 90.867,67	2,05%	- 184.339,14	4,16%
6.1.4.1	Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	- 4.285.917,16	- 77.506,61	- 29.199,46	- 26.327,90	- 19.266,42	- 74.793,78	1,75%	- 152.300,39	3,55%
6.1.4.2	Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	- 80.562,59	- 6.150,00	- 2.050,00	- 2.050,00	- 2.050,00	- 6.150,00	7,63%	- 12.300,00	15,27%
6.1.4.3	Equipamentos / Implementos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.4.4	Seguros (predial, incêndio, etc.)	- 60.000,00	- 9.814,86	- 3.271,61	- 3.380,67	- 3.271,61	- 9.923,89	16,54%	- 19.738,75	32,90%
6.1.4.5	Outras Despesas (Investimentos)	- 6.051,15	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5	Programas de Trabalho da Área Fim	- 1.316.995,00	- 205.603,00	- 48.386,03	- 117.331,03	- 35.758,47	- 201.475,53	15,30%	- 407.078,53	30,91%
6.1.5.1	Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	- 66.707,42	- 903,80	- 204,80	- 3.577,00	-	- 3.781,80	5,67%	- 4.685,60	7,02%
6.1.5.1.1	Aquisição de Acervo	-	- 637,50	- 204,80	- 332,00	-	- 536,80	-	- 1.174,30	-
6.1.5.1.2	Armazenamento de acervo em reserva técnica externa	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.3	Transporte de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.4	Conservação e Restauro	- 5.707,42	- 266,30	-	-	-	-	0,00%	- 266,30	4,67%
6.1.5.1.5	Outras Despesas	- 61.000,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.1.6	Higienização de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.7	Limpeza da Tenda	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.8	Investimentos	-	-	-	- 3.245,00	-	- 3.245,00	-	- 3.245,00	-
6.1.5.2	Programa de Exposições e Programação Cultural	- 647.934,95	- 58.640,57	-	- 62.649,22	- 172,04	- 62.821,26	9,70%	- 121.461,83	18,75%
6.1.5.2.1	Exposições Temporárias	- 55.000,00	- 7.654,72	-	-	-	-	0,00%	- 7.654,72	13,92%
6.1.5.2.2	Programação Cultural	- 477.934,95	- 50.985,85	-	- 62.649,22	- 172,04	- 62.821,26	13,14%	- 113.807,11	23,81%
6.1.5.2.3	Elaboração Projetos museográficos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.4	Implantação de projeto museográfico	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.5	Outras Despesas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.6	Investimentos	- 115.000,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.3	Programa Educativo	- 582.352,63	- 146.058,63	- 48.181,23	- 51.104,81	- 35.549,83	- 134.835,87	23,15%	- 280.894,50	48,23%
6.1.5.3.1	Serviço Educativo e Projetos Especiais	- 67.000,00	-	-	-	- 241,20	- 241,20	0,36%	- 241,20	0,36%
6.1.5.3.2	Capacitação de Profissionais	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.3.3	Manutenção do conteúdo expositivo/adequação	- 497.885,88	- 134.145,07	- 45.001,23	- 51.104,81	- 35.308,63	- 131.414,67	26,39%	- 265.559,74	53,34%
6.1.5.3.4	Novas instalações	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.3.5	Investimentos	- 17.466,75	- 11.913,56	- 3.180,00	-	-	- 3.180,00	18,21%	- 15.093,56	86,41%
6.1.5.4	Programa de Integração ao SISEM-SP	- 20.000,00	-	-	-	- 36,60	- 36,60	0,18%	- 36,60	0,18%
6.1.5.4.1	Exposições Itinerantes	- 15.000,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.4.2	Outras ações de Apoio ao SISEM-SP	- 5.000,00	-	-	-	- 36,60	- 36,60	0,73%	- 36,60	0,73%
6.1.6	Comunicação e Imprensa	- 205.306,73	- 64.748,25	- 21.762,14	- 7.500,98	- 9.482,14	- 38.745,26	18,87%	- 103.493,51	50,41%
6.1.6.1	Plano de Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.6.2	Site	- 61.488,44	- 3.263,25	- 1.142,14	- 1.142,14	- 1.142,14	- 3.426,42	5,57%	- 6.689,67	10,88%
6.1.6.3	Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	- 87.463,53	- 10.800,00	- 6.820,00	- 6.358,84	- 8.340,00	- 21.518,84	24,60%	- 32.318,84	36,95%
6.1.6.4	Assessoria de Imprensa e Publicidade	- 56.354,76	- 50.685,00	- 13.800,00	-	-	- 13.800,00	24,49%	- 64.485,00	114,43%
6.2	Depreciação/Amortização/Baixa do Imobilizado	- 2.025.219,44	- 928.501,15	- 177.695,93	- 141.756,12	- 142.727,26	- 462.179,31	22,82%	- 1.390.680,46	68,67%
6.2.1	Depreciação	- 1.560.978,74	- 337.392,37	- 111.736,48	- 115.112,39	- 111.287,90	- 338.136,77	21,66%	- 675.529,14	43,28%
6.2.2	Amortização	- 23.776,61	- 3.883,24	- 1.122,60	- 1.155,13	- 1.121,74	- 3.999,47	14,30%	- 6.782,71	28,53%
6.2.3	Baixa de ativo imobilizado	- 26.662,10	-	-	- 477,18	- 419,73	- 896,91	3,36%	- 896,91	3,36%
6.2.4	Outros (específicos)	- 413.802,00	- 587.725,54	- 64.836,85	- 25.011,42	- 29.897,89	- 119.746,16	28,94%	- 707.471,70	170,97%
6.2.4.1	Voluntários/Serviços Gratuitos	- 413.802,00	- 587.725,54	- 64.836,85	- 25.011,42	- 29.897,89	- 119.746,16	28,94%	- 707.471,70	170,97%
7	Superávit/Déficit do exercício	0,00	-	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%

Sebastião Alberto de Lima
Diretor Executivo

	INVESTIMENTOS/IMOBILIZADO	-	20.642,61	3.180,00	65.713,17	1.810,00	70.703,17	-	91.345,78	-
8	Investimentos com recursos vinculados ao contratos de gestão	-	20.642,61	3.180,00	65.713,17	1.138,00	70.031,17	-	90.673,78	-
8.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.2	Móveis e utensílios	-	-	-	3.245,00	-	3.245,00	-	3.245,00	-
8.3	Máquinas e equipamentos	-	15.062,61	3.180,00	-	299,00	3.479,00	-	18.541,61	-
8.4	Software	-	-	-	-	839,00	839,00	-	839,00	-
8.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.6	Aquisição de acervo	-	5.580,00	-	62.468,17	-	62.468,17	-	68.048,17	-
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	-	-	-	-	672,00	672,00	-	672,00	-
10.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.2	Móveis e utensílios	-	-	-	-	200,00	200,00	-	200,00	-
10.3	Máquinas e equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.6	Aquisição de acervo	-	-	-	-	472,00	472,00	-	472,00	-

IV - PROJETOS A EXECUTAR

IV - PROJETOS A EXECUTAR, SALDOS DE RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO E SALDOS BANCÁRIOS		Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Abril	Maio	Junho	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
11	Projetos a Executar (Contábil)	-	9.497.517,58	9.740.164,60	10.732.725,57	10.793.153,39	10.793.153,39	-	-	-
11.1	Recursos líquidos disponíveis	-	10.310.406,75	10.468.803,12	11.553.879,06	11.417.725,57	11.417.725,57	-	-	-
11.1.1	Saldo dos exercícios anteriores	-	9.625.406,75	9.497.517,58	9.740.164,60	10.732.725,57	10.732.725,57	-	-	-
11.1.2	Recursos líquidos para o contrato de gestão	-	685.000,00	971.285,54	1.813.714,46	685.000,00	685.000,00	-	-	-
11.2	Receitas apropriadas	-	309.427,88	345.769,27	254.239,38	355.608,28	355.608,28	-	-	-
11.3	Receitas financeiras dos recursos de reservas e contingência	-	45.101,94	50.443,48	54.681,87	51.376,87	51.376,87	-	-	-
11.4	Investimentos com recursos vinculados ao CG	-	-1.167.418,99	-1.124.851,27	-1.130.074,74	-1.031.557,33	-1.031.557,33	-	-	-
11.5	Restituição de recursos a SEC	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	Recursos Incentivados - saldo a ser executado	-	33,73	33,73	33,73	33,73	33,73	-	-	-
12.1	Recursos captados	-	33,73	33,73	33,73	33,73	33,73	-	-	-
12.2	Receita apropriada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.3	Despesa realizada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Outras informações: saldos bancários	-	10.539.145,00	10.819.488,57	11.969.379,93	11.998.086,57	11.998.086,57	-	-	-
13.1	Conta de Repasses do Contrato de Gestão	-	6.344.991,18	6.394.955,78	7.345.133,69	7.143.784,57	7.143.784,57	-	-	-
13.2	Conta de Captação Operacional	-	2.710.525,51	2.933.889,77	3.131.170,62	3.354.755,23	3.354.755,23	-	-	-
13.3	Conta de Projetos Incentivados	-	33,73	33,73	33,73	33,73	33,73	-	-	-
13.4	Conta de Recurso de Reserva	-	585.947,74	588.575,71	590.234,39	592.734,63	592.734,63	-	-	-
13.5	Conta de Recurso de Contingência	-	897.646,84	902.033,58	902.807,50	906.778,41	906.778,41	-	-	-
13.6	Demais Saldos (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-	-


Sebastião Alberto de Lima
Diretor Executivo

REALIZAÇÃO ORÇAMENTARIA DO 2º TRIMESTRE DE 2019

Receitas do Contrato de Gestão

RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho	18.784.801,85	3.910.529,53	3.356.514,51	18%	7.267.044,04	39%
Receita de Repasse Apropriada	16.166.740,83	2.382.148,01	2.400.372,59	15%	4.782.520,60	30%
Receita de Captação Apropriada	2.318.061,02	1.357.659,51	798.603,33	34%	2.156.262,84	93%
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.505.026,00	700.380,38	609.104,24	40%	1.309.484,62	87%
Captação de Recursos Incentivados	399.233,02	573,36	-	0%	573,36	0%
Trabalho Voluntário e Parcerias	413.802,00	656.705,77	189.499,09	46%	846.204,86	204%
Total das Receitas Financeiras	300.000,00	170.722,01	157.538,59	53%	328.260,60	109%
Receitas Financeiras	300.000,00	140.204,07	156.502,22	52%	296.706,29	99%
Outras Receitas	-	30.517,94	1.036,37	-	31.554,31	-
Total de Receitas para a realização de metas condicionadas	2.544.000,00	-	-	0%	-	0%
Receitas para realização de metas condicionadas	2.544.000,00	-	-	0%	-	0%

A meta de recursos financeiros captados, vem sendo amplamente superada durante o ano de 2019, devido ao grande sucesso do Museu Catavento junto as escolas, agências de turismo. Esse sucesso vem do permanente esforço em manter uma programação atrativa que atenda, especialmente, a parte pedagógica das escolas.

O resultado dos esforços quanto a renovação da parte expositiva, pode ser verificada na rubrica de Trabalho Voluntário e Parcerias, que também vem sendo amplamente superada graças ao trabalho efetuado pela nossa equipe de Captação. Neste 2º trimestre de 2019, mantivemos a importante parceria com Fundación Mapfre com a atividade lúdica "Na Pista Certa" e trouxemos novos parceiros como Maria Flor Artesanatos e Papelaria Ltda-ME com a Oficina de Colagem e Oficina de Desenho, e Tcuatre Produções e eventos Ltda-EPP com a doação do Aquário Tátil.

Despesas do Contrato de Gestão

1) Recursos Humanos

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	- 6.978.371,29	-1.769.398,18	-1.807.680,88	26%	- 3.577.079,06	51%
Diretoria	- 353.658,46	- 87.428,87	- 89.759,54	25%	- 177.188,41	50%
Área Fim	- 353.658,46	- 87.428,87	- 89.759,54	25%	- 177.188,41	50%
Demais Funcionários	- 4.901.716,84	-1.248.518,82	-1.284.948,78	26%	- 2.533.467,60	52%
Área Meio	- 1.511.075,09	- 226.186,57	- 236.360,06	16%	- 462.546,63	31%
Área Fim	- 3.390.641,75	-1.022.332,25	-1.048.588,72	31%	- 2.070.920,97	61%
Estagiários	- 1.722.995,99	- 433.450,49	- 432.972,56	25%	- 866.423,05	50%
Área Fim	- 1.722.995,99	- 433.450,49	- 432.972,56	25%	- 866.423,05	50%

A realização das rubricas de RH no 2º trimestre de 2019, mantiveram-se em sua maioria dentro do previsto para o período, tendo um discreto aumento nos Demais Funcionários – Área fim pelo impacto do aumento maior que o projetado do plano de saúde somente anunciado para a nossa OS no mês de janeiro. Porém, como pode se verificar no grupo de despesas de RH esse se mantém dentro de uma variação esperada para o orçamento previsto.

A OS Catavento preza pela gestão executiva e estratégica que preserve a execução do contrato de gestão focando sempre no objeto do contrato, resguardando assim as Áreas Fins para realização quantitativa e qualitativa das metas propostas no Plano de Trabalho.

2) Prestadores de Serviços

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	- 1.996.086,99	- 379.662,19	- 375.655,78	19%	- 755.317,97	38%
Limpeza	- 601.164,02	- 149.884,32	- 150.091,32	25%	- 299.975,64	50%
Vigilância / portaria / segurança	- 496.484,38	- 109.172,89	- 109.181,70	22%	- 218.354,59	44%
Jurídica	- 57.096,90	- 19.642,50	- 10.704,00	19%	- 30.346,50	53%
Informática	- 62.729,02	- 705,72	- 28.864,37	46%	- 29.570,09	47%
Administrativa / RH	- 228.298,90	- 58.184,60	- 51.811,81	23%	- 109.996,41	48%
Contábil	- 81.900,00	- 20.250,00	- 20.250,00	25%	- 40.500,00	49%
Auditoria	- 60.000,00	- 5.042,53	- 162,79	0%	- 5.205,32	9%
Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	- 408.413,77	- 16.779,63	- 4.589,79	1%	- 21.369,42	5%

As despesas do contrato de gestão referentes a Prestadores de Serviços, foram executadas dentro do previsto para o 2º trimestre de 2019, exceto a rubrica de informática que apresentou uma variação superior a 25% esperado para o período, devido aquisição de licença de solução de proteção antivírus, backup das estações e contratação de serviço de suporte técnico para as licenças de antivírus. Os gastos foram de aproximadamente R\$ 28 mil, contudo, nossas despesas estão dentro do previsto para o ano de 2019.

3) Custos Administrativos, Institucionais e Governança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Custos Administrativos, Institucionais e Governança	- 1.830.291,50	- 469.145,29	- 379.910,08	21%	- 849.055,37	46%
Utilidades públicas	- 888.992,53	- 233.969,00	- 207.147,42	23%	- 441.116,42	50%
Água	- 373.153,55	- 93.680,26	- 71.574,29	19%	- 165.254,55	44%
Energia Elétrica	- 387.165,57	- 112.126,82	- 102.016,54	26%	- 214.143,36	55%
Internet	- 66.932,33	- 17.372,39	- 17.380,44	26%	- 34.752,83	52%
Telefonia	- 61.741,07	- 10.789,53	- 16.176,15	26%	- 26.965,68	44%
Uniformes e EPIs	- 22.787,89	- 272,40	- 4.990,81	22%	- 5.263,21	23%
Viagens e Estadias	- 40.000,00	- 5.411,55	-	0%	- 5.411,55	14%
Material de consumo, escritório e limpeza	- 288.772,17	- 72.388,25	- 59.482,69	21%	- 131.870,94	46%
Despesas tributárias e financeiras	- 105.539,58	- 25.607,57	- 60.964,10	58%	- 86.571,67	82%
Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	- 176.171,14	- 27.973,94	- 17.772,18	10%	- 45.746,12	26%
Treinamento de Funcionários	- 10.985,04	- 423,00	-	0%	- 423,00	4%
Outras Despesas	- 297.043,16	- 103.099,58	- 29.552,88	10%	- 132.652,46	45%
Locação de Veículos	- 75.858,58	- 18.625,65	- 18.112,65	24%	- 36.738,30	48%
Investimentos	- 33.881,83	- 5.384,00	- 8.618,00	25%	- 14.002,00	41%
Provisões Judiciais	- 187.302,75	- 79.089,93	- 2.822,23	2%	- 81.912,16	44%

Como apresentado acima as despesas do contrato de gestão referentes a Custos Administrativos, Institucionais e Governança, foram executadas, em sua maioria, dentro do previsto para o 2º trimestre de 2019.

As despesas com energia elétrica, internet, telefonia, despesas tributárias, que apresentaram variação acima dos 25% esperado para o período, ocorreram devido a:

- Com a retomada da reforma elétrica do Palácio das Indústrias, foi necessária contratação de medição especializada da demanda total de energia;
- Aumento da conta de celulares corporativos;

- Aumento nas despesas de IRRF sobre aplicações financeiras. Refere-se ao recolhimento semestral incidente sobre as aplicações em Fundos de Investimento, que é efetuado obrigatoriamente no último dia útil dos meses de maio e novembro.

Contudo, as realizações anuais permaneceram dentro do previsto para 2019.

Quanto a rubrica de Outras Despesas, nesta encontram-se a atualização contábil das provisões judiciais trabalhistas e cíveis, o que eleva sua realização. Abaixo apresentamos as variações sem o efeito das provisões, onde podemos verificar a realização real dentro do previsto:

Custos Administrativos e Institucionais	-	1.830.292	-	469.145	-	379.910	21%	-	849.055	46%
Provisões Contingências Trabalhistas	-	-	-	79.090	-	2.822	-	-	81.912	-
Custos Administrativos e Institucionais sem efeito das provisões	-	1.830.292	-	390.055	-	377.088	21%	-	767.143	42%

4) Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	- 4.432.530,90	- 93.471,47	- 90.867,67	2%	- 184.339,14	4%
Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	- 4.285.917,16	- 77.506,61	- 74.793,78	2%	- 152.300,39	4%
Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	- 80.562,59	- 6.150,00	- 6.150,00	8%	- 12.300,00	15%
Seguros (predial, incêndio, etc.)	- 60.000,00	- 9.814,86	- 9.923,89	17%	- 19.738,75	33%
Outras Despesas (Investimentos)	- 6.051,15	-	-	0%	-	0%

As despesas do contrato de gestão referentes ao Programa de Edificações, foram executadas abaixo do previsto para o 2º trimestre de 2019, pois a readequação das instalações elétricas e hidráulicas do Museu, pactuada no final de 2018, terá o início das obras no 2º semestre de 2019.

Vale ressaltar que muitas despesas estão sendo executadas com excelência pela própria equipe do Predial, o que nos ajuda na economicidade da verba destinada a esta rubrica, onde podemos aproveitar em outras frentes operacionais.

5) Programas de Trabalho Área Fim

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Programas de Trabalho da Área Fim	- 1.316.995,00	- 205.603,00	- 201.475,53	15%	- 407.078,53	31%
Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	- 66.707,42	- 903,80	- 3.781,80	6%	- 4.685,60	7%
Aquisição de Acervo	-	- 637,50	- 536,80	-	- 1.174,30	0%
Conservação e Restauo	- 5.707,42	- 266,30	-	0%	- 266,30	5%
Outras Despesas	- 61.000,00	-	-	0%	-	0%
Investimentos	-	-	- 3.245,00	-	- 3.245,00	-
Programa de Exposições e Programação Cultural	- 647.934,95	- 58.640,57	- 62.821,26	10%	- 121.461,83	19%
Exposições Temporárias	- 55.000,00	- 7.654,72	-	0%	- 7.654,72	14%
Programação Cultural	- 477.934,95	- 50.985,85	- 62.821,26	13%	- 113.807,11	24%
Investimentos	- 115.000,00	-	-	0%	-	0%
Programa Educativo	- 582.352,63	- 146.058,63	- 134.835,87	23%	- 280.894,50	48%
Serviço Educativo e Projetos Especiais	- 67.000,00	-	- 241,20	0%	- 241,20	0%
Manutenção do conteúdo expositivo/adequação	- 497.885,88	- 134.145,07	- 131.414,67	26%	- 265.559,74	53%
Investimentos	- 17.466,75	- 11.913,56	- 3.180,00	18%	- 15.093,56	86%
Programa de Integração ao SISEM-SP	- 20.000,00	-	- 36,60	0%	- 36,60	0%
Exposições Itinerantes	- 15.000,00	-	-	0%	-	0%
Outras ações de Apoio ao SISEM-SP	- 5.000,00	-	- 36,60	1%	- 36,60	1%

As despesas do contrato de gestão referentes aos Programas de Trabalho Área Fim foram, em sua maioria, executadas abaixo do previsto para o 2º trimestre de 2019, porém sem prejuízo a realização das metas pactuadas no programa de trabalho. Esta economia foi possível graças aos esforços desenvolvidos internamente pelas equipes responsáveis e as parcerias firmadas.

A rubrica de manutenção do conteúdo expositivo/adequação, apresentou uma variação acima de 25% esperada para o período devido à necessidade de manutenção nos experimentos "Rastros Invisíveis", no montante de R\$ 8.689,30 e "O que cai mais rápido?", no montante de R\$ 8.750,00, pois esses encontravam-se fora de funcionamento, entretanto, nossas despesas estão sendo mantidas dentro do previsto para o ano de 2019.

6) Comunicação e Imprensa

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2019	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2019
Comunicação e Imprensa	- 205.306,73	- 64.748,25	- 38.745,26	19%	- 103.493,51	50%
Site	- 61.488,44	- 3.263,25	- 3.426,42	6%	- 6.689,67	11%
Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	- 87.463,53	- 10.800,00	- 21.518,84	25%	- 32.318,84	37%
Assessoria de imprensa e Publicidade	- 56.354,76	- 50.685,00	- 13.800,00	24%	- 64.485,00	114%

Como apresentado acima a rubrica de Assessoria de imprensa e Publicidade apresenta uma variação maior que o esperado para o ano de 2019 devido a importantes publicações

- No 1º trimestre de 2019, tivemos as publicações no Jornal O Estado de SP e na Folha da Manhã S.A. referentes a divulgação da programação de férias e da comemoração de 10 anos do Museu no valor de R\$ 39.160,00, e também a publicação das DFs e Relatório de Prestação de contas do exercício de 2018 de R\$ 11.525,00.

- No 2º trimestre de 2019 tivemos um anúncio comemorativo do aniversário de 10 anos do Museu Catavento que não estava previsto no orçamento.

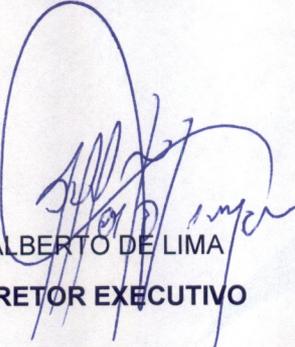
É importante destacar que a realização do grupo de despesas com Comunicação e Imprensa, mantem-se dentro do previsto para o ano de 2019.

Reforçamos que as melhorias do site estão em fase de desenvolvimento, aguardando finalização do edital de contratação do serviço que se dará em julho/2019.

CONCLUSÃO

As metas constantes no Plano de Trabalho de 2019, Anexo I do Contrato de Gestão nº 02/2017, foram integralmente cumpridas, sendo todas executadas dentro da previsão orçamentária para o exercício, conforme demonstrado acima. As metas para as quais não atingimos ICM de 100% foram devidamente justificadas ao longo do Relatório de Atividades.

São Paulo, 15 de julho de 2019.



ALBERTO DE LIMA
DIRETOR EXECUTIVO



PATRÍCIA RODRIGUES
COORDENADORA FINANCEIRA



DANIELLE MEDINA
ANALISTA ADM. FINANCEIRO