

RELATÓRIO DE ATIVIDADES ANUAIS E DO 4º TRIMESTRE DE 2016
DO INSTITUTO DE PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DA HISTÓRIA DO
CAFÉ E DA IMIGRAÇÃO
MUSEU DO CAFÉ
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 009/2011
Referente ao Museu do Café

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	03
RESUMO EXECUTIVO (COM INDICAÇÃO EXPRESSA DOS DESTAQUES QUALITATIVOS ABORDADOS NA PLATAFORMA SP DO ESTADO DA CULTURA)	06
PLANILHA DE PESQUISA SALARIAL	09
PLANILHA DE MUNICÍPIOS CONTEMPLADOS IN LOCO	10
PLANILHA CONSOLIDADA DE PÚBLICOS	11
QUADRO DE METAS	
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	13
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	13
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	44
PROGRAMA DO EDUCATIVO	58
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP	63
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA	65
PROGRAMA ESPECÍFICO: CENTRO DE PREPARAÇÃO DO CAFÉ	72
METAS DE GESTÃO ADMINISTRATIVA	
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO	78
METAS REMANESCENTE DE EXERCÍCIOS ANTERIORES	89
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO	91
QUADRO DE ANEXOS TÉCNICOS	95

APRESENTAÇÃO

O Museu do Café, em 2016, consolidou a atuação da instituição em várias frentes, qualificando programas e projetos mesmo num cenário de contingenciamento. A entrega dos projetos de restauro do mobiliário e do vitral, acompanhadas de uma exposição que pode trazer ao público o processo de fatura e a narrativa deste último, trouxeram uma contribuição inestimável à preservação e divulgação do patrimônio cafeeiro em São Paulo e no Brasil, arregimentando novos públicos e se desdobrando em novas atividades.

Por outro lado, o cenário econômico do Estado de São Paulo traz o desafio de manter o edifício em condições de funcionamento, sendo que a previsão de seu restauro integral – previsto há seis anos – é cada vez mais distante. Assim, permanece para o INCI em parceria com a Unidade Gestora o desafio de intervir com maior urgência nas áreas degradadas, em especial na fachada e no 2º andar, ainda que não haja previsão de recursos para tanto. No entanto, muitas benfeitorias foram realizadas na edificação ao longo de 2016, como a recuperação da sala no 2º andar que hoje abriga o Centro de Preparação de Café e as ações que possibilitarão a instalação de cozinha na área anexa do restaurante, dentre outros. Apresentamos, abaixo, um resumo dos destaques do ano, que seguem detalhados no corpo de cada programa da tabela de metas.

No programa de acervo, o grande destaque do ano foi a entrega final das obras de restauro do conjunto mobiliário do salão do pregão e do vitral "A Epopeia dos Bandeirantes", bem como as ações associadas de divulgação dos serviços, incluindo matérias em jornais e periódicos e oficinas de educação patrimonial. Na área de preservação, a equipe trabalhou na contínua melhoria dos protocolos ligados ao acervo e na participação intensa nas reuniões técnicas da área na Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico. A equipe de pesquisa teve grande protagonismo em 2016, não só dentro de um processo proposto de reflexão sobre a prática de história oral adotada pelos pesquisadores nos últimos 5 anos - o que, inclusive, rendeu um artigo publicado em evento internacional - mas também nas curadorias e na publicação "Café, Porto e Ferrovia", também financiada com recursos advindos do TCAC assinado no fim de 2015 pelo INCI junto ao Ministério Público.

A frente de Comunicação Museológica do Museu do Café se organiza em duas vertentes: programa de programação cultural e exposições. No programa de exposições, 2016 contou com um expressivo número de atividades: foram duas exposições temporárias – "Desconstruindo a epopeia" e "À Venda: propagandas de café em jornais e periódicos" e 01 exposição virtual - "Conhecendo o Acervo" -, todas com curadoria, produção de conteúdo e projetos expográficos realizados pela própria equipe, demonstrando o amadurecimento e a qualidade alcançados.

Na frente de programação cultural, o Museu do Café ofereceu durante o ano de 2016, 28 programações que envolveram atividades voltadas para diferentes tipos de público. Destacamos as programações de férias, a participação no "II Festival Santos Café" e as programações extra muros,

que levaram o Museu do Café à Praia, para atividades da Programação de Verão e também à XXI Edição do Seminário Internacional de Café de Santos. No 4º trimestre, destacamos a programação de férias “Espaço Café com leite”. Ainda no que diz respeito às itinerâncias pelo programa do SISEM, o Museu do Café apresentou em mais de 10 municípios as mostras “Fazendas Paulistas: Patrimônio Cultural Rural” e “Café e Folclore Caipira”.

A programação de 2016 contou ainda com 12 apresentações do projeto “Café com Música”, na Cafeteria do Museu. Além disso, 04 oficinas e workshops foram realizados no decorrer do ano, abordando assuntos como história oral, harmonizações, restauro, entre outros.

O programa educativo do Museu do Café fechou o ano com superação dos números propostos em grande parte das metas - resultado da consolidação dos programas e projetos apresentados no plano educativo, fortalecendo e ampliando parcerias. Um dos casos de sucesso continua sendo a programação educativa voltada para públicos-alvo, com números de visitação bastante expressivos.

Já no programa de comunicação, no ano de 2016, o Museu do Café teve forte desempenho nas mídias sociais. Foram quase 35 mil novos seguidores, gerados principalmente de forma espontânea e orgânica, refletindo em um engajamento bastante relevante em relação às ações e postagens do MC. O site do MC somou mais de 230 mil acessos, disponibilizando informações atualizadas sobre programação cultural, exposições e programas educativos.

A equipe de comunicação alcançou ótimos resultados com a imprensa. No ano, foram mais de 300 matérias veiculadas. Como destaque, podemos citar as matérias a matéria na Revista Veja SP que sugeriu o Museu do Café como dica turística e comentou sobre as exposições em cartaz, as matérias sobre a parceria com o Google Cultural Institute, que foram veiculadas no UOL Economia e diversos jornais da América Latina, links para o Bom Dia SP com a programação cultural e exposições temporárias, e a capa da Jornal A Tribuna com fotos do retorno do mobiliário do Salão do Pregão e vitral restaurados. As programações culturais e atividades educativas também foram pautas para rádios, impressos, tv e web. A forte presença do MC na mídia é devido a diversidade de programação cultural, atividades educativas e exposições que são de interesse público.

Como grande destaque do programa de comunicação e imprensa, a Campanha institucional do Museu do Café, teve como objetivo alcançar o público das cidades vizinhas, como São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão. Compondo a campanha, foram utilizadas também peças publicitárias como busdoor, banners, veiculação do vídeo institucional do Museu em cinemas das cidades vizinhas, material para restaurantes (‘papel bandeja’ com ilustrações que apresentam a história do café e curiosidades sobre a bebida), distribuição de filipetas em pontos turísticos e estratégicos e spot de rádio. Outro grande destaque do Programa, no ano de 2016 foi o lançamento da parceria com o Google Cultural Institute. O MC disponibilizou para seus visitantes duas exposições virtuais e um tour pelo Museu (por meio da ferramenta Street View). Todo o conteúdo da instituição encontra-se disponível online gratuitamente no site <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museu-do-café>.

No dia 09 de julho, a equipe de comunicação organizou o evento de entrega das obras de restauro do mobiliário do pregão e dos vitrais, parte do TCAC assinado entre o INCI, Ministério Público do Estado de São Paulo e Ecoporto. Além do cerimonial, a equipe trabalhou junto à imprensa, lançando o aviso de pauta dias antes do evento.

Frente ao cenário de crise econômica, durante o ano de 2016 o Museu do Café permaneceu investindo na potencialização de captação de receitas seja pela obtenção de recursos externos, ou pela disponibilização de novos produtos e serviços para alavancar as receitas operacionais.

Na primeira vertente, destaca-se a ampliação e melhoria estrutural do Centro de Preparação de Café. Modernizado e transferido para novo espaço físico, o CPC ampliou sua capacidade de atendimento ao público interessado em cursos profissionalizantes e educativos, para além do sucesso das visitas com degustação nos sábados. Os cursos oferecidos registraram captação 52% superior ao exercício anterior.

Em relação às despesas, o INCI priorizou os serviços, renegociou contratos – o que possibilitou numa redução em prestadores de serviço da ordem de 28% em relação a 2015.

Merece destaque ainda a arrecadação com cessões onerosas de espaço para eventos, que subiram 96% em relação a 2015, impulsionadas, especialmente, pela conclusão das adaptações no antigo restaurante.

Outra fonte de captação foi a de projetos incentivados via Lei Rouanet. O INCI realizou a inscrição de projeto no Ministério da Cultura para realização de intervenções teatrais simulando o funcionamento dos antigos pregões de café realizados na década de 1920 no edifício da antiga Bolsa Oficial de Café, hoje sede do Museu.

Assim, mesmo frente à um cenário desafiador, o Museu do Café encerrou 2016 com uma série de sucessos, consolidando seu papel fundamental na preservação do patrimônio do café no estado de São Paulo.

Resumo Executivo



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA



Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração	Objeto(s) Culturais principais: Museu do Café
CG: 009/2011	TA: 5

QUADRO RESUMO PARA RELATÓRIO/PARECER ANUAL – 2016

(I)

CONFORMIDADE	2016	FONTE	Observação UGE (1)
Índice de liquidez seca (Ativo Circulante- Estoque/Passivo Circulante)	1,1	Demonstrações Fin. Auditadas	☐
Relação entre receitas/despesas	1	Demonstrações Fin. Auditadas	☐
Orçamento previsto para RH (R\$)	3.035.000,00	Relatório Previsto x Realizado	☐
Total despendido com RH (R\$)	2.462.211,05	Relatório Previsto x Realizado	☐
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	0,00	Relatório Previsto x Realizado	☐
Total despendido com diretoria (R\$)	5.391,60	Relatório Previsto x Realizado	☐
Número de empregados CLT (em 31/12/2016)	49	Relatório Sintético de RH	☐
Número de demissões em 2016	10	Relatório Sintético de RH	☐
Total despendido com rescisões em 2016 (R\$)	32.930,25	Relatório Previsto x Realizado	☐
Percentual limite para gastos de RH (2)	75% repasse	CG /último TA	☐
Percentual limite para gastos de Diretoria (3)	15% dos 70%	CG /último TA	☐

(II)

EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2016	FONTE	Validação UGE (4)
Nº de ações com metas previstas	71	Relatório de Atividades Anual	☒
Nº de ações com metas <u>integralmente</u> cumpridas	70	Relatório de Atividades Anual	☒
Nº metas condicionadas	1	Relatório de Atividades Anual	☒
Nº de metas condicionadas <u>integralmente</u> cumpridas	1	Relatório de Atividades Anual	☒
Índice de satisfação do público/aluno(5)	94,65%	Pesquisa, pg. XX Rel Anual	☒

Número de municípios com ações previstas no Plano de Trabalho (6)	4	Relatório de Atividades Anual	☒
Número de municípios atingidos com ações do Plano de Trabalho	11	Planilha de municípios	☒

(III)

PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS - 2016 (7)	2014	2015	2016	
Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO
Nº de exposições realizadas - ação/metad : 12 e 13	2	11	3	3
Nº de eventos realizados - ação / metad : 17,18 e 19	41	90	26	26
Público educativo - ação/ metad: 30,33,34,35,36,37,38,39,40 e 43	31.199	30.895	17.958	26.434
Público presencial - ação/ metad: 25	85.396	90.073	70.000	95.049
Público da Cafeteria - ação/ metad: 26	173.856	206.069	157.000	226.268
Público total	259.252	296.142	n/a	334.605

(IV)

A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?	() NÃO	(x) SIM
Foram realizadas avaliações de Satisfação do Público Escolar, que registrou aprovação superior a 91%, dentre Escolas Públicas e Privadas. Em relação aos Cursos e Workshops oferecidos, os participantes, em sua totalidade, aprovaram a atividade e 100% a indicaria. Os cursos do Centro de Preparação do Café, todos voltados ao Barismo, registraram índice de satisfação superior a 98%. Por fim, a pesquisa de satisfação do Totem Eletrônico registrou que, 78% dos visitantes que responderam estiveram no Museu do Café pela primeira vez, enquanto 22% já visitaram a instituição em outras ocasiões. 46% dos visitantes entrevistados adoraram o atendimento do Museu e 45% se sentiram bem atendidos, somando 91% de satisfação. Do restante, 7% considerou que nem todo mundo é simpático e apenas 2% classificou o atendimento como ruim.		

(V)

RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2016				
Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:				
() VALIDA INTEGRALMENTE		() VALIDA PARCIALMENTE		() NÃO VALIDA
Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito.				
Nº de ações com metas não executadas com justificativa aceita pela UGE				
A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?			() NÃO	() SIM
Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)				

(VI)

Solicitamos que sejam enviados em pasta denominada “relatórios de pesquisa” os relatórios de pesquisa correspondentes, caso a OS tenha realizado:

a) pesquisa de público: perfil, satisfação, impacto e outros	d) pesquisa salarial referente a compatibilidade com a média do mercado
b) pesquisa de avaliação qualitativa dos resultados	e) pesquisa de governança
c) pesquisa de clima organizacional	f) outras pesquisas relevantes para análise de desempenho e dos resultados

QUADRO DE METAS TÉCNICAS: MUSEU DO CAFÉ

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

No programa de acervo, o grande destaque do ano de 2016 foi a entrega final das obras de restauro do conjunto mobiliário do salão do pregão e do vitral "A Epopeia dos Bandeirantes", e as ações associadas de divulgação dos serviços, incluindo matérias em jornais e periódicos e oficinas de educação patrimonial. Este trabalho foi financiado com recursos advindos do TCAC assinado no fim de 2015 pelo INCI junto ao Ministério Público.

Na frente de pesquisa e curadoria a equipe direcionou o desenvolvimento curatorial das exposições temporárias "Desconstruindo uma Epopeia" e "À Venda: Propagandas de Café em Jornais e Periódicos", além da exposição virtual "Conhecendo o Acervo". Todo o trabalho de pesquisa, referência, curadoria e concepção expográfica foi desenvolvido pela equipe, com a participação de todos os setores da área técnica. Além disso também houve a Produção do dossiê de pesquisa para a publicação "Café, Porto e Ferrovia", contrapartida do TCAC assinado pelo INCI com o Ministério Público.

O projeto de história oral, em 2016, coletou e transcreveu 2 depoimentos ligados ao projeto de memórias da produção do interior do Estado de São Paulo. O número diminuto de depoimentos deveu-se ao foco da equipe na sistematização do acervo e análise dos resultados de projetos anteriores: equipe entrega um relatório crítico sobre a metodologia aplicada, observando erros e acertos e novos passos a serem dados nos projetos futuros.

Rumo semelhante tomou o mapeamento de referências patrimoniais, que foi compilado e analisado criticamente em sua forma e conteúdo para que possa ser retomado e aprimorado em 2017, com fichas atualizadas e perspectivas de visitas a fazendas, museus e institutos que possam vir a guardar acervos relacionados à temática café.

Foi apresentado no Seminário Internacional de História Oral, na Argentina, o artigo "A temporalidade na documentação oral: um estudo de caso do projeto 'Memórias do Comércio do Café em Santos'" pelo pesquisador Bruno Bortoloto e no XI Seminário Regional de Memória, Arquivo, Biblioteca e Museu do Litoral Paulista e Vale do Ribeira foi feita a fala "Pesquisa, preservação e comunicação museológica" pela Diretora Executiva Marília Bonas. Ambas apresentações reflexos da estreita relação com a universidade e instituições de preservação em busca de reflexão crítica com seus pares sobre as experiências desenvolvidas pelo Museu nos últimos anos.

Por fim, neste ano as equipes de conservação para além das rotinas de preservação, conservação e pesquisa dos acervos museológico, bibliográfico e arquivístico, equipe trabalhou na contínua melhoria dos protocolos ligados ao acervo e na participação intensa nas reuniões técnicas da área na Unidade de Preservação do

Patrimônio Museológico. Também merece destaque a aquisição de mobiliário para acomodar parte do acervo em nova sala de reserva técnica, localizada no 2º andar da edificação.

Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
01	Atualizar o modelo da ficha destinada a documentar furtos ou roubos.	Nº de modelo de ficha atualizada e entregue.	1º Trim.	01	01
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
02	Realizar ação de divulgação do acervo bibliográfico (mostra do acervo).	Nº de mostras com o acervo.	1º Trim.		
			2º Trim.		01
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
03	Realizar ação de divulgação do acervo arquivístico (mostra do acervo).	Nº de mostras com o acervo.	1º Trim.		
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.		
			4º Trim.		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
04	Coletar, transcrever e editar depoimentos de História Oral.	Nº de depoimentos de História Oral coletados, transcritos e editados.	1º Trim.		
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	01	01
			4º Trim.		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
05	Analisar, consolidar e produzir relatório sobre os depoimentos de história oral efetuados no projeto "Praça Comercial de Santos".	Nº de relatórios entregues.	1º Trim.		
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
06	Produzir artigos relacionados com os projetos de pesquisa desenvolvidos, sobre o acervo e atividades realizadas no Museu do Café.	Nº de artigos publicados.	1º Trim.		
			2º Trim.	01	
			3º Trim.	01	01
			4º Trim.		01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
07	Realizar ações com instituições acadêmicas ou museológicas para pesquisa sobre acervo/temática do museu. Programa "Museu e Universidade: Construindo Diálogos".	Realizar palestra.	1º Trim.		
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

08	Desenvolver dossiê de pesquisa para publicação sobre a relação entre café – porto – ferrovia.	Nº de dossiês entregues.	1º Trim.	01	01
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
09	Realizar ações de conservação e restauração do acervo - restauração do conjunto mobiliário, do vitral do salão do pregão e controle ambiental – com recurso decorrente de TAC firmado entre o INCI, Ministério Público do Estado de São Paulo e a empresa ECOPORTO.	Nº de ações realizadas.	1º Trim.	01	00
			2º Trim.	02	
			3º Trim.		02
			4º Trim.		
			ANUAL	03	02
			ICM %	100%	66,66%
10	Desenvolver dossiê de pesquisa para exposições temporárias.	Nº de dossiês entregues.	1º Trim.		
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
11	Analisar, consolidar dados e produzir relatório sobre os projetos de mapeamento de acervo desenvolvidos.	Nº de relatórios entregues.	1º Trim.		
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

Justificativa:

Meta 06: o artigo “A temporalidade na documentação oral: um estudo de caso do projeto “memórias do comércio de café em Santos”, está no prelo, em vias de publicação em uma revista Nacional especializada e também foi apresentado e publicado nos anais do XII Encuentro Nacional e no VI Congreso Internacional de História Oral da República Argentina, realizado na Universidad Nacional de Tucumán, Argentina, de 05 a 08 de outubro de 2016.

Meta 09: foram entregues ao público o restauro do cadeiral e do vitral do Salão do Pregão. Após processo de contratação acompanhado por todas as partes envolvidas (INCI, Ministério Público e UPPM), houve consenso de que a alta complexidade do projeto de controle ambiental/climatização a ser executado em bem tombado, incluindo as liberações dos órgãos competentes, inviabilizaria sua execução. O assunto foi tratado em reunião com o Ministério Público em que foram aventadas novas possibilidades de utilização dos recursos disponíveis. O INCI segue no aguardo de posicionamento do Ministério Público sobre a questão.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Programa de Exposições

Em 2016, o Programa de exposições, contou com três exposições: duas temporárias – “Desconstruindo uma Epopeia” e “À Venda: Propagandas de Café em Jornais e Periódicos” – e uma virtual, intitulada “Conhecendo o Acervo”.

A exposição virtual “Conhecendo o Acervo” visou ampliar as informações disponíveis sobre os objetos expostos na exposição de média duração “Café, patrimônio cultural do Brasil: ciência, história e arte”, inaugurada no ano de 2014. A ideia foi eleger o maior número de objetos em exposição, formatar informações de documentação feitas pela equipe de preservação e disponibilizá-los ao público visitante por meio de QR Codes – códigos que são lidos por meio de aplicativo do celular e direcionam a uma página da internet – ao lado das peças. Ao mesmo tempo, todas as pessoas que visitarem o site do Museu poderão acessar o mesmo conteúdo por meio de uma aba na área da exposição de média duração.

No mesmo mês foi inaugurada sua nova exposição temporária “À venda: propagandas de café em jornais e periódicos”, com o objetivo de conhecer como o café era apresentado nos meios publicitários impressos no começo do século XX. Por meio de mais de 50 anúncios publicados em jornais e periódicos de São Paulo e do Rio de Janeiro entre as décadas de 1900 a 1950, a exposição faz uma viagem no tempo pelas diferentes estratégias de atração do consumidor, das pequenas notas até propagandas elaboradas de página inteira das mais diversas marcas de café.

Além dessas exposições, permanece como destaque a exposição “Desconstruindo uma Epopeia” que, por conta da aceitação do público visitante por conta de seu conteúdo interativo, teve seu período de exibição prolongado.

Todas exposições têm seu tema escolhido dentro dos eixos patrimoniais do Museu do Café e são discutidas com a equipe educativa para que possam ser potencializados elementos não explorados pela comunicação visual, desenho expográfico ou textos, fazendo com que existam diversas possibilidades de interação e o maior número de camadas de informação sejam exploradas.

Por fim, é importante frisar que todas exposições tiveram sua pesquisa, curadoria, produção de conteúdo, concepção e projetos expográficos realizados pela própria equipe, em um processo compartilhado entre todas as áreas da equipe técnica e capitaneada pela Diretoria Técnica. Além de se dedicar às atividades curatoriais das exposições de 2016, a equipe se ocupou com a concepção, desenho e pré-produção dos projetos de exposições mostras do próximo trimestre.

Programa Cultural

A programação cultural do Museu do Café contou com 28 atividades ao longo do ano de 2016. Já no mês de janeiro, o MC ofereceu aos visitantes o “*Espaço Café com Leite*”, que vem se tornando tradição e muito aguardado pelo público durante o período de férias escolares. O espaço disponibiliza uma série de jogos educativos, brincadeiras para a família, teatro de fantoches, oficinas, pula-pula, piscina de bolinhas entre outros. O espaço infantil funcionou de quarta a domingo, das 10h às 16h, e foi instalado no Salão do Pregão, que, devido às obras de restauro iniciadas no mês de novembro, estava sem o mobiliário. Aos finais de semana, o “*Espaço Café com Leite*” trouxe atrações especiais e para todos os gostos, como Contação de Histórias, Teatro de Fantoches, Maratona da Família, Quiz Café e esculturas de balões. Já no mês de julho, o espaço foi montado no segundo andar do Museu do Café e compôs a programação do Festival Santos Café. Além dos brinquedos tradicionais, aos finais de semana, aconteceu a “*Cantação de Histórias*”, com a dupla Cantorita e Tonho, que relatou histórias do café e da cidade de Santos, com música, rimas e brincadeiras antigas, Teatro de Fantoches, Oficina “*Minibarista*” e o Quiz Café.



Ainda no mês de janeiro, o MC preparou duas atrações especiais para os santistas no aniversário da cidade, celebrado no dia 26. A primeira, realizada dentro do Museu, convidou os jovens visitantes a participarem de uma gincana de caça ao tesouro, elaborada pelo setor educativo. A outra atividade, realizada na tenda 2 da praia de Santos, foi o “*Dica do Barista*”, projeto voltado a jovens e adultos em que os baristas do Centro de Preparação de Café dão dicas de como se fazer um bom café em casa, além de apresentarem ao público diferentes métodos de preparo da bebida e oferecerem degustações de café *gourmet*. Como ação extramuros do primeiro trimestre, o MC foi até o Monte Serrat (importante ponto turístico da cidade de Santos) levando um pouco da cultura do café para aqueles que apreciam a bebida. A atividade permitiu o contato direto do público com os baristas do Museu e aconteceu no dia 27 de fevereiro.

Outro destaque da programação do ano, foram as atividades relacionadas ao aniversário do Museu (que

completou 18 anos no dia 12 de março). A programação teve início com a degustação de cafés especiais, oferecida pelo barista do Centro de Preparação de Café. Na sequência, a apresentação da Orquestra de Violeiros trouxe ao público a verdadeira cultura do interior de São Paulo, local de grande importância para a história do café no Brasil. Os músicos apresentaram um repertório com canções populares da região, mantendo a tradição da música sertaneja de raiz e a moda da viola caipira, marcas registradas do interior do estado. O Bonde Café, veículo integrante da linha turística de bondinhos da cidade, inaugurado em 2015 em parceria entre o Museu do Café e a Prefeitura de Santos, ofereceu passeios gratuitos em todas as saídas. Neste dia, o Bonde Café contou com um educador do Museu a bordo, que apresentou curiosidades sobre o edifício da Bolsa Oficial de Café e sobre as exposições em cartaz. Os ingressos esgotaram-se rapidamente, totalizando nove saídas.



O segundo trimestre de 2016 começou com uma das principais programações culturais do Museu, o Dia Nacional do Café, comemorado em 24 de maio. As atividades começaram com a oficina de fotografia do Marcos Piffer. O fotógrafo, conhecido por publicações e trabalhos sobre o café e patrimônios culturais, ministrou a oficina para leigos e profissionais. Na oportunidade, os participantes tiveram contato com diversos tipos de preparo de cafés, de várias regiões do país, e, a partir disso, registraram esses momentos. As melhores imagens foram publicadas nas redes sociais do Museu do Café e a oficina contou com mais de 20 participantes, sendo muito bem avaliada. No período da tarde, os baristas da instituição fizeram uma apresentação na Cafeteria do Museu sobre os diversos métodos de extração da bebida utilizados atualmente. Os profissionais mostraram como o preparo no método japonês Hario v60, na prensa francesa ou então na Clever alteram o paladar final de quem degusta a bebida. O público pôde manusear os objetos e aprender um pouco mais sobre cada um deles, além de degustar vários tipos de café. A partir do meio dia, também aconteceu a apresentação do Tirolli Jazz Trio, que encantou os visitantes com o seu repertório baseado em MPB, bossa nova e jazz.



A programação do Museu do Café para a 14ª Semana Nacional de Museus, realizada no mês de maio, apresentou ao público uma sequência de palestras, bate-papos e caminhada pelo Centro Histórico para compreender um pouco mais sobre paisagens culturais relacionadas ao café. O ciclo de palestras teve início no dia 16, com o tema "Paisagem Cultural sob a Perspectiva do Turismo". No dia 17, aconteceu uma caminhada pelo Centro Histórico com a temática "Roteiro do Café", abordando a paisagem cultural do café e todas as transformações impulsionadas pelo dinheiro proveniente das negociações do grão no meio urbano de Santos. A continuação das atividades foi no dia 18 com um bate-papo com o ex-técnico do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), José Saia Neto. Ainda nessa linha de roda de conversa, os pesquisadores do Museu conduziram o bate-papo "O patrimônio imaterial como elemento agregador ao conceito de Paisagem Cultural", no dia 19. Fechando a programação, no dia 20, o professor, turismólogo e guia de turismo, Renato Marquesine, falou sobre "Paisagem Cultural e Meio Ambiente".

Ainda no mês de maio, durante a Virada Cultural Paulista 2016, o MC promoveu duas apresentações de jovens músicos da Baixada Santista: a Camerata Jovem e a Escola do Choro e Cidadania. Como ação extramuros do segundo trimestre, nos dias 04 e 05 de maio, o Museu do Café esteve presente na XXI Edição do Seminário Internacional de Café de Santos. O espaço do Museu ofereceu degustação de café, folhetos informativos e painéis com imagens do edifício da Bolsa Oficial de Café.

O Museu do Café foi, mais uma vez, parceiro do Festival Santos Café, evento organizado pela Prefeitura Municipal de Santos, que teve a sua 2ª edição nos dias 08, 09 e 10 de julho. O festival, que contou com a participação de 36 mil pessoas nos três dias, teve a cerimônia de abertura no Museu do Café, no dia 08, onde também foi celebrada a entrega pública do vitral de Benedicto Calixto e do mobiliário do Salão do Pregão, que retornaram ao Museu após o tratamento técnico e restauro realizados por especialistas. A cerimônia teve a presença dos conselheiros do Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração (INCI), representantes do Ministério Público do Estado de São Paulo, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e também do Secretário de Turismo da cidade. Compondo a programação do 2º Festival Santos Café, no dia 9, o Museu promoveu atividades voltadas para as crianças, como o "Espaço Café com Leite" e, para os adultos, foi realizada uma oficina de artesanato com cápsulas de café, ministrada pela artesã Selma Valverde. Já no domingo, dia 10, a programação começou com uma demonstração de métodos de extração de

café e degustação na Cafeteria, finalizando com a atividade “Dica do Barista”, que ensinou aos participantes como preparar um bom café em casa, além de também oferecer degustações gratuitas.



Durante o período das Olimpíadas, o Museu realizou as “Olimpíadas do Café”, nos dias 14 e 21/08, com diversas atividades voltadas para as famílias. Foram disponibilizados jogos que trabalham o resgate de brincadeiras tradicionais, criando um ambiente de competição e superação entre os participantes. Para celebrar o Dia do Folclore, comemorado em 22 agosto, o Museu do Café preparou mais uma programação especial. No dia 18/08, foi realizado o primeiro módulo do curso “Sabor Caipira – o café e as delícias da roça”, em parceria com a Universidade Unimonte, no qual os participantes puderam aprender a preparar o autêntico pão de queijo. No dia 21/08, foi realizada uma Oficina de Xilogravura, com o artista plástico Valdeck de Garanhuns. Completando a programação, no dia 22/08, das 11h30 às 14h30, atores caracterizados de personagens ligados ao universo do café levaram aos visitantes, de maneira descontraída e lúdica, superstições e crendices populares muito comuns relacionadas à bebida.

No dia 17 de setembro, aconteceu, no Parque da Água Branca em São Paulo, a 3ª Mostra de Museus, evento realizado pela Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo. O espaço do Museu do Café ofereceu atividades educativas durante todo o dia. Ainda em setembro, o MC participou também da 10ª Primavera dos Museus, oferecendo atividades educativas, a apresentação teatral “Café de Meia” e o Workshop de Fotografia 360º de atividade sensorial, voltadas às famílias.

O projeto “Café com Música”, que oferece música variada na Cafeteria do Museu aos domingos, passou por uma mudança de formato em 2016. A partir de janeiro, a ação se transformou em um *happy hour*, realizado uma vez por mês, sempre às sextas-feiras. No total foram 12 apresentações durante o ano, trazendo vários estilos musicais a Cafeteria do Museu.

As oficinas e workshops realizados ao longo do ano trataram de assuntos diversos. Em março, a oficina “Artesanato com Juta”, com a artesã Carmen Vilar, apresentou a juta como um elemento de criação, utilizando o material como decoração e também como base de objetos utilitários. Já no mês de junho, ministrada pela bibliotecária do Museu do Café, Elis Granado e pela documentarista, Rita Cerqueira, a oficina “Acondicionamento de Documentos e Livros”, abordou técnicas de proteção, acondicionamento e manuseio de obras ou

documentos.

No terceiro trimestre, foi desenvolvido o workshop “O Desafio de Contar Histórias”. Na oportunidade, os participantes aprenderam técnicas de como desenvolver diversas formas de linguagem com a historiadora e pedagoga, Fátima Martins. No mês de novembro, encerrando a programação de oficinas do ano, o tema abordado foi “Conservação Preventiva de Material Bibliográfico”. As quatro oficinas realizadas durante o ano de 2016 tiveram uma ótima avaliação dos participantes (média de 90% de satisfação), que relataram o bom aproveitamento e a importância dos conteúdos e também sugeriram que o Museu realizasse mais atividades com os temas propostos.

Em relação às informações coletadas no totem eletrônico de pesquisa, o Museu do Café teve ótimo desempenho anual. As respostas referentes à satisfação (atendimento, instalações/infraestrutura, exposições e intenção de retorno ao Museu) alcançaram um índice de 94,5%, conforme relatório anexo.

4º TRIMESTRE

O último trimestre do ano de 2016 contou com quatro programações, uma oficina e três apresentações do projeto Café com Música. A “Oficina de Conservação Preventiva de Material Bibliográfico” foi ministrada pela Cristina Pereira de Araújo, bibliotecária do Museu da Imagem e do Som de São Paulo, e abordou métodos de conservação preventiva de material bibliográfico como: manuseio, acondicionamento, higienização dos materiais e avaliação dos processos de deterioração.

Já a programação teve início no dia 1º de outubro. Desde 2015, a Organização Internacional do Café (OIC) oficializou a data como o “Dia Internacional do Café”, para celebrar a diversidade, qualidade e paixão no setor cafeeiro. A programação teve início com as tradicionais degustações no Centro de Preparação de Café, que, devido à comemoração, foram gratuitas durante todos os horários. Além disso, o visitante pôde apreciar cafés internacionais e entender mais sobre os diferentes métodos de extração da bebida.

Com o objetivo de contar a história dos cafés da Colômbia e da África, a especialista Nina Rodrigues ministrou o workshop “Cafés Estrangeiros”, também no Centro de Preparação de Café. A atividade abordou os costumes, hábitos de consumo e preparo dos cafés. Os participantes conheceram os métodos “Syphon/Globinho”, que privilegia sabores marcantes e aroma, e “Chemex”, ideal para cafés suaves e delicados com notas mais ácidas.

Para fechar a programação, em parceria com a Nespresso, o Museu do Café realizou a “Coffee Experience”: uma degustação de cafés internacionais, que apresentou diferentes métodos de preparo da bebida, além de garantir o conhecimento sobre o *terroir* e características exóticas dos grãos.



Ainda no mês de outubro, o Museu do Café realizou as atividades em comemoração ao Dia das Crianças. Apesar da comemoração oficial ser só no dia 12, a programação começou no sábado (08/10), com um teatro de fantoches promovido pelo Núcleo Educativo, voltado para as crianças a partir de 2 anos. A história foi uma adaptação do livro "Guilherme Augusto Araújo Fernandes" no qual um menino, que mora ao lado de um asilo, resgata lembranças com os seus amigos idosos. O setor promoveu, ainda, na terça-feira (11/10) uma oficina de vitral, ressaltando as obras de Benedicto Calixto e apresentando a técnica de construção de um vitral. Na quarta-feira (12/10), aconteceu um roteiro lúdico infantil pelo Centro Histórico de Santos, com personagens da história do café guiando os participantes. As saídas ocorreram às 10h, 12h, 14h e 15h e a atividade foi voltada para as famílias. O roteiro foi uma oportunidade de aprender a história do grão, com dramaturgia e brincadeiras interativas. Para finalizar a programação, os baristas do Museu realizaram a oficina "Minibarista", voltada para crianças de 5 a 10 anos, que apresentou o preparo do café de maneira didática e divertida. A atividade aconteceu no Centro de Preparação de Café, às 16h, e foi limitada até 20 crianças.



A programação do MC continuou no mês de novembro com as atividades relacionadas ao Dia da Consciência Negra. Abrindo a programação, uma oficina de adornos e beleza feminina negra, que ofereceu dicas de maquiagem com a maquiadora Yasmin Nunes e confecção de brincos, aconteceu no dia 06 (domingo). Já no dia 08 (terça-feira), foi realizada uma discussão por meio do painel "Mercado Editorial da Literatura Negra", em parceria com o Núcleo Educativo do Museu da Imigração.

Uma mesa de introdução à história da África e cultura afro-brasileira, com a Mestre Adriana Negreiros e a Professora Doutora Aldenir Dias, foi a atividade programada para o dia 10 (quinta-feira). No dia 13 (domingo), foi realizada uma oficina de máscaras com pintura e contextualização sobre a origem, simbolismo e importância desse objeto para as sociedades africanas. Como não poderia faltar música, a cúpula do Museu recebeu, no dia 20 (domingo), a apresentação do grupo "Quizumba Latina", com repertório baseado no afro-jazz instrumental. Dando continuidade a programação, no dia 25 (sexta-feira), o Museu foi palco do lançamento do livro "Raiz de um Negro Brasileiro" e da roda de conversa com o poeta Oswaldo de Camargo e a Coordenadora do Núcleo Educativo do Museu Afro Brasil, Neide Almeida. Para finalizar as atividades do mês da Consciência Negra, no dia 27 (domingo), aconteceu a oficina de stencil com grafismos afro-brasileiros e a produção de um painel utilizando a técnica artística, também conhecida como molde vazado.



Fechando as atividades do ano e com grande sucesso de público, o MC encantou os visitantes com a apresentação musical da Orquestra de Violas – Cultura Caipira de Valinhos, no dia 17 de dezembro. O repertório natalino, também baseado em canções rurais, ecoou pelos espaços do Museu do Café proporcionando nostalgia e alegria para iniciar a contagem regressiva para o Natal. A orquestra é composta por 28 integrantes, que tocam desde viola caipira e contra-baixo a berrante e flauta. Entre os músicos, estudantes, adultos e aposentados se unem pela paixão de levar a música sertaneja, de raiz e do homem do campo a diversas cidades.



O totem de pesquisa resultou em um índice de satisfação de 95%. Esse resultado demonstra a boa avaliação do público em relação ao atendimento, satisfação com as exposições e instalações.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
12	Realizar exposição virtual.	Nº de exposição virtual realizada.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	00
			4º Trim		01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
13	Realizar exposições temporárias com curadoria própria.	Nº de exposição temporária realizada.	1º Trim		
			2º Trim	01	00
			3º Trim		01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
14	Realizar cursos, oficinas e workshops para o público em geral.	Nº de cursos, oficinas e workshops realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
15	Receber público nos cursos, oficinas e workshops realizados.	Nº de participantes nos cursos, oficinas e workshops.	1º Trim	15	18
			2º Trim	15	13
			3º Trim	15	15
			4º Trim	15	14
			ANUAL	60	60
			ICM %	100%	100%
16	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público participante dos cursos, oficinas e workshops.	Nº de questionários aplicados.	1º Trim	02	02
			2º Trim	02	02
			3º Trim	02	02
			4º Trim	02	02
			ANUAL	08	08
			ICM %	100%	100%
17	Realizar eventos: Ação extramuros (eventos como ações educativas e mostras institucionais em parceria com outras instituições).	Nº de eventos realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
18	Realizar eventos periódicos: Café com Música.	Nº de eventos periódicos realizados.	1º Trim	03	03
			2º Trim	03	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
19	Realizar programas temáticos:	Nº de programas temáticos	1º Trim	02	02
			2º Trim	03	03

	. Aniversário da Cidade . Aniversário do Museu . Dia Nacional do Café . Semana Nacional de Museus . Virada Cultural . Dia do Folclore . Olimpíadas . Primavera de Museus . Dia Internacional do Café . Dia das Crianças . Mês da Consciência Negra . Natal	realizados.	3º Trim	03	04
			4º Trim	04	04
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
20	Realizar programas de férias: janeiro, julho	Nº de dias de programação de férias oferecidos.	1º Trim	20	20
			2º Trim		
			3º Trim	20	20
			4º Trim		
			ANUAL	40	40
			ICM %	100%	100%
21	Realizar pesquisa de perfil e satisfação do público espontâneo.	Nº de questionários aplicados.	1º Trim	100	100
			2º Trim		
			3º Trim	100	
			4º Trim		100
			ANUAL	200	200
			ICM %	100%	100%
22	Monitorar índices de satisfação de público espontâneo.	Nº de relatórios entregues.	1º Trim	01	01
			2º Trim		
			3º Trim	01	
			4º Trim		01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
23	Elaborar relatório com consolidação das informações coletadas no totem eletrônico contendo análise e indicação das ações de aprimoramento da gestão de atendimento ao público.	Nº de relatórios entregues.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
24	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico.	Índice de satisfação (= ou > 80%).	1º Trim	> ou = 80%	95%
			2º Trim	> ou = 80%	92%
			3º Trim	> ou = 80%	96%
			4º Trim	> ou = 80%	95%
			ANUAL	> ou = 80%	94,5%
			ICM %	100%	100%
25	Receber visitantes presencialmente	Nº de visitantes recebidos.	1º Trim	18.000	25.160
			2º Trim	19.000	21.063

	no museu.		3º Trim	16.000	26.022
			4º Trim	17.000	22.804
			ANUAL	70.000	95.049
			ICM %	100%	135,78%
26	Receber visitantes presencialmente na Cafeteria do Museu.	Nº de visitantes recebidos.	1º Trim	45.000	59.576
			2º Trim	35.000	48.463
			3º Trim	38.000	60.902
			4º Trim	39.000	57.327
			ANUAL	157.000	226.268
			ICM %	100%	144,12%

Justificativas:

Metas 14,15 e 16: atendendo o apontamento feito no Parecer técnico do 3º trimestre, foi realizada a Mesa Redonda: "História da África e cultura afro-brasileira". A realização da atividade extra não causou impacto significativo no orçamento.

Metas 25 e 26: A superação das metas refletem as boas estratégias e ações dos setores Educativo e de Comunicação Institucional para ampliação de público. A superação das metas não resultou em impacto orçamentário significativo e não prejudicando a realização de qualquer outra meta ou rotina prevista no Plano de Trabalho.

PROGRAMA EDUCATIVO

O programa educativo fecha o ano com superação dos números propostos em grande parte das metas, resultado da contínua consolidação dos programas e projetos propostos no plano educativo, o que permite o surgimento de novas parcerias. Além do trabalho realizado com o setor de comunicação na elaboração de um calendário conjunto de ações e um plano de divulgação das atividades educativas, houve também um crescimento das ações educativas em parceria com o CPC – Centro de Preparação de Café – em diferentes programas voltados para públicos alvo.

Além do trabalho integrado com outros setores do Museu, o que por si só já fortalece a divulgação e atração de

público para atividades, parcerias são de extrema importância para alcançar os números de público apresentados neste relatório. Uma das mais notórias é a da Secretaria de Educação de Santos, que tem garantido ao longo dos anos frequência de estudantes e professores de escolas públicas municipais ao Museu.

Houve um expressivo crescimento das visitas mediadas ao público espontâneo por conta da maior divulgação dos horários voltados exclusivamente para este segmento, algo sempre bastante requisitado pelos visitantes.

Em relação às visitas feitas para públicos alvo – deficientes idosos e vulnerabilidade social – a qualificação contínua da equipe e cabeças de chave escolhidos para atender cada tipo de público aprimoraram a mediação baseada nas características de cada grupo e na criação de novas atividades direcionadas. A estratégia de aliar as visitas mediadas às atividades dos programas educativos tem efeito direto na qualidade do atendimento e no aumento de público. Aqui, novamente, a fidelização de instituições parceiras foi de fundamental importância pois houve um grande índice de retorno espontâneo para participar de diversas atividades com seus frequentadores ou alunos.

O programa “Mais Café” que desenvolveu ao longo do ano atividades voltadas para o público interno do Museu, e buscou esclarecer, a partir de suas ações, aspectos importantes do trabalho dos diversos setores, possibilitando maior contato e compreensão mútua. Com público formado por funcionários de todos os setores (incluindo administrativo, bilheteria, etc.), é um trabalho importantíssimo pois potencializa um público que, com a troca de experiências com as equipes de preservação e pesquisa, pode potencializar a conservação do patrimônio material e imaterial.

O projeto extramuros foi aperfeiçoado em sua metodologia, buscando um maior entendimento do contexto dos locais visitados para direcionamento das atividades. Como exemplo citamos a visita à Ilha Diana, uma comunidade caiçara localizada na área continental de Santos, oportunidade qual os educadores realizaram o projeto com uma adesão representativa dos moradores.

O destaque do quarto trimestre foi o ciclo de palestras temáticas na semana dos Direitos Humanos e da Consciência Negra, com convidados da Ordem dos Advogados do Brasil, da Secretaria de Educação de Santos e Museu Afro. Tivemos o privilégio de desenvolver discussões importantíssimas, estabelecendo contato com profissionais que lidam diretamente com essas e outras questões que afetam diretamente o cotidiano do Museu do Café.

A equipe do setor educativo trabalha sempre em busca da excelência do atendimento por meio da reavaliação dos procedimentos, da mediação, dos projetos, e da constante qualificação, através da realização de cursos, visitas técnicas, e da participação nos Grupos de Trabalho do Grupo EDUCOM da UPPM.

Os detalhamentos das metas estão consolidados em anexos a este corpo de relatório.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
27	Realizar ações do programa para	Nº de atividades realizadas.	1º Trim	01	01

	público interno (funcionários), "Mais Café".		2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
28	Realizar atividades do projeto do programa extramuros para público escolar (alunos e educadores).	Nº de atividades realizadas.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
29	Realizar projeto piloto sobre educação patrimonial, em conjunto com a equipe de pesquisa e documentação museológica (trabalhando o acervo do museu).	Nº de atividades realizadas.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
30	Realizar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário).	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas mediadas.	1º Trim	368	1.141
			2º Trim	5.840	8.072
			3º Trim	4.480	5.268
			4º Trim	3.600	5.867
			ANUAL	14.288	20.348
			ICM %	100%	142%
31	Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar e apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC.	Nº de relatórios entregues.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
32	Monitorar índices de satisfação do público escolar de acordo com pesquisa "Modelo SEC (apresentar o percentual atingido no relatório da pesquisa).	Índice de satisfação (= ou > 80%).	1º Trim		
			2º Trim	=0u > 80%	90,31%
			3º Trim		
			4º Trim	=0u > 80%	99%
			ANUAL	=0u > 80%	94,65%
			ICM %	100%	100%
33	Propiciar visitas guiadas a grupos de pessoas com deficiência.	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	20	102
			2º Trim	25	83
			3º Trim	25	83
			4º Trim	20	52
			ANUAL	90	320
			ICM %	100%	355,56%
34	Propiciar visitas guiadas a grupos de pessoas em situação de	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	60	121
			2º Trim	120	121

	vulnerabilidade social.		3º Trim	120	299
			4º Trim	60	156
			ANUAL	360	697
			ICM %	100%	193,61%
35	Propiciar visitas guiadas a grupos de idosos.	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	60	103
			2º Trim	200	216
			3º Trim	200	210
			4º Trim	60	184
			ANUAL	520	713
			ICM %	100%	137,12%
36	Propiciar visitas mediadas às exposições para o público espontâneo.	Nº de pessoas atendidas em visitas guiadas.	1º Trim	500	622
			2º Trim	500	694
			3º Trim	500	949
			4º Trim	500	939
			ANUAL	2.000	3.204
			ICM %	100%	160,20%
37	Realizar atendimento de público de vulnerabilidade social por meio do programa: "Café para todos".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	30	77
			2º Trim	30	84
			3º Trim	30	64
			4º Trim	30	55
			ANUAL	120	280
			ICM %	100%	233,33%
38	Realizar atendimento de público de terceira idade por meio do programa: "Vovôs do Café".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	45	45
			2º Trim	45	49
			3º Trim	45	124
			4º Trim	45	46
			ANUAL	180	264
			ICM %	100%	146,67%
39	Realizar atendimento de público deficiente por meio do programa: "Cafés especiais".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	20	34
			2º Trim	20	74
			3º Trim	20	24
			4º Trim	20	46
			ANUAL	80	178
			ICM %	100%	222,5%
40	Realizar atendimento de público infantil por meio do programa: "Café com leite".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	50	72
			2º Trim	50	62
			3º Trim	50	56
			4º Trim	50	59
			ANUAL	200	249
			ICM %	100%	124,5%
41	Realizar atendimento específico para família por meio do programa: "Café em família"	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	20	20
			2º Trim	20	22
			3º Trim	20	20
			4º Trim	20	20
			ANUAL	80	82

			ICM %	100%	102,5%
42	Realizar cursos de capacitação para professores.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		01
			2º Trim	01	
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
43	Atender professores nos cursos de formação.	Nº de professores capacitados.	1º Trim		99
			2º Trim	20	
			3º Trim	20	
			4º Trim		
			ANUAL	40	99
			ICM %	100%	247,5%
44	Realizar cursos de formação para educadores de museus e centros culturais.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	03	03
			ICM %	100%	100%
45	Atender educadores de museus e centros culturais nos cursos de formação.	Nº de educadores capacitados.	1º Trim		
			2º Trim	15	16
			3º Trim	15	15
			4º Trim	15	15
			ANUAL	45	46
			ICM %	100%	102,2%
46	Realizar cursos de formação para guias de turismo.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
47	Atender guias de turismo nos cursos de formação.	Nº de guias capacitados.	1º Trim		
			2º Trim	15	15
			3º Trim	15	21
			4º Trim		
			ANUAL	30	36
			ICM %	100%	120%

Justificativas:

Metas 30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40 e 43: A superação dos números deve-se ao trabalho de divulgação do setor de Comunicação Institucional e do Núcleo Educativo, que oferece, através de projetos específicos, visitas para diversos tipos de público. Além das estratégias implantadas, o Museu

deu continuidade a parcerias com instituições. A superação das metas não resultou em impacto orçamentário significativo e não comprometeu a realização de qualquer outra meta ou rotina prevista no Plano de Trabalho.

Em 2016 a parceria do Museu com o Sistema de Apoio ao SISEM de Museus superou as metas propostas em quase sua totalidade e novas parcerias foram alcançadas.

Além do estabelecimento de parcerias com instituições no nível regional por meio de articulação nas reuniões do Sistema, com a abertura das exposições "Fazendas Paulistas: Patrimônio Cultural Rural" e "Café e Folclore Caipira", no Instituto Histórico e Geográfico de São Vicente; houve a itinerância, em mais de 10 municípios, da exposição "Café e Folclore Caipira". O destaque vai para o circuito de Franca, que fez circular a exposição pelas cidades de Franca, Rifaina, Ituverava, Ribeirão Corrente, Batatais e São Joaquim da Barra.

No programa de capacitação, foi realizada a palestra "Café e Folclore Caipira", no município de Franca. A palestra marcou a inauguração da circulação da exposição de mesmo nome pelo circuito de cidades, contou contando com expressiva participação e interesse do público da região. A palestra abordou a experiência do Museu do Café na sua concepção – pesquisa, curadoria e expografia – além de trazer ao público uma discussão sobre as diferentes visões do caipira na cultura do café.

Entretanto, o grande desafio continua sendo a articulação de uma rede de museus de café, visando compor e auxiliar o trabalho da rede de museus históricos capitaneado pela equipe do Museu da Imigração. O mapeamento de Museus com a temática café existentes no Estado de São Paulo trouxe um panorama da realidade desses equipamentos, fazendo necessário – talvez – um esforço de atividades conjuntas, visto que são museus com recursos bastante escassos.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
48	Realizar ações de formação (palestras, oficinas, cursos) em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de ações de formação realizadas.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		01
			4º Trim	01	
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
49	Formar profissionais de museus em atividades em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de profissionais formados.	1º Trim		
			2º Trim	15	15
			3º Trim		16
			4º Trim	15	
			ANUAL	30	31
			ICM %	100%	103,33%
50	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de exposições itinerantes realizadas.	1º Trim		01
			2º Trim	01	01
			3º Trim		02
			4º Trim	01	
			ANUAL	02	04
			ICM %	100%	200%
51	Submeter apresentação de		1º Trim		
			2º Trim	01	01

	ação/projeto desenvolvido pela OS, de acordo com os te normas sugeridos pelo SISEM para o 8º Encontro Paulista de Museus.	01 apresentação digital inscrita.	3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

Justificativa:

Meta 50: Devido a demanda das Instituições parceiras – Municípios na Região de Franca e de Taubaté – foi realizada uma exposição itinerante além do que estava previsto no Plano de Trabalho. A ação adicional foi realizada com otimização de recursos do programa, não prejudicando a realização de qualquer outra meta ou rotina prevista no Plano de Trabalho.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

O programa de Comunicação e Imprensa do Museu do Café fortaleceu ainda mais a imagem institucional do MC e aproximou o equipamento de seus principais públicos-alvo. Durante o ano de 2016, o MC obteve mais de 300 aparições na mídia, incluindo TVs, jornais, revistas, rádios e internet. Podemos destacar a matéria na Revista Veja SP que sugeriu o Museu do Café como dica turística e comentou sobre as exposições em cartaz, as matérias sobre a parceria com o Google Cultural Institute, que foram veiculadas no UOL Economia e diversos jornais da América Latina, links para o Bom Dia SP com a programação cultural e exposições temporárias, e a capa da Jornal A Tribuna com fotos do retorno do mobiliário do Salão do Pregão e vitral restaurados. No que se refere às mídias sociais, o Museu do Café finalizou o ano com mais de 35 mil seguidores. A equipe gerencia o Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram e Pinterest, que são as principais redes abastecidas pelo trabalho de comunicação promovido pelo Museu. Além delas, há ainda o acompanhamento de plataformas como o TripAdvisor e o Foursquare, que funcionam como redes colaborativas, onde os usuários são os responsáveis pela alimentação do perfil, enviando comentários, fotos e construindo e ranqueando avaliações. No TripAdvisor, o MC é segundo ponto turístico mais visitado em Santos, com excelentes avaliações. Ainda no ambiente virtual, o site do Museu do Café somou cerca de 230 mil visitantes, disponibilizando em inglês, português e espanhol, as informações históricas sobre a instituição, programação, exposições, cursos e programas. Além disso, o portal do Museu também disponibiliza um banco de imagem para download, dividido por categoria, que foi abastecido com cerca de 120 fotografias.



Como destaque do programa, a campanha institucional do Museu do Café, realizada no mês de setembro, teve como objetivo alcançar o público residente nas cidades vizinhas, localizadas na região da Baixada Santista, como São Vicente, Praia Grande, Guarujá e Cubatão. A partir de um composto de ações publicitárias e de marketing, a mensagem levada ao público foi lançada de modo a instigar às pessoas em relação ao reconhecimento do Museu enquanto equipamento cultural localizado na cidade de Santos, sua forte relação com a região e o que oferece à sociedade. Seguindo a ideia de reforçar a relação de pertencimento que a sociedade deve ter com o seu próprio patrimônio, a campanha trabalhou essencialmente a apresentação do Museu do Café de forma simples e objetiva. Mostrou que no Museu, além das exposições, que apresentam diferentes perspectivas do café, há também atividades educativas, programações culturais e o Centro de Preparação de

Café, um espaço de troca de experiências, aprendizado e contato com a bebida. Foram utilizadas referências visuais que possibilitaram uma rápida imersão no universo do Museu.

Compondo a campanha, foram utilizadas também peças publicitárias como *busdoor*, *banners*, veiculação do vídeo institucional do Museu em cinemas das cidades vizinhas, material para restaurantes ('papel bandeja' com ilustrações que apresentam a história do café e curiosidades sobre a bebida), distribuição de filipetas em pontos turísticos e estratégicos e *spot* de rádio.

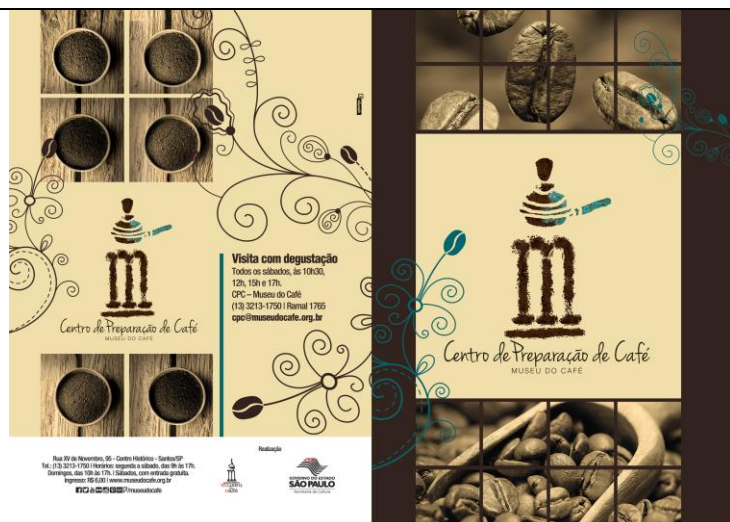


Durante o ano, a equipe implantou o plano divulgação relacionado aos serviços de restauro viabilizados por meio da parceria com o Ministério Público (TCAC). Para que o público pudesse acompanhar de perto as etapas, a equipe visitou o ateliê dos restauradores, registrou alguns procedimentos e entrevistou os profissionais responsáveis. O resultado das visitas foi disponibilizado nas mídias sociais e no site do Museu por meio de fotos, textos e vídeos. Além disso, na ocasião da entrega pública do restauro, foi organizado um lançamento com cerimonial, iluminação especial das obras, e entrega de press-kits para imprensa.



Outro grande destaque de 2016 foi o lançamento da parceria com o *Google Cultural Institute*. O MC disponibilizou para seus visitantes duas exposições virtuais e um *tour* pelo Museu (por meio da ferramenta *Street View*). Com os registros feitos pelo *trolley*, equipamento que fotografa em alta definição e permite que o internauta “caminhe” pelos locais, o visitante virtual tem uma completa imersão no interior do edifício, podendo conhecer as atrações situadas no piso térreo e no piso superior, como a Cafeteria do Museu, o Salão do Pregão e a exposição de longa duração “Café, patrimônio cultural do Brasil: ciência, história e arte”. Todo o conteúdo da instituição encontra-se disponível *online* gratuitamente no site <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museu-do-café>.

Vale ressaltar também o trabalho desenvolvido na ocasião da abertura do novo Centro de Preparação de Café (abril). Com ambiente voltado para estudos e aprimoramento de técnicas sobre o café, o CPC passou a oferecer aos alunos uma estrutura completa, com espaço ampliado. A equipe de Comunicação Institucional cuidou não só do evento de abertura do espaço, mas como de toda a identidade visual das salas. Como destaque, foi elaborado um novo folder para o setor, que disponibiliza informações sobre o curso básico de barista, cursos avançados e ações do CPC.



Durante o ano de 2016, foram elaboradas diversas peças de comunicação voltadas para os mais variados públicos. Aos funcionários e conselheiros da instituição, foram encaminhados boletins mensais, contendo o número de visitantes (com um comparativo dos últimos três meses), principais atividades e matérias veiculadas. Já para aqueles que querem receber as notícias do MC, o "Expressinho do Museu" foi enviado contendo as novidades e programação referente a cada mês. Foram produzidos também diversos convites eletrônicos para divulgar as programações culturais e atividades educativas do Museu do Café, além de folders institucionais, de exposições temporárias e do CPC.

4º TRIMESTRE

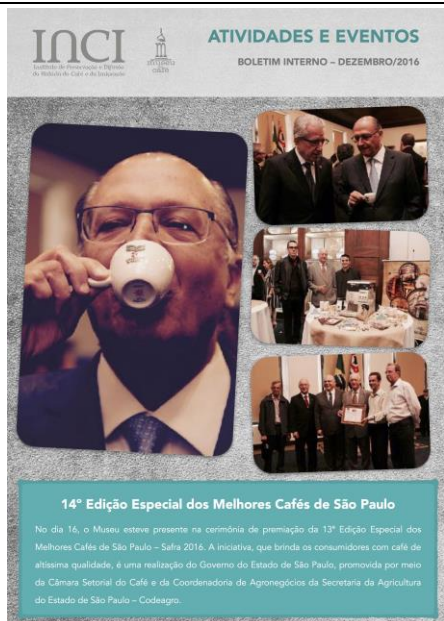
O último trimestre de 2016 rendeu ótima repercussão na mídia. Ao todo foram 134 matérias veiculadas em TVs, jornais, revistas, rádios e internet, recorde do ano. Como destaque podemos citar a matéria do Jornal a Tribuna – 1ª edição sobre o Dia Internacional do Café, a dica de turismo do Jornal a Tribuna, que rendeu uma página inteira de matéria sobre a Cafeteria, programação e exposições do Museu, o destaque sobre o Cursos de Barista no Diário Oficial de SP, entre outros. Durante o trimestre, mais de 2 mil pessoas passaram a acompanhar as

postagens do MC nas mídias sociais. Como é o objetivo do programa de comunicação do Museu, cada vez mais usuários estão sendo impactados pelas informações, programação, novidades e conteúdo sobre a história do café e assuntos relacionados. Procurando se adequar aos formatos e tornar o feed mais organizado e atrativo ao público, as imagens para as publicações no Twitter do Museu também passaram a ser produzidas em um tamanho especial para esta rede social.

Seja para os moradores de Santos ou turistas, o site do Museu do Café é uma referência para encontrar informações sobre o histórico do equipamento cultural, da antiga Bolsa Oficial de Café, programações, exposições e, até mesmo, fotos e detalhes da Cafeteria do Museu. No quarto trimestre de 2016, a página recebeu 58.715 visitantes, sendo a taxa de novos acessos de 76,07%.



Durante o trimestre, foram produzidos três boletins internos – que compilam os dados do mês anterior, trazendo números de visitação, destaques da programação e do clipping – enviados aos conselheiros, associados e funcionários do Museu. No mês de outubro o boletim passou por uma reformulação de layout e apresenta agora as informações de forma mais compilada e organizada. Foram elaboradas ainda as malas diretas – intituladas “Expressinho do Museu” – que são enviadas mensalmente aos interessados em receber novidades do Museu do Café.



A equipe produziu também diversas peças eletrônicas para divulgação das atividades que foram enviadas à mailings específicos.



Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
52	Desenvolver novo folder para o Centro de Preparação de Café.	Nº folder produzido.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

53	Produzir folder impresso para exposição temporária.	Nº de folder produzido.	1º Trim		
			2º Trim	01	00
			3º Trim		01
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
54	Realizar campanhas de marketing e de publicidade institucional do museu em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC.	Nº de campanha produzida.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
55	Manter contas e fanpages do Museu nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instagram, etc).	Nº absoluto de fãs e seguidores nas redes sociais.	1º Trim	1.000	6.847
			2º Trim	1.000	3.152
			3º Trim	1.000	1.900
			4º Trim	1.000	2.092
			ANUAL	4.000	13.991
			ICM %	100%	349,78%
56	Divulgar as atividades do Museu, bem como as boas práticas corporativas ou publicar artigos tendo em vista o aumento da presença do museu na mídia.	Nº de matérias veiculadas.	1º Trim	40	41
			2º Trim	40	43
			3º Trim	40	91
			4º Trim	50	134
			ANUAL	170	309
			ICM %	100%	181,76%
57	Produzir boletins internos com compilado das atividades para envio aos funcionários, conselheiros e associados.	Nº boletins eletrônicos produzidos.	1º Trim	03	03
			2º Trim	03	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
58	Elaborar notícias sobre o tratamento técnico dos acervos no site ou nas redes sociais da instituição.	Nº de matérias/menções publicadas.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
59	Implantar plano de divulgação dos serviços de restauro viabilizados por meio de parceria com o Ministério Público.	Nº de plano implantado.	1º Trim	01	01
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
60	Desenvolver banco de imagens e legendas para ações de comunicação e divulgação.	Nº de fotografias das instalações do museu, do acervo, de artistas/obras registradas e programação cultural.	1º Trim	30	30
			2º Trim	30	30
			3º Trim	30	30
			4º Trim	30	30
			ANUAL	120	120
			ICM %	100%	100%

Justificativas:

Meta 55: A meta foi superada devido à melhora do engajamento do público virtual do Museu do Café e a busca por informações sobre a instituição e programação cultural durante todo o ano. Tal superação reflete o empenho da equipe em criar novos conteúdos e não onera o contrato de gestão.

Meta 56: Devido ao grande interesse da mídia pelo Festival Santos Café, programações culturais e novas exposições, além do intenso trabalho de assessoria de imprensa realizado para a entrega pública do restauro dos acervos do Museu, a meta foi superada em mais de 20%. Isso demonstra o empenho da equipe e não onera o contrato de gestão.

PROGRAMA ESPECÍFICO: CENTRO DE PREPARAÇÃO DE CAFÉ

Durante o ano de 2016, o CPC reforçou sua posição estratégica na área de formação, atualização e comunicação museológica no Museu do Café.

Na área de formação, o Centro de Preparação de Café promoveu, durante o ano de 2016, em 42 ações regulares, capacitando mais 424 novos profissionais.

Modernizado e transferido para novo espaço físico, o CPC ampliou sua capacidade de atendimento ao público interessado em cursos profissionalizantes e educativos. A nova estrutura, aliada à criação de novos módulos complementares, consolidando a Semana de Formação de Barista, possibilitou crescimento da ordem de 13,5% nas atividades de formação realizadas, em relação a 2015.

Destaque também para a função do CPC em ações complementares de comunicação com os diferentes públicos do Museu do Café, incluindo ações realizadas em conjunto com o serviço educativo, protagonismo em atividades de programação cultural, além de sua utilização como experiência sensorial para os visitantes da exposição de longa duração, com a disponibilização de visita com degustação ao CPC aos sábados. Para 2017 a visita especial será disponibilizada também aos domingos, dado o sucesso da iniciativa.

Por fim, cabe mencionar a consolidação das parcerias do CPC com atores importantes nas áreas de formação, como a Unimonte, e a Secretaria Municipal de Educação, e conhecimento sobre café, como a Nespresso. As atividades em parceria representam não apenas a qualificação das ações oferecidas ao público, mas principalmente o fortalecimento da imagem do Museu do Café como protagonista na difusão do conhecimento

sobre a bebida.



Curso de Barista



Curso de Barista - Módulo Avançado



"Meu Espresso"



"Unimonte Sabor Caipira"

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
61	Realizar oficinas de capacitação para manuseio de máquinas de expresso para público em vulnerabilidade social ("Meu Espresso").	Nº de oficinas realizadas.	1º Trim	03	03
			2º Trim	03	06
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	15
			ICM %	100%	125%
62	Realizar cursos de barista.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	03	04
			2º Trim	03	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	04
			ANUAL	12	14
			ICM %	100%	116,67%
63	Realizar cursos de latte art.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01

			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
64	Realizar cursos de barista avançado.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
65	Realizar cursos de Novos métodos de preparo.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim		01
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	02	03
			ICM %	100%	150%
66	Realizar cursos de Harmonização com café	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
67	Realizar pesquisa de perfil e satisfação do público.	Número de pesquisas aplicadas.	1º Trim		
			2º Trim	60	207
			3º Trim		
			4º Trim	55	123
			ANUAL	115	330
			ICM %	100%	286,96%
68	Monitorar os índices de satisfação do público.	Número de relatórios de pesquisa realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%

Justificativas:

Metas 61 e 65: Foram criadas turmas extra visando atender a demanda de interessados. As ações não previstas foram custeadas com otimização dos recursos do próprio programa, não gerando gastos extras ao Contrato de Gestão ou prejudicando a realização de qualquer outra atividade prevista no plano de trabalho.

Meta 67: Durante o ano de 2016, foi possível aplicar a pesquisa de satisfação de público a 330 participantes, e ampliação da amostra foi fundamental para avaliar os novos módulos implantados e o resultado muito satisfatório, uma vez que evidenciou o índice de satisfação de 95%.

QUADRO DE METAS ADMINISTRATIVAS: MUSEU DO CAFÉ

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

Com cenário de forte crise econômica, o ano de 2016 foi um período de grandes desafios. Manter a quantidade e, especialmente, a qualidade das ações disponibilizadas ao público frente à instabilidade e incerteza do contexto econômico exigiu rigoroso e constante trabalho de equilíbrio orçamentário. De um lado a busca pela máxima racionalização das despesas, e por outro a potencialização das fontes de receitas disponíveis e criatividade para abrir novas possibilidades de arrecadação.

Ao analisar os resultados de 2016, especialmente comparados ao exercício anterior, é possível visualizar com as ações realizadas pelo INCI na gestão do Museu do Café garantiram resultados expressivos apesar do cenário desfavorável.

Em relação às despesas, o INCI concentrou-se vigorosamente na otimização dos recursos disponíveis. Priorização de serviços, novos estudos de demanda e escopo, e renegociações de contratos possibilitaram uma redução em prestadores de serviço da ordem de 28% em relação a 2015, resultado bastante expressivo quando se leva em conta ainda a inflação do período.

Tais esforços, somados à internalização de serviços de área fim, possíveis graças a uma equipe polivalente e altamente comprometida, permitiram ao Museu do Café uma redução nas despesas totais da ordem de 18% em relação a 2015.

No que se refere às receitas obtidas, os resultados são igualmente expressivos. Neste cenário, destaca-se a ampliação significativa de receitas como bilheteria e cursos no Centro de Preparação de Café. A primeira registrou elevação de 14% em relação a 2015, auxiliada pela criação da visita especial com degustação de cafés, que, além de ampliar a experiência do público, contribuiu para elevação do ticket médio de bilheteria. Já os cursos oferecidos no CPC registraram captação 52% superior ao exercício anterior. Nesse sentido,

destacam-se a definição de calendário anual das atividades, o que permitiu o planejamento dos interessados, as novas formas de pagamento disponibilizadas – em especial o parcelamento em cartão de crédito – e, principalmente, a criação de novos módulos – Módulo Cápsula e Avançado – que somados ao Curso Regular de Barista consolidaram a Semana de Formação de Barista, ampliando o conteúdo e a qualidade do conhecimento disponibilizado ao aluno e, da mesma forma, o valor médio investido pelo participante.

Merece destaque ainda a arrecadação com cessões onerosas de espaço para eventos, que subiram 96% em relação a 2015, impulsionadas, especialmente, pela conclusão das adaptações no antigo restaurante, cumprindo assim a meta 69 do Plano de Trabalho. No espaço foi preparada uma copa de apoio permitindo a recepção de buffets para eventos corporativos. Da mesma forma, o espaço foi reorganizado e adaptado para funcionar em diferentes formatos, desde auditório até salão de recepção com mesas. Muito embora ainda não tenha sido possível a climatização do ambiente por meio da verba do TCAC, como planejado, tal fato não tem impedido a procura e a cessão do espaço.



Espaço do restaurante adaptado recebendo evento corporativo por meio de cessão onerosa.



Espaço de copa de apoio e restaurante adaptados para realização de eventos em diferentes formatos.

Já a Cafeteria do Museu, ao gerar receita 10% superior ao ano anterior, acabou responsável por 46% da captação total do Museu da Imigração em 2016.

Para além de consolidar e ampliar as receitas operacionais tradicionais, é preciso destacar as novas frentes de

captação que foram abertas em 2016, e que certamente se fortalecerão e se tornarão imprescindíveis nos próximos exercícios. Entre elas estão as parcerias e doações de pessoas jurídicas.

Um exemplo é a parceria firmada com a empresa MNK Cafés Especiais que reconhecendo a qualidade dos cursos oferecidos pelo CPC, passou a patrocina-los com fornecimento de cafés especiais necessários às atividades. Tal parceria, além de desonerar o orçamento, contribui para que outras empresas se interessem em associar sua marca e produtos ao Museu do Café, que já é referência na formação de baristas. Outras parcerias semelhantes estão sendo estudadas e provavelmente serão concretizadas em 2017.

Outra fonte de captação aberta em 2016, e até então não explorada, foi a de projetos incentivados via Lei Rouanet. O INCI realizou a inscrição de projeto no Ministério da Cultura para realização de intervenções teatrais simulando o funcionamento dos antigos pregões de café realizados na década de 1920 no edifício da antiga Bolsa Oficial de Café, hoje sede do Museu. Com a inscrição do projeto, conforme atestam os documentos anexos, o INCI cumpre a meta 70 do Plano de Trabalho, e agora aguarda sua aprovação para seguir à fase de captação de recursos.

Em relação ao acompanhamento orçado x realizado é possível perceber gasto significativamente superior ao orçado apenas no programa de acervo, o que reflete os já citados esforços do INCI na manutenção do equilíbrio orçamentário, em especial da área meio. Todavia, é fundamental lembrar que as despesas para além do previsto no referido programa estão concentradas nas rubricas "conservação e restauro" e "atividades afins – publicações" e foram financiadas com recursos do TCAC assinado junto ao Ministério Público e a empresa ECOPORTO, de acordo com as exigências contidas no documento.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
69	Adaptar o espaço do Restaurante para locação.	Espaço adaptado.	1º Trim		00
			2º Trim	01	00
			3º Trim		00
			4º Trim		01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
70	Submeter projetos para captação de recursos via leis de incentivo, convênio ou patrocínio direto para realização de exposições.	Nº de projetos de captação de recursos submetido.	1º Trim		00
			2º Trim		00
			3º Trim		00
			4º Trim	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
71	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços e contratos de restaurante, café, loja, livraria, estacionamento.	17% do repasse do contrato de gestão – R\$ 850.000,00.	ANUAL	17% 850.000	22% 1.102.761,45
			ICM %	100%	130%

METAS CONDICIONADAS

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
72	Captar Recurso para Produção de Publicação.	Nº de projetos captados.	1º Trim		
			2º Trim	01	
			3º Trim		
			4º Trim		01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

METAS REMANESCENTES DE EXERCÍCIOS ANTERIORES - 2015

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

O projeto para implantação e adequação do mobiliário da reserva técnica sofreu grande atraso devido à dificuldade estrutural encontrada. A sala prevista inicialmente não pôde ser utilizada, pois, após a retirada do forro de gesso foi detectada uma grande infiltração na sala lateral e se prolongava até a sala escolhida para reserva, sendo assim local inapropriado até a resolução do problema. Para registro, o péssimo estado de conservação dessas salas, relatado em relatórios, foi saldo da passagem de guarda do segundo andar, da Secretaria da Fazenda para a Secretaria de Cultura, que ocupava o segundo andar do edifício.

Sanados os problemas estruturais, foi realizada, em 08 de julho de 2016, através da carta convite 003/2016, e em conformidade com regulamento de compras e contratações do INCI, a chamada pública para contratação de serviço espacialização, aquisição e instalação de mobiliário para reserva técnica. A empresa vencedora foi a TECNOLACH INDUSTRIAL.

A empresa, em conjunto com a equipe técnica do Museu do Café, realizou adequação do projeto, implantação e instalação do mobiliário na sala.



Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
01	Elaborar e Implantar projeto de adequação do mobiliário da reserva técnica.	Nº de projeto implantado.	1º Trim.		
			2º Trim.		
			3º Trim.		
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

