



**RELATÓRIO DO 4º TRIMESTRE E ANUAL DE 2015
DA CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UNIDADE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**

**CONTRATO DE GESTÃO Nº 07 / 2012
Ref. Museu Catavento**

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO.....	03
QUADROS DE METAS.....	05
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA.....	05
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	06
PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS	08
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP	10
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA	11
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO.....	12
METAS CONDICIONADAS A CAPTAÇÃO	13
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO	14
QUADRO RESUMO DO RELATÓRIO ANUAL 2015.....	17
ÍNDICE DE ANEXOS (METAS, ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS)	19

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE 2015 (incluindo 4º trimestre de 2015)

APRESENTAÇÃO

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

O Catavento Cultural e Educacional é a Organização Social de Cultura contratada para gerir este espaço, por meio do Contrato de Gestão nº 07/2012, vigente de 01 de janeiro de 2013 a 30 de novembro de 2017. Conforme o Plano de Trabalho de 2015, parte integrante deste Contrato de Gestão, o valor do repasse destinou-se às ações de manutenção, segurança e conservação predial, conservação do acervo, comunicação institucional, exposições e programação cultural, além de remunerar as equipes de atendimento ao público em geral e administrativa.

PRINCIPAIS DESAFIOS

Desde sua inauguração, a operação do Museu sempre foi resultado da conjunção de recursos oriundos de duas principais fontes: repasses do Contrato de Gestão celebrado com a Secretaria Estadual de Cultura, e recursos oriundos de convênios renovados sucessivamente com a Secretaria Estadual de Educação – que já havia reduzido drasticamente o valor do convênio em 2014, suportando apenas as despesas de lanches e ônibus para as escolas estaduais, deixando de subsidiar a atualização do conteúdo expositivo e novas instalações, que eram usufruídos por todo o público do Museu.

Em meados de 2015, após longas tratativas entre as duas Secretarias e esta Organização Social, fomos enfim informados de que a Secretaria de Educação não tinha mais interesse em celebrar novo convênio.

Assim, para fazer frente às despesas de operação do Museu relativas ao ano corrente, a Secretaria de Cultura, em reconhecimento ao trabalho da Organização Social, aumentou o valor do repasse anual, de R\$ 10,5 milhões para R\$ 10,8 milhões, por meio de aditamento ao Contrato de Gestão. De sua parte, a Organização Social promoveu uma redução do quadro de funcionários diretamente dedicados ao público agendado, passando de 140 para 100 monitores, além de outras posições que foram eliminadas e cujas tarefas foram redistribuídas ao quadro restante.

Tal redução do quadro, além de outras ações empreendidas pela administração da Catavento Cultural e Educacional para otimização dos recursos, mais o resultado da venda de ingressos com recorde de público, resultaram em um saldo da ordem de R\$ 2,8 milhões que, somados ao repasse de R\$ 10,6 milhões em 2016 e de R\$ 11,3 em 2017, possibilitarão a operação do Museu até o final do contrato de gestão, sem novas instalações e mantidas as ações de contenção de despesas.

A Organização Social mantém-se atenta às oportunidades de captação de recursos adicionais, de modo a possibilitar a renovação do conteúdo expositivo, frente às novas descobertas científicas de modo a manter a atratividade do museu junto ao seu crescente público.

DESTAQUES DO ANO

Devido às constantes necessidades de conservação do prédio centenário e principalmente de atualização do conteúdo expositivo, a Organização Social seguiu firme no desenvolvimento de parcerias para realizar exposições temporárias e ações de programação cultural, sem onerar o Contrato de Gestão. Além disso, não obstante o contexto macroeconômico pouco favorável, mantivemos a visitação agendada nos níveis previstos antes do cancelamento do convênio com a Secretaria de Educação, e ainda obtivemos o reconhecimento do grande público que nos visitou em 2015. Assim, consideramos como principais destaques:

- **Parcerias** com empresas como **Bayer** (material de apoio para a realização de oficinas de construção de terrários, e para a inauguração do Borboletário em julho); **Fundación Mapfre** (atividades de educação de trânsito na área externa e espetáculos teatrais no auditório); instituições educacionais como a **FIAP** (workshops sobre tecnologias exponenciais, de julho de 2015 a janeiro de 2016 – foto ao lado); com a **Secretaria de Meio Ambiente de Diadema** (casa de criação do nosso Borboletário) e com a **Fundação Embraer** (que doou maquetes e mock-ups de seus aviões para exposição permanente).



- **Novo recorde de visitação** – em 2015, alcançamos a marca recorde de **586.496 visitantes**, graças ao esforço da equipe de agendamentos e da comunicação institucional que, em conjunto com a Assessoria de Imprensa da Secretaria de Cultura, divulgaram a intensa programação cultural e as diversas exposições temporárias do Museu em 2015.

- **Reconhecimento do público** – o Museu Catavento foi premiado pelo maior site de viagens do mundo, o Trip Advisor, ficando entre os 10 melhores museus do país, e entre os 12 melhores da América do Sul.



FID - FUNDO DE DEFESA DOS INTERESSES DIFUSOS

Após a aprovação em agosto de 2015, pelo Condepmaat, do projeto executivo das obras de restauro dos elementos arquitetônicos da fachada, foi realizada a concorrência que selecionou a empresa Atryan's com o custo global de R\$ 880 mil, integralmente fundeados com recursos do convênio celebrado com a Secretaria de Justiça e Cidadania em setembro de 2013 (FID). Aguardamos aprovação da prorrogação do prazo que se faz necessário para a conclusão das obras, que ainda necessitam de avaliação técnica pela Secretaria de Justiça.

Detalhamos a seguir as ações realizadas para cada programa que compõe o Plano de Trabalho 2015 do Catavento, parte integrante do Contrato de Gestão nº 07/2012, dando notícia do cumprimento das metas tanto trimestrais quanto anuais, e dentro do previsto na proposta orçamentária.

QUADROS DE METAS
CATAVENTO - ESPAÇO CULTURAL DA CIÊNCIA

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
1	Desenvolver projeto de pesquisa sobre o acervo para busca de apoio financeiro, técnico-acadêmico e material (FAPESP, CNPq, FINEP e afins)	Projeto desenvolvido em 2015	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
2	Submeter projeto de pesquisa sobre o acervo (FAPESP, CNPq, FINEP e afins)	Projeto submetido em 2016 e 2017	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	0	0
			ICM %	100%	n/a
3	Elaborar diretrizes para aceitação de novas coleções	Plano de Diretrizes para Gestão do Acervo apresentado no 4º trimestre de 2015 e implantado em 2016	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
4	Realizar pesquisa sobre os objetos do acervo do IPEM	1 artigo publicado no 4º trimestre	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%



Pesquisa realizada sobre a bomba de combustível americana Avery Hardoll.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
5	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras de terceiros	Nº de exposições temporárias temáticas realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	2
			4º Trim	1	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
6	Realizar oficinas, palestras e workshops para o público	Nº de oficinas e workshops realizados	1º Trim	1	1
			2º Trim	1	1
			3º Trim	1	2
			4º Trim	1	2
			ANUAL	4	6
			ICM %	100%	150%
7	Receber público nas oficinas, palestras e workshops realizados	Nº mínimo de participantes nas oficinas e workshops	1º Trim	30	40
			2º Trim	30	40
			3º Trim	30	360
			4º Trim	30	40
			ANUAL	120	480
			ICM %	100%	400%
8	Elaborar pesquisa de perfil de público e satisfação do público participante das oficinas, palestras e workshops	1 relatório por semestre	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
9	Realizar eventos: apresentações musicais / apresentações audiovisuais	Nº de eventos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
10	Realizar eventos periódicos: Aniversário do Catavento e Dia das Crianças	Nº de eventos realizados	1º Trim	1	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
11	Realizar programas temáticos: · Aniversário da cidade · Semana de Museus · Virada Cultural · Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (MCT)	Programas temáticos	1º Trim	1	1
			2º Trim	2	2
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	4	4
			ICM %	100%	100%
12	Realizar programas de férias em janeiro e julho Obs.: Programa Recreio nas férias – público isento; público espontâneo –de acordo com a política de ingressos.	Número de dias de programação de férias oferecidas	1º Trim	20	24
			2º Trim	-	-
			3º Trim	20	26
			4º Trim	-	-
			ANUAL	40	50
			ICM %	100%	125%
13	Implantar recurso de acessibilidade expositiva: áudio-guias para deficientes visuais em português, inglês e espanhol	Recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas instalado em 2 seções do Museu em 2015 e 2 em 2016	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			ANUAL	2	0
			ICM %	100%	0%

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
14	Implantar recurso de acessibilidade expositiva: maquete tátil do Museu	Maquete instalada	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			ANUAL	1	0
			ICM %	100%	0%
15	Implantar totem eletrônico para pesquisa de satisfação de público	Totem implantado	1º Trim	1	-
			2º Trim	-	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
16	Elaborar relatório com consolidação das informações coletadas no totem eletrônico contendo análise e indicação das ações de aprimoramento da gestão e do atendimento ao	1 relatório entregue por trimestre	1º Trim	1	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			ANUAL	4	2
			ICM %	100%	50%
17	Receber visitantes presencialmente no museu	Número de visitantes recebidos	1º Trim.	65.000	142.843
			2º Trim.	85.000	130.983
			3º Trim.	90.000	183.689
			4º Trim.	60.000	128.981
			ANUAL	300.000	586.496
			ICM %	100%	195%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
5	Meta integralmente cumprida com 2 exposições temporárias realizadas no 3º trimestre, conforme relatório do trimestre anterior.
6	Meta integralmente cumprida no 3º trimestre e amplamente superada pois, no mês de dezembro, o Catavento foi convidado a participar de duas atividades integradas com os demais museus da SEC: Dia Internacional dos Direitos Humanos e 1º Jornada do Patrimônio. As atividades foram desenvolvidas pelo Setor Educativo, em especial educadores e monitores da Seção SOCIEDADE, conforme relatório das Ações do Serviço Educativo.
7	Meta amplamente superada, pois, além da procura cada vez maior pelas oficinas desenvolvidas e oferecidas pelo Setor Educativo, no 3º trimestre também oferecemos aos nossos visitantes palestras sobre a prevenção a gravidez não planejada que lotou o auditório - conforme relatório do trimestre anterior.
12	Devido à grande procura pelas oficinas e demais atividades especiais de férias, sempre com elevado padrão de qualidade - fruto do excelente trabalho do Setor Educativo - tanto em janeiro, como em julho tivemos a oportunidade de ampliar o período com as atrações, sem aumento substancial dos custos, mas atendendo maior número de visitantes.
13 e 14	No mês de agosto abrimos edital para escolha de empresas responsáveis por implantar os projetos. Recebemos 2 propostas para Maquete Tátil e 1 proposta para Áudio-Guia. Após a análise das propostas enviadas identificamos ser inviável a realização das metas devido à gravidade do cenário econômico e o atual nível de redução dos valores
16	O totem eletrônico não foi instalado no primeiro semestre porque havia a chance de conseguirmos um patrocinador, o que acabou não ocorrendo, por esse motivo a meta anual não foi cumprida.
17	A meta foi grandemente superada devido ao excelente trabalho desenvolvido pelo setor Institucional com as divulgações na mídia, e também do setor de agendamento do museu sempre empenhado em fazer contato com as instituições afim de atrair novos visitantes. Nesse período contamos com a exposição "Um Voo pela Embraer", ainda em funcionamento, atraindo um grande número de visitantes, além da Semana Nacional de Ciência e Tecnologia ocorrida no mês de outubro, com diversas oficinas e programação diferenciada para os visitantes.



Dia das Crianças



SNCT



Dia Internacional Direitos Humanos

PROGRAMA EDUCATIVO

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
18	Propiciar visitas guiadas a estudantes de escolas públicas municipais	Nº de estudantes de escolas municipais atendidos em visitas guiadas	1º Trim.	4.000	6.213
			2º Trim.	9.000	22.395
			3º Trim.	11.000	32.557
			4º Trim.	11.000	18.682
			ANUAL	35.000	79.847
			ICM %	100%	228%
19	Propiciar visitas guiadas a estudantes de escolas privadas	Nº de estudantes de escolas privadas atendidos em visitas guiadas	1º Trim.	6.000	7.159
			2º Trim.	19.000	26.939
			3º Trim.	14.000	13.579
			4º Trim.	19.000	14.841
			ANUAL	58.000	62.518
			ICM %	100%	108%
20	Realizar pesquisa de perfil e satisfação do público escolar agendado	Número de pesquisas aplicadas	1º Trim	100	116
			2º Trim	100	618
			3º Trim	100	491
			4º Trim	100	320
			ANUAL	400	1.545
			ICM %	100%	386%
21	Monitorar os índices de satisfação do público escolar agendado com a visita guiada, por meio de duas amostragens	Nº de relatórios de Índice de satisfação do público escolar agendado com a visita guiada	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
22	Desenvolver programa específico para idosos	Programa desenvolvido e implantado	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
23	Desenvolver programa específico para pessoas em vulnerabilidade social	Programa desenvolvido e implantado	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
24	Desenvolver programa específico para pessoas com deficiência	Programa desenvolvido e implantado	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%



Portadora de Síndrome de Down integrante de um grupo do Catavento Acessível



Grupo com portadores das mais variadas deficiências após visita com o Núcleo Catavento Acessível

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO
25	Desenvolver programa específico para funcionários da OS	Programa desenvolvido e implantado	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
26	Realizar programas para públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas)	Nº total de pessoas atendidas nos programas	1º Trim.	3.000	2.996
			2º Trim.	3.000	3.021
			3º Trim.	3.000	3.324
			4º Trim.	3.000	1.421
			ANUAL	12.000	10.762
			ICM %	100%	90%
27	Realizar atividades para professores	Nº total de professores atendidos	1º Trim	-	-
			2º Trim	40	227
			3º Trim	-	-
			4º Trim	40	575
			ANUAL	80	802
			ICM %	100%	1003%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
18	Contamos com um público expressivo de alunos da rede municipal e estadual, mas após a não renovação do contrato com a Secretaria da Educação, o número de grupos escolares da rede estadual teve uma queda significativa, resultando em mais vagas, que foram utilizadas positivamente pelos grupos da rede municipal nos permitindo superar a meta grandemente
19	Tivemos neste trimestre 29.897 alunos da rede privada de ensino agendados, porém muitos cancelamentos foram feitos de última hora, não nos dando tempo hábil para agendar outra instituição. Além disso, contamos com muitas faltas. No entanto, a meta anual foi superada.
20	Meta mais uma vez superada devido ao empenho do setor de Visitação que, dentre outras atribuições, entrega a ficha de satisfação para os responsáveis dos grupos que nos visitam, sempre evidenciando a importância do preenchimento para avaliarmos o nível de satisfação e realizarmos as melhorias necessárias.
26	Nesse trimestre foram agendadas 3.738 pessoas para o roteiro Catavento Acessível, responsável pelo atendimento do público especial, porém, tivemos um grande número de cancelamentos de última hora. As instituições alegaram dificuldades em conseguirem verba para locação do transporte e lanche. Além disso, o Catavento Acessível atendia 4 grupos por dia, mas após a redução de funcionários ocorrida no início do ano, foi necessário reduzir para 2 grupos diários, diminuindo em 50% a visitação nesse roteiro.
27	Meta grandemente superada devido à grande procura por parte dos professores que consideraram de extrema importância conhecer o museu e se programarem para futuras visitas com seus alunos, principalmente no final do ano, período de planejamento pedagógico do ano seguinte.



Visita guiada para funcionários do Museu



Visitantes na seção do Engenho

PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
28	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do interior e da RMSP, contemplando demonstrações com experimentos lúdico-científicos	Nº de exposições itinerantes realizadas, condicionado aos espaços disponíveis	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	2
			ANUAL	2	3
			ICM %	100%	150%
29	Realizar ações de articulação e apoio às Redes Temáticas e Polos Regionais (encontros com Museus de Ciências)	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	-	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
30	Realizar ações de capacitação nas instalações do Museu	Nº de oficinas realizadas, com no mínimo 20 participantes cada	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	1
			4º Trim	1	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
31	Submeter apresentação de projeto desenvolvido ou iniciado pela OS no último ano para ser divulgada nos painéis digitais do 7º Encontro Paulista de Museus	1 apresentação digital inscrita	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
28	O Museu de Ciência de São Carlos, que estava com itinerância programada para novembro, solicitou adiamento para 2016 devido a problemas internos. Entretanto, o Planetário e o Museu de História Natural - ambos de Campinas - solicitaram duas exposições itinerantes do Catavento que acontecerão simultaneamente até fevereiro de 2016, mas foram inauguradas no final de mês de dezembro, a pedido das instituições.
29	Meta originalmente do 3º trimestre, foi adiada devido à agenda do palestrante. Integralmente cumprida no 4º trimestre.
30	Cumprimento de meta antecipado no trimestre anterior.



Cartazes das exposições em Campinas



Encontro de Museus de Ciências no Catavento

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	PERÍODO	META	REALIZADO 2015
32	Divulgar as atividades do Museu, bem como as boas práticas corporativas ou publicar artigos tendo em vista o aumento da presença do museu na mídia	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	200	265
			2º Trim	20	291
			3º Trim	20	362
			4º Trim	10	379
			ANUAL	250	1.297
			ICM %	100%	519%
33	Manter contas e fanpages do Museu atualizadas nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instagram etc.)	Número de fãs e seguidores (absoluto)	1º Trim	2.800	5.110
			2º Trim	2.900	5.237
			3º Trim	3.000	18.715
			4º Trim	3.100	21.397
			ANUAL	3.100	21.397
			ICM %	100%	690%
34	Elaborar notícias sobre o tratamento técnico dos acervos no site ou nas redes sociais da instituição. Exemplo: término de restauros importantes, notícia de parcerias	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
35	Realizar campanhas de marketing e de publicidade institucional do museu em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC	Número de campanhas realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			ANUAL	1	0
			ICM %	100%	0%
36	Desenvolver banco de imagens e legendas para ações de comunicação e divulgação	Número de fotografias das instalações do museu, do acervo, de artistas/obras registradas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	250	498
			ANUAL	250	498
			ICM %	100%	199%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
32	A meta do 4º trimestre de 2015 foi, novamente, amplamente superada com expressiva presença na mídia e grande divulgação do museu. Sem contar com uma assessoria de imprensa, desenvolvemos um trabalho significativo com a Coordenação de Comunicação e Imprensa da Secretaria da Cultura. Essa parceria possibilitou a divulgação de pautas e matérias, tendo como resultado uma grande presença na mídia. Além disso, demos continuidade à estratégia de divulgar as atividades especiais que aconteceram no museu, visando atrair cada vez mais visitantes. Observação: Recebemos seis matérias referentes ao trimestre anterior, que foram computadas neste relatório, por terem sido clipeadas posteriormente à entrega do relatório do 3º trimestre, o que explica a diferença dos números finais, do arquivo do Relatório (item 32 do Programa de Comunicação e Imprensa-1.297 matérias) e do arquivo interno (1.303).
33	Neste 4º trimestre intensificamos as atualizações nas mídias sociais, com publicações diárias das diversas oficinas ocorridas ao longo do período, atraindo um número expressivo de seguidores. Além disso, demos continuidade à estratégia de divulgar as atividades especiais que aconteceram no museu, visando atrair cada vez mais visitantes.
35	Neste 4º trimestre de 2015, não fizemos campanhas de marketing ou publicidade institucional. Com a contenção de gastos do museu, preferimos focar na mídia espontânea, realizando um trabalho significativo de divulgação do museu em todos os tipos de mídias. A possível realização de campanhas publicitárias pagas, foi amplamente compensada pelo alto número de inserções na mídia espontânea, tanto impressa, quanto online e também nos veículos de rádio e TV.
36	Grandemente superada devido ao grande numero de fotos armazenadas nos últimos anos em nosso HD facilitando a montagem do banco de imagens

Curtidas na Página >

21.720 Total de curtidas na Página
▲ 1,9% desde a semana passada

397 Novas curtidas na Página
▲ 26,4%

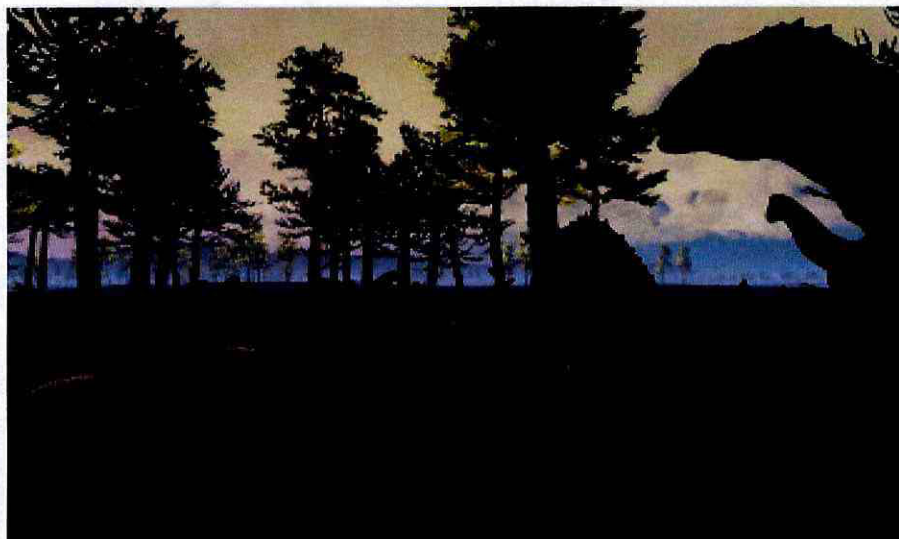


Curtidas na página do Catavento no Facebook

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2015
37	Elaborar e apresentar Projeto de Patrocínio com empresa privada	2 projetos apresentados por ano (exemplo: montagem de exposição temporária ou permanente)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
38	Submeter e atualizar Plano Anual para captação de recursos via Leis de Incentivo	1 Plano submetido no 2º trimestre e atualizado anualmente	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
39	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços e contratos de café e estacionamento	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	ANUAL	10%	13%
				R\$ 1.081.480	R\$ 1.379.465
			ICM %	100%	128%
40	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Rouanet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações	2,5% do repasse do exercício no contrato de gestão	ANUAL	2,5%	4%
				R\$ 270.370	R\$ 466.357
			ICM %	100%	172%

O projeto Dinos do Brasil, desenvolvido pela "start up" Naked Monkey (Poli-USP) e já aprovado para captação com recursos incentivados pela Lei Rouanet, pretende oferecer ao Catavento uma exposição permanente que permitirá ao seu grande público, com a utilização de Oculus Rift, uma viagem tridimensional e hiperrealista pela pré-história do Brasil, quando os grandes dinossauros circulavam por aqui (mais detalhes no Anexo de Financiamento e Fomento).



Projeto Dinos do Brasil

METAS CONDICIONADAS À CAPTAÇÃO

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO
41	Concluir projeto de Valorização Histórica do Palácio das Indústrias	Projeto 100% concluído em 2015 (condicionado ao Convênio com a Secretaria da Justiça e Cidadania)	1º Trim	40%	15%
			2º Trim	60%	0%
			3º Trim	100%	0%
			4º Trim	-	-
			ANUAL	100%	15%
			ICM %	100%	15%
42	Disponibilizar conteúdo atualizado digitalizado sobre o acervo museológico em exposição permanente	% do acervo disponibilizado para consulta no site (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura)	1º Trim	-	-
			2º Trim	20%	-
			3º Trim	40%	-
			4º Trim	50%	-
			ANUAL	50%	-
			ICM %	100%	-
43	Propiciar visitas guiadas a estudantes de escolas públicas estaduais	Nº de estudantes de escolas estaduais atendidos em visitas guiadas (condicionado a celebração de Convênio com a Secretaria de Educação)	1º Trim	-	-
			2º Trim	6.000	-
			3º Trim	13.000	-
			4º Trim	18.500	-
			ANUAL	37.500	0%
			ICM %	100%	0%
44	Operar a sala "Prevenindo a Gravidez Juvenil"	Grupos agendados atendidos (condicionado a verba adicional de patrocinadores/apoiadores)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	60	-
			4º Trim	40	-
			ANUAL	100	0
			ICM %	100%	0%
45	Desenvolver e executar projeto de ampliação da área expositiva	Projeto desenvolvido em 2015 e execução concluída em 2017 (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			ANUAL	n/a	n/a
			ICM %	n/a	n/a
46	Instalar recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas: conteúdo em Q&R code em português, inglês e espanhol e para deficientes visuais	Recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas instalado nas 4 seções do Museu (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura ou de patrocinadores)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			ANUAL	2	0
			ICM %	100%	0%
47	Realizar impermeabilização da caixa d'água com reforma de interligação hidráulica, obras de calçamento no estacionamento, restauro no revestimento da fachada e transferência da cafeteria para a varanda	Projeto iniciado em 2015 e execução concluída em 2016 (condicionado a verba adicional da Secretaria da Cultura)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	30%	-
			4º Trim	50%	-
			ANUAL	50%	-
			ICM %	100%	-

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

Nº	JUSTIFICATIVA
41	Após obtenção da aprovação pelos órgãos de prevenção do patrimônio, o projeto de restauros pontuais das fachadas esta passando por avaliação técnica na Secretaria da Justiça.
42 ao 47	Metas não cumpridas por não ter havido aporte adicional de recursos no período.



Exemplos de locais para restauros pontuais