

RELATÓRIO DE ATIVIDADES ANUAIS E DO 4º TRIMESTRE DE 2014
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
QUADRO DE METAS	
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	07
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	10
PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS	24
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP	30
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA	33
PROGRAMA ESPECÍFICO: CENTRO DE PREPARAÇÃO DO CAFÉ	44
METAS DE GESTÃO ADMINISTRATIVA	
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO	47
METAS CONDICIONADAS	49
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO	50

APRESENTAÇÃO

O Museu do Café, em 2014, avançou definitivamente no que era sua grande fragilidade institucional: a exposição de longa duração. Depois de quatro anos de estruturação das áreas fim; constituição de eixos geradores da pesquisa, preservação e comunicação; mapeamentos patrimoniais, levantamento de fontes, acervos e do desenvolvimento conjunto da curadoria e produção, no quarto trimestre de 2014 foi inaugurada a nova exposição "Café, patrimônio cultural do Brasil: ciência, história e arte".

Nomeada de média duração em função dos prazos encaminhados pela SEC para o restauro do edifício da Bolsa Oficial de Café, a exposição é produto direto do amadurecimento de todas as equipes da instituição.

Dando início à nova fase do Museu, ainda antes da abertura da exposição, foi lançado o novo site e também criada a campanha institucional "Museu do Café: orgulho de ser nosso!", que trouxeram ao Museu novos visitantes, curiosos em conhecer melhor esse tão importante patrimônio santista.

Ainda como um dos maiores destaques do ano, a realização de um antigo sonho do Museu do Café: o lançamento do Bonde Café, linha turística de bonde implantada em parceria com a Secretaria de Turismo de Santos e que representa um projeto de extensão museológica da instituição.

Em resumo, 2014 foi um ano fundamental na trajetória do Museu do Café e abaixo, por programa, traremos os destaques dessa trajetória ao longo dos trimestres.

O programa de acervo, em 2014, foi dedicado quase integralmente a atividades de pesquisa, levantamento de acervo, curadoria e produção de conteúdos para a exposição. Destacamos a parceria com o Instituto Agrônomo de Campinas no desenvolvimento do módulo 01 e do Liceu de Artes e Ofícios no módulo 04, bem como os projetos de história oral "Memórias da origem e histórico do Acervo" e "Memórias do plantio, lavoura e processamento do café no interior do Estado de São Paulo". A equipe também se dedicou ao desenvolvimento do roteiro de mediação do "Bonde Café", apresentando a esse público o patrimônio arquitetônico santista ligado à riqueza cafeeira. O desenvolvimento da área de pesquisa do Museu do Café foi também reconhecido pelos pares acadêmicos: no terceiro trimestre, parte da equipe foi convidada a apresentar o resultado de seus trabalhos no XXII Encontro Estadual de História, com fala sobre os projetos de autoria do Museu e estruturação da equipe pela diretoria executiva e uma palestra especial dos pesquisadores Bruno Bortoloto e Fernando Aguiar sobre "Expansão urbana, café e imigração: a Companhia Construtora de Santos e a organização operária (1914 - 1930)" baseada em artigo acadêmico bastante elogiado por especialistas na área.

Já o programa educativo teve superação em mais de 20% em todas as metas de atendimento de público, tanto em visitas como em programas para público alvo. Na frente de formação, o educativo realizou sua quinta edição do muito bem sucedido "Guia Amigo do Café" e constituiu novas parcerias com a prefeitura em educação patrimonial de 80 cadetes da Guarda Municipal. O atendimento às crianças da região foi

também um destaque de 2014, com a atividade “Violinha do Café” junto à SEDUC. A equipe educativa também se dedicou ao longo do ano à exposição de média duração, desenvolvendo nova linha de mediação e todos os materiais educativos.

Na parceria com o Sistema Estadual de Museus, o Museu do Café otimizou recursos e ultrapassou as metas, oferecendo cinco exposições itinerantes, formações e apoio técnico, mantendo e ampliando sua posição de pólo articulador da SEC na Baixada Santista.

Na frente de comunicação museológica, além da exposição de média, o ano de 2014 contou com mais de 50 programações culturais. O grande destaque foi o concurso “Drink da Copa” realizado no Dia Nacional do Café, comemorado em 24 de maio. O concurso elegeu a melhor bebida para ser comercializada na Cafeteria do Museu durante o período da Copa do Mundo. Na ocasião, oito baristas profissionais de diferentes regiões do país estiveram em disputa com suas receitas elaboradas à base de café e ingredientes brasileiros, criadas especialmente para o concurso. Empresas do mercado de café apoiaram o evento oferecendo máquinas de café espresso, moinhos e utensílio de barismo para os primeiros colocados. O Jornal A Tribuna de Santos também apoiou o concurso cedendo anúncios publicitários no veículo sem nenhum custo.

Nas férias de janeiro, o Museu continuou seu programa de levar atividades que ocorrem dentro da instituição para diferentes lugares. Nesse ano, o Museu do Café foi ao Orquidário e o público pôde conhecer a exposição sobre a morfologia do café e participar de diversas atividades educativas e dicas de como preparar um bom café em casa.

No aniversário da cidade de Santos, houve uma gincana educativa e apresentação do Grupo Ouro Verde na cafeteria do Museu. Já no aniversário do Museu do Café, foi realizado um *flashmob* em frente ao Edifício da Bolsa Oficial de Café e o curso com a especialista em cafés Isabela Raposeiras.

No segundo trimestre do ano, podemos destacar o Dia Internacional do Café, comemorado em 14 de abril. Na própria data, houve uma harmonização de cafés e doces na Praça Mauá. Compondo a programação, no dia 17, o Museu do Café recebeu a Orquestra Instituto Grupo Pão de Açúcar para uma apresentação.

Nos dias 7 e 8 de maio, o Museu do Café esteve presente na XX Edição do Seminário Internacional de Café de Santos, que trouxe o tema “Café do Brasil: Sustentabilidade na Produção e no Comércio”. O objetivo foi congregar os profissionais envolvidos no mercado cafeeiro, para discutir as tendências e pontos de vista, debater e avaliar novas tecnologias de novas políticas.

Ainda durante o trimestre o Museu do Café participou da 12ª Semana Nacional de Museus, da Virada Cultural Paulista e continuou a parceria com organização social Santa Marcelina Cultura, trazendo diversas atrações para o programa “Musica no Salão do Pregão”.

O terceiro trimestre contou com a programação de férias, que teve como destaque a contação de história, a atração do “Mês do folclore”, onde o público participou do curso de leitura da borra de café e a 8ª Primavera dos Museus, que foi composta por atividades educativas e oficina de gravura em metal com folhas de café. Todas as atividades tiveram grande procura por parte do público.

O programa de comunicação imprensa teve dois grandes destaques no ano de 2014. Um deles foi o lançamento do novo site institucional. Com o layout reformulado, ação interativa, opções de acessibilidade e trilingue, o novo portal foi criado com o intuito de fornecer as principais informações sobre o Museu e o café, e também ser uma extensão do equipamento cultural na internet. Além de apresentar uma nova forma de expor a agenda de programações culturais, atividades educativas, exposições e diversas informações institucionais e instrutivas, uma página interativa foi criada onde o público pode deixar registrada a lembrança em resposta à pergunta: “O que o café te faz lembrar?”, ação, esta, já existente e reproduzida por meio de um painel de xícara que é utilizado em ações extramuros do Museu do Café.

Como dito na introdução, outra ação de extrema importância dentro do programa foi a campanha institucional lançada no quarto trimestre. A campanha “Museu do Café – Orgulho de ser nosso!” teve como objetivo aproveitar o momento único de mudanças significativas e reformulação de conteúdo que o Museu estava passando com a inauguração da nova exposição de média duração, para fortalecer a ideia do pertencimento entre o público da região e o Museu. Desta forma, a comunidade pôde compreender que o espaço cultural é propriedade de todos e que o equipamento possibilita que o público usufrua não só do conhecimento disponibilizado por meio do novo espaço expositivo, como também dos projetos educativos, eventos, cursos e atividades programadas. Para a execução da campanha foi criado um plano de mídia incluindo diversas peças de comunicação que foram distribuídas por toda a cidade, bem como a veiculação de “pocket vídeos” os quais foram gravados com personalidades santistas que relataram, em 30 segundos, a relação de pertencimento com o equipamento cultural e o que representa, para cada um deles, ser santista. É importante ressaltar que a equipe se empenhou para que os artistas/personagens não cobrassem cachê, eles participaram da campanha, pois entenderam a importância de valorizar um edifício com a Bolsa Oficial de Café. Além de disponibilizados no canal do *Youtube* do Museu, os vídeos foram veiculados no CineRoxy, tradicional da cidade de Santos, atingindo mais de 3.500 pessoas.

O site do Museu do Café somou mais de 230 mil acessos. As mídias sociais alcançaram cerca de 14 mil seguidores. Atualmente, o museu conta com oito mídias sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Flickr*, *Instagram*, *Pinterest*, *TripAdvisor* e *Foursquare*. As duas últimas são colaborativas, ou seja, os próprios visitantes do Museu são os responsáveis pela manutenção do perfil da instituição por meio do envio de comentários, fotos e um sistema de avaliação. No *Tripadvisor*, o Museu recebeu ótimas avaliações e garantiu o Certificado de Excelência de 2014. No ano, foram veiculadas mais de 400 matérias sobre o Museu do Café, somando mídia impressa, digital e televisiva. Podemos destacar matérias no *Globo Rural*, *Revista Veja*, *Guia da Folha*, *GloboNews*, *Antena Paulista*, entre outros.

Foram produzidos durante o ano, 41 convites eletrônicos para divulgar atividades educativas, programação cultural e exposições. Além disso, o Boletim Interno, voltado para conselheiros, associados e para os funcionários, foi lançado a cada início de mês, trazendo os destaques de programação, gráfico de visitação e clipping. Já o “Expressinho do Museu” também continuou a ser produzido e encaminhado a interessados que se cadastram no site da instituição. Foram produzidos 12 expressinhos, com notícias curtas sobre as principais atividades que ocorrerão no mês seguinte ao seu lançamento.

Como citado anteriormente, o “Bonde Café” foi uma parceria firmada entre a Prefeitura de Santos, a Secretaria de Turismo de Santos – Setur, e o Museu do Café. A linha turística do bonde é uma das principais atrações da cidade e, por esta razão, foi assinado um termo de cooperação técnica entre a prefeitura e o Museu para que fosse viabilizado o “Bonde Café”, um bonde turístico especial, com layout exclusivo, e que disponibiliza uma degustação de café durante o trajeto. A equipe de comunicação institucional cuidou do desenvolvimento da nova identidade visual do veículo.

No programa do Centro de Preparação do Café, o ano foi marcado pelo convênio com o Restaurante Escola – projeto de formação da Setur - e a continuidade do programa “Meu Espresso”. O CPC ofereceu em 2014, ao todo, 3 cursos de barista, 2 cursos avançados de novos métodos de preparo e latte art, 2 capacitações em parceria com a Italian Coffee, dentre outras atividades em parceria com outras áreas do Museu.

Ao longo do ano, no que tange à visitação espontânea, observamos a aproximação de um patamar de estabilidade frente aos anos anteriores nas visitas de terça a sexta e aumento expressivo do público dos sábados em função da gratuidade. Tal visitação tem impacto significativo nos números finais do ano, mas incorre num decréscimo de captação de bilheteria, equilibrado em termos orçamentários pelo aumento de arrecadação de cafeteria e venda de souvenirs.

Na frente de infraestrutura, em 2014, foram realizadas uma série de ações de recuperação dos ambientes expositivos, como no piso do térreo e mezanino, bem como a pintura de paredes e adaptações elétricas para suporte de materiais audiovisuais. No entanto, fica cada dia mais premente a intervenção para estabilização do 2º andar, devolvido pela Secretaria da Fazenda à Cultura, e a recuperação da fachada – ações previstas para início ainda em 2015 de acordo com o projeto de restauro do edifício-sede do Museu pela Secretaria de Estado da Cultura.

Por fim, na frente da gestão, o acompanhamento orçamentário do Museu do Café mostra constante equilíbrio de gastos em relação ao previsto e, com todos os compromissos cumpridos, podemos afirmar que não houve falta ou sobra de recurso no exercício de 2014.

Assim, como resultado da qualidade da gestão do INCI à frente do Museu do Café, ao longo do ano a instituição contou com 203.755 visitantes presenciais no Museu, ultrapassando sua meta anual, e 173.856 na cafeteria, se estabelecendo como uma das atrações mais visitadas do Estado de São Paulo.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS: MUSEU DO CAFÉ

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Em 2014 a equipe de pesquisa e curadoria direcionou o desenvolvimento do discurso curatorial da exposição de média duração “Café, Patrimônio Cultural do Brasil: Ciência, História e Arte.” Todo o trabalho de pesquisa, mapeamento de acervos, e a montagem dos dossiês foram executados pela própria equipe. Baseada nessa etapa a linha curatorial foi desenhada com a participação de todos os setores da área técnica dentro de suas expertises, tendo como linhas guia os eixos curatoriais.

Durante o processo de montagem dos dossiês e da concepção da curadoria, parcerias importantes foram firmadas, na área de ciência e tecnologia a parceria com o Instituto Agrônomo de Campinas foi fundamental para estruturar o conceito e viabilizar a montagem do módulo 01 – “Da Planta a Xícara”. Já a parceria com o Liceu de Artes e Ofícios tornou possível disponibilizar acervo documental inédito, pranchas de desenho utilizadas nas aulas, e o aprofundamento da pesquisa sobre os ornamentos do edifício.



Manejo dos pés de café efetuados pelo técnico do IAC



Escolha de acervo – Parceria Liceu de Artes e Ofícios de SP

Ao longo deste ano a equipe de pesquisa escreveu diversos artigos para revistas, apresentou trabalhos em diversos seminários, ajudou na produção do conteúdo do novo site, consolidou o discurso curatorial das exposições “Forma: objetos do Café” e “Praça de Santos – Armazéns Gerais”, e auxiliou na composição do material educativo na nova exposição de média.

O projeto de história oral que esse ano teve duas frentes “Memórias da origem e histórico do Acervo” e “Memórias do plantio, lavoura e processamento do café no interior do Estado de São Paulo”, apresentou um resultado positivo e abriu a possibilidade de futuras parcerias. No 4º trimestre foram realizadas entrevistas com o Sr. Bonifácio Rodrigues Hernando Filho, aposentado, doou um torrador e um moedor para o Museu do Café em 2008, e com a Sra. Ana Maria Ribeiro Negrini, produtora de café desde a década de 90, cooperada da Coopinhal e criadora e divulgadora da Nossa Senhora do Café, e o Sr. Daniel Bertolli Gozzoli, Gerente-Geral da Coopinhal.



"Memórias da origem e histórico do Acervo - Memórias do Plantio" – Visita a Coopinhal

Neste ano as equipes de conservação para além das rotinas de preservação, conservação e pesquisa dos acervos museológico, bibliográfico e arquivístico, realizaram a embalagem específica do acervo e implantação de nova reserva técnica, higienização e montagem dos acervos para a nova exposição de média duração, acondicionamento adequado de acervo arquivístico, e organização do arquivo institucional e histórico.



Montagem da exposição

Diversas parcerias ocorreram dentro do programa "Museu e Universidade: Construindo Diálogos" ao longo deste ano, dando destaque para a participação de membros da equipe no XXII Encontro Estadual de História – ANPUH/SP, e na montagem da exposição itinerante "Conhecendo o Café" na FATEC/Santos, FATEC/Praia Grande e na Universidade Monte Serrat em Santos.



Inauguração da nova exposição "Café, Patrimônio Cultural do Brasil: Ciência, História e Arte."

Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
01	Elaborar dossiês de pesquisa para subsidiar a curadoria da nova exposição de média duração.	Nº de dossiês produzidos.	1º Trim.		
			2º Trim.	03	03
			3º Trim.		
			4º Trim.		
			ANUAL	03	03
			ICM %	100%	100%
02	Implantar projeto de acondicionamento de acervo museológico.	Nº de projeto implantado.	1º Trim.		
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.		
			4º Trim.		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
03	Coletar, transcrever e editar depoimentos de História Oral.	Nº de depoimentos de História Oral coletados, transcritos e editados.	1º Trim.	02	02
			2º Trim.	02	02
			3º Trim.	02	02
			4º Trim.	02	02
			ANUAL	08	08
			ICM %	100%	100%
04	Realizar parcerias com instituições acadêmicas ou museológicas para pesquisa sobre acervo/temática do museu. Programa "Museu e Universidade: Construindo Diálogos"	Nº de parcerias firmadas.	1º Trim.		
			2º Trim.		
			3º Trim.	01	01
			4º Trim.		01
			ANUAL	01	02
			ICM %	100%	200%

Justificativa:

Meta 04 – A meta foi superada acima de 20%, pois foi possível a realização de uma exposição educativa, através de uma parceria junta a Universidade Monte Serrat, de Santos. Essa ação não onerou o orçamento proposto.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

- Programa de Exposições

No quarto trimestre de 2014 a exposição de média duração "Café Patrimônio Cultural do Café: Ciência, História e Arte", foi inaugurada substituindo a antiga exposição de longa duração que permaneceu durante de 9 anos.



A curadoria foi um processo compartilhado entre todas as equipes técnicas e capitaneada pela Coordenação e Diretoria Técnica.

Nas diversas fases que envolveram a realização dessa exposição os diversos setores do Museu do Café estiveram envolvidos, em um esforço conjunto e participativo, voltado a externar ao público visitante o material e conteúdo produzido pelas equipes do Museu.

O resultado apresentado é uma consolidação de 4 anos de pesquisa desenvolvida nos diversos setores, abrangendo várias frentes, onde o tema café foi abordado em diversas perspectivas, e demonstra a finalização da estruturação e amadurecimento de toda a equipe.

O discurso curatorial da exposição foi pensado dentro dos três eixos de pesquisa desenvolvidos pelo Museu, Circuito do café: planta à xícara (ciência e tecnologia), O café como objeto social (história, política, economia, usos e costumes), Produtos Culturais do Café (artes e arquitetura). Estes foram apresentados em quatro módulos expositivos:

Módulo 01 - Da planta a xícara – apresenta o circuito de produção sob a perspectiva da técnica e da tecnologia, por meio de cafeeiros reais e objetos do acervo.



Módulo 01 - Da planta a xícara

Também fazendo parte desse módulo está a apresentação do vídeo “Mãos do Café”, com roteiro e produção da equipe do Museu;



Sala de Vídeo

Módulo 02 – História do Café - A relação entre o café e o Brasil e seu contexto mundial são expostos em uma linha do tempo de momentos históricos com aprofundamentos em alguns temas, como a escravidão e a imigração.



Módulo 02 – História do Café

Módulo 03 – Praça de Santos - Santos teve uma grande influência do café mesmo sem ter sido um centro produtor. Essa particularidade é trabalhada focando em todos os sujeitos envolvidos na comercialização do grão, e utilizando suas próprias narrativas. Com o uso de imagens e plantas, também é possível perceber as alterações na paisagem urbana ao longo dos anos, tanto por suas ruas como pelas feições de seus edifícios.



Módulo 03 – Praça de Santos

Módulo 04 – Artes e Ofícios - A arquitetura eclética marcou a virada do século XIX para o XX e, em grande parte, foi financiada pela economia cafeeira. O próprio prédio é utilizado para demonstrar a diversidade de saberes e ofícios que estavam envolvidos nesses tipos de construções que marcaram a paisagem urbana do período.



Módulo 04 – Artes e Ofícios

Além da equipe do museu foram contratadas equipes terceirizadas com expertise em diversas áreas tais como montagem de estrutura expográfica, comunicação visual, execução de áudio visuais, montagem fina de acervo, entre outros.

A solenidade de abertura aconteceu no dia 11/12, e contou com a participação efetiva de representações de diversos setores, autoridades e da população em geral.



Descerramento do laço de Inauguração da Exposição "Café, Patrimônio Cultural do Brasil: Ciência, História e Arte."

Além da exposição de média duração ocorreram este ano mais duas exposições, sendo a curadoria da própria equipe do museu, "Forma: objetos do Café" e "Praça de Santos – Armazéns Gerais".

- Programação Cultural

O ano de 2014 contou com mais de 50 programações culturais. O grande destaque foi o concurso "Drink da Copa" realizado no Dia Nacional do Café, comemorado em 24 de maio. O concurso elegeu a melhor bebida para ser comercializada na Cafeteria do Museu durante o período da Copa do Mundo. Na ocasião, oito baristas profissionais de diferentes regiões do país estiveram em disputa com suas receitas elaboradas à base de café e ingredientes brasileiros, criadas especialmente para o concurso. Empresas do mercado de café apoiaram o evento oferecendo máquinas de café espresso, moinhos e utensílio de barismo para os primeiros colocados. O Jornal A Tribuna de Santos também apoiou o concurso cedendo anúncios publicitários no veículo sem nenhum custo.



Concurso Drink da Copa

Nas férias de janeiro, o Museu continuou seu programa de levar atividades que ocorrem dentro da instituição para diferentes lugares. Nesse ano, o Museu do Café foi ao Orquidário e o público pôde conhecer a exposição sobre a morfologia do café e participar de diversas atividades educativas e dicas de como preparar um bom café em casa.



Museu do Café no Orquidário – Programação de férias

No aniversário da cidade de Santos, houve uma gincana educativa e apresentação do Grupo Ouro Verde na cafeteria do Museu. Já no aniversário do Museu do Café, foi realizado um *flashmob* em frente ao Edifício da Bolsa Oficial de Café e o curso com a especialista em cafés Isabela Raposeiras.



Roda de Samba



Flashmob

No segundo trimestre do ano, podemos destacar o Dia Internacional do Café, comemorado em 14 de abril. Na própria data, houve uma harmonização de cafés e doces na Praça Mauá. Compondo a programação, no dia 17, o Museu do Café recebeu a Orquestra Instituto Grupo Pão de Açúcar para uma apresentação.



Degustação e Harmonização



Orquestra Instituto Grupo Pão de Açúcar

Nos dias 7 e 8 de maio, o Museu do Café esteve presente na XX Edição do Seminário Internacional de Café de Santos, que trouxe o tema “Café do Brasil: Sustentabilidade na Produção e no Comércio”. O objetivo foi congregar os profissionais envolvidos no mercado cafeeiro, para discutir as tendências e pontos de vista, debater e avaliar novas tecnologias de novas políticas.



Ainda durante o trimestre o Museu do Café participou da 12ª Semana Nacional de Museus, da Virada Cultural Paulista e continuou a parceria com organização social Santa Marcelina Cultura, trazendo diversas atrações para o programa “Musica no Salão do Pregão”.



Semana de Museus



Grupo de Choro Infanto-Juvenil do Guri

O terceiro trimestre contou com a programação de férias, que teve como destaque a contação de história, a atração do “Mês do folclore”, onde o público participou do curso de leitura da borra de café e a 8ª Primavera dos Museus, que foi composta por atividades educativas e oficina de gravura em metal

com folhas de café. Todas as programações tiveram grande procura por parte do público.



Férias no Museu



Programação folclore



Primavera de Museus

4º Trimestre

Em celebração ao "Dia das Crianças", a TV Tribuna, maior veículo de comunicação da Baixada Santista, realiza todos os anos o "Tribuna Kids", uma ação que acontece na cidade de Santos e tem como base a parceria com diversas organizações e marcas que se unem para contribuir com atrações e atividades voltadas ao público infantil. Neste ano, o Museu do Café foi convidado para participar do evento e levou atividades educativas e materiais interativos. Ainda em comemoração a data, no dia 10/10, ocorreu no interior do Museu do Café a apresentação teatral "O Segredo da Caixa". O apresentador despertou a curiosidade das crianças por meio de uma caixa de surpresas que estimulava a reflexão conforme a história e os personagens que surgiam. Já no dia 12, a Cafeteria do Museu recebeu uma intervenção de mágica. A atividade foi voltada não apenas para o público jovem, mas também para os adultos, como forma de resgatar a memória da infância e adolescência.



Museu do Café no "Tribuna Kids"



Atividades da programação "Semana da Criança"

O projeto “Música no Salão do Pregão”, parceria com a Organização Social Santa Marcelina Cultura, continuou no quarto trimestre. No dia 04/10, o Museu recebeu o “Coral Infantil e de Familiares”, em 1º de novembro, a “Big Band Guri” e, fechando o projeto de 2014, no dia 06/12, a “Camerata de Violões”.



Apresentações do projeto “Música no Salão do Pregão”

Em novembro, celebrando o “Mês da Consciência Negra”, o Museu ofereceu atividades temáticas ministradas pelo “Grupo Manifesto Crespo”, que tem como objetivo atuar no universo da estética negra brasileira a partir de ações educativas ligadas ao tema. “Olhares e contos de matrizes africanas” foi a primeira atividade do dia e consistiu em uma contação de histórias baseada no livro “Betina”, da escritora Nilma Santos. Na sequência, os presentes participaram de um debate sobre a conscientização do cabelo e do corpo e, após o término do diálogo, todos puderam aprender as técnicas para criação de tranças jamaicanas. Dando sequência à programação, no mesmo dia, foi realizada a oficina “Artes Visuais”, atividade na qual o Grupo propõe aos participantes enxergarem o corpo de forma diferente por meio da experimentação do desenho, da pintura e do recortar e colar. O público foi estimulado com jogos de imaginação, tendo como finalização a aprendizagem sobre a técnica da arte de rua, o “lambe-lambe”.



Atividades do “Grupo Manifesto Crespo” celebraram o “Mês da Consciência Negra”

No dia 11, o Museu marcou presença na “2º Mostra de Museus da SEC”. O evento é uma ação da Secretaria de Estado da Cultura que tem como objetivo reunir os dezoito Museus do Estado em um único local. No estande do Museu do Café foram realizadas diferentes atividades educativas e interativas como contação de histórias, oficina de vitral, a “Dica do Barista” e a disposição de jogos lúdicos durante todo o período do evento.



Atividades educativas e degustação de café gourmet levaram conhecimento sobre o grão e sua história para todos os públicos

Já no dia 14 de novembro, o Museu recebeu mais uma vez a “Cerimônia de Premiação do 12º Concurso Estadual da Qualidade do Café de São Paulo”. O produtor campeão desta edição foi Arnaldo Alves Vieira, da Fazenda Baobá localizada em São Sebastião da Grama.



Tradicional cerimônia de premiação realizada no Museu do Café

No dia 19, o programa “Dica do Barista” foi realizado para um grupo de presidentes de organizações privadas internacionais. O grupo organizador realizou uma rota turística pela cidade de São Paulo e Santos, fazendo questão de conhecer o Museu do Café e oferecer o tradicional *workshop*.



Grupo estrangeiro conhece a cultura e qualidade do café brasileiro durante atividade especial

O Museu do Café trouxe, no dia 13 de dezembro, a especialista em bebidas Nina Rodrigues para um *workshop* de harmonização de drinks à base de café, compondo a programação cultural “Natal no Museu”. O *workshop* ensinou o preparo e elaboração de *drinks* natalinos com o café, harmonizando-os com acompanhamentos típicos de Natal, como as frutas secas.



Conhecimento teórico e técnico levaram os participantes a uma experiência rica em sabor e avaliação criteriosa.

No dia 16, o Museu esteve presente na cerimônia de premiação da 12ª Edição Especial dos Melhores Cafés de São Paulo – Safra 2014. A iniciativa, que brinda os consumidores com cafés de altíssima qualidade, é uma realização do Governo do Estado de São Paulo, promovida por meio da Câmara Setorial do Café e da Coordenadoria de Agronegócios da Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo – Codeagro.



Autoridades prestigiaram e degustaram o café do Museu durante o evento.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
05	Produzir projeto executivo da museografia, comunicação visual e sinalização da nova exposição de média duração.	Nº de projeto executivo entregue.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
06	Implantar nova exposição de média duração.	Nº de exposição de média duração implantada.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	00
			4º Trim		01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
07	Adicionar novo conteúdo na exposição virtual "Memórias da Praça".	Nº de conteúdo adicionado.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
08	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras de terceiros.	Nº de exposição temporária realizada com obras de terceiros.	1º Trim	01	
			2º Trim		01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
09	Realizar cursos, oficinas e workshops para o público em geral.	Nº de cursos, oficinas e workshops realizados.	1º Trim	01	02
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	02
			4º Trim	01	02
			ANUAL	04	07
			ICM %	100%	175%
10	Receber público nos cursos, oficinas e workshops realizados.	Nº de participantes nos cursos, oficinas e workshops.	1º Trim	20	27
			2º Trim	20	21
			3º Trim	20	27
			4º Trim	20	24
			ANUAL	80	99
			ICM %	100%	123,75%
11	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público participante dos cursos, oficinas e workshops.	Nº de pesquisas de perfil de público e de satisfação do público realizadas.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	02
			4º Trim	01	02
			ANUAL	04	06
			ICM %	100%	150%
12	Realizar palestras para o público interno.	Nº de palestras realizadas.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
13	Realizar eventos:	Nº de eventos realizados.	1º Trim	01	01

	Apresentação de Orquestras Exposições Institucionais/ participação em feiras		2º Trim		01
			3º Trim	01	00
			4º Trim	01	01
			ANUAL	03	03
			ICM %	100%	100%
14	Realizar eventos periódicos Café com Música Cinema no Museu	Nº de eventos periódicos realizados.	1º Trim	04	04
			2º Trim	04	04
			3º Trim	04	04
			4º Trim	04	04
			ANUAL	16	16
			ICM %	100%	100%
15	Realizar programas temáticos: . Aniversário da Cidade . Aniversário do Museu . Dia Nacional do Café . Dia Internacional do Café . Copa do Mundo . Semana Nacional de Museus . Virada Cultural . Mês do Folclore . Primavera de Museus . Mês da Consciência Negra . Dia das Crianças . Natal	Nº de programas temáticos realizados.	1º Trim	02	03
			2º Trim	05	05
			3º Trim	02	02
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
16	Realizar programas de férias: . Janeiro . Julho	Nº de dias de programação de férias oferecidos.	1º Trim	10	10
			2º Trim		06
			3º Trim	10	04
			4º Trim		
			ANUAL	20	20
			ICM %	100%	100%
17	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público em geral.	Nº de pesquisas de perfil de público e de satisfação do público em geral realizadas.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
18	Monitorar os índices de satisfação do público com as exposições.	Número de relatórios de pesquisa realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
19	Monitorar os índices de satisfação do público com as instalações e serviços prestados pelo museu, por meio de duas amostragens.	Número de relatórios de pesquisa realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
20	Receber visitantes presencialmente no museu.	Nº de visitantes recebidos.	1º Trim	18.000	18.520
			2º Trim	15.000	21.344
			3º Trim	13.000	21.134
			4º Trim	15.000	24.398

			ANUAL	61.000	85.396
			ICM %	100%	139,99%
21	Receber visitantes presencialmente na Cafeteria do Museu.	Nº de visitantes recebidos.	1º Trim	40.000	49.648
			2º Trim	30.000	43.812
			3º Trim	32.000	47.552
			4º Trim	33.000	32.844
			ANUAL	135.000	173.856
			ICM %	100%	128,78%
22	Implantar projeto "Bonde do Café" em parceria com a Prefeitura Municipal de Santos.	Nº de projeto implantado.	1º Trim	01	01
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

Justificativas:

Meta 06 - Segundo o ofício nº314/2014 UPPM, foi aprovada a mudança do trimestre para a realização desta atividade. Foi necessária devido a trâmites e prazos para captação de recursos.

Meta 09, 10 e 11 - As metas superaram os 20% pois a parceria com o grupo "Manifesto Crespo", possibilitou a realização de duas oficinas no dia da Consciência Negra sem onerar o orçamento proposto.

Meta 13 - A meta do terceiro trimestre foi antecipada devido a grande oportunidade que o Museu do Café teve sendo convidado a participar do Seminário Internacional do Café, realizado no mês maio. O Museu teve um espaço cedido e pôde levar painéis informativos, materiais institucionais e atividades educativas, sem onerar o contrato de gestão.

Meta 16 - Com a mudança no calendário escolar devido à Copa do Mundo, o programa "Férias no Museu" teve início no dia 18 de junho, para acompanhar o cronograma das instituições. A programação de férias foi realizada nos meses de junho e julho, sem alteração no orçamento previsto.

Meta 20 e 21 - Os números de visitação apurados refletem as novas estratégias e as ações de divulgação do setor de Comunicação Institucional e o incremento de público com a gratuidade aos sábados. Acreditamos, também, que o número expressivo de visitantes seja reflexo não só do sucesso das ações de comunicação museológica e institucional, mas na empatia, cada vez maior com o público da região e de São Paulo, e na promoção direta dos visitantes já atendidos. A superação das metas não onerou o orçamento previsto.

Meta 22 - O Projeto da linha turística "Bonde do Café" foi concluído -em dezembro de 2014, conforme especifica relatório anexo.

PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS

O setor educativo ao longo de 2014 deu continuidade ao trabalho desenvolvido em seus programas instituídos, apresentou sucesso de público demonstrado na superação expressiva dos índices propostos e de satisfação medida através das pesquisas realizadas com o público escolar (95,6%). Importantes parcerias com diversas instituições foram continuadas e outras iniciadas o que contribuiu para esse cooptação de participantes.



Programas para Público Alvo

Este ano o programa de formação atendeu guia de turismo, o curso "Guia amigo do Café" ocorreu pelo quinto consecutivo, educadores de museus e centro culturais, professores e guardas municipais, sendo os dois últimos em parceria com a Prefeitura Municipal de Santos, o que assegurou o sucesso de público.



Programa de Formação "Guia amigo do Café"

O trabalho desenvolvido junto com o setor de Comunicação também apresentou frutos, a iniciativa de ligar programação cultural com ações educativas em diversas atividades extra e intramuros resultou na divulgação do museu, das atividades educativas e na diversificação de público. Para atender essas ações foram propostas novas atividades que serviram de programa piloto e como apresentaram resultados positivos foram incluídas nos programas de atendimento.



Atividade "Monte o seu Museu"



Atividade "Um dia de Museólogo"

O grande desafio foi o desenvolvimento, juntamente com o setor de pesquisa e curadoria, da mediação para a nova exposição de média duração, e o desenvolvimento do conteúdo do material educativo de apoio.

Foi desenvolvida uma extensa pesquisa sobre as perspectivas que a curadoria iria abranger na exposição, assim como, sobre educação não formal. Foram realizadas visitas técnicas em diversas instituições museais referência na construção de mediações, e na constituição de material educativo.

A mediação proposta foi aplicada primeiramente com os colaboradores do museu em diversos atendimentos, dias antes da abertura da exposição. Assim pode ser realizada uma análise do desempenho dos educadores e os ajustes necessários realizados.

Quanto ao material educativo o conteúdo foi montado em conjunto entre as equipes de pesquisa e curadoria, museologia, e comunicação museológica. Atende ao público espontâneo e escolar (estudantes e professores), sendo no caso do último voltado a auxiliar na montagem da visita ao museu e demonstrando as diversas perspectivas que podem ser trabalhadas na exposição e em sala de aula.



Mediação piloto da nova exposição aplicada para todos os colaboradores do Museu

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
23	Detalhar projeto educativo específico para a nova exposição de média duração.	Nº de projeto entregue.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
24	Confeccionar material de apoio da ação educativa para nova exposição de média duração.	Nº de materiais confeccionados	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	00
			4º Trim		
			ANUAL	01	00
			ICM %	100%	00
25	Oferecer curso de capacitação para Guardas Municipais	Nº de curso realizado.	1º Trim		
			2º Trim	01	00
			3º Trim		01
			4º Trim		01
			ANUAL	01	02
			ICM %	100%	200%
26	Propiciar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas.	Nº de estudantes de escolas públicas atendidos em visitas mediadas.	1º Trim	100	282
			2º Trim	6.000	4.616
			3º Trim	3.100	4.740
			4º Trim	1.000	4.330
			ANUAL	10.200	13.968
			ICM %	100%	136,94%
27	Propiciar visitas mediadas para	Nº de estudantes de escolas	1º Trim	300	684

	Estudantes de escolas privadas.	privadas atendidos em visitas mediadas.	2º Trim	4.200	4.567
			3º Trim	2.000	2.619
			4º Trim	1.000	3.051
			ANUAL	7.500	10.921
			ICM %	100%	145,61%
28	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar.	Número de pesquisa realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
29	Monitorar os índices de satisfação do público escolar com as visitas mediadas.	Número de relatórios de pesquisa realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	2	02
			ICM %	100%	100%
30	Propiciar visitas guiadas a grupos de pessoas com deficiência.	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	25	35
			2º Trim	25	33
			3º Trim	25	126
			4º Trim	25	94
			ANUAL	100	288
			ICM %	100%	288%
31	Propiciar visitas guiadas a grupos de pessoas em situação de vulnerabilidade social.	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	50	199
			2º Trim	125	215
			3º Trim	125	198
			4º Trim	50	201
			ANUAL	350	813
			ICM %	100%	232,29%
32	Propiciar visitas guiadas a grupos de idosos.	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas.	1º Trim	50	89
			2º Trim	200	204
			3º Trim	200	471
			4º Trim	50	1.159
			ANUAL	500	1.923
			ICM %	100%	384,60%
33	Propiciar visitas mediadas às exposições para o público em geral.	Nº de pessoas atendidas em visitas guiadas.	1º Trim	500	526
			2º Trim	400	469
			3º Trim	400	855
			4º Trim	500	566
			ANUAL	1.800	2.416
			ICM %	100%	134,22%
34	Realizar atendimento de público de vulnerabilidade social por meio de projeto especial: "Café para todos".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	20	37
			2º Trim	20	30
			3º Trim	20	45
			4º Trim	20	38
			ANUAL	80	150
			ICM %	100%	187,50%
35	Realizar atendimento de público de terceira idade por meio de projeto especial: "Vovôs do Café".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	40	50
			2º Trim	40	101
			3º Trim	40	43
			4º Trim	40	51

			ANUAL	160	245
			ICM %	100%	153,13%
36	Realizar atendimento de público deficiente por meio de projeto especial: "Cafés especiais".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	20	31
			2º Trim	20	24
			3º Trim	20	113
			4º Trim	20	95
			ANUAL	80	263
			ICM %	100%	328,75%
37	Realizar atendimento de público infantil por meio de projeto especial: "Café com leite".	Nº de pessoas atendidas.	1º Trim	20	62
			2º Trim	20	64
			3º Trim	20	44
			4º Trim	20	42
			ANUAL	80	212
			ICM %	100%	265%
38	Realizar cursos de capacitação para professores.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
39	Realizar cursos de capacitação para educadores de museus e centros culturais.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
40	Realizar cursos de capacitação para guias de turismo.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
41	Atender professores nos cursos de capacitação.	Nº de professores capacitados.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim	30	90
			ANUAL	30	90
			ICM %	100%	300%
42	Atender educadores de museus e centros culturais nos cursos de capacitação.	Nº de educadores capacitados.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim	20	21
			ANUAL	20	21
			ICM %	100%	105%
43	Atender guias de turismo nos cursos de capacitação.	Nº de guias capacitados.	1º Trim		
			2º Trim		35
			3º Trim		
			4º Trim	20	
			ANUAL	20	35
			ICM %	100%	175%

Justificativas:

Meta 24 - Segundo o ofício nº422/2014 UPPM, foi aprovada a mudança do trimestre para a realização desta atividade. Foi necessária devido a mudança da data de abertura da nova exposição de média duração. O conteúdo do material está pronto e revisado, mas devido a necessidade de material vinculado a finalização da exposição (imagens de espaço e de acervo) não houve tempo hábil para a finalização da programação visual. Este material será disponibilizado no primeiro trimestre de 2015.

Meta 25 – Em uma parceria com a Secretaria de Segurança Pública de Santos foi realizada esta atividades, com o sucesso do primeiro atendimento o parceiro solicitou o atendimento a uma segunda turma, que foi realizado sem onerar o orçamento proposto.

Metas 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 36, e 37 - As metas foram superadas em 20% do pactualizado devido ao trabalho dos Setores Educativo e Comunicação, focado em apresentar as atividades aos públicos específicos de acordo com a demanda criada. Além das estratégias desenvolvidas pelos setores, o Museu do Café deu continuidade a parcerias significativas com instituições que atendem os públicos-alvo, o que facilitou o levantamento de necessidades na programação de visitas para cada grupo específico. A superação das metas não onerou o orçamento previsto.

Meta 41 e 43 – As metas foram superadas acima do índice de 20% devido ao trabalho de divulgação realizado juntamente entre o setor educativo e de comunicação focado em instituições e entidades de classe do público atendido.

PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM

Em 2014 a parceria do Museu do Café com o Sistema Estadual de Museus atingiu o objetivo proposto, as metas ampliadas foram atingidas e superadas em sua totalidade, e novas parcerias alcançadas.

No programa de capacitação, que este ano focou na formação em trabalhos específicos do setor técnico, apresentou bom resultado em unir reuniões dos representantes regionais e palestras e workshops. No quarto trimestre a oficina “Pesquisa e Curadoria”, foi realizada duas vezes uma na cidade de Colina e outra na cidade Guarujá para atender demanda tanto no interior, como no litoral do estado. Todas as oficinas e palestras tiveram participação do público que demonstrou muito interesse e solicitou o retorno da equipe para apresentação e discussão de outros temas relacionados.



Oficina de Pesquisa e Curadoria na Fortaleza da Barra



Convite Palestra em Colina

As exposições itinerantes apresentaram uma evolução de público ao longo dos trimestres, sendo em

grande maioria de público escolar devido ao caráter didático destas. Através de articulação do Sr. Renan Arnoni, representante regional do SISEM e parceria com o Departamento de Cultura e Turismo de Porto Ferreira foram realizadas no 4º trimestre duas exposições sem onerar o orçamento proposto.



Exposições Itinerantes

No projeto "Adote um museu", foi atendido o Museu Jóias da Natureza, realizou-se o mapeamento das problemáticas da instituição, ocorreram visitas técnicas e intercambio entre as duas equipes afim de auxiliar no processo de estruturação das rotinas e técnicas e desenhada uma curadoria para uma futura exposição do acervo deste museu no Museu do Café no ano de 2015.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
44	Realizar ações de capacitação (palestras, oficinas, cursos) em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de ações de capacitação realizadas.	01	01	01
			01	01	01
			01	01	01
			01	01	02
			04	04	05
			ICM %	100%	125%
45	Capacitar profissionais de museus em ações em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de profissionais capacitados.	1º Trim	15	22
			2º Trim	15	22
			3º Trim	15	05
			4º Trim	15	19
			ANUAL	60	68
			ICM %	100%	113,33%
46	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do litoral e interior da RMSP.	Nº de exposições itinerantes realizadas.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	02
			ANUAL	04	05
			ICM %	100%	125%
47	Realizar visita de apoio técnico a museus do litoral - Programa "Adote um Museu".	Nº de visitas realizadas.	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	02
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	05
			ICM %	100%	125%

Justificativa:

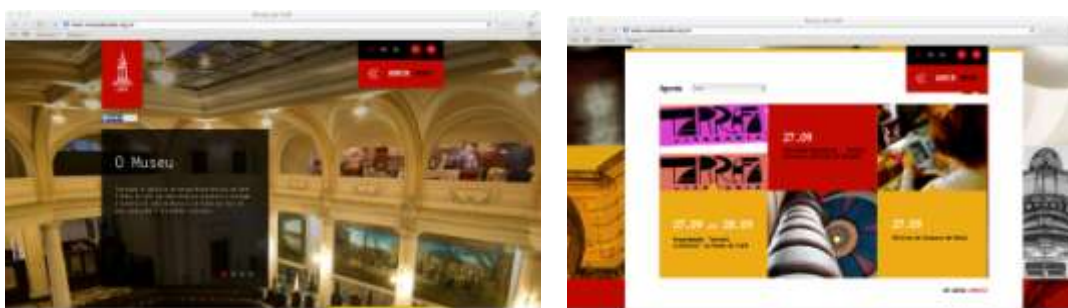
Meta 44 e 45 – A meta foi superada acima de 20% pois no 4º trimestre para atender a demanda das instituições do litoral. Essa ação não onerou o orçamento previsto.

Meta 46 - Através de articulação do SISEM e uma parceria com o Departamento de Cultura e Turismo de Porto Ferreira foi viabilizada uma exposição a mais da prevista sem onerar o orçamento proposto.

Meta 47 – A meta anual foi superada devido a uma visita técnica a mais realizada no segundo trimestre devido a necessidade da instituição. Essa ação não onerou o orçamento previsto.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

O programa de comunicação e imprensa teve dois grandes destaques no ano de 2014. Um deles foi o lançamento do novo site institucional. Com o layout reformulado, ação interativa, opções de acessibilidade e trilingue, o novo portal foi criado com o intuito de fornecer as principais informações sobre o Museu e o café, e também ser uma extensão do equipamento cultural na internet. Além de apresentar uma nova forma de expor a agenda de programações culturais, atividades educativas, exposições e diversas informações institucionais e instrutivas, uma página interativa foi criada onde o público pode deixar registrada a lembrança em resposta à pergunta: "O que o café te faz lembrar?", ação, esta, já existente e reproduzida por meio de um painel de xícara que é utilizado em ações extramuros do Museu do Café.



Novo portal

Outra ação de extrema importância dentro do programa foi a campanha institucional lançada no quarto trimestre. A campanha "Museu do Café – Orgulho de ser nosso!" teve como objetivo aproveitar o momento único de mudanças significativas e reformulação de conteúdo que o Museu estava passando com a inauguração da nova exposição de média duração, para fortalecer a ideia do pertencimento entre o público da região e o Museu. Desta forma, a comunidade pôde compreender que o espaço cultural é propriedade de todos e que o equipamento possibilita que o público usufrua não só do conhecimento disponibilizado por meio do novo espaço expositivo, como também dos projetos educativos, eventos, cursos e atividades programadas. Para a execução da campanha foi criado um plano de mídia incluindo diversas peças de comunicação que foram distribuídas por toda a cidade, bem como a veiculação de "pocket vídeos" os quais foram gravados com personalidades santistas que relataram, em 30 segundos, a relação de pertencimento com o equipamento cultural e o que representa, para cada um deles, ser santista. É importante ressaltar que a equipe se empenhou para que os artistas/personagens não cobrassem cachê, eles participaram da campanha, pois entenderam a importância de valorizar um edifício com a Bolsa Oficial de Café. Além de disponibilizados no canal do *Youtube* do Museu, os vídeos foram veiculados no CineRoxy, tradicional da cidade de Santos, atingindo mais de 3.500 pessoas.



Campanha

O site do Museu do Café somou mais de 230 mil acessos. As mídias sociais alcançaram cerca de 14 mil seguidores. Atualmente, o museu conta com oito mídias sociais: *Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram, Pinterest, TripAdvisor e Foursquare*. As duas últimas são colaborativas, ou seja, os próprios visitantes do Museu são os responsáveis pela manutenção do perfil da instituição por meio do envio de comentários, fotos e um sistema de avaliação. No *Tripadvisor*, o Museu recebeu ótimas avaliações e garantiu o Certificado de Excelência de 2014. No ano, foram veiculadas mais de 400 matérias sobre o Museu do Café, somando mídia impressa, digital e televisiva. Podemos destacar matérias no Globo Rural, Revista Veja, Guia da Folha, GloboNews, Antena Paulista, entre outros.



Foram produzidos durante o ano, 41 convites eletrônicos para divulgar atividades educativas, programação cultural e exposições. Além disso, o Boletim Interno, voltado para conselheiros, associados e para os funcionários, foi lançado a cada início de mês, trazendo os destaques de programação, gráfico de visitação e clipping. Já o "Expressinho do Museu" também continuou a ser produzido e encaminhado a interessados que se cadastram no site da instituição. Foram produzidos 12 expressinhos, com notícias curtas sobre as principais atividades que ocorrerão no mês seguinte ao seu lançamento.





Alguns convites eletrônicos produzidos durante o ano



Expressinho do Museu

A apostila do Centro de Preparação de Café ganhou novo *layout* em 2014 e foi completamente rediagramada. Com 50 páginas, o material usado no curso de barista ficou mais leve e didático. Textos e fotos foram alinhados, os conteúdos organizados, oferecendo assim um melhor entendimento aos alunos.



Qualidade da extração do café

- A qualidade do café depende de vários fatores, sendo os principais:
- O tipo de café (arábica ou robusta)
- O tipo de solo (volcânico ou não)
- O tipo de clima (quente ou frio)
- O tipo de cultivo (seleção de sementes)
- O tipo de colheita (manual ou mecânica)

Parâmetro	Sub-estudo	Super-estudo	Nota
Densidade	1,20 g/cm³	1,25 g/cm³	1,22 g/cm³
Acidez	10%	12%	11%
Alcalinidade	10%	12%	11%
Cor	10%	12%	11%
Consistência	10%	12%	11%



Nova apostila

O “Bonde Café” foi uma parceria firmada entre a Prefeitura de Santos, a Secretaria de Turismo de Santos – Setur, e o Museu do Café. A linha turística do bonde é uma das principais atrações da cidade e, por esta razão, foi assinado um termo de cooperação técnica entre a prefeitura e o Museu para que fosse viabilizado o “Bonde Café”, um bonde turístico especial, com layout exclusivo, e que disponibiliza uma degustação de café durante o trajeto. A equipe de comunicação institucional cuidou do desenvolvimento da nova identidade visual do veículo.



4º Trimestre

No quarto trimestre de 2014, a equipe de comunicação institucional deu continuidade ao trabalho nas mídias sociais, disponibilizando informações, novidades e criando relacionamento com o público ao corresponder às movimentações dos seguidores e interessados nos serviços do equipamento. As postagens interativas continuaram e instigaram os seguidores da *fanpage* do Facebook. As páginas no Flickr e Instagram foram frequentemente atualizadas a partir dos registros fotográficos de todos os eventos e atividades realizados e, por esta razão, as mídias permanecem como ferramenta útil e de grande valor para os veículos de comunicação e, principalmente, para o público participante das programações culturais e eventos realizados.

O lançamento da campanha institucional e a inauguração da nova exposição foram os principais destaques do 4º trimestre. A campanha institucional "Museu do Café – Orgulho de ser nosso!" foi lançada no início de novembro. Foi criado um plano de mídias que está em movimento e permanecerá ativo até o final de janeiro de 2015. O plano inclui diversas peças de comunicação que foram distribuídas por toda a cidade - em períodos estratégicos - durante o mês de novembro, bem como a veiculação de "pocket vídeos" gravados com personalidades santistas. Os vídeos foram lançados na página do Museu no Facebook e estão sendo veiculados no CineRoxy, principal e mais tradicional cinema da cidade de Santos, bem como no canal do Museu no YouTube.

A equipe de comunicação também acompanhou todo o processo de implantação da nova exposição de média duração, o que resultou em um registro das fases desse processo. Este registro foi feito por meio de fotografias que ilustram a mudança nos espaços, com foco em diversos serviços como instalações, manuseio de peças, recuperações, etc. O registro contribuiu com as solicitações de imprensa, posts curiosos na página do Museu no Facebook e atualizações de ferramentas institucionais, como o site do Museu do Café.

Durante o trimestre foram veiculadas 86 inserções em jornais, revistas e sites, e cerca de 50 minutos de matérias televisivas. Dentre as matérias mais relevantes podemos citar aquelas que deram um enfoque especial para a nova exposição de média duração, como a Revista Veja São Paulo, site do programa Globo Rural, da TV Globo e Jornal A Tribuna.



Execução da Campanha Institucional "Museu do Café – Orgulho de ser nosso!"





Registro da montagem, instalação e inauguração da nova exposição

Foram produzidos três Boletins voltados para conselheiros, associados e para o público interno e três "Expressinho do Museu", encaminhados a interessados que se cadastram no site da instituição.



Outubro



Novembro



Dezembro



Boletim Interno

Foram produzidos também 11 convites eletrônicos, enviados no formato de e-mail marketing para *mailing* específico e utilizados para divulgação nas redes sociais. Foram eles: “Semana da Criança”, “Mês da Consciência Negra”, “Nova Política de Bilheteria”, “Oficina de Cupcake Natalino”, “Save the Date – Inauguração da Exposição”, “Special Coffee Breakfast – Educativo Museu do Café”, convite para inauguração da exposição, “Natal no Museu”, anúncio sobre a nova exposição, “Visitação Noturna 2015” e “Café com Música 2015”.



Alguns convites eletrônicos produzidos e divulgados

No 4º trimestre foi produzido também o folder para a nova exposição de média duração.



Conforme a nova identidade visual já estabelecida para ser trabalhada nas principais ferramentas e peças institucionais, assunto comentado no relatório do terceiro trimestre, outros materiais foram padronizados, como tapetes e cartões de visita.



Continuidade na reformulação e adequação de peças de Comunicação Interna e Externa

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
48	Produzir convites eletrônicos para envio para <i>mailing list</i> , com prévia aprovação de proposta editorial e layout pela SEC.	Nº de convites eletrônicos produzidos.	1º Trim	07	08
			2º Trim	12	12
			3º Trim	09	09
			4º Trim	08	11
			ANUAL	36	40

			ICM %	100%	111%
49	Produzir boletins eletrônicos para envio para <i>mailing list</i> , com prévia aprovação de proposta editorial e layout pela SEC	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%
50	Produzir folder impresso para nova exposição de média duração, com prévia aprovação de proposta editorial, layout e tiragem pela SEC	Nº de folder produzido.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	00
			4º Trim	01	01
			ANUAL	100%	01
			ICM %	100%	100%
51	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	00
			4º Trim		01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
52	Produzir novo site do Museu do Café, com prévia aprovação da SEC.	Nº de site produzido.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
53	Produzir layout de nova apostila do Centro de Preparação de Café.	Nº de layout produzido.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
54	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 de fãs e seguidores	1º Trim	200	4.722
			2º Trim	200	702
			3º Trim	200	624
			4º Trim	200	828
			ANUAL	800	6.876
			ICM %	100%	859,5%
55	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	107
			2º Trim	40	131
			3º Trim	40	65
			4º Trim	40	98
			ANUAL	160	401
			ICM %	100%	250,6%
56	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%

Justificativas

Metas 50 e 51 - As metas 50 e 51 estão relacionadas à inauguração da nova exposição de média duração do Museu do Café que foi transferida para o mês de dezembro de acordo com ofício nº CDE033/2014 encaminhado à unidade gestora. Portanto, foram cumpridas no quarto trimestre sem impacto no contrato de gestão.

Meta 54 - A superação da meta se deu devido à qualificação das postagens e interatividade com os seguidores, não onerando o contrato de gestão.

Meta 55 - Devido ao grande número de atividades durante o ano, a abertura da nova exposição de média duração e o intenso trabalho de assessoria de imprensa realizado pela equipe, a meta foi superada em mais de 20%. Esse número reflete o interesse dos veículos na agenda de atrações do Museu do Café e a constante presença do equipamento cultural na mídia, sem impacto ao contrato de gestão.

PROGRAMA ESPECÍFICO: CENTRO DE PREPARAÇÃO DE CAFÉ

Constituído para ser ação estratégica na área de formação, atualização e comunicação museológica do Café, o Centro promoveu, durante o 4º trimestre de 2014, 11 ações.

Além do Curso para formação de Barista, que é oferecido mensalmente, foram ministrados cursos para formação inicial de aprendizes (Programa "Meu Espresso"), atualização de profissionais da área através de uma parceria com "Italian Coffee", 01 curso de Latte Art e 01 curso avançado de "Novos Métodos de Preparo".



"Curso de Barista"

Em parceria com o Setor Educativo e voltado ao público em vulnerabilidade social, foi realizado o curso "Meu Espresso". O Curso faz parte do Programa de Capacitação no manuseio de máquinas de Espresso e foi pensado para atender a necessidade de uma especialização para os jovens que podem vir a trabalhar em cafeterias e outros negócios do gênero. No ano de 2014 foram realizados 12 cursos, sendo 2 deles no 4º trimestre.



Curso "Meu espresso"

Ainda voltado à formação profissional de aprendizes, e através de um convênio com o Restaurante Escola - Estação Bistrô, foram realizadas 2 (duas) oficinas de capacitação para os jovens aprendizagens da área

de Gastronomia/Hotelaria.

Além do Cronograma de Cursos, o Museu do Café – através dos Profissionais do Centro de Preparação de Café – esteve presente em eventos de grande relevância como o a Cerimônia de Premiação 13º Concurso Estadual de Qualidade do Café de São Paulo - Prêmio "Aldir Alves Teixeira" – que aconteceu no dia 14 de novembro Museu do Café – e na Premiação, no Palácio dos Bandeirantes, dos melhores cafés do estado, evento realizado no dia 16 de dezembro de 2014.



Cerimônia de Premiação 13º Concurso Estadual de Qualidade do Café de São Paulo - Prêmio "Aldir Alves Teixeira"

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
57	Realizar Cursos de Barista.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	02	03
			2º Trim	03	02
			3º Trim	03	04
			4º Trim	03	03
			ANUAL	11	12
			ICM %	100%	109%
58	Firmar convênio com Restaurante Escola para realização do Curso de Barista.	Nº de atividades desenvolvidas.	1º Trim		
			2º Trim	03	
			3º Trim		01
			4º Trim	03	05
			ANUAL	06	06
			ICM %	100%	100%
59	Realizar Cursos de Latte Arte.	Nº de cursos realizados.	1º Trim	01	01
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
60	Realizar Cursos de Barista Avançado.	Nº de cursos realizados.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02

			ICM %	100%	100%
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	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
62	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público.	Número de pesquisas de perfil de público e de satisfação do público realizadas.	1º Trim		
			2º Trim	01	01
			3º Trim		
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
63	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%
64	Reestruturar a apostila do Curso de Barista.	Nº de apostila reestruturada.	1º Trim	01	01
			2º Trim		
			3º Trim		
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

Justificativas:

Meta 57 – Em função da forte procura pelo curso de Barista durante o 3º trimestre, abrimos uma turma extra no mês de Agosto. Tal procura reflete a qualidade dos cursos, nosso empenho na divulgação e a demanda de profissionais capacitados no mercado de trabalho. Essa demanda extra não comprometeu nosso orçamento previsto e nem prejudicou a programação regular de atividades do Centro de Preparação de Café no decorrer do exercício.

QUADRO DE METAS ADMINISTRATIVAS: MUSEU DO CAFÉ

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

O foco durante o ano de 2014 foi buscar alternativas para aumentar nossa receita com Captação de Recursos. Com o apoio da equipe de Comunicação, intensificamos a divulgação dos nossos serviços e espaços disponíveis para locação. Fato este que conseguimos aumentar nossa receita com monitoria bilíngue e degustação de café para grupos de empresas e novos cursos no Centro de Preparação de Café.

Destacamos também a abertura da Loja de Souvenirs do Museu do Café, ação essa que impulsionou nossas Receitas. Com a alteração da Gratuidade para o sábado nossa receita com Bilheteria reduziu em mais de 20% comparando com 2013. Em contrapartida, as receitas provenientes do repasse da Cafeteria superou o previsto suprimindo parte do déficit da Bilheteria.

Com relação as ações de infraestrutura, estamos realizando as intervenções pontuais necessárias para finalizar a ocupação do 3º andar e a realocação da Reserva Técnica e do Centro de Preparação de Café para a área estável do 2º andar. Os projetos de AVCB, CFTV e do alarme monitorado estão sendo revistos para atender as novas necessidades do Museu. Informamos também que o Alvará de Funcionamento foi novamente liberado através do Processo 2852/2010-13.

O orçado x realizado do Museu do Café mostra um constante equilíbrio nos gastos realizados. Fazemos uma ressalva para a rubrica de Despesas Tributárias e Financeiras, constantemente onerada com o IR dos rendimentos das aplicações. Pedimos para que a nossa Assessoria Contábil analise a possibilidade de efetuarmos o lançamento do Rendimento Líquido a fim de desonerarmos a rubrica com tal despesa. No 4º trimestre houve um maior desembolso, comparado com os demais trimestres, devido a implantação da nova Exposição de Média Duração inaugurada em 11 de dezembro.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Prev.	Meta Realizada
65	Implantar loja de souvenirs.	Loja implantada.	1º Trim		01
			2º Trim		
			3º Trim	01	
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
66	Disponibilizar linha de souvenirs do Museu do Café.	Nº de linhas de souvenirs produzidas.	1º Trim		01
			2º Trim		
			3º Trim	01	
			4º Trim		
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
67	Atualizar plano de benefícios para associados.	Nº de planos entregues.	1º Trim		
			2º Trim		
			3º Trim	01	01
			4º Trim		

			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
68	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, com ingressos a R\$ 5,00 e R\$ 2,50 (meia-entrada), exceto aos domingos (gratuidade).	3,45 % do repasse do exercício no contrato de gestão.	1º Trim	50.000	42.973
			2º Trim	50.000	31.196
			3º Trim	50.000	34.947
			4º Trim	50.000	20.340
			ANUAL	200.000	129.456
			ICM %	100%	65%
69	Captar recursos por meio de geração de receita de cessão remunerada de uso de espaços, contratos de café e loja.	9,3 % do repasse do exercício no contrato de gestão.	1º Trim	135.000	150.337
			2º Trim	135.000	129.922
			3º Trim	135.000	162.329
			4º Trim	135.000	176.950
			ANUAL	540.000	619.538
			ICM %	100%	115%
70	Captar recursos por meio de convênios públicos e doações.	1% do repasse do exercício no contrato de gestão.	1º Trim	15.000	0
			2º Trim	15.000	0
			3º Trim	15.000	0
			4º Trim	15.000	0
			ANUAL	60.000	0
			ICM %	100%	0%

Justificativas:

Meta 68 – No primeiro trimestre esta meta ficou prejudicada devido à redução de 30% no número de Cruzeiros durante os meses de Novembro/13 a Abril/14. Para além disso, durante o 2º, 3º e 4º trimestres a transferência da gratuidade de domingo para os sábados reduziu expressivamente nossa captação com Bilheteria. Uma vez que o sábado sempre foi o dia de maior visitação espontânea. Com este cenário atingimos a nossa meta de captação em 94%. Contudo, se considerarmos as Receitas Financeiras obtidas durante o exercício fechamos o ano de 2014 com um superávit de R\$ 93.743, ou seja, 11% acima do pactuado.

Meta 69 – Se por um lado tivemos uma queda com as receitas de Bilheteria, proporcionalmente as vendas da Cafeteria e da Loja de Souvenirs superaram todas as expectativas. As metas estabelecidas com o Arrendamento da Cafeteria e as vendas da Loja já foram superadas equilibrando assim a meta geral de Captação deste Contrato de Gestão.

Meta 70 – Elaboramos um Projeto para captar recursos junto ao MAPA (Ministério da Agricultura) visando viabilizar parte da implantação da nova Exposição de Média Duração. Apresentamos o projeto com as alterações solicitadas e temos a perspectiva de assinar o Convênio no início do 4º trimestre. Porém o Ministério da Agricultura não assinou o convênio dentro do ano de 2014. Estamos aguardando novas orientações no decorrer do 1º trimestre de 2015.

METAS CONDICIONADAS

1) Objetivos

As metas condicionadas representam, no Plano de Trabalho, objetivos com recursos não previstos que estão em consonância com o acordado entre o Museu do Café e a Unidade Gestora.

2) Estratégia de ação

A realização das metas condicionadas está ligada à captação de recursos e serão priorizadas atividade-metas que ampliem a divulgação do museu e potencializem as ações educativas. Se propõe um Projeto Educativo voltado à externar as ações educativas através de atividades extra muros, aproximando o Museu do Público escolar. Esse projeto fará parte de um convenio firmado entre a SEC e a SEE em parceria com várias O.Ss.

3) Público Alvo: Apoiaadores, patrocinadores, doadores / público em geral

Nº	Ação	Indicador de Resultados	META	Meta R\$
71	Realização de Projeto Educativo, via convênio entre a SEC/SEE.	01 projeto realizado.	01	500.000,00

Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado - exercício 2014

	RECEITAS	Orçamento Anual	Realizado 1º trim	Realizado 2º trim	Realizado 3º trim	Realizado 4º trim	Realizado Anual	% Realizado
1.	Repasse do Contrato de Gestão	6.000.000	2.400.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	6.000.000	100%
2.	Captação de Recursos Financeiros Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, livraria etc.)	800.000	193.310	161.118	197.276	197.290	748.994	94%
3	Receitas financeiras	50.000	33.194	46.181	60.830	54.544	194.749	389%
TOTAL DE RECEITAS VINCULADAS AO CG		6.850.000	2.626.504	1.407.299	1.458.106	1.451.834	6.943.743	101%
	DESPESAS vinculadas ao Contrato de Gestão	Despesas	Realizado 1º trim	Realizado 2º trim	Realizado 3º trim	Realizado 4º trim	Realizado Anual	% Realizado
1	Gestão Operacional	3.588.700	762.654	864.430	889.876	995.683	3.512.643	98%
1.1	Recursos Humanos	2.810.000	566.898	665.168	680.491	724.651	2.637.208	94%
1.1.1	Salários, encargos e benefícios	2.810.000	566.898	665.168	680.491	724.651	2.637.208	94%
1.1.1.1	Dirigentes	257.000	54.720	62.040	75.480	60.656	252.896	98%
1.1.1.1.1	Área Meio	257.000	54.720	62.040	75.480	60.656	252.896	98%
1.1.1.1.2	Área Fim	-	-	-	-	-	-	0%
1.1.1.2	Demais Empregados	2.453.000	494.116	587.195	593.746	650.070	2.325.127	95%
1.1.1.2.1	Área Meio	845.300	215.790	249.868	204.496	219.227	889.381	105%
1.1.1.2.2	Área Fim	1.607.700	278.326	337.328	389.250	430.843	1.435.747	89%
1.1.1.3	Estagiários	100.000	18.062	15.933	11.265	13.925	59.185	59%
1.1.1.3.1	Área Meio	9.000	-	-	-	-	-	0%
1.1.1.3.2	Área Fim	91.000	18.062	15.933	11.265	13.925	59.185	65%
1.2	Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas)	778.700	195.756	199.262	209.385	271.032	875.435	112%
1.2.1	Limpeza	-	-	-	-	-	-	0%
1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	450.000	124.472	125.904	125.772	177.217	553.365	123%
1.2.3	Jurídica	24.000	10.436	8.982	9.332	9.297	38.047	159%
1.2.4	Informática	33.700	8.497	10.897	10.692	11.293	41.379	123%
1.2.5	Administrativa/RH/Controle de Acesso	155.000	23.390	29.315	20.760	44.221	117.686	76%
1.2.6	Contábil	24.000	6.187	7.400	17.863	7.654	39.104	163%
1.2.7	Auditoria	24.000	5.963	-	6.360	6.360	18.683	78%
1.2.8	Demais	68.000	16.811	16.764	18.606	14.990	67.171	99%
2	Custos Administrativos	481.300	146.110	119.975	135.292	111.888	513.266	107%
2.1	Locação de imóveis	-	-	-	-	-	-	0%
2.2	Utilidades públicas (água, luz, telefone, gás e etc...)	192.000	45.222	45.541	37.043	44.560	172.366	90%
2.3	Uniformes e EPIs	10.000	6.415	1.498	880	1.159	9.952	100%

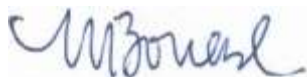
2.4	Viagens e Estádias	50.000	11.937	13.499	13.182	13.573	52.191	104%
2.5	Material de consumo, escritório e limpeza	50.000	13.461	19.786	16.395	9.393	59.035	118%
2.6	Souvenirs	10.000	3.612	6.049	5.168	13.238	28.067	281%
2.7	Despesas tributárias e financeiras	18.000	8.184	12.308	8.886	16.109	45.487	253%
2.8	Despesas diversas (correio, xerox, motoboy e etc...)	63.000	36.294	11.948	16.079	9.033	73.354	116%
2.9	Investimentos (móveis e equipamentos)	88.300	20.985	9.346	37.659	4.823	72.813	82%
3	Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	540.000	49.071	84.364	105.624	237.103	476.162	88%
3.1	Conservação e manutenção da edificação(reparos,pinturas,limpeza de caixa d'água,limpeza de calhas, etc.)	406.000	27.569	38.788	75.355	206.568	348.280	86%
3.2	Sistema de monitoramento de segurança e AVCB	34.000	10.228	18.772	6.981	12.694	48.675	143%
3.3	Equipamentos/implementos	30.000	10.022	15.599	12.801	10.012	48.434	161%
3.4	Adequação das áreas de trabalho	25.000	1.253	7.705	5.387	629	14.974	60%
3.5	Projetos de arquitetura e engenharia	25.000	-	-	-	-	-	0%
3.6	Seguros (predial, incêndio e etc...)	20.000	-	-	-	-	-	0%
3.7	Outras despesas	-	-	3.500	5.100	7.200	15.800	0%
3.8	Investimentos	-	-	-	-	-	-	0%
4	Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa	250.000	20.883	33.413	16.086	15.747	86.129	34%
4.1	Aquisição de acervo	10.000	621	469	444	88	1.622	16%
4.2	Documentação e Pesquisa	50.000	18.688	18.490	246	5.520	42.944	86%
4.3	Reserva técnica externa	-	-	-	-	-	-	0%
4.4	Transporte de acervo / Seguro	40.000	-	1.911	8.150	-	10.061	25%
4.5	Conservação e restauro	150.000	1.532	12.543	7.222	10.139	31.436	21%
4.6	Projeto de Reserva Técnica e Equipamentos	-	-	-	-	-	-	0%
4.7	Projeto de História Oral	-	-	-	-	-	-	0%
4.8	Atividades Afins	-	42	-	-	-	42	100%
4.9	Outras despesas	-	-	-	24	-	24	0%
4.10	Investimentos	-	-	-	-	-	-	0%
5	Programa de Exposições e Programação Cultural	1.425.000	101.831	139.864	74.821	1.406.716	1.723.232	121%
5.1	Exposição de Longa / Média Duração	1.000.000	-	54.500	38.500	1.368.945	1.461.945	146%
5.2	Exposições Temporárias	230.000	50.695	58.224	8.981	3.237	121.137	53%
5.3	Programação Cultural	145.000	40.800	27.140	25.340	34.534	127.814	88%
5.4	Elab. Proj. de Plano Museológico	-	-	-	-	-	-	0%
5.5	Implantação de projeto Audio Guia	-	-	-	-	-	-	0%
5.6	Implantação de projeto Museográfico	-	-	-	-	-	-	0%
5.7	Eventos Específicos	-	-	-	-	-	-	0%
5.8	Outras despesas	50.000	10.336	-	2.000	-	12.336	25%
5.9	Investimentos (Manut de Exp. / Equip)	-	-	-	-	-	-	0%

6	Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais	140.000	33.774	20.387	13.584	7.846	75.591	54%
6.1	Serviço educativo e projetos especiais	130.000	29.778	16.353	7.590	5.848	59.569	46%
6.2	Pesquisas de Públicos e Qualidade	10.000	3.996	4.034	5.994	1.998	16.022	160%
6.3	Investimentos [especificar]	-	-	-	-	-	-	0%
7	Programa do Centro de Preparação de Café	70.000	11.538	7.011	23.257	9.218	51.024	73%
7.1	Despesas com Cursos	30.000	10.482	5.949	3.578	4.861	24.870	83%
7.2	Aquisição de Utensílios	10.000	1.056	1.062	3.435	2.885	8.438	84%
7.3	Atividades Educativas	30.000	-	-	16.244	1.472	17.716	59%
8	Programa de Ações de Apoio ao SISEM-SP	60.000	2.849	3.800	14.871	7.367	28.887	48%
8.1	Exposições Itinerantes e outras ações de apoio ao SISEM-SP	60.000	2.849	3.800	14.871	7.367	28.887	48%
9	Programa de Comunicação	215.000	20.945	55.167	77.853	40.574	194.539	90%
9.1	Ações para o Plano de Comunicação / Site	70.000	3.827	35.833	45.431	5.663	90.754	130%
9.2	Projetos gráficos e materiais de comunicação	70.000	14.038	11.354	24.150	17.367	66.909	96%
9.3	Custos de publicidade / Assess. de Imprensa	75.000	3.080	7.980	8.272	17.544	36.876	49%
10	Fundos	80.000	20.000	20.000	20.000	20.000	80.000	100%
10.1	Fundo de Reserva (6% dos repasses dos 12 primeiros meses de vigência do contrato)	-	-	-	-	-	-	0%
10.2	Fundo de Contingência	80.000	20.000	20.000	20.000	20.000	80.000	100%
TOTAL DE DESPESAS VINCULADAS AO CG		6.850.000	1.169.656	1.348.411	1.371.264	2.852.142	6.741.473	98%
RECEITAS de Captação Incentivada								
DESPESAS de Captação Incentivada								
Total de Receitas do Plano de Trabalho 2014		6.850.000	2.626.504	1.407.299	1.458.106	1.451.834	6.943.743	101%
Total de Despesas do Plano de Trabalho 2014		6.850.000	1.169.656	1.348.411	1.371.264	2.852.142	6.741.473	98%

Comentários:

- 1)** Informamos que a rubrica de Prestadores de Serviços ficou acima do orçado em 12% devido aos reajustes de alguns prestadores de serviços como Vigilância e Jurídico, terem sido acima do previsto. Contudo tais valores não comprometeu a saúde financeira da OS;
- 2)** Fazemos uma ressalva para a rubrica de Despesas Tributárias e Financeiras, constantemente onerada com o IR dos rendimentos das aplicações. Pedimos para que a nossa Assessoria Contábil analise a possibilidade de efetuarmos o lançamento do Rendimento Líquido a fim de desonerarmos a rubrica com tal despesa;
- 3)** O Programa de Exposições e Programação Cultural ficou 21% acima do orçado. Um dos motivos desse impacto foi a grande variação de valores dos serviços entre o período da elaboração do orçamento até a efetiva contratação. Devido as especificidades do Edifício, houve a necessidade de alterações no Projeto inicial que também geraram custos não previstos. Alguns equipamentos da exposição usam a taxa do dólar como referência de preço, e com a alta da moeda a partir do 4º trimestre de 2014 esses equipamentos ficaram acima do previsto. Porém nos demais Programas conseguimos cumprir todas as metas previstas com grande economicidade, gerando os recursos necessários para suprir a diferença gerada neste Programa e sem comprometer a saúde financeira da OS.

Santos, 29 de Janeiro de 2.015



Marília Bonas Conte
Diretora Executiva



Rogério Italo Marquez
Diretor Administrativo

