



**RELATÓRIO DE ATIVIDADES ANUAL 2016 (INCLUINDO 4º TRIMESTRE)  
DA CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL**

**ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**

**UNIDADE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**

**CONTRATO DE GESTÃO Nº 07 / 2012**

**MUSEU CATAVENTO**

## ÍNDICE

APRESENTAÇÃO.....	02
DESTAQUES DE 2016.....	03
QUADROS DE METAS.....	05
<b>METAS DE GESTÃO TÉCNICA</b>	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA .....	05
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL .....	06
PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS .....	08
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP .....	09
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA .....	10
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO.....	11
METAS CONDICIONADAS A CAPTAÇÃO .....	12
ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO .....	13
INFORMAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO ORÇAMENTÁRIO.....	14
CONCLUSÃO .....	17
ÍNDICE DE ANEXOS (METAS, ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS) .....	18

## APRESENTAÇÃO

O Catavento, museu de Ciência e Tecnologia da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, é um equipamento cultural ligado à Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria, localizado no Palácio das Indústrias, no Parque Dom Pedro II. A 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.

O ano de 2016 foi um ano de muitas conquistas para o Catavento. Importantes parcerias se consolidaram e permitiram que o trabalho do museu tivesse maior notoriedade, confirmando o sucesso de visitação e a importância deste equipamento para os mais diversos públicos que dele se utilizam. Mais de meio milhão de visitantes tiveram acesso à ciência de maneira divertida, em um espaço interativo, seja participando das atividades proporcionadas pelo acervo fixo ou através de eventos que compõem a programação cultural do museu.

Abaixo um quadro resumo de índices, informações e metas que compõe este relatório:

CONFORMIDADE	2016
Índice de liquidez seca (Ativo Circulante- Estoque/Passivo Circulante)	1,01
Relação entre receitas/despesas	1,00
Orçamento previsto para RH (R\$)	6.330.000
Total despendido com RH (R\$)	5.722.542
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	740.000
Total despendido com diretoria (R\$)	753.704
Número de empregados CLT (em 31/12/2016)	67
Número de demissões em 2016	16
Total despendido com rescisões em 2016 (R\$)	86.425
Percentual limite para gastos de RH (2)	38,10%
Percentual limite para gastos de Diretoria (3)	5%

EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2016
Nº de ações com metas previstas	36
Nº de ações com metas <u>integralmente</u> cumpridas	29
Nº metas condicionadas	4
Nº de metas condicionadas <u>integralmente</u> cumpridas	0
Índice de satisfação do público/aluno(5)	>=80%
Número de municípios com ações previstas no Plano de Trabalho (6)	1
Número de municípios atingidos com ações do Plano de Trabalho	12

PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS - 2016 (7)	2014		2015		2016	
	Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	
Exposições temporárias e itinerantes *	5	5	5	4	9	
Eventos programação cultural **	71	16	16	11	11	
Público educativo ***	229.133	153.127	153.127	111.000	188.375	
Público presencial ****	506.348	586.496	586.496	315.000	579.714	

OBSERVAÇÕES:  
 \* 2014 - ações 2 e 23; 2015 - ações 5 e 28. \*\* 2014 - ações 3,6,7,8,9,24 e 25; 2015 ações 6,9,10,11,29 e 30 (Inclui educativo e SISEM). \*\*\* 2014 - ações 16,17 e 18; 2015 - ações 18,19 e 26. \*\*\*\* 2014 - ação 15; 2015 - ação 17.

Estes números são resultado do trabalho de todas as equipes do museu que se empenham para manter a manutenção das instalações, conteúdo atualizado e inspirador, logística de agendamentos eficaz, retidão nos processos administrativos e jurídicos, além da comunicação que, em parceria com a Coordenadoria de Comunicação e Imprensa da Secretaria da Cultura, divulgou a intensa programação do museu neste ano.

A programação nas férias, oficinas temáticas, exposições temporárias, exposições itinerantes, espetáculos científicos/culturais, oficinas técnicas, palestras e workshops, mostras de cinema, ações extramuros, visitas monitoradas, atividades lúdicas, feira de profissionais, inauguração da sala DNA, na Seção Vida, e a visita de um astronauta da NASA garantiram ao Catavento o retorno espontâneo da mídia que, durante o ano de 2016, citou o Catavento 1685 vezes (4,6 ao dia). As inserções no período ocorreram 11% em Jornal, 10% Rádio e TV, 4% revistas e outros e 75% online.

Além do sucesso de visitação e destaque na mídia o Museu Catavento, pelo trabalho realizado, recebeu novamente o certificado de excelência do Trip Advisor ficando entre os 7 melhores museus do país e 12 melhores da América do Sul em 2016.

Para o Catavento Acessível 2016 foi um ano muito significativo, pois no 2º semestre foram implementadas ações de atualização e aprimoramento da comunicação visual e acessibilidade dos espaços através de oficinas técnicas, debates sobre inclusão, treinamento com as equipes, além da finalização dos editais para aquisição de áudio e videoguia.

#### **PRINCIPAIS DESAFIOS**

Em 2016 a Organização Social Catavento Cultural trabalhou no sentido de reduzir gastos e ainda assim atender ao proposto, sem prejuízo na qualidade dos serviços. Por isso investiu em ações de captação para aumentar a participação de outras fontes de recursos além do Contrato de Gestão e, ao longo do ano, foram consolidadas importantes parcerias que puderam incrementar as atividades já realizadas, e permitiram novas ações.

#### **DESTAQUES DE 2016 (incluindo o 4º trimestre)**

A Organização Social continua firmando parcerias para realizar exposições temporárias e ações de programação cultural, sem onerar o Contrato de Gestão. A visitação agendada se manteve nos níveis previstos, e atendeu ao que foi proposto para 2016 com considerável margem. Assim destacamos:

**Um Astronauta no Catavento** - O astronauta da NASA, Chris John Cassidy, esteve em novembro no Catavento e contou suas experiências no espaço. A palestra, que é patrocinada pela Spread Positivity - entidade americana sem fins lucrativos, foi oferecida para o museu Catavento com o objetivo de inspirar estudantes e adultos pela exploração do espaço.



**Dia internacional dos direitos humanos** – Em dezembro foi apresentado o espetáculo teatral “Encontro dos Sábios”, com o grupo Ciência Divertida. A montagem apresentou de maneira lúdica, um tema de grande relevância nos dias atuais: o preconceito.

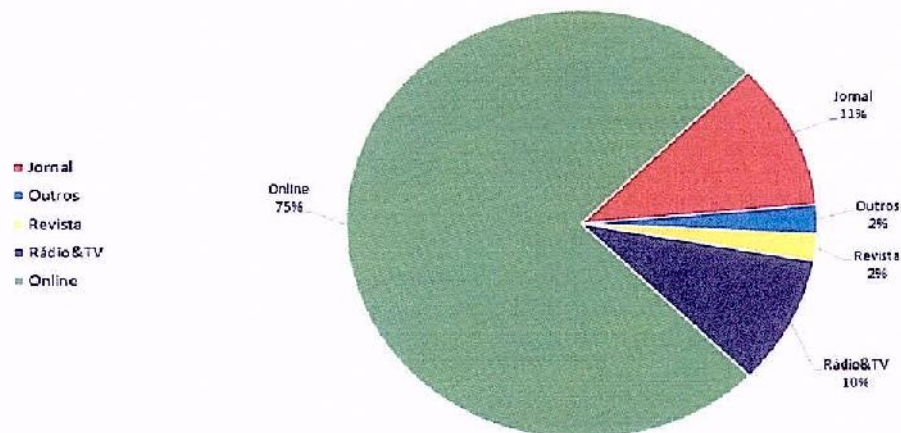
**Catavento Acessível** - Além do apoio aos visitantes espontâneos, no 2º semestre de 2016, **3.024** visitantes foram agendados para o roteiro Catavento Acessível. Entre esses, pessoas com deficiência, mobilidade reduzida, em vulnerabilidade social, crianças de educação infantil, idosos e professores.



### Catavento na Mídia

A programação cultural do museu proporcionou ao Catavento um retorno espontâneo da mídia que, durante o ano de 2016, citou o Catavento 1685 vezes (4,6 ao dia). As inserções no período ocorreram 11% em Jornal, 10% Rádio e TV, 4% revistas e outros e 75% online.

1685 clippings / 4,6 ao dia  
Janeiro a Dezembro



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

Destacamos ainda que as metas migradas de 2015 para a realização em 2016, conforme Parecer Técnico da UPPM em seu Relatório Anual 2015, estão sendo integralmente cumpridas. O reporte encontra-se destacado nas justificativas dos quadros de metas e detalhadas nos anexos técnicos que compõem este Relatório.

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

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

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
1	Submeter projeto de pesquisa sobre o acervo (FAPESP, CNPQ, FINEP e afins)	Projeto submetido	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
			ICM %	100%	0%
2	Realizar pesquisa sobre os objetos do acervo do IPEM	1 artigo publicado	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%
3	Participar de Workshops, oficinas, cursos, seminários, palestras etc. na área de conservação, documentação e pesquisa	Número de capacitações	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	50%

Nº	JUSTIFICATIVA
1	Projeto está em fase final, porém, ainda não foi submetido a FAPESP, CNPQ e FINEP. O projeto encontra-se em fase de revisão, a fim de detalhar os últimos tópicos, vamos submeter no próximo semestre.
3	Concluímos 50% da meta, devido a dificuldade em encontrar no 4º trimestre um workshop, oficina, curso ou seminário que se enquadrasse diretamente ao tema de conservação, documentação e pesquisa.

**PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
4	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do Museu com obras de terceiros	Nº de exposições temporárias temáticas realizadas	1º Trim	-	1
			2º Trim	-	1
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
5	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	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			ICM %	100%	100%
6	Receber público nas oficinas, palestras e workshops realizados	Nº mínimo de participantes nas oficinas e workshops	1º Trim	40	3.000
			2º Trim	40	200
			3º Trim	40	45
			4º Trim	40	350
			<b>ANUAL</b>	<b>160</b>	<b>3.595</b>
			ICM %	100%	2247%
7	Elaborar pesquisa de perfil de público e satisfação do público participante das oficinas, palestras e workshops	1 relatório por semestre	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
8	Realizar eventos: apresentações musicais / apresentações audiovisuais	Nº de eventos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%
9	Realizar eventos periódicos: Aniversário do Catavento e Dia das Crianças	Nº de eventos realizados	1º Trim	1	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
10	Realizar programas temáticos: · Aniversário da cidade · Semana de Museus · Virada Cultural · Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (MCT)	Programas temáticos	1º Trim	1	1
			2º Trim	2	2
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			ICM %	100%	100%
11	Realizar programas de férias em janeiro e julho Obs.: Programa Recreio nas férias – público isento; público espontâneo – de acordo com a política de ingressos.	Número de dias de programação de férias oferecidas	1º Trim	20	27
			2º Trim	-	-
			3º Trim	20	23
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40</b>	<b>50</b>
			ICM %	100%	125%

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
12	Implantar recurso de acessibilidade expositiva: áudio-guias para deficientes visuais em português, inglês e espanhol	Recurso de acessibilidade expositiva e de idiomas instalado em 4 seções do Museu	1º Trim	1	-
			2º Trim	1	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	50%
13	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC	1 relatório entregue por trimestre	1º Trim	1	1
			2º Trim	1	1
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			ICM %	100%	100%
14	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	>=80%	84%
			2º Trim	>=80%	85%
			3º Trim	>=80%	0,83
			4º Trim	>=80%	82%
			<b>ANUAL</b>	<b>&gt;=80%</b>	<b>&gt;=80%</b>
			ICM %	100%	100%
15	Receber visitantes presencialmente no Museu	Número de visitantes recebidos	1º Trim	65.000	140.434
			2º Trim	90.000	142.128
			3º Trim	95.000	181.849
			4º Trim	65.000	115.303
			<b>ANUAL</b>	<b>315.000</b>	<b>579.714</b>
			ICM %	100%	184%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
6	A meta no 4º trimestre foi amplamente superada devido a realização da palestra UM ASTRONAUTA NO CATAVENTO que, além de lotar o auditório, também recebeu público em espaço anexo com transmissão on line.
12	O atraso para conclusão desta meta deu-se pelo restrito número de empresas no mercado que prestam este tipo de serviço. Após cumprimento de todo processo de compra, contratamos as empresas DNA Editora e Soluções, responsável pela elaboração do conteúdo, e a NEOCULTURA Serviços Culturais, responsável pelo fornecimento dos aparelhos. Previsão de implantação é no 1º Semestre de 2017.



Palestra UM ASTRONAUTA NO CATAVENTO

Palestra DE ONDE VEM OS ALIMENTOS?



**PROGRAMA EDUCATIVO**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
16	Realizar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário).	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas guiadas	1º Trim.	9.000	13.565
			2º Trim.	30.000	68.586
			3º Trim.	28.000	46.723
			4º Trim.	32.000	41.015
			<b>ANUAL</b>	<b>99.000</b>	<b>169.889</b>
			ICM %	100%	172%
17	Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar a apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC	Número de relatórios entregues	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
18	Monitorar os índices de satisfação do público escolar de acordo com pesquisa Modelo SEC (apresentar o percentual atingido no relatório da pesquisa)	Índice de Satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-
			2º Trim	>=80%	96,7%
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	87,5%
			<b>ANUAL</b>	<b>&gt;=80%</b>	<b>&gt;=80%</b>
			ICM %	100%	100%
19	Realizar ações dentro dos Programas para públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas)	Nº total de pessoas atendidas nos programas	1º Trim	3.000	2.897
			2º Trim	3.000	5.284
			3º Trim	3.000	4.872
			4º Trim	3.000	5.433
			<b>ANUAL</b>	<b>12.000</b>	<b>18.486</b>
			ICM %	100%	154%
20	Realizar atividades para professores	Nº total de professores atendidos	1º Trim	-	-
			2º Trim	40	181
			3º Trim	-	-
			4º Trim	40	231
			<b>ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>412</b>
			ICM %	100%	515%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
16	No início do trimestre tivemos um número considerável de cancelamentos justificados em sua grande maioria pela falta de adesão de alunos e verba para o transporte. Diante deste cenário, o setor de agendamento se antecipou e entrou em contato com todas as instituições agendadas para confirmar as visitas, tendo tempo hábil para agendar outras instituições que aguardavam na lista de espera, trabalhando assim com a capacidade máxima de agendamento.
19	O Núcleo Catavento Acessível, referência no atendimento a esse público, tem se destacado de forma muito positiva dentre os visitantes. Recebemos com frequência solicitações de instituições interessadas exclusivamente na visita com intermédio dos profissionais do Catavento Acessível. Além disso, projetos como debates e oficinas realizados pela equipe, vem colaborando na divulgação da importância do mesmo.
20	Além da procura espontânea de grupos de professores com o objetivo de realizarem visitas monitoradas para uma melhor programação com seus alunos, no último trimestre realizamos um debate direcionado a professores da rede pública, com o intuito de trocar experiências entre a educação formal e não formal.



Folder de divulgação do projeto "Inclusão e recursos cognitivos como material de apoio em sala de aula"



Debate sobre inclusão e recursos a serem utilizados em sala de aula

**PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
21	Realizar exposições itinerantes em Museus e espaços expositivos do interior e da RMSP, contemplando demonstrações com experimentos lúdico-científicos	Nº de exposições itinerantes realizadas, condicionado aos espaços disponíveis	1º Trim	-	1
			2º Trim	1	4
			3º Trim	-	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
			ICM %	100%	350%
22	Realizar ações de articulação e apoio às Redes Temáticas e Polos Regionais (encontros com Museus de Ciências)	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	-
			4º Trim	-	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%
23	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	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
24	Submeter apresentação de projeto desenvolvido ou iniciado pela OS no último ano para ser divulgada nos painéis digitais do Encontro Paulista de Museus de 2016	1 apresentação digital inscrita	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
21	Muito embora a meta tenha sido cumprida e superada antecipadamente, tivemos a oportunidade de apresentar ainda neste último trimestre, mais uma itinerância da exposição Paisagens Cósmicas na cidade de Santos, sem custos adicionais ao Catavento e totalizando 7 mostras itinerantes ao longo do ano.
22	O Catavento realizou o 2º encontro de Museus de Ciências e Tecnologia no auditório da SEC e lançou aos interessados a formação da Rede Temática dos Museus de Ciências e Tecnologia. Meta originalmente para o 3º trimestre, contudo devido intensas agendas, autorizado pela SEC a se realizar no 4º trimestre.



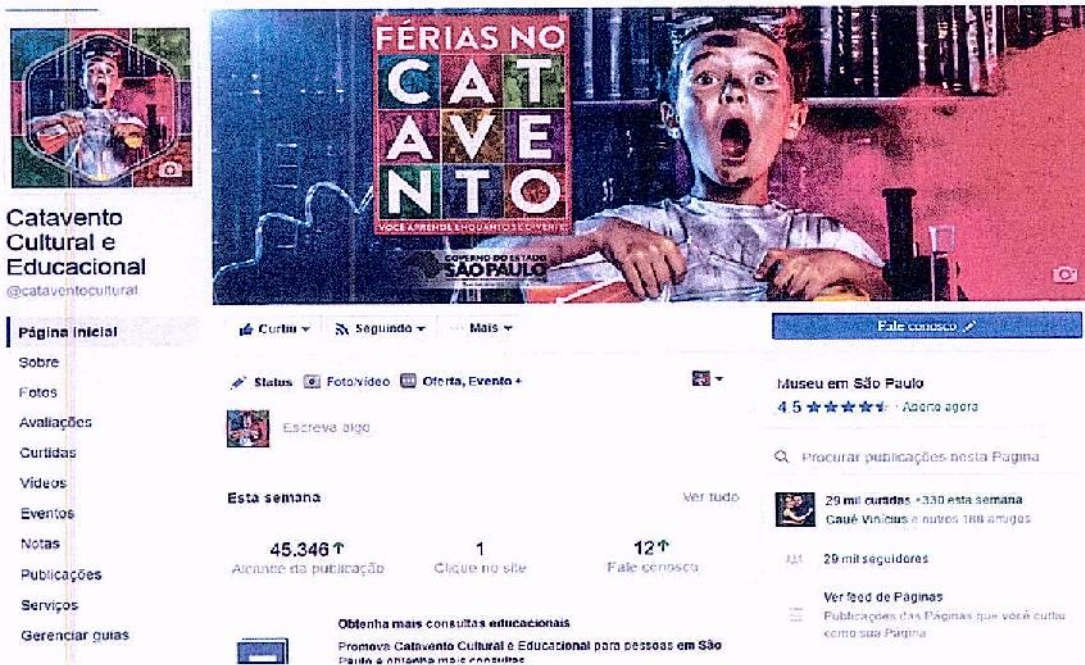
*2º Encontro de Museus de Ciências e Tecnologia*

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA**

Nº	Ação	Indicador de Resultados	PERÍODO	META	REALIZADO 2016
25	Divulgar as atividades do Museu, bem como as boas práticas corporativas ou publicar artigos tendo em vista o aumento da presença do Museu na mídia	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	55	515
			2º Trim	55	364
			3º Trim	55	424
			4º Trim	55	382
			<b>ANUAL</b>	<b>220</b>	<b>1.685</b>
			ICM %	100%	766%
26	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	3.200	24.268
			2º Trim	3.300	25.853
			3º Trim	3.400	28.262
			4º Trim	3.500	29.701
			<b>ANUAL</b>	<b>3.500</b>	<b>29.701</b>
			ICM %	100%	849%
27	Elaborar notícias sobre o tratamento técnico dos acervos no site ou nas redes sociais da instituição. Exemplo: término de restauros importantes, notícia de parcerias	Número de matérias/menções publicadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			ICM %	100%	100%
28	Realizar campanhas de marketing e de publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC	Número de campanhas realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
25	A meta de 2016 foi superada, com vasto número de matérias e artigos publicados, divulgando as atividades do Museu. Além das atividades desenvolvidas no Cronograma Trimestral, trabalhamos junto a Assessoria de Imprensa da Secretaria da Cultura, que tem dado apoio intensivo no relacionamento com a mídia, gerando um amplo retorno de imprensa.
26	A superação no número de fãs e seguidores do Catavento se deve ao fato de que estamos alimentando a página de forma mais intensiva sobre nossas atividades. Quando mais geramos conteúdo, mais visibilidade ela dentro da rede social, despertando a curiosidade e adquirindo cada vez mais novos seguidores.



Página do Facebook

**PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO**

Nº	Ações	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META PREVISTA	REALIZADO 2016
29	Elaborar e apresentar Projeto de Patrocínio com empresa privada	2 projetos apresentados por ano (exemplo: montagem de exposição temporária ou permanente)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	2
			4º Trim	1	2
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
			ICM %	100%	200%
30	Submeter e atualizar Plano Anual para captação de recursos via Leis de Incentivo	1 Plano submetido no 2º trimestre e atualizado anualmente	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			ICM %	100%	100%
31	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de	8% do repasse do exercício no contrato de gestão	<b>ANUAL</b>	8%	11%
			<b>R\$ 10.652.479</b>	<b>R\$ 852.220</b>	<b>R\$ 1.163.720</b>
			ICM %	100%	137%
32	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Rouanet, PROAC, Mendonça), editais de	2,5% do repasse do exercício no contrato de gestão	<b>ANUAL</b>	2,5%	8,6%
			<b>R\$ 10.652.479</b>	<b>R\$ 266.319</b>	<b>R\$ 913.323</b>
			ICM %	100%	343%

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

Nº	JUSTIFICATIVA
29	A Captação de Recursos por meio de parceria com a Manufatura de Brinquedos Estrela, para realização da Exposição 80 Anos-Brinquedos Estrela, no período de 03 a 29 de janeiro de 2017, no Claustro do Museu Catavento. Descrição: Exposição "O Mundo do Brinquedo"; Brinquedões: Autorama e Genius e Brinquedoteca. Lembrando que outras parcerias foram realizadas, como por exemplo com a SP Negócios para sediar a abertura oficial e parte da programação da SP Tech Week - A Cidade do Futuro, no período de 05 a 12 de novembro no Museu Catavento.
31	Meta superada pois a previsão de receita com a bilheteria prévia possível queda de visitação por conta das reformas de hidráulica e elétrica e também da fachada do Palácio das Indústrias, o que felizmente não ocorreu.
32	Meta grandemente superada principalmente pela Parceria com a Bayer que reformou toda Sala DNA e o Homem Virtual.



Exposição Brinquedos Estrela

**METAS CONDICIONADAS À CAPTAÇÃO**

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

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

Nº	JUSTIFICATIVA
	<p>As metas acima intencionadas para realização em 2016, não foram realizadas pois ainda não há parceiros privados interessados na realização dos projetos, assim como também não houve nenhum aporte adicional por parte da SEC para realização destas ações.</p> <p>Em compensação, a OS através de parcerias com empresas privadas como a Bayer, trouxe ao Museu Catavento uma renovação de cunho científico e educacional, muito importante ao seu conteúdo expositivo.</p>



## Informações e Análises do Acompanhamento Orçamentário 2016

Apresentamos abaixo comentários quanto à execução orçamentária de 2016:

### RECEITAS DO CONTRATO DE GESTÃO

#### 1) Receitas

Em 2016 estruturamos a área de Captação da OS, trabalhou fortemente estreitando laços com os parceiros já existentes e também captando através de novas parcerias, resultando para o Museu Catavento em 2016 uma receita com captação não financeira de R\$ 926.554 (Total com bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, etc., R\$ 2.356.666).

RECEITAS	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
Repasses	8.652.749	8.652.749	100%
Captação	2.400.248	2.356.666	98%
(a) Financeiras	1.065.248	1.430.112	134%
(b) Não Financeiras	1.335.000	926.554	69%

(a) Bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, etc.

(b) Parcerias

Destacamos em 2016 duas importantes parcerias:

1. Bayer – Parceria que proporcionou a total renovação da sala DNA, uma área expositiva fixa de grande circulação do Museu;
2. Fundo de Defesa dos Interesses Difusos (FID) da Secretaria de Justiça e Cidadania: Restauração da fachada do Palácio das Indústrias.

A OS entende que é de extrema importância à ampliação e diversificação das fontes de receitas, e continua envidando esforços na obtenção de novos parceiros e também de captações financeiras. Anexo a este relatório, segue o Relatório de Captação onde descrevemos as ações desenvolvidas em 2016.

### DESPESAS ATRELADAS A EXECUÇÃO DO CONTRATO DE GESTÃO

#### 2) Recursos Humanos

A OS zela por manter tanto com dirigentes quanto com os demais empregados, de acordo com o que está pactuado no Anexo III do CG 07/2012.

RECURSOS HUMANOS	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
RH	6.330.000	5.722.542	90%

### 3) Despesas com Pessoas Jurídicas

PRESTADORES DE SERVIÇO	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
Limpeza	1.170.000	558.190	48%
Vigilância/Portaria/Segurança	780.000	355.102	46%
Jurídica	50.000	42.840	86%
Informática	10.000	2.883	29%
Administrativa/RH	180.000	87.448	49%
Contábil	65.000	36.120	56%
Auditoria	50.000	49.541	99%

A OS prioriza a administração dos recursos do Contrato de Gestão, e negociou em 2016 com seus prestadores de serviço reduções dos valores de contratados. As renovações contratuais em sua maioria foram realizadas sem reajustes, com a intenção de minimizar o efeito inflacionário.

Através desta ação e com o objetivo de se manter os prestadores de serviços conseguimos importantes reduções nos contratos de vigilância/portaria e limpeza, que hoje são os maiores contratos dentro deste grupo de despesa. Salientamos que não houve prejuízo nos serviços prestados, uma vez que parte dessas reduções tratou-se de readequações de postos de trabalho.

### 4) Custos Administrativos

CUSTOS ADMINISTRATIVOS	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
Material de consumo, escritório e limpeza	120.000	184.710	154%
Despesas Tributárias e Financeiras	110.000	218.306	198%

Abaixo destacamos do grupo de custos administrativos as duas rubricas que apresentaram uma realização superior à prevista, abaixo as justificativas pertinentes:

- Materiais de Consumo, escritório e limpeza: essa rubrica foi principalmente impactada devido ao grande numero de visitantes durante as férias de Julho, o que exige uma maior utilização de produtos descartáveis e também de produtos de limpeza.
- As despesas tributárias realizaram-se acima do previsto, pois o orçamento previa gastos que poderiam surgir com as obras de reforma hidráulica e elétrica que aconteceram durante o ano de 2016, e ainda não foram finalizadas. Felizmente nenhuma intervenção de grande porte foi necessária até o momento. Desta maneira o total de recursos aplicados aumentou e consequentemente aumentou-se também a despesa com Imposto de Renda sobre rendimento das aplicações financeiras do período.

### 5) Programas

PROGRAMAS DO PLANO DE TRABALHO	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	1.508.270	384.691	26%
Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa	180.000	17.785	10%
Programa de Exposições e Programação Cultural	200.000	52.624	26%
Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais	1.005.000	478.190	48%
Programa de Ações e Apoio ao SISEM-SP	30.000	3.575	12%
Programa de Comunicação e Imprensa	80.000	89.580	112%



- Programa de Edificações: A OS Catavento possui em seu quadro de funcionários uma equipe de manutenção qualificada e proativa que em 2016, com o objetivo de manter a economicidade dos recursos públicos e também como forma de desenvolvimento profissional, procuraram desenvolver grande parte das manutenções através de materiais disponíveis no almoxarifado. Para essa rubrica foi alocado o valor de R\$ 1.150.273 devido às obras de readequação de infraestrutura elétrica e hidráulica do Palácio das Indústrias, pois mesmo a obra sendo desenvolvida pela Secretaria da Cultura, estávamos preparado caso houve alguma intercorrência de grande porte que afetasse o funcionamento normal do Museu. Felizmente não foi necessária nenhuma intervenção de grande porte em 2016.
- Programa de Acervo: Assim como a manutenção e conservação predial, a manutenção do acervo conta com uma equipe que atua tanto no conserto dos equipamentos, quanto na sua preservação e revitalização. Todo Plano de Conservação do Acervo foi devidamente executado conforme anexo técnico apresentado neste relatório.
- Programa Educativo: O Educativo da OS dispõe de um quadro de profissionais muito qualificados, atuam em grande parte da manutenção técnica das instalações, além de muitas vezes desenvolverem novos equipamentos que integram nossa sessão de Engenho. Para essa rubrica foi alocado o valor de R\$ 510.000 devido às obras de readequação de infraestrutura elétrica e hidráulica do Palácio das Indústrias, pois mesmo a obra sendo desenvolvida pela Secretaria da Cultura, estávamos preparado caso houve alguma intercorrência de grande porte que afetasse o funcionamento normal do Museu. Felizmente não foi necessária nenhuma intervenção de grande porte em 2016.
- Programa de Apoio ao SISEM-SP: A OS sabe da importância de promover a qualificação e o fortalecimento institucional em favor da preservação, pesquisa e difusão do acervo museológico paulista, desta maneira cumpriu integralmente todas as metas traçadas para 2016, com custo baixo, pois conseguimos muitas parcerias para realização das exposições itinerantes, que ao final ainda nos possibilitou a realização de 250% mais exposições que as previstas como meta.
- Programa de Comunicação e Imprensa: A OS entende que a comunicação hoje acontece de forma muito mais dinâmica e virtual, reduzindo o custo de divulgação nas mídias digitais e redes sociais. Elaboramos internamente todo material divulgado, com uma equipe de design gráfico, com a constante preocupação e se superando na qualidade da comunicação visual. A área de comunicação institucional trabalha fortemente junto a área de Comunicação e Imprensa da Secretaria da Cultura para divulgação do Museu e de nossas atividades, também vem melhorando as rotinas de atualização e interação das redes sociais.

## CONCLUSÃO

A OS Catavento para reafirmar o sucesso da sua gestão desde o início da vigência dos Contratos de Gestão e principalmente do CG 07/2012, tem como compromisso a busca para a realização integral de todas as ações previstas, bem como esforços para a realização de metas condicionadas e, especialmente, manter a atratividade sobre os conteúdos do Museu e, conseqüentemente nosso sucesso de visitação.

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

São Paulo, 22 de fevereiro de 2017.



ALBERTO DE LIMA  
DIRETOR EXECUTIVO



GISELE SILVA  
SUPERINTENDENTE ADM. FIN.



PATRÍCIA RODRIGUES  
PRESTAÇÃO DE CONTAS