

<b>Exercício:</b>	2018	<b>UGE:</b>	UPPM
<b>Organização Social:</b>	INCI	<b>Objeto Cultural:</b>	MCAFE
<b>Contrato de Gestão:</b>	9/2016	<b>Aditamento:</b>	3

## Valores Realizados do Contrato 4º Trimestre - 2018 - Ações e Mensurações Analítico

Ações/Mensurações do Contrato

### 1º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	1	Governança / (PGTG) Inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos				
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados	2.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 31% de captação em relação ao repasse	171.769,33	118.067,17	102.843,94	392.680,44
	3	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	4.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (> ou = 80%)			80,00	80,00
	4.2		Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas			1	1	
5	Governança / (PGTG) Atualização do Manual Interno do Museu (MIM)	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado					

### 2º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	1	Governança / (PGTG) Inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos			1	1
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados	2.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 31% de captação em relação ao repasse	105.865,78	93.251,53	83.010,00	282.127,31

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	3	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	4.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (> ou = 80%)			80,00	80,00
			4.2	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de pesquisas aplicadas				
5	Governança / (PGTG) Atualização do Manual Interno do Museu (MIM)	5.1	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº de Manual Interno do Museu atualizado					

### 3º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	1	Governança / (PGTG) Inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Projetos - Nº Absoluto / Nº de projetos inscritos				
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados	2.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 31% de captação em relação ao repasse	146.706,44	100.590,34	127.768,84	375.065,62
	3	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	4.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (> ou = 80%)			80,00	80,00
			4.2	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de pesquisas aplicadas			1	1
5	Governança / (PGTG) Atualização do Manual Interno do Museu (MIM)	5.1	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº de Manual Interno do Museu atualizado					

### 4º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	1	Governança / (PGTG) Inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Projetos - Nº Absoluto / Nº de projetos inscritos			1	1

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados	2.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 31% de captação em relação ao repasse	108.512,27	117.138,13	126.516,04	352.166,44
	3	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	4.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (> ou = 80%)			80,00	80,00
			4.2	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de pesquisas aplicadas			1	1
	5	Governança / (PGTG) Atualização do Manual Interno do Museu (MIM)	5.1	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº de Manual Interno do Museu atualizado			1	1

## Ações/Mensurações do Objeto Cultural MCAFE

### 1º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	6	Preservação / (PA) Projetos de Pesquisa de acervo	6.1	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº de Projetos de Pesquisa realizados com o acervo				
	7	Preservação / (PA) Pesquisa de acervo	7.1	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de peças de acervos pesquisadas				
	8	Preservação / (PA) Documentação da Pesquisa do acervo	8.1	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo				
	9	Preservação / (PA) Produção de Artigos sobre as pesquisas do acervo	9.1	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de artigos realizados				
	10	Governança / (PA) Elaboração ou Atualização da Política de Acervo	10.1	Dado Extra	Itens - Nº Absoluto / Política de Acervo elaborada OU atualizada				
	11	Preservação / (PA) Projeto de História Oral	11.1	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº de projetos de história oral entregues				
			11.2	Meta-Produto	Itens - Nº Absoluto / Nº mínimo de depoimentos coletados				
13	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no Museu	13.1	Meta-Resultado	Público - Nº Absoluto / Nº mínimo de visitantes presenciais no Museu	14.060	8.166	7.446	29.672	
		13.2	Meta-Resultado	Público - Nº Absoluto / Nº mínimo de visitantes presenciais na cafeteria	30.119	21.143	21.871	73.133	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	14	Difusão / (PEPC) Ações extramuros a partir de parcerias institucionais	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações realizadas				
	15	Difusão / (PEPC) Participação no Festival Santos Café	15.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Programação Realizada				
	16	Difusão / (PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiro	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	17	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos	17.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos			5	5
	22	Formação / (PE) Programa Semeando - ações educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de mínimo de ações realizadas			1	1
			22.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de mínimo de público atendido			14	14
	23	Formação / (PE) Programa Semeando - visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	23.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	18		680	698
			23.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas			500	500
	24	Formação / (PE) Programa Identidades - público em situação de vulnerabilidade social.	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			10	10
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	110	52	76	238
	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			6	6
			25.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido		24	128	152
	26	Formação / (PE) Programa ELOS - público interno	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			3	3
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			48	48
	27	Formação / (PE) Programa SER - público com deficiência	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° de público atendido				
	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			2	2

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			26	26
			28.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas			20	20
	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas		2	0	2
			29.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido		46		46
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas		40		40
	30	Formação / (PE) Programa Blend III - programa de formação para agentes culturais.	30.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			30.2	Meta-Resultado	Atendimento - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
			30.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas				
	31	Formação / (PE) Programa Sejam Bem-vindos - público familiar e espontâneo.	31.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	50	37	34	121
			31.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público	868	588	533	1.989
	32	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de e satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante)	32.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)				
	33	Formação / (PE) Curso Básico de Barista	33.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados			4	4
			33.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de baristas formados			39	39
	34	Formação / (PE) Realizar módulo complementar ao Curso de Barista	34.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos complementares realizados			3	3
			34.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados			21	21
35	Formação / (PE) Realizar Módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito)	35.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos avançados realizados			4	4	
		35.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados			31	31	
36	Formação / (PE) Realizar Curso de Torra	36.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Curso implantado e edição teste realizada					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	36	Formação / (PE) Realizar Curso de Terra	36.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de participantes no curso				
	37	Formação / (PE) Cursos de curta duração para leigos (equipe própria e parceiros)	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados			6	6
			37.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de participantes em cursos			41	41
	40	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	40.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Exposição itinerante	1			1
			40.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Exposição itinerante	72	40	162	274
			40.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Exposição itinerante	1	1	1	3
	41	Difusão / (PSISEM) Palestras ou cursos ou oficinas	41.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de palestras ou cursos ou oficinas				
			41.2	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas em palestras ou cursos ou oficinas				
			41.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidade atendidas				
	42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			331	331
			42.3	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Número mínimo de visitantes virtuais			26.275	26.275
			42.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / Número mínimo de novos seguidores em todos os seguidores em todos os canais de mídias sociais			13.143	13.143
	43	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	43.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de programas pessoa física implantados ou mantidos				
44	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos (portfólio)	44.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólio desenvolvido			1	1	
45	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (site)	45.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais únicos					
46	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (mídias sociais)	46.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores nas mídias sociais (Indicar as mídias)					
48	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	48.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	49	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	49.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	50	Governança / (PED) Renovação de Seguros	50.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
C	12	Preservação / (PA) Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais	12.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
			12.2	Dado Extra	Captação - R\$ / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
	18	Difusão / (PEPC) Ampliação do Festival do Café	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Ampliação do Festival Santos Café				
	19	Difusão / (PEPC) Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos captados				
	20	Difusão / (PEPC) Exposição temporária	20.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	21	Difusão / (PEPC) Implantação do Audioguia	21.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de Audioguia				
	38	Governança / (PE) Apoio de transporte e lanche para escolas públicas	38.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	39	Formação / (PE) Formulação e/ou impressão de material educativo para exposição temporária	39.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	47	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessor de imprensa	47.1	Dado Extra	Captação - R\$ / Contratação realizada				
51	Preservação / (PED) Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da Cafeteria	51.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da cafeteria					

## 2º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	6	Preservação / (PA) Projetos de Pesquisa de acervo	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Projetos de Pesquisa realizados com o acervo		1		1
	7	Preservação / (PA) Pesquisa de acervo	7.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças de acervos pesquisadas		4		4

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	8	Preservação / (PA) Documentação da Pesquisa do acervo	8.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo		49		49
	9	Preservação / (PA) Produção de Artigos sobre as pesquisas do acervo	9.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos realizados		2		2
	10	Governança / (PA) Elaboração ou Atualização da Política de Acervo	10.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Política de Acervo elaborada OU atualizada				
	11	Preservação / (PA) Projeto de História Oral	11.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projetos de história oral entregues				
11.2			Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de depoimentos coletados					
	13	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no Museu	13.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no Museu	10.735	9.473	7.052	27.260
13.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais na cafeteria	19.778	17.369	16.919	54.066	
	14	Difusão / (PEPC) Ações extramuros a partir de parcerias institucionais	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações realizadas		1		1
	15	Difusão / (PEPC) Participação no Festival Santos Café	15.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Programação Realizada				
	16	Difusão / (PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiro	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	1			1
	17	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos	17.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos			4	4
	22	Formação / (PE) Programa Semeando - ações educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de mínimo de ações realizadas	5	14	5	24
22.2			Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de mínimo de público atendido	119	355	138	612	
	23	Formação / (PE) Programa Semeando - visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	23.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	2.406	3.738	2.816	8.960
23.3			Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas	1.600	1.600	1.600	4.800	
	24	Formação / (PE) Programa Identidades - público em situação de vulnerabilidade social.	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	12	12	4	28
24.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	222	268	108	598	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	5	4	8	17
			25.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	60	128	266	454
	26	Formação / (PE) Programa ELOS - público interno	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	1	1	4	6
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	13	2	18	33
	27	Formação / (PE) Programa SER - público com deficiência	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	4	2		6
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° de público atendido	60	50		110
	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			4	4
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			87	87
			28.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas			60	60
	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	4			4
			29.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	56			56
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	20		20	40
	30	Formação / (PE) Programa Blend III - programa de formação para agentes culturais.	30.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	2		1	3
			30.2	Meta-Resultado	Atendimento - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	20		26	46
			30.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	20		20	40
	31	Formação / (PE) Programa Sejam Bem-vindos - público familiar e espontâneo.	31.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	26	19	21	66
			31.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público	315	290	250	855
	32	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de e satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante)	32.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)	80,00			80,00

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	33	Formação / (PE) Curso Básico de Barista	33.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	2	1	1	4
			33.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de baristas formados	21	11	7	13
	34	Formação / (PE) Realizar módulo complementar ao Curso de Barista	34.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos complementares realizados	1	1	1	3
			34.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	9	5	3	6
	35	Formação / (PE) Realizar Módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito)	35.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos avançados realizados	1	1	1	3
			35.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	11	12	2	25
	36	Formação / (PE) Realizar Curso de Torra	36.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Curso implantado e edição teste realizada			1	1
			36.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de participantes no curso			9	9
	37	Formação / (PE) Cursos de curta duração para leigos (equipe própria e parceiros)	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	2	2	1	5
			37.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de participantes em cursos	16	23	4	43
	40	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	40.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Exposição itinerante			1	1
			40.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Exposição itinerante		156	1.016	1.172
			40.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Exposição itinerante		1	1	2
	41	Difusão / (PSISEM) Palestras ou cursos ou oficinas	41.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de palestras ou cursos ou oficinas			1	1
			41.2	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas em palestras ou cursos ou oficinas			20	20
			41.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidade atendidas			1	1
42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			359	359	
		42.3	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Número mínimo de visitantes virtuais			25.211	25.211	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / Número mínimo de novos seguidores em todos os seguidores em todos os canais de mídias sociais			10.048	10.048
	43	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	43.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de programas pessoa física implantados ou mantidos			1	1
	44	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos (portfólio)	44.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólio desenvolvido				
	45	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (site)	45.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais únicos				
	46	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (mídias sociais)	46.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores nas mídias sociais (Indicar as mídias)				
	48	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	48.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado				
	49	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	49.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	50	Governança / (PED) Renovação de Seguros	50.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
C	12	Preservação / (PA) Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais	12.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
			12.2	Dado Extra	Captação - R\$ / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
	18	Difusão / (PEPC) Ampliação do Festival do Café	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Ampliação do Festival Santos Café				
	19	Difusão / (PEPC) Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos captados				
	20	Difusão / (PEPC) Exposição temporária	20.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	21	Difusão / (PEPC) Implantação do Audioguia	21.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de Audioguia				
	38	Governança / (PE) Apoio de transporte e lanche para escolas públicas	38.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
C	39	Formação / (PE) Formulação e/ou impressão de material educativo para exposição temporária	39.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	47	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessor de imprensa	47.1	Dado Extra	Captação - R\$ / Contratação realizada				
	51	Preservação / (PED) Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da Cafeteria	51.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da cafeteria				

### 3º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	6	Preservação / (PA) Projetos de Pesquisa de acervo	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Projetos de Pesquisa realizados com o acervo				
	7	Preservação / (PA) Pesquisa de acervo	7.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças de acervos pesquisadas				
	8	Preservação / (PA) Documentação da Pesquisa do acervo	8.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo				
	9	Preservação / (PA) Produção de Artigos sobre as pesquisas do acervo	9.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos realizados				
	10	Governança / (PA) Elaboração ou Atualização da Política de Acervo	10.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Política de Acervo elaborada OU atualizada				
	11	Preservação / (PA) Projeto de História Oral	11.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projetos de história oral entregues				
			11.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de depoimentos coletados		1		1
	13	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no Museu	13.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no Museu	11.676	6.611	10.335	28.622
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais na cafeteria	28.939	19.471	22.027	70.437
14	Difusão / (PEPC) Ações extramuros a partir de parcerias institucionais	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações realizadas			2	2	
15	Difusão / (PEPC) Participação no Festival Santos Café	15.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Programação Realizada	1			1	
16	Difusão / (PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiro	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	17	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos	17.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos	1		3	4
	22	Formação / (PE) Programa Semeando - ações educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de mínimo de ações realizadas		5	11	16
			22.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de mínimo de público atendido		155	386	541
	23	Formação / (PE) Programa Semeando - visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	23.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	132	2.033	3.195	5.360
			23.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas	100	1.000	2.400	3.500
	24	Formação / (PE) Programa Identidades - público em situação de vulnerabilidade social.	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	8	2	6	16
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	132	12	88	232
	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	5	4	8	17
			25.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	138	44	158	340
	26	Formação / (PE) Programa ELOS - público interno	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	1	3	0	4
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	2	46	0	48
	27	Formação / (PE) Programa SER - público com deficiência	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	0	10	0	10
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° de público atendido	0	150	0	150
	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	0	3	2	5
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	0	101	92	193
			28.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas				
	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	1	0	5	6

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	27	0	104	131
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	10	0	10	20
	30	Formação / (PE) Programa Blend III - programa de formação para agentes culturais.	30.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			30.2	Meta-Resultado	Atendimento - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			69	69
			30.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas				
	31	Formação / (PE) Programa Sejam Bem-vindos - público familiar e espontâneo.	31.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	38	31	28	97
			31.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público	544	320	251	1.115
	32	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de e satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante)	32.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)				
	33	Formação / (PE) Curso Básico de Barista	33.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	1	1	1	3
			33.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de baristas formados	11	13	14	13
	34	Formação / (PE) Realizar módulo complementar ao Curso de Barista	34.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos complementares realizados	1	1	1	3
			34.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	6	7	6	6
	35	Formação / (PE) Realizar Módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito)	35.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos avançados realizados	1	1	1	3
			35.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	9	14	10	33
	36	Formação / (PE) Realizar Curso de Torra	36.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Curso implantado e edição teste realizada				
			36.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de participantes no curso				
37	Formação / (PE) Cursos de curta duração para leigos (equipe própria e parceiros)	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	2	1	1	4	
		37.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de participantes em cursos	20	3	7	30	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	40	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	40.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Exposição itinerante				
			40.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Exposição itinerante	164	510	1.709	2.383
			40.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Exposição itinerante	2	1	1	4
	41	Difusão / (PSISEM) Palestras ou cursos ou oficinas	41.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de palestras ou cursos ou oficinas			1	1
			41.2	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas em palestras ou cursos ou oficinas			20	20
			41.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidade atendidas			1	1
	42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			233	233
			42.3	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Número mínimo de visitantes virtuais			30.706	30.706
			42.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / Número mínimo de novos seguidores em todos os seguidores em todos os canais de mídias sociais			5.563	5.563
	43	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	43.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de programas pessoa física implantados ou mantidos			1	1
	44	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos (portfólio)	44.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólio desenvolvido				
45	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (site)	45.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais únicos			30.706	30.706	
46	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (mídias sociais)	46.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores nas mídias sociais (Indicar as mídias)			5.563	5.563	
48	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	48.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado	1			1	
49	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	49.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado	1			1	
50	Governança / (PED) Renovação de Seguros	50.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado	1			1	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
C	12	Preservação / (PA) Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais	12.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
			12.2	Dado Extra	Captação - R\$ / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
	18	Difusão / (PEPC) Ampliação do Festival do Café	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Ampliação do Festival Santos Café				
	19	Difusão / (PEPC) Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos captados				
	20	Difusão / (PEPC) Exposição temporária	20.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	21	Difusão / (PEPC) Implantação do Audioguia	21.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de Audioguia				
	38	Governança / (PE) Apoio de transporte e lanche para escolas públicas	38.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	39	Formação / (PE) Formulação e/ou impressão de material educativo para exposição temporária	39.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	47	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessor de imprensa	47.1	Dado Extra	Captação - R\$ / Contratação realizada				
51	Preservação / (PED) Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da Cafeteria	51.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da cafeteria					

#### 4º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	6	Preservação / (PA) Projetos de Pesquisa de acervo	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Projetos de Pesquisa realizados com o acervo			1	1
	7	Preservação / (PA) Pesquisa de acervo	7.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças de acervos pesquisadas			4	4
	8	Preservação / (PA) Documentação da Pesquisa do acervo	8.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo			7	7
	9	Preservação / (PA) Produção de Artigos sobre as pesquisas do acervo	9.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos realizados			1	1

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	10	Governança / (PA) Elaboração ou Atualização da Política de Acervo	10.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Política de Acervo elaborada OU atualizada			1	1
	11	Preservação / (PA) Projeto de História Oral	11.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projetos de história oral entregues			1	1
			11.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de depoimentos coletados			2	2
	13	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no Museu	13.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no Museu	9.049	8.925	8.145	26.119
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais na cafeteria	20.054	22.634	24.342	67.030
	14	Difusão / (PEPC) Ações extramuros a partir de parcerias institucionais	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações realizadas			0	0
	15	Difusão / (PEPC) Participação no Festival Santos Café	15.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Programação Realizada				
	16	Difusão / (PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiro	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	17	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos	17.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos			5	5
	22	Formação / (PE) Programa Semeando - ações educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de mínimo de ações realizadas	7	4	0	11
			22.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de mínimo de público atendido	194	100		294
	23	Formação / (PE) Programa Semeando - visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	23.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	3.566	2.609	298	6.473
			23.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas	1.400	1.000	100	2.500
	24	Formação / (PE) Programa Identidades - público em situação de vulnerabilidade social.	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	6	8	9	23
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	128	122	175	425
	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	13			13
			25.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	210			210

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	26	Formação / (PE) Programa ELOS - público interno	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	5	3	1	9
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	18	53	11	82
	27	Formação / (PE) Programa SER - público com deficiência	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	4	4		8
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° de público atendido	74	52		126
	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
			28.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas				
	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			29.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			27	27
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas			60	60
	30	Formação / (PE) Programa Blend III - programa de formação para agentes culturais.	30.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			30.2	Meta-Resultado	Atendimento - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
			30.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas				
	31	Formação / (PE) Programa Sejam Bem-vindos - público familiar e espontâneo.	31.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	18	24	20	62
			31.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público	327	284	231	842
32	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de e satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante)	32.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00	
33	Formação / (PE) Curso Básico de Barista	33.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	1	1	1	3	
		33.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de baristas formados	8	16	9	11	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	34	Formação / (PE) Realizar módulo complementar ao Curso de Barista	34.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos complementares realizados	2		1	3
			34.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados				
35	Formação / (PE) Realizar Módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito)	35.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos avançados realizados	1	1	1	3	
		35.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	7	24	18	49	
36	Formação / (PE) Realizar Curso de Torra	36.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Curso implantado e edição teste realizada	1			1	
		36.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de participantes no curso	8			8	
37	Formação / (PE) Cursos de curta duração para leigos (equipe própria e parceiros)	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	2	4		6	
		37.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de participantes em cursos	17	51		68	
40	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	40.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Exposição itinerante					
		40.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Exposição itinerante	476	180	500	1.156	
		40.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Exposição itinerante		1		1	
41	Difusão / (PSISEM) Palestras ou cursos ou oficinas	41.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de palestras ou cursos ou oficinas					
		41.2	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas em palestras ou cursos ou oficinas					
		41.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidade atendidas					
42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			299	299	
		42.3	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Número mínimo de visitantes virtuais			21.597	21.597	
		42.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / Número mínimo de novos seguidores em todos os seguidores em todos os canais de mídias sociais			3.920	3.920	
43	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	43.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de programas pessoa física implantados ou mantidos					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	44	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos (portfólio)	44.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólio desenvolvido				
	45	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (site)	45.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais únicos			73.083	73.083
	46	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (mídias sociais)	46.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores nas mídias sociais (Indicar as mídias)			27.111	27.111
	48	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	48.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado				
	49	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	49.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	50	Governança / (PED) Renovação de Seguros	50.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
C	12	Preservação / (PA) Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais	12.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
			12.2	Dado Extra	Captação - R\$ / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais				
	18	Difusão / (PEPC) Ampliação do Festival do Café	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Ampliação do Festival Santos Café				
	19	Difusão / (PEPC) Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos captados				
	20	Difusão / (PEPC) Exposição temporária	20.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	21	Difusão / (PEPC) Implantação do Audioguia	21.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de Audioguia				
	38	Governança / (PE) Apoio de transporte e lanche para escolas públicas	38.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
	39	Formação / (PE) Formulação e/ou impressão de material educativo para exposição temporária	39.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos				
47	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessor de imprensa	47.1	Dado Extra	Captação - R\$ / Contratação realizada					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

<b>Tipo Ação (C/P)</b>	<b>N°</b>	<b>Função / Ação</b>	<b>N°</b>	<b>Atributo Mensuração</b>	<b>Tipo / Mensuração</b>	<b>Outubro</b>	<b>Novembro</b>	<b>Dezembro</b>	<b>Total</b>
C	51	Preservação / (PED) Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da Cafeteria	51.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da cafeteria				

**Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social**

## Dados Adicionais

### Ações/Mensurações do Contrato

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	1	Governança / (PGTG) Inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos	
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados	2.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 31% de captação em relação ao repasse	meta superada.
	3	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)	
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	4.1	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (> ou = 80%)	
			4.2	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas	Conforme informado no 1º trimestre, a mensuração correta é de apenas 1 pesquisa.
5	Governança / (PGTG) Atualização do Manual Interno do Museu (MIM)	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado		

### Ações/Mensurações do Objeto Cultural MCAFE

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	6	Preservação / (PA) Projetos de Pesquisa de acervo	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Projetos de Pesquisa realizados com o acervo	Conforme informado no relatório do 2º trimestre, a realização da meta foi antecipada sem causar nenhum impacto no orçamento ou nas ações do Plano de Trabalho.
	7	Preservação / (PA) Pesquisa de acervo	7.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças de acervos pesquisadas	Conforme informado anteriormente, a meta foi realizada em duas partes, no 2º e 4º tri, Tal remanejamento não comprometeu o andamento das atividades do Plano do trabalho e não impactou no orçamento.
	8	Preservação / (PA) Documentação da Pesquisa do acervo	8.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo	O número de documentados excedeu ao número mínimo proposto pois durante a realização da pesquisa de acervo novas informações relevantes sobre os acervos pesquisados foram encontradas.

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	9	Preservação / (PA) Produção de Artigos sobre as pesquisas do acervo	9.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos realizados	Durante o desenvolvimento da pesquisa de acervo relacionada aos produtos artísticos do café, mais focado nas representações dos quadros concebidos por Benedito Calixto, houve a oportunidade de desenvolvimento de mais um artigo que foi apresentado no II Seminário Nacional de História e Patrimônio Cultural da ANPHU.
	10	Governança / (PA) Elaboração ou Atualização da Política de Acervo	10.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Política de Acervo elaborada OU atualizada	
	11	Preservação / (PA) Projeto de História Oral	11.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projetos de história oral entregues	
			11.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de depoimentos coletados	A meta foi antecipada para o terceiro trimestre e tal adiantamento não causou impacto no Contrato de Gestão ou orçamento proposto.
	13	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no Museu	13.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no Museu	Os números de visitação apurados refletem a estratégia adotada pela instituição, de escuta com o público através de diversos modelos pesquisa adotados para levantar o perfil dos visitantes e suas ansiedades em relação ao Museu do Café, e da proposição das ações de extroversão ofertadas afim de atender as demandas mapeadas.
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais na cafeteria	Os números de visitação apurados refletem a estratégia adotada pela instituição, de escuta com o público através de diversos modelos pesquisa adotados para levantar o perfil dos visitantes e suas ansiedades em relação ao Museu do Café, e da proposição das ações de extroversão ofertadas afim de atender as demandas mapeadas.
	14	Difusão / (PEPC) Ações extramuros a partir de parcerias institucionais	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações realizadas	Durante o 3º trimestre o Museu do Café recebeu duas propostas de ações extramuros importantes para propagação das atividades do Museu, cumprindo assim, a meta anual. A antecipação e superação da ação não onerou o Contrato de Gestão.

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	15	Difusão / (PEPC) Participação no Festival Santos Café	15.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Programação Realizada	
	16	Difusão / (PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiro	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	Ocorreu a superação da Meta 16.1, pois foi realizada uma segunda exposição temporária com acervos de terceiros, tendo pesquisa, concepção e produção da equipe do Museu do Café. Em 2017 foi realizada uma revisão no acervo dos depoimentos de história oral, para levantar possíveis potencialidades dentro dos assuntos abordados para desenvolvimento mais aprofundado de pesquisa. Um dos temas apontados foi o trabalho feminino representado nesse acervo por depoimentos de profissionais da catação de café
	17	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos	17.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos	Em função da alteração do calendário da Unidade Gestora - que transferiu a Virada Cultural para o mês de outubro, oferecemos uma programação extra para atender a demanda. Tal ação não comprometeu significativamente o orçamento.
	22	Formação / (PE) Programa Semeando - ações educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de mínimo de ações realizadas	A superação da meta se deve a parceria realizada com a Secretaria de Educação de Santos, através da Sessão de Projetos Especiais, onde nesse trimestre foram atendidos, duas vezes por semana, em atividades educativas, grupos de estudantes municipais. Esta superação não onerou o orçamento proposto
22.2	Dado Extra		Público - N° Absoluto / N° de mínimo de público atendido	A superação da meta se deve a parceria realizada com a Secretaria de Educação de Santos, através da Sessão de Projetos Especiais, onde nesse trimestre foram atendidos, duas vezes por semana, em atividades educativas, grupos de estudantes municipais. Esta superação não onerou o orçamento proposto.		

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	23	Formação / (PE) Programa Semeando - visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	23.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	A superação da meta se deve a parceria realizada com a Secretaria de Educação de Santos, através da Sessão de Projetos Especiais, onde nesse trimestre foram atendidos, duas vezes por semana, em atividades educativa, grupos de estudantes municipais. Esta superação não onerou o orçamento proposto
			23.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas	A superação da meta se deve a parceria realizada com a Secretaria de Educação de Santos, através da Sessão de Projetos Especiais, onde nesse trimestre foram atendidos, duas vezes por semana, em atividades educativa, grupos de estudantes municipais. Esta superação não onerou o orçamento proposto
	24	Formação / (PE) Programa Identidades - público em situação de vulnerabilidade social.	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	A meta foi superada devido a manutenção de parceria com entidades que atendem esse público alvo. Também se considera a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não ocorreu oneração no orçamento.
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	A meta foi superada devido a manutenção de parceria com entidades que atendem esse público alvo. Também se considera a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não ocorreu oneração no orçamento.
	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	A meta foi superada devido a manutenção de parceria com entidades que atendem esse público alvo. Também se considera a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não ocorreu oneração no orçamento

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	25	Formação / (PE) Programa No Meu Tempo - público idoso	25.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	A meta foi superada devido a manutenção de pareceria com entidades que atendem esse público alvo. Também se considera a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não ocorreu oneração no orçamento
	26	Formação / (PE) Programa ELOS - público interno	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	Ampliação das ações realizadas devido a implantação do Sistema Integrado de Atendimento focado na melhoria do atendimento ao visitante com a realização de encontros mensais para discussão e formação de todas as equipes envolvidas no atendimento. Como é uma ação absorvida internamente não onerou o orçamento.
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	Ampliação das ações realizadas devido a implantação do Sistema Integrado de Atendimento focado na melhoria do atendimento ao visitante com a realização de encontros mensais para discussão e formação de todas as equipes envolvidas no atendimento. Como é uma ação absorvida internamente não onerou o orçamento.
	27	Formação / (PE) Programa SER - público com deficiência	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	A meta foi superada devido a manutenção de pareceria com entidades que atendem o público alvo. Também considerou-se a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não onerou o orçamento.
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° de público atendido	A meta foi superada devido a manutenção de pareceria com entidades que atendem esse público alvo. Também se considera a contagem de visitas como ações realizadas respeitando a indicação da Unidade Gestora. Não onerou o orçamento
	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	28	Formação / (PE) Programa Blend I - programa de formação para guias de turismo.	28.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	
	29	Formação / (PE) Programa Blend II - programa de formação para professores	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	Dentro da pareceria com a Secretaria de Educação de Santos, surgiu a oportunidade de ações conjuntas com a Sessão de Formação, realizadas neste trimestre afim de atender a demandas e solicitações do parceiro. Não ocorreu acréscimo no orçamento previsto.
			29.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	Dentro da pareceria com a Secretaria de Educação de Santos, surgiu a oportunidade de ações conjuntas com a Sessão de Formação, realizadas neste trimestre afim de atender a demandas e solicitações do parceiro. Não ocorreu acréscimo no orçamento previsto.
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	
	30	Formação / (PE) Programa Blend III - programa de formação para agentes culturais.	30.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			30.2	Meta-Resultado	Atendimento - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	
			30.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de vagas ofertadas	
	31	Formação / (PE) Programa Sejam Bem-vindos - público familiar e espontâneo.	31.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	Com a manutenção de rotina dos horários para as visitas mediadas e ações ofertada para público espontâneo e familiar, aliada a divulgação focada nessas atividades, ocorreu maior procura de público e necessidade de ampliação do número de ações, o que não implicou em oneração do orçamento.
			31.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público	Com a manutenção de rotina dos horários para as visitas mediadas e ações ofertada para público espontâneo e familiar, aliada a divulgação focada nessas atividades, ocorreu maior procura de público e necessidade de ampliação do número de ações, o que não implicou em oneração do orçamento.

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	32	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de e satisfação de público escolar - Modelo SEC (professor e estudante)	32.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)	
	33	Formação / (PE) Curso Básico de Barista	33.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados	
33.2			Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de baristas formados	A planilha está considerado o acumulado anual apenas no 4º tri. A planilha calcula a media mensal ao invés da soma. Os números corretos são - 1 tri - 39 , 2 tri - 39, 3 tri - 37 e 4 tri - 33 alunos, totalizando 148 baristas formados.	
34	Formação / (PE) Realizar módulo complementar ao Curso de Barista	34.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos complementares realizados		
		34.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados	a planilha calcula a media ao invés da soma. Seguem os números corretos: 1 tri - 21 alunos , 2 tri - 6 alunos, 3 tri - 6 alunos e 4 tri - 10 alunos, totalizando 43 baristas formados.	
35	Formação / (PE) Realizar Módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito)	35.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de módulos avançados realizados	Para atender a crescente demanda oferecemos uma turma extra do Curso de Latte Arte e uma turma extra para o Curso de Harmonização. Tal acréscimo á grade de cursos não alterou o orçamento previsto.	
		35.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de alunos formados		
36	Formação / (PE) Realizar Curso de Torra	36.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Curso implantado e edição teste realizada		
		36.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° de participantes no curso		
37	Formação / (PE) Cursos de curta duração para leigos (equipe própria e parceiros)	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de cursos realizados		
		37.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de participantes em cursos		
40	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	40.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Exposição itinerante		
		40.2	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Exposição itinerante		
		40.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Exposição itinerante		
41	Difusão / (PSISEM) Palestras ou cursos ou oficinas	41.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de palestras ou cursos ou oficinas		
		41.2	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas em palestras ou cursos ou oficinas		
		41.3	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidade atendidas		

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	42	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	42.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia	O trabalho constante do Setor de Comunicação Institucional, associado à variada Programação Cultural e Programação Educativa renderam muitas inserções na mídia fazendo com que a meta fosse superada. Tal superação não comprometeu as atividades e não onerou o contrato de gestão.
			42.3	Dado Extra	Público - N° Absoluto / Número mínimo de visitantes virtuais	A variada programação cultural e educativa, associada a intensa programação de cursos sobre barismo potencializou a visitação ao site. Tal aumento de acessos não impactou no orçamento previsto.
			42.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / Número mínimo de novos seguidores em todos os seguidores em todos os canais de mídias sociais	A grande e variada programação cultural e educativa oferecida, associada à interatividade dos nossos canais de comunicação, renderam um número expressivo de novos seguidores.
	43	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	43.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de programas pessoa física implantados ou mantidos	
	44	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos (portfólio)	44.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólio desenvolvido	
	45	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (site)	45.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais únicos	O número de acessos ao site foi superado devido a grande procura do público por informações sobre a nossa variada programação cultural e educativa, além dos cursos de barismo.
	46	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público (mídias sociais)	46.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores nas mídias sociais (Indicar as mídias)	Facebook - 598 Instagram - 3.019
	48	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	48.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado	
	49	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	49.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado	
50	Governança / (PED) Renovação de Seguros	50.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado		
C	12	Preservação / (PA) Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais	12.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais	
			12.2	Dado Extra	Captção - R\$ / Ampliação do mapeamento de referencias patrimoniais	
	18	Difusão / (PEPC) Ampliação do Festival do Café	18.1	Meta-Resultado	Captção - R\$ / Ampliação do Festival Santos Café	
	19	Difusão / (PEPC) Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café	19.1	Meta-Resultado	Captção - R\$ / Recursos captados	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

<b>Tipo Ação (C/P)</b>	<b>N°</b>	<b>Função / Ação</b>	<b>N°</b>	<b>Atributo Mensuração</b>	<b>Tipo / Mensuração</b>	<b>Justificativa OS</b>
C	20	Difusão / (PEPC) Exposição temporária	20.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	
	21	Difusão / (PEPC) Implantação do Audioguia	21.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de Audioguia	
	38	Governança / (PE) Apoio de transporte e lanche para escolas públicas	38.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos	
	39	Formação / (PE) Formulação e/ou impressão de material educativo para exposição temporária	39.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Recursos obtidos	
	47	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessor de imprensa	47.1	Dado Extra	Captação - R\$ / Contratação realizada	
	51	Preservação / (PED) Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da Cafeteria	51.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Implantação de CFTV no espaço de acolhimento da cafeteria	

**Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social**