

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DO 4º TRIMESTRE DE 2017**  
**DO INSTITUTO DE PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DA HISTÓRIA DO**  
**CAFÉ E DA IMIGRAÇÃO**  
**MUSEU DO CAFÉ**  
**UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**

CONTRATO DE GESTÃO Nº 009/2016  
Referente ao Museu do Café

## Sumário

APRESENTAÇÃO

**QUADRO DE METAS** 07

**METAS DE GESTÃO TÉCNICA**

1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA 07

2. PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA 12

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL 16

4. PROGRAMA EDUCATIVO 28

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP 38

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL 43

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA 53

8. METAS CONDICIONADAS 55

9. PLANO ORÇAMENTÁRIO 56

10. ANEXOS TÉCNICOS 64

## Apresentação

O ano de 2017 foi repleto de desafios para o Museu do Café, no sentido de manter a quantidade e, especialmente, a qualidade das ações disponibilizadas ao público e, dessa forma, continuar na posição de destaque alcançada nos últimos anos, como um dos principais equipamentos culturais do estado em visitação, segundo balanços elaborados e divulgados pela própria Secretaria da Cultura.

Apesar do histórico financeiro negativo, nos últimos três anos o repasse da SEC permaneceu na ordem de R\$ 5 milhões, enquanto a inflação acumulada alcançou patamares próximos a 20% no período. Ainda assim, o Museu do Café vem se reinventando e apresentado resultados extremamente positivos a cada ano, dado ao empenho do INCI à frente desse equipamento com uma equalização consciente, segura e ponderada dos valores orçamentários. Nesse sentido, diversas frentes foram abertas buscando a máxima racionalização das despesas e a potencialização das fontes de receitas disponíveis, com criatividade para abrir novas possibilidades de arrecadação.

A evidência de todos esses esforços pode ser observada na variação das despesas totais de apenas 0,46% entre 2016 e 2017, bem abaixo da inflação do período, sendo fundamental para o equilíbrio orçamentário, bem como nos resultados expressivos em relação às receitas obtidas com crescimento total de 13,66% frente ao apurado em 2016. Deve-se destacar a evolução comparada ao exercício de 2016, cessão onerosa da Cafeteria do Museu (14,62%), bilheteria (64%), Centro de Preparação de Café (57%), além das cessões onerosas para eventos e fotos particulares (22%). Vale ainda mencionar os dois projetos aprovados na Lei Rouanet "Intervenção Cênica – Negociações do Tempo" e "Café Árabe, um símbolo de generosidade", e a doação do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ) para a realização de evento comemorativo ao Dia Internacional do Café, em 1º de outubro.

O Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança se destacou pelo desenvolvimento do diagnóstico institucional, que servirá de base para o novo Plano Museológico, sem data prevista para realização devido ao corte orçamentário. O processo foi iniciado com alguns setores que atuam na área fim do Museu como: pesquisa, acervo museológico, acervo bibliográfico, acervo arquivístico, educativo e comunicação museológica. Em 2018, será aplicado um questionário que visa analisar a relação e o conhecimento das outras áreas do Museu sobre as atribuições e procedimentos da área técnica para assim darmos prosseguimento ao trabalho.

Dentre as ações do Programa de Acervo, vale mencionar a implantação, realizada pelo Núcleo de Preservação, do "Plano de Conservação", que norteará as ações de conservação dos acervos museológico, bibliográfico e arquivístico. Baseado na realidade atual, abrange soluções de curto e médio prazo, levando em conta as limitações existentes, no âmbito econômico, estrutural e geográfico.

Na frente do Núcleo de Documentação, além dos procedimentos de gestão de acervo implantados, o projeto de pesquisa com acervo, que visa complementar as informações sobre o acervo museológico, teve continuidade com o aprofundamento da pesquisa de 06 peças do acervo, atendendo os temas (2) *Café e Comércio* e (4) *Café e Arte*. Também foi iniciado o trabalho de readequação da proposta inicial de classificação do acervo do Museu do Café.

No Programa de Exposições, o Museu do Café realizou duas exposições temporárias, a primeira "*Sin café no hay mañana*", que narrou visualmente o cotidiano de sítios agrícolas de produção cafeeira hondurenhas que, graças ao trabalho coletivo e comunitário de pequenos produtores rurais, conseguiram melhorar a renda e a qualidade de vida de seus moradores. E, a segunda, inaugurada em 30 de outubro, "*Vai um café? Cafeteira e Modos de Preparo.*", com curadoria, projeto expográfico,

planejamento e produção da própria equipe do MC, assim como o desenvolvimento de atividades educativas, que permitem ao público conhecer as diversas maneiras de preparo que ainda permanecem em uso, incluindo modelos artesanais e mecânicos.

No projeto expositivo da temporária inaugurada no último trimestre, os objetos foram divididos de acordo com os seus sistemas de funcionamento: ebulição e decantação, filtração ou percolação, prensagem, vácuo e pressão. O projeto de sonorização dessa exposição proporciona aos visitantes uma experiência sensorial e afetiva, auxiliando, inclusive, os deficientes visuais na inserção ao tema.

O ano de 2017 foi marcado pela ampliação do projeto da autonomia de visitação de pessoas com deficiência aos espaços expositivos do Museu do Café. No período, foi lançado o material educativo voltado ao atendimento de deficientes visuais, para pessoas com baixa e nenhuma visão. Tal realização é fruto do trabalho conjunto desenvolvido pelos setores do acervo museológico e educativo, com participação efetiva do setor de comunicação.

No decorrer do ano uma vasta programação cultural foi realizada, no total foram 29 eventos, entre workshops, oficinas, contação de histórias, teatro de fantoches e palestras. Destaque para a ampla grade de atividades durante o Festival Santos Café e a programação especial de férias com o “Espaço Café com Leite”, que funcionou nos meses de janeiro e julho com uma novidade: o Cafezalzinho, onde a criançada pôde conhecer o dia a dia de uma fazenda de forma lúdica. Os monitores ensinaram sobre a rotina de uma plantação de café, passando pelos processos de cultivo, colheita, secagem, torra e moagem dos grãos, bem como o preparo da bebida. Além disso, vale mencionar a importante ação extramuros, por meio de uma exposição e apresentação de vídeo e material institucional, realizada durante o *Coffee Dinner & Coffee Summit*, evento em São Paulo que reúne a comunidade cafeeira, exportadores, produtores, cooperativas, industriais, importadores de café e as entidades que se relacionam com o agronegócio do café, além de instituições financeiras, indústrias agropecuárias, empresas de navegação, corretoras, transportes, etc.

O Núcleo Educativo do Museu do Café realizou diversas ações para o combate às diversas formas de preconceitos, de promoção à acessibilidade e de reconhecimento e valorização dos direitos humanos ao longo desse ano. Os programas que se destacaram em números de atendimentos durante o período foram os voltados aos públicos escolar, terceira idade e pessoas em situação de vulnerabilidade social (Semeando, Vovôs do Café e Identidades). Tais programas se consolidaram e despertam efetivo interesse das instituições que assistem a demanda pedagógica desses públicos-alvo.

Ainda no que tange ao Programa Educativo, o Centro de Preparação de Café (CPC) seguiu como um dos setores mais estratégicos do Museu do Café, sendo responsável no suporte ao atendimento de públicos-alvo, à programação cultural em atividades pontuais, para além de sua agenda regular de cursos e workshops na área de formação. Em 2017, o CPC realizou doze edições da Semana de Formação de Barista, composta pelo Curso Básico de Barista (que formou 134 alunos), o Módulo Imersão, realizado no Nespresso Expertise Center (com 65 alunos participantes) e o Módulo Avançado – que disponibiliza as extensões em “Novos métodos”, “Latte Art”, “Harmonização” e “Espresso perfeito”. Além disso, promoveu também a primeira edição do Curso de Torra e, ainda, 20 cursos de curta duração, incluindo edições do “Dica do Barista”, atividades realizadas pelas parceiras Nespresso e Unimonte na sede do Museu do Café, além de edições do curso “Drinks com Café”, único curso pago entre aqueles de curta duração.

Quanto ao Programa de Integração ao SISEM-SP, o Museu do Café manteve a continuidade do trabalho de fortalecimento de redes externas e do trabalho multidisciplinar colaborativo, ampliando sua abrangência territorial de atuação e alcançando número significativos de atendimento. Durante o ano, a exposição “Conhecendo o Café”, percorreu 11 municípios (Batatais, Cristais Paulista, Franca,

Garça, Itirapuã, Ituverava, Morro Agudo, Orlândia, Ribeirão Corrente, Rifaina, São Joaquim da Barra) e foi ministrada palestra na cidade de Franca sobre o desenvolvimento da curadoria da exposição, visando auxiliar os professores na composição da estratégia de visita dos alunos à exposição e difundir junto aos educadores o trabalho desenvolvido em um museu, abarcando questões sobre preservação, conservação, pesquisa e extroversão.

Outra frente de atuação foi o mapeamento de referências patrimoniais em fazendas de café. A princípio, o objeto de estudo seria a fazenda Santa Cecília, por possuir um centro de documentação organizado e em funcionamento, mas, devido a impossibilidade do parceiro, o trabalho foi realizado na Fazenda Tozan, onde foram mapeadas 39 referências, dentre elas objetos de cultivo e beneficiamento, e documentações relacionadas a fazenda.

Durante o ano de 2017, o Museu do Café obteve mais de mil inserções na mídia. Foram matérias em jornais, revistas, programas televisivos, rádios e na internet. As exposições temporárias e a programação cultural geraram grande interesse dos veículos de comunicação, o que resulta em uma imagem institucional cada vez mais consolidada na cidade e fora dela.

O site do Museu também obteve números expressivos de visita. Foram mais de 200 mil acessos durante ano. Quanto às mídias sociais, o MC seguiu atuando na gestão do Facebook, Instagram, Twitter, Flickr, Pinterest, YouTube, Forsquare e TripAdvisor. Durante o período, foram mais de 40 mil novos seguidores em todas as redes sociais, totalizando 78.975 seguidores. No primeiro trimestre de 2017, o MC passou a contar também com o perfil no Spotify, disponibilizando *playlists* exclusivas que aproximam o visitante ainda mais do universo que envolve o Museu.

Durante o ano foi lançado o programa Amigos do Museu do Café com o intuito de criar um grupo de pessoas que se tornem mais próximas do Museu e, dessa forma, manter com esse núcleo um diálogo frequente e direto, tornando-os possíveis “defensores” da instituição. Foram realizadas também as ações da Campanha Institucional e desenvolvido o Plano de Comunicação do CPPR.

No que se refere as ações do Programa de Edificações, além das atividades rotineiras ligadas à conservação, manutenção e segurança, destaque aos treinamentos de brigada de incêndio e primeiros socorros com funcionários e terceirizados. Em especial, o acompanhamento feito pelo INCI da situação estrutural da fachada do edifício da Bolsa Oficial de Café que apresenta sujidades, vegetação e desprendimentos.

Por fim, deve-se mencionar também que foram atendidas as recomendações feitas no Relatório Anual da Comissão de Avaliação 2016. Abaixo elencamos cada apontamento e a respectiva resposta, a saber:

*“A título de contribuição, sugerimos que Unidade Gestora e OS considerem, no planejamento e avaliação das ações, a realização de pesquisas relacionadas ao entorno e ao patrimônio cultural de Santos. As interações com esse entorno podem permitir a expansão das ações culturais do museu, além de contribuir para ampliar e fidelizar os públicos visitantes provenientes da vizinhança. Ademais, considerando que períodos de crise demandam que se multipliquem novos e criativos esforços para viabilizar as realizações culturais a contento, recomendamos, a exemplo do sugerido para as demais parcerias, a realização de pesquisa interna, junto a funcionários, conselheiros e demais principais colaboradores (remunerados, voluntários e patrocinadores), no sentido de colher proposições para economia de gastos, uso responsável dos recursos, melhoria dos canais internos e externos de comunicação, e outros temas afetos à sustentabilidade, governança, qualidade e legitimação social, a fim de reunir mais subsídios para otimização dos recursos do contrato de gestão, para estimular o aumento e diversificação das fontes de receita e para proporcionar a ampliação da qualidade dos serviços culturais prestados”.*

No final de 2015, foi aplicada uma pesquisa com o público frequentador da Cafeteria do Museu, com o intuito de entender melhor as expectativas em relação à programação cultural oferecida. Esse público, que trabalha no entorno do Museu do Café, mantém um contato diário com a instituição e o Museu se esforça para criar um relacionamento para além do consumo na cafeteria. Pretende-se, durante os exercícios do contrato de gestão, aplicar nova pesquisa também com as empresas sediadas ao redor do Museu. Em relação aos colaboradores, a equipe de gestão do INCI prevê a aplicação de pesquisa de clima e a criação de um grupo de trabalho para a sugestão de melhorias internas, no que tange à otimização de recursos e comunicação entre as equipes, e de atendimento.

*"(...) Do quadro acima, tem-se que não houve descumprimento quanto aos aspectos de conformidade observados, salvo para despesas com o programa de edificações que ficou abaixo do mínimo pactuado, embora a UGE ressalte em seu parecer técnico (p. 27) que a OS tenha realizado integralmente todas as rotinas técnicas e obrigações contratuais. Diante disso, recomendamos que, para os próximos exercícios, UGE e OS estejam atentas ao dimensionamento correto desse percentual a fim de evitar distorções que firam as obrigações legais".*

Com a assinatura do novo Contrato de Gestão, o índice foi redimensionado e adequado à realidade com o objetivo de cumprir integralmente a cláusula contratual. Em 2017, com repasse de R\$ 3,3mi foram despendidos no programa de edificações o equivalente a 9,9%, acima do limite mínimo previsto de 7,5%.

Considerando a superação dos números de visitação por mais um ano, ultrapassando os 100.000 visitantes presenciais, e totalizando entre as diversas atividades intra e extramuros (hall de entrada, Bonde do Café, SISEM, atividades educativas e programação cultural) 349.580 visitantes, o INCI encerra o exercício 2018 à frente da gestão do Museu do Café na certeza que alcançaremos a meta de tornar esse equipamento referência nacional e internacional como responsável pela salvaguarda e divulgação da memória histórica, socioeconômica e cultural do agronegócio café.

**GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**SECRETARIA DA CULTURA**

|               |                                                                              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Museu do Café | Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração - INCI |
| CG: 09/2016   | 1º                                                                           |

**QUADRO RESUMO PARA RELATÓRIO/PARECER ANUAL – 2017**

| (I) CONFORMIDADE                                  | 2017                     | FONTE                          | Observação UGE (1)       |
|---------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Orçamento previsto para RH (R\$)                  | 3.639.000,00             | Relatório Previsto x Realizado |                          |
| Total despendido com RH (R\$)                     | 3.197.581,07             | Relatório Previsto x Realizado |                          |
| Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$) | 291.000,00               | Relatório Previsto x Realizado |                          |
| Total despendido com diretoria (R\$)              | 335.292,10               | Relatório Previsto x Realizado |                          |
| Número de empregados CLT (em 31/12/2017)          | 52                       | Relatório Sintético de RH      |                          |
| Número de demissões em 2017                       | 8                        | Relatório Sintético de RH      |                          |
| Total despendido com rescisões em 2017 (R\$)      | 6.818,94                 | Balancete contábil             |                          |
| Percentual limite para gastos de RH (2)           | 65% do total de despesas | CG /último TA                  | <input type="checkbox"/> |
| Percentual limite para gastos de Diretoria (3)    | 10% do total de despesas | CG /último TA                  | <input type="checkbox"/> |

| (II) EFICÁCIA E EFETIVIDADE                              | 2017   | FONTE                         | Validação UGE (4)          |
|----------------------------------------------------------|--------|-------------------------------|----------------------------|
| Nº de ações com metas previstas                          | 74     | Relatório de Atividades Anual | ✓ <input type="checkbox"/> |
| Nº de ações com metas <u>integralmente</u> cumpridas     | 74     | Relatório de Atividades Anual | ✓ <input type="checkbox"/> |
| Nº metas condicionadas                                   | 7      | Relatório de Atividades Anual | ✓ <input type="checkbox"/> |
| Nº de metas condicionadas <u>integralmente</u> cumpridas | 0      | Relatório de Atividades Anual | ✓ <input type="checkbox"/> |
| Índice de satisfação do público/aluno(5)                 | 96,00% | Relatório de Atividades Anual | ✓ <input type="checkbox"/> |

| (III) PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS - 2017 (6) | 2015*     | 2016*     | 2017     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Ação/público/etc                                    | REALIZADO | REALIZADO | PREVISTO | REALIZADO |
| Nº de exposições realizadas                         | 11        | 3         | 2        | 2         |
| Nº de eventos realizados                            | 90        | 26        | 28       | 30        |
| Público educativo                                   | 30.895    | 26.434    | 14.400   | 19.534    |
| Público presencial                                  | 90.073    | 95.049    | 80.000   | 103.914   |
| Público da cafeteria                                | 206.069   | 226.268   | 130.000  | 240.733   |
|                                                     |           |           | 0        |           |
| Público total                                       | 296.142   | 334.605   | n/a      | 349.580   |

\*metas referentes ao CG anterior 09/2011 encerrado em 31/12/2016

| (IV) A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ( ) NÃO | ( ) SIM |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| <p>Foram realizadas avaliações de Satisfação do Público Escolar, que registrou aprovação superior a 96%, dentre Escolas Públicas e Privadas. Em relação aos Cursos e Workshops oferecidos, os participantes, em sua totalidade, aprovaram a atividade e 100% a indicaria. Os cursos do Centro de Preparação do Café, todos voltados ao Barismo, registraram índice de satisfação superior a 95%. Por fim, a pesquisa de satisfação do Totem Eletrônico registrou que, 82% dos visitantes que responderam estiveram no Museu do Café pela primeira vez, enquanto 18% já visitaram a instituição em outras ocasiões. 55% dos visitantes entrevistados adoraram o atendimento do Museu e 36% se sentiram bem atendidos, somando 91% de satisfação. Do restante, 5% considerou que nem todo mundo é simpático e apenas 4% classificou o atendimento como ruim. Já a pesquisa de satisfação de Público Geral registrou índice geral de satisfação do público maior que 97%. Destaque para o Setor Educativo com 98% de satisfação do visitante. Em relação ao espaço expositivo os percentuais superaram a marca de 90% de satisfação. Destacando o serviço de limpeza que obteve 99% da satisfação do público.</p> |         |         |

|            |                                                                                                                   |                                              |                                                           |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <b>(V)</b> | <i>RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2017</i>                                              |                                              |                                                           |
|            | Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:                                           |                                              |                                                           |
|            | <input type="checkbox"/> VALIDA INTEGRALMENTE                                                                     | <input type="checkbox"/> VALIDA PARCIALMENTE | <input type="checkbox"/> NÃO VALIDA                       |
|            | Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito. |                                              |                                                           |
|            | Nº de ações com metas não executadas com justificativa aceita pela UGE                                            |                                              |                                                           |
|            | A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?            |                                              | <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/> SIM |
|            | Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)               |                                              |                                                           |

**NOTAS:**

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>(1)</b> | Esta coluna deverá ser preenchida pela UGE caso considere necessário fazer observação quanto à informação apresentada pela OS.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>(2)</b> | A OS deverá preencher conforme consta de seu Contrato de Gestão se o percentual é relativo ao repasse previsto, às receitas totais, às despesas totais entre outros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>(3)</b> | A OS deverá preencher conforme consta de seu Contrato de Gestão se o percentual é relativo ao total de despesas previstas com recursos humanos, às receitas totais, às despesas totais entre outros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>(4)</b> | Esta coluna deverá ser preenchida pela UGE com tik (representando “de acordo”) ou nota de rodapé para explicação de divergência identificada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>(5)</b> | Caso haja mais de um resultado, inserir (*) e especificar em quadro a parte o nome da pesquisa, o público pesquisado e o percentual atingido. Caso a pesquisa não utilize percentual, inserir (*) para especificar a forma de avaliação adotada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>(6)</b> | Fonte- <a href="http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/">http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/</a> . Não alterar os dados apresentados relativos aos anos anteriores. Para 2017, preencher os mesmos itens dos anos anteriores, usando informação do plano de trabalho previsto e realizado. Indicar em nota de rodapé, para cada item, o número das ações do plano de trabalho que compõem o resultado apresentado (apenas para 2017). Para o realizado poderão ser somadas as realizações de metas condicionadas. Observação: o total de público presencial de 2016 deve ser igual ao total apresentado no Anexo Adm.24 (MaPA) para este item. |



## 1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

Seguindo o planejamento proposto para o desenvolvimento do Plano Museológico a equipe técnica deu prosseguimento aos trabalhos iniciados no trimestre passado, voltados a desenvolver estratégias de ação para realizar o diagnóstico institucional. Nesta primeira etapa do diagnóstico optou-se por iniciar o processo com os setores que atendem pela área fim do museu, pesquisa, acervo museológico, acervo bibliográfico, acervo arquivístico, educativo e comunicação museológica. Em uma primeira etapa houve a revisão dos conceitos, atribuições e competências, de cada setor e posteriormente foi consolidado um organograma da equipe e definidos fluxos. Tendo como base essa primeira interpretação, foram realizadas as análises SWOT de cada setor individualmente e posteriormente consolidada a análise geral da área técnica.

Compondo os documentos para a análise interna foi desenvolvido um questionário sobre a relação e o conhecimento das outras áreas do museu sobre os setores da área técnica, este questionário será aplicado em 2018 e posteriormente será utilizado como base para o questionário geral a ser realizado.

Também fez parte do diagnóstico a pesquisa de público externo, a elaboração do questionário utilizado para realização da pesquisa bianual se valeu de referências, como o Sistema de coleta de dados de público de museus do Observatório Ibero-Americano de Museus do Programa Ibermuseus e do Observatório de Museus e Centros Culturais - OMCC, os quais forneceram subsídios para recolher informações pertinentes ao perfil e a satisfação do público não agendado do Museu do Café referente ao segundo semestre de 2018. O método científico adotado nesta pesquisa é o exploratório, o qual busca investigar quem são os visitantes espontâneos do Museu, a fim de, levantar hipóteses para a tomada de decisões. Em consonância a esse método, o questionário apresenta 27 questões que foram divididas em dois grupos, 16 questões para traçar o perfil do público e 11 para analisar os índices de satisfação em relação à visitação e a infraestrutura disponibilizada pelo museu. Análise dos dados coletados demonstrou que o público espontâneo do museu do café, se constitui por pessoas que em grande maioria possuem curso superior, majoritariamente composto por mulheres entre 25 e 59 anos, acompanhadas em geral por familiares e inseridas no mercado de trabalho, atentas ao atendimento que recebem e criteriosas em relação a satisfação com a infraestrutura do museu, sendo em grande parte originárias de São Paulo. Em relação ao grau de satisfação da visita no Museu do Café, o índice alcançado entre pessoas satisfeitas e muito satisfeitas foi de 100%. O relatório da pesquisa, gráficos em outros detalhamentos da pesquisa podem ser encontrados em anexo.

Outros dados utilizados foram os registrados na pesquisa de público escolar, onde foi detectado que o maior público visitante escolar é composto por frequentadores de escolas particulares, sendo que a maioria de estudantes que responderam à pesquisa foram os estudantes de escolas públicas, originários em grande maioria da cidade de São Paulo, sendo o nível escolar mais presente o ensino fundamental II, seguido pelo ensino médio – que alcançou crescimento significativo em relação à pesquisa anterior - e fundamental I. O

grau de satisfação alcançou os 95,57%, maiores detalhamentos se encontram no relatório anexo.

O Museu do Café coloca à disposição dos visitantes um totem de pesquisa, que analisa o índice de satisfação do público no que diz respeito à infraestrutura, atendimento e exposições oferecidas. No quarto trimestre de 2017, 95% dos respondentes demonstram-se satisfeitos com os serviços prestados pelo Museu, número que reforça a dedicação e empenho das equipes de atendimento e manutenção.

O ano de 2017 marcou o primeiro exercício do INCI à frente do Museu do Café após a assinatura do Contrato de Gestão 009/2016. Ainda sob a influência da forte crise econômica, o ano de 2017 foi um período de grandes desafios. Manter a quantidade e, especialmente, a qualidade das ações disponibilizadas ao público frente à instabilidade e incerteza do contexto econômico exigiu rigoroso e constante trabalho de equilíbrio orçamentário. De um lado a busca pela máxima racionalização das despesas, e por outro a potencialização das fontes de receitas disponíveis e criatividade para abrir novas possibilidades de arrecadação.

Ao analisar os resultados de 2017, especialmente comparados ao exercício anterior, é possível visualizar como as ações realizadas pelo INCI na gestão do Museu do Café garantiram resultados expressivos apesar do cenário desfavorável.

Em relação às despesas, o INCI concentrou-se vigorosamente na otimização dos recursos disponíveis. A criteriosa reavaliação dos custos administrativos, ações específicas para a utilização cada vez mais racional dos recursos de utilidade pública, por exemplo, resultaram em uma economia de 9,76% nos gastos do programa em relação ao exercício anterior, puxada, especialmente, pela redução das despesas com energia elétrica, que regrediram 12,42% em relação a 2016.

Todos esses esforços, somados à internalização de serviços de área fim, possíveis graças a uma equipe polivalente e altamente comprometida, permitiram ao Museu do Café uma variação nas despesas totais de apenas 0,46% entre 2016 e 2017, bem abaixo da inflação do período, o que foi fundamental para o equilíbrio orçamentário.

Em relação às receitas obtidas, os resultados são ainda mais expressivos, com crescimento total de 13,66% frente ao apurado em 2016. Neste cenário, destaque para a cessão onerosa da Cafeteria do Museu, que gerou receita de captação 14,62% superior ao ano anterior; para a bilheteria, que registrou crescimento de 64% quando comparada a 2016; cursos no Centro de Preparação de Café, que arrecadaram 57% a mais do que no exercício anterior; além das cessões onerosas para eventos e fotos particulares que cresceram 22% no período.

Já em relação à diversificação das fontes de captação de recursos financeiros é importante citar a doação no valor de R\$ 15 mil do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFÉ), o que demonstra os esforços do INCI na maior participação da cadeia cafeeira no financiamento do Museu do Café. Além disso, em dezembro, após realização de chamamento público para cessão onerosa de espaço, o Museu do Café inaugurou espaço de estúdio fotográfico com vestimentas de época. Em poucos dias de operação no mês de

dezembro, o faturamento se mostrou bastante expressivo, o que demonstra o potencial da nova atração para a estratégia de captação para os próximos anos.

Em 2017, o INCI ainda trabalhou com 02 projetos aprovados na Lei Rouanet. O primeiro, que prevê intervenções cênicas do Salão do Pregão, obteve captação parcial de R\$ 500,00 no período. O segundo, para montagem da exposição "Café Árabe, um símbolo de generosidade", foi aprovado apenas 19 de dezembro de 2017, e ainda não obteve captação.

Já sobre as captações não financeiras, é fundamental citar a manutenção das parcerias com as empresas VHS Transportes – que patrocinou o Centro de Preparação de Café oferecendo o serviço de transporte entre Santos e São Paulo para o "Módulo Imersão" realizado no Nespresso Expertise Center, em São Paulo – e com a MNK Cafés Especiais – para fornecimento de cafés especiais necessários às atividades do CPC. O montante obtido com essas parcerias durante o ano de 2017 foi de R\$ 7.730,00.

Por fim, é importante destacar o início do projeto "Amigos do Museu", que busca por contribuições de pessoas físicas que se afilem à instituição. Até o momento, o Museu do Café conta com um amigo, que contribuiu com R\$ 500,00. A expectativa do INCI é que o programa cresça e se consolide como importante fonte de recursos para o Museu do Café.

| <b>AÇÕES A SEREM REALIZADAS</b> |                                                                                                               | <b>METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS</b> |                               |      |                            |  |                  |  |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------|------|----------------------------|--|------------------|--|
| <b>Nº</b>                       | <b>Ação</b>                                                                                                   | <b>Indicativo de Produtos</b>                          | <b>Previsão Trimestral</b>    |      | <b>Realizado</b>           |  |                  |  |
| 01                              | Realizar planejamento para atualização/desenvolvimento de Plano Museológico do Museu do Café (Eixo 1 e 5)     | Nº de planejamento entregue                            | 1º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 2º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 3º Trim                       | 01   | 01                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 4º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | META ANUAL                    | 01   | 01                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | ICM %                         | 100% | 100%                       |  |                  |  |
| 02                              | Realizar diagnóstico-base para atualização/desenvolvimento de Plano Museológico do Museu do Café (Eixo 1 e 5) | Nº de diagnóstico entregue                             | 1º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 2º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 3º Trim                       | 00   | 00                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 4º Trim                       | 01   | 01                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | META ANUAL                    | 01   | 01                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | ICM %                         | 100% | 100%                       |  |                  |  |
| 03                              | Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório              | Nº de relatórios entregues                             | <b>Indicativo de Produtos</b> |      | <b>Previsão Trimestral</b> |  | <b>Realizado</b> |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 1º Trim                       | 01   | 01                         |  |                  |  |
|                                 |                                                                                                               |                                                        | 2º Trim                       | 01   | 01                         |  |                  |  |

|    |                                                                                                |                                               |                            |           |                  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------|-----------|------------------|
|    | conforme orientações da SEC ( Eixo 5)                                                          |                                               | 3º Trim                    | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | 4º Trim                    | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | META ANUAL                 | 04        | 04               |
|    |                                                                                                |                                               | ICM%                       | 100%      | 100%             |
| 04 |                                                                                                | <b>Indicativo de Resultados</b>               | <b>Previsão Anual</b>      |           | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                | Índice de satisfação (= ou > 80%)             | META ANUAL                 | =ou > 80% | > 80%            |
|    |                                                                                                |                                               | ICM %                      | =ou > 80% | > 80%            |
| 05 | Realizar Chamada Pública para nova gestão da Cafeteria do Museu (Eixo 3)                       | <b>Indicativo de Produtos</b>                 | <b>Previsão Trimestral</b> |           | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                | Nº de Chamada Pública realizada               | 1º Trim                    | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | 2º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 3º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 4º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | META ANUAL                 | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | ICM %                      | 100%      | 100%             |
| 06 | Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)                                     | <b>Indicativo de Produtos</b>                 | <b>Previsão Trimestral</b> |           | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                | Nº de projeto inscrito                        | 1º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 2º Trim                    | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | 3º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 4º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | META ANUAL                 | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | ICM %                      | 100%      | 100%             |
| 07 | Ampliar visita especial ao CPC com degustação (domingos)                                       | Nº de visita especial aos domingos implantada | 1º Trim                    | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | 2º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 3º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 4º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | META ANUAL                 | 01        | 01               |
|    |                                                                                                |                                               | ICM %                      | 100%      | 100%             |
| 08 | Captar recursos financeiros (Eixo 3)                                                           | <b>Indicativo de Resultados</b>               | <b>Previsão Anual</b>      |           | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                | 23% de captação em relação ao repasse         | META ANUAL                 | 1.150.000 | 1.246.326        |
|    |                                                                                                |                                               | ICM%                       | 100%      | 108%             |
| 09 | Realizar estudo para verificação de capacidade máxima de atendimento do Museu do Café (Eixo 4) | <b>Indicativo de Produtos</b>                 | <b>Previsão Trimestral</b> |           | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                | Nº de estudo realizado                        | 1º Trim                    | 00        | 00               |
|    |                                                                                                |                                               | 2º Trim                    | 00        | 00               |

|    |                                                                                                                          |                                   |                       |          |                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|----------|------------------|
|    |                                                                                                                          |                                   | 3º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 4º Trim               | 00       | 00               |
|    |                                                                                                                          |                                   | META ANUAL            | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | ICM %                 | 100%     | 100%             |
| 10 | Aplicar pesquisa bienal de perfil de público realizada a partir de metodologia adequada para a área museológica (Eixo 5) | Nº de relatórios entregues        | 1º Trim               | 00       | 00               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 2º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 3º Trim               | 00       | 00               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 4º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | META ANUAL            | 02       | 02               |
|    |                                                                                                                          |                                   | ICM %                 | 100%     | 100%             |
| 11 | Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público participante dos cursos, oficinas e workshops (Eixo 5)            | Nº de pesquisas realizadas        | 1º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 2º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 3º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | 4º Trim               | 01       | 01               |
|    |                                                                                                                          |                                   | META ANUAL            | 04       | 04               |
|    |                                                                                                                          |                                   | ICM %                 | 100%     | 100%             |
| 12 |                                                                                                                          | <b>Indicativo de Resultados</b>   | <b>Previsão Anual</b> |          | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                          | Índice de satisfação (> ou = 80%) | META ANUAL            | >ou =80% | > 80%            |
|    |                                                                                                                          |                                   | ICM %                 | >ou =80% | > 80%            |

## 2. PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Para todos os setores da área técnica o ano de 2017 foi voltado para reflexão, análise e planejamento, afim de conceber e estruturar programas, projetos e atividades a serem desenvolvidos nos próximos quatro anos. Partindo do acervo se concebeu toda a proposta de atividades de pesquisa e extroversão futuras, que serão alimentadas pela produção científica interna, nas suas mais diversas disciplinas.

O desenvolvimento do planejamento e o diagnóstico para o Plano Museológico, incentivaram a revisão de diversos conceitos, fluxos, procedimentos, resultando em uma análise mais reflexiva sobre os setores técnicos, suas funções, demandas, anseios e possibilidades. Esse olhar focado para dentro da equipe gerou diversas discussões qualitativas que propiciou a quebra de paradigmas, e ampliou a visão sobre a abrangência do trabalho da equipe técnica e as diversas possibilidades quando desenvolvido em rede e com parcerias implementadas. O compartilhamento para a definição das ações, foi fundamental, pois incentivou o sentimento de pertencimento de toda a equipe e lançou sobre as tomadas de decisão uma visão multidisciplinar e mais abrangente.

Como já mencionado no programa de gestão os membros da área técnica dedicaram o 4º trimestre para finalizar as análises dos setores e testar e implantar recursos de medição das atividades e serviços prestados. Nesta primeira parte do diagnóstico, optou-se por direcioná-lo a área técnica na parte das análises, mas nas medições foram mapeadas questões sobre todo o serviço do museu, tendo como recurso as pesquisas de público espontâneo e escolar.

Os trabalhos de rotina seguem, sendo o grande destaque a implantação do Plano de Conservação desenvolvido nos primeiros semestres de 2017, e que norteará as ações de conservação dos acervos museológico, bibliográfico e arquivístico. Baseia-se na realidade atual, abrange soluções de curto e médio prazo, levando em conta as limitações existentes, no âmbito econômico, estrutural, geográfico. A equipe de conservação preventiva entende o edifício como patrimônio material e integrante dos acervos, as preocupações e o trabalho da equipe multidisciplinar (arquivista, bibliotecária e museóloga) teve como tarefa neste plano identificar as causas da degradação dos materiais que constituem os objetos do acervo, projetar e implantar soluções para eliminar estas causas quando isso é possível, ou diminuir seus impactos e monitorar e manter os diversos sistemas de proteção aos acervos.

No Diagnóstico do Estado de Conservação dos Acervos Museológico, Arquivístico e Bibliográfico do Museu, entregue no 2º Trimestre desse ano, foi apontado um problema em uma viga e infiltrações nos muros externos próximos situados nos fundos da parte térrea do edifício, onde está localizado o CPPR. Neste trimestre as obras de recuperação da viga e de minimização das infiltrações, assim como, nova pintura de todo o ambiente foram realizadas. Foi montada uma força tarefa pelo Setor de Conservação em parceria com o Setor de Infraestrutura, onde todo o acervo bibliográfico e arquivístico foi acondicionado corretamente e retirado do local durante a realização dos serviços supracitados. Após o término dos serviços todo o acervo retornou ao seu local de origem.

Na frente de documentação, além dos procedimentos de gestão de acervo implantados, o projeto de pesquisa com acervo que visa complementar as informações sobre acervo museológico, tem continuidade com o aprofundamento da pesquisa sob 06 peças do acervo – atendendo os temas 2 *Café e Comércio* e 4 *Café e Arte* – pesquisa essa que também resultou na produção do artigo *As telas de Benedicto Calixto localizadas no Museu do Café: pesquisa e documentação museológica*, artigo do grupo de documentação museológica que tem o objetivo de traçar os caminhos teóricos e metodológicos percorridos pelo artista Benedicto Calixto no momento da produção das telas *Fundação da Vila de Santos-1545; Porto de Santos em 1822 e Porto de Santos em 1922*, que estão localizadas no Museu do Café em Santos-SP. O artigo foi publicado, no mês de outubro de 2017, como *relato de experiência* na Revista Eletrônica *Ventilando Acervos*, do Museu Vítor Meirelles, vinculado ao IBRAM. A atualização no BDA da SEC de informações de 40 peças do acervo também foi realizada, mas se faz importante ressaltar que grande parte das informações coletadas no trabalho de pesquisa das peças não possuem campos compatíveis para registro no BDA atual, o que será solucionado apenas com a implantação da nova base In Patrimonium.

Também foi iniciado o trabalho de readequação da proposta inicial de classificação do acervo do Museu do Café partindo de novas leituras recentemente disponibilizadas pela *Coleção Gestão e Documentação de Acervos: Textos de Referência*. O trabalho inicial consiste na normalização da terminologia do acervo museológico e posteriormente se concentrará na relação entre os eixos temáticos e os acervos, compondo a base para a revisão da Política de Acervo.

O projeto *Memórias do Café Árabe*, parte do programa de história oral, continua em andamento para alimentar exposição temporária a ser realizada em 2018. Neste trimestre dois depoentes foram agendados a Sra. Muna Darweesh, imigrante síria que trabalha com culinária típica, o Sr. José Farhat, diretor de relações internacionais do ICarabe, que por questões pessoais solicitou a modificação da data de sua entrevista para começo de janeiro, sendo realizada.

Em apoio as atividades de extroversão e difusão, o núcleo de preservação, realizou em parceria com os setores de comunicação museológica, educativo e comunicação institucional diversas atividades. Dentre elas a realização de palestras (Curadoria e Preservação de Acervo Arquivístico), exposições itinerantes (*Café e Folclore Caipira e Conhecento Café*), acompanhamento de empréstimo de acervo e montagem fina para exposições temporárias (*Vai um café? Cafeteiras e Modos de Preparo*), geração de conteúdos para posts nas redes sociais (Ação sonhar o Mundo), e participação em seminários (XII Seminário Regional de Memória, Arquivo, Biblioteca e Museu do Litoral Paulista e Vale do Ribeira).

Maiores detalhamentos estão nos relatórios de metas e das Atividades do CPPR em anexo.

| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                   | METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS    |                     |    |           |
|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------|----|-----------|
| Nº                       | Ação                              | Indicativo de Produtos                             | Previsão Trimestral |    | Realizado |
| 13                       | Garantir e ampliar a pesquisa e a | Nª de projetos de pesquisa realizados com o acervo | 1º Trim             | 00 | 00        |
|                          |                                   |                                                    | 2º Trim             | 01 | 01        |

|    |                                                                                                                                       |                                                                                        |                            |      |                  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    | disponibilização dos acervos da instituição                                                                                           |                                                                                        | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 4º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 14 | Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição                                                         | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                        | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                       | Nº mínimo de peças dos acervos pesquisadas                                             | META ANUAL                 | 06   | 06               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 15 |                                                                                                                                       | Nº mínimo de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo                | META ANUAL                 | 40   | 40               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 16 |                                                                                                                                       | Nº mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites                               | META ANUAL                 | 02   | 02               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 17 | Estabelecer critérios e procedimentos adotados com base em normas internacionais para gestão dos acervos e nas diretrizes construídas | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                          | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                       | Nº de pré-projeto de vocabulário controlado para os acervos do Museu do Café realizado | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 2º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | ICM %                      | 100% | 100%             |
|    |                                                                                                                                       | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                        | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
| 18 | Nº mínimo de procedimentos de gestão de acervos desenvolvidos / implantados                                                           | META ANUAL                                                                             | 02                         | 02   |                  |
|    |                                                                                                                                       | ICM %                                                                                  | 100%                       | 100% |                  |
| 19 | Realizar projeto de História Oral                                                                                                     | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                          | <b>Previsão trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                       | Nº de projetos de história oral entregues                                              | 1º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 2º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 3º Trim                    | 01   | 00               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | 4º Trim                    | 00   | 01               |
|    |                                                                                                                                       |                                                                                        | META ANUAL                 | 02   | 02               |
|    | ICM %                                                                                                                                 | 100%                                                                                   | 100%                       |      |                  |
|    |                                                                                                                                       | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                        | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
| 20 | Nº mínimo de depoimentos coletados                                                                                                    | META ANUAL                                                                             | 05                         | 05   |                  |
|    |                                                                                                                                       | ICM %                                                                                  | 100%                       | 100% |                  |



**Justificativa:**

**Meta 19:** Segundo ofício UPPM nº 374/2017 está autorizada a modificação dessa meta para o 4º trimestre, pois este projeto de história oral será executado no ano de 2018, para alimentar uma exposição temporária em 2019.

### 3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

#### Programa de exposições

Dentro do programa de exposições 2017 foi um ano com muitos frutos, resultado do trabalho internalizado. Foram realizadas duas exposições temporárias com curadoria, projeto expográfico, planejamento e produção própria da equipe, assim como, diversas atividades educativas, e um projeto completo de exposição temporária para 2018, aprovado pela Lei de Incentivo Fiscal Federal – Lei Rouanet. O sistema de parcerias demonstrou ser eficiente e possibilita a apresentação da temática do Museu em suas mais diversas camadas, rendendo otimização e economicidade.

Em 30 de novembro ocorreu a abertura da exposição “Vai um café? Cafeteira e Modos de Preparo. ”, que apresenta uma diversidade de cafeteiras e maneiras de fazer a bebida, de métodos artesanais a mecânicos, explicando como eles surgiram e os princípios do seu funcionamento, priorizando os métodos que ainda permanecem em uso. A diversificação das formas de preparo do café acompanhou a expansão de seu consumo, conforme o consumo do café aumentava no mundo, e novas tecnologias eram descobertas, cientistas e outros aficionados por café passaram a dedicar esforços para aprimorar a extração da bebida. A curadoria apresenta como foco principal da exposição os objetos de preparo, e a partir deles os métodos serão apresentados, através da junção dos mesmos em módulos ligados ao sistema de preparo. O projeto expográfico foi pensando seguindo a linha curatorial, sendo os objetos os protagonistas do discurso, dispostos sobre uma linha (balcão) que contorna toda a sala tendo como suporte para compor infográficos explicando o sistema de cada método, textos, imagens e vídeos das formas de se fazer café. Ao longo dessa linha o visitante encontrará nichos (gavetas), com detalhes sobre as cafeteiras expostas. A expografia em conjunto com a comunicação visual foram concebidas para que o visitante se sinta em uma cafeteria retrô, o espaço também contou com projeto de sonorização, onde uma trilha sonora exclusiva foi preparada para a exposição com sons ligados aos métodos de preparo, cafeterias e músicas, trabalhando assim também o lado sensorial e afetivo do visitante, e auxiliando aos deficientes visuais na inserção ao tema da exposição. Toda o conteúdo da exposição foi disponibilizado também em inglês.



Inauguração da Exposição "Vai um café? Cafeteiras e Modos de Preparo. "

O setor educativo, contando com a parceria do setor de pesquisa, comunicação museológica e do Centro de Preparo de Café compôs estratégias da mediação para a nova exposição temporária, através de estudo do material de referência disponibilizado, dos projetos da exposição, e de discussões com os outros setores, foi concebida a estrutura base da mediação, e suas diferentes interfaces possíveis. Sendo uma delas o atendimento aos deficientes visuais, através do uso de objetos do acervo pedagógico ligados ao preparo de café.

A inauguração desse projeto ainda contou com duas estratégias de sensibilização e engajamento do quadro funcional perante as etapas coletivas de trabalho que consolidaram a exposição. A primeira, consistiu em uma reunião ampliada, organizada em forma de dinâmica, onde os representantes de cada setor do museu foram chamados a se colocar sobre os serviços que desenvolvem, e utilizando a ideia de trabalho em rede, entender a importância do seu trabalho dentro da realização de uma exposição, e a segunda foi o oferecimento de duas sessões de visitas mediadas para os funcionários.



Mediação para deficiente visual e colaboradores na exposição "Vai um café? Cafeteiras e Modos de Preparo."

Dentro do projeto de ampliação da autonomia de visitação de pessoas com deficiência aos espaços expositivos do museu, mais um patamar foi alcançado com o lançamento do material educativo voltado a atender aos deficientes visuais, para pessoas de baixa e nenhuma visão. Foi o fruto de trabalho em conjunto desenvolvido pelos setores do acervo museológico e setor educativo, com participação do setor de comunicação. O recurso desenvolvido é composto por 100 folders em braile e fontes ampliadas que contém uma série de informações sobre a história da antiga Bolsa de Café, do museu e informações acerca da exposição de longa duração "Café, Patrimônio Cultural do Brasil: Ciência, História e Arte", além de informações gerais sobre funcionamento e mapa de fluxo dos espaços. Também foram disponibilizados áudio-guias aparelhados em 5 pontos com informações descritivas e conceituais sobre o acervo mobiliário disposto no Salão do Pregão e o Vitral a *Epópeia dos Bandeirantes*, pertencentes ao acervo agregado do edifício do Museu do Café. Esse projeto terá continuidade em 2018 com a disponibilização do conteúdo em áudio sobre as telas *A Fundação da Vila de Santos - 1545*, *O Porto de Santos 1822 - Visto a Ilha Brás Cubas*, *Porto de Santos 1922 - Visto do Morro do Pacheco*, todas pintadas por Benedito Calixto.



Material educativo para deficientes visuais

O Museu do Café encerra suas atividades superando seus números de visitação mais uma vez, ultrapassando os 100.000 visitantes presenciais, e totalizando entre as diversas atividades intra e extramuros (hall de entrada, Bonde do Café, SISEM, atividades educativas e culturais) 349.580 visitantes.

## PROGRAMAÇÃO CULTURAL

- Relatório 4º trimestre

A programação do último trimestre do ano teve início com o Dia Internacional do Café, comemorado em 1º de outubro. A atividade gratuita promoveu um bate-papo, com o tema "Café, consumo e

empreendedorismo”, que trouxe especialistas e proprietários de renomadas cafeterias. A abertura e mediação foi do Diretor Técnico do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), Eduardo Heron. A barista, mestre em torra e proprietária do *Coffee Lab*, Isabela Raposeiras abordou o tema “Pontos importantes na hora de abrir uma cafeteria”, contando um pouco sobre seus 17 anos de atuação na área. Seguindo a programação, “Novas Formas de Consumo – Nitro *Brew* e *Cold Brew*” foi o tema da conversa com o fundador da Suplicy Cafés Especiais, Marco Suplicy, que, desde 2003, introduziu o conceito de café especial no País e trabalha com grãos 100% brasileiros.

Com o seu início em 1890, a Octavio Café participou do evento trazendo o barista Renan Dantas, que apresentou ao público as “Formas de Consumo de Café”. Outro importante assunto foi colocado em pauta pelo sócio do Santo Grão, Fernando Dourado, que apresentou o “Amor da equipe – como transmitir amor pelo que faz, resultando em uma boa experiência com café”. Complementando os convidados do bate-papo, a *coach* e proprietária do IL Barista Cafés Especiais e da Cafeteria do Museu, Gelma Franco, mostrou ao público a “A Terceira Onda do Café”, onde degustar vai além do simples ato de beber café. Ao final das apresentações, o público, que somou mais de 150 pessoas, pôde fazer perguntas sobre as temáticas que foram expostas durante o encontro.

Fechando a comemoração, os participantes puderam interagir, degustar e conhecer mais sobre o preparo da bebida com os especialistas das cafeterias em mesas sensoriais.



*Bate-papo pelo Dia Internacional do Café*

Muito esperado pela garotada, o Dia das Crianças foi celebrado no Museu do Café com seis atividades gratuitas voltadas para diferentes faixas etárias. No sábado (dia 7), o Núcleo Educativo promoveu uma contação de histórias para a criançada a partir de quatro anos. Já na terça-feira (10), uma oficina, em parceria com a Unimonte, ensinou o preparo de uma receita de *cookie* e como harmonizá-la com café e leite. Já no dia 12, as crianças puderam participar da oficina Minibarista, em que o barista do Centro de Preparação de Café mostra o preparo da bebida de forma didática e ainda é possível fazer desenhos com chocolate em pó ou em calda. No Salão do Pregão, um teatro contou, de forma lúdica, a história de uma mulher que trabalha nas fazendas de café e descobre os diferentes tipos de grãos e seus sabores.

No último dia da programação, sábado (14), os pequenos a partir de quatro anos e suas famílias puderam assistir a um teatro de fantoches promovido pelo Núcleo Educativo. Na sequência, o Salão do Pregão foi palco de uma apresentação de ballet e coral infantil do Projeto TAVMA - Oficina do Futuro, em parceria com o Grupo VOZES, do Sindicato dos Bancários de Santos e Região.



*Programação diversificada pelo Dia das Crianças*

No dia 28 de outubro ocorreu a palestra “Compondo paisagens sonoras”, com os produtores Guilherme Meduza e Bruno Bort. A dupla gravou sons urbanos cotidianos da cidade de Santos, dando origem ao CD Cães. Com o final deste trabalho, ambos realizaram um bate-papo gratuito sobre o processo de criação e produção do projeto.



*Palestra com Guilherme Meduza e Bruno Bort*

O Dia da Consciência Negra (20 de novembro) foi celebrado com canto, dança e arte. A programação teve início no dia 21, com uma Roda de Jongu, realizada pelo grupo Zabelê de Cultura Popular, na Cúpula do Museu. A apresentação preserva o formato tradicional dos jongsos, com banco de tambores, dança e cantos, que demonstram a trajetória desta tradição típica, a contribuição bantu na nossa cultura e o seu papel na comunicação e manutenção da memória deste povo.

O Núcleo Educativo ministrou a oficina “Reflexões sobre arte contemporânea afro-brasileira”, no dia 25. Baseada na vida e obra de artistas brasileiros negros, a atividade teve o objetivo de desenvolver uma reflexão acerca da produção das artes plásticas contemporâneas.



*Roda de Jongu realizada pelo Dia da Consciência Negra*

A ação extramuros deste trimestre ocorreu no dia 3 de dezembro. Com o objetivo de propagar ainda mais o conhecimento sobre o consumo de qualidade e métodos de preparo de café, a ação “Dica do Barista” foi

realizada no Bistrô Calixto, localizado aos fundos da Pinacoteca Benedicto Calixto. O público pôde aprender novos métodos de preparo da bebida, bem como degustar cafés de qualidade a partir da interação com um barista especialista no assunto.



*Dica do Barista na Pinacoteca Benedicto Calixto*

A celebração pela chegada do Natal começou nas primeiras semanas de dezembro. No dia 9, os visitantes puderam prestigiar a Banda Sinfônica de Cubatão, que se apresentou no Salão do Pregão. No repertório, canções brasileiras e natalinas embalaram o clima de fim de ano e encantaram o público durante o passeio. Ao todo, 55 músicos participaram da apresentação da banda, que existe há 40 anos.

O Centro de Preparação de Café, em parceria com a Unimonte, promoveu também um *workshop* de gastronomia e café, no dia 14. Os alunos da universidade ensinaram o passo a passo de uma receita de *Pain Perdu* Natalino, a rabanada francesa, e os baristas do Museu fizeram a harmonização do prato com o café ideal.



*Programação de Natal com apresentação musical e workshop de gastronomia e café*

O projeto Café com Música teve a primeira edição do terceiro trimestre no dia 07 de julho, com a apresentação do duo Theo Canello e Kika Willcox trazendo no repertório bossa nova, MPB e rock nacional. Já no dia 10 de novembro, o duo Mauricio Fernandes e Nei Rocha participaram do projeto com muito jazz, blues e bossa nova. Finalizando a programação do trimestre, foi a vez dos ritmos choro, samba e MPB com o Duo Choro de Bolso, no dia 01 de dezembro.

## **RELATÓRIO ANUAL**

Durante o ano de 2017, o Museu do Café contou com 29 programação culturais, participou com ampla grade de atividades do Festival Santos Café e realizou duas ações extramuros. O projeto "Café com Música" aconteceu uma vez por mês, levando diversos estilos musicais para os visitantes que frequentam a

Cafeteria do Museu. Outra programação regular são as atividades de férias do Museu do Café, bastante aguardadas pelo público da cidade. O *Espaço Café com Leite* funcionou nos meses de janeiro e julho com uma novidade: o Cafezalzinho. Com a nova atração, a criançada pôde conhecer o dia a dia de uma fazenda de forma lúdica. Os monitores ensinaram sobre a rotina de uma plantação de café, passando pelos processos de cultivo, colheita, secagem, torra e moagem dos grãos, bem como o preparo da bebida. Pescaria, cavalos de pau e de balanço e animais confeccionados em feltro tornaram a brincadeira ainda mais divertida. Complementando a programação de férias, as crianças puderam participar de uma série de atividades educativas, oficina de minibarista, contação de histórias, visitação especial, entre outros.



*Programação de férias*

A programação do ano contou também com quatro oficinas/workshops. Em fevereiro, foi realizado o *workshop* "Reflexões sobre expografia". Ministrado pelo arquiteto e especialista em museologia Renato Baldin, o curso abordou temas como comunicação museológica, exposição e expografia. No mês de abril, foi a vez da palestra "Pesquisando Documentos de Família", que teve como objetivo promover uma conversa sobre como pesquisar da melhor maneira a documentação da antiga Hospedaria de Imigrantes. A proposta da oficina foi ajudar famílias a encontrarem informações sobre parentes no acervo digital do Museu da Imigração. Em agosto, foi realizado o "Workshop Sensorial - Cafés Especiais". A atividade, ministrada por Leonardo Jun Kuwahata, discorreu sobre a história do café no Brasil, apresentando um panorama atual sobre cafés especiais. Na parte prática, os participantes tiveram uma demonstração sensorial dos cafés, através de diferentes sensações e sabores. Finalizando a grade de oficinas/workshops, no mês de outubro, foi oferecida a palestra "Compondo paisagens sonoras", conforme mencionado acima, no relatório do quarto trimestre.



*Oficinas e Workshops que ocorreram em 2017*

Como destaque da programação, podemos citar o aniversário de 19 anos do Museu, comemorado no dia 12



de março. As atividades começaram no dia 11, com uma ação de *coffee bike*, que proporcionou uma degustação de cafés no bairro do Gonzaga. O público que estava passeando pelo bairro (um dos mais movimentados da cidade aos finais de semana) foi convidado a visitar o Museu no dia seguinte, para participar da comemoração. Já no dia 12 (domingo), a visita foi gratuita durante todo o horário de funcionamento. A partir das 14h, os visitantes puderam participar de uma degustação de *drinks* gelados com café elaborados pelo barista do Museu, Hallysson Ramos. Completando a programação, a Cafeteria do Museu foi o cenário de uma instalação fotográfica, lembrando momentos importantes desses 19 anos de trajetória, que ficou em exposição até o dia 31 de março.



*Programação Aniversário do Museu do Café*

Outra importante data comemorada é o Dia Nacional do Café, em 24 de maio. Como forma de celebrar, o Museu do Café preparou uma programação especial. Na Cafeteria do Museu, o público pôde participar de uma harmonização de café com diversos doces regionais. Em um espaço montado para a atividade, o barista Hallysson Ramos apresentou o tipo de grão que mais combina com os sabores tradicionais do nosso país. No mesmo dia, o Salão do Pregão foi palco de um concerto com Maranata Coral e Orquestra e Camerata Santista.



*Comemoração Dia Nacional do Café*

Já no mês de julho, o Museu do Café participou da terceira edição do Festival Santos Café, realizado pela Prefeitura de Santos. Além da inauguração da exposição "Sin café no hay mañana" (7), que integrou o evento, a abertura oficial do festival também foi realizada no Museu, que estendeu sua visita até às 21h. Compoendo a programação do Festival Santos Café, o MC manteve a gratuidade no sábado (8) e domingo (9). A visita noturna, aconteceu também no sábado. No final de semana, o público pôde participar de visitas com degustação de café *gourmet* no Centro de Preparação de Café às 10h30, 12h, 15h e 17h. Em ambos os dias, o *Espaço Café com Leite* promoveu a diversão e aprendizado para as crianças. Já às 15h, as

famílias conheceram a história do café por meio de roteiros lúdicos pelo Centro Histórico de Santos, com personagens caracterizados. A “Dica do Barista”, ensinou aos amantes da bebida como preparar um bom café em casa e foi realizada no espaço da Cafeteria do Museu. Os 50 primeiros visitantes que apresentaram o ingresso do Museu do Café na Cafeteria puderam degustar também uma dose de *shake* de sorvete de café (a ação ocorreu na sexta-feira, no sábado e no domingo). Completando a programação de domingo (9), a especialista Nina Rodrigues ministrou o Curso de Preparação de Drinks com Café.



*Festival Santos Café*

Este ano foi comemorado os 95 anos do edifício da Bolsa Oficial de Café. O Museu do Café promoveu o “Atelier Paulo von Poser”, com participação do artista plástico, ressaltando a arte e a arquitetura da construção. No dia 7 de setembro, a programação gratuita começou com uma visita especial guiada pelo artista, que abordou detalhes arquitetônicos do palácio da Bolsa. Durante o percurso, os participantes puderam fazer registros, anotações e se aprofundar no universo da arquitetura, aprendendo curiosidades e informações sobre o prédio.

Completando a comemoração, o público pôde conhecer e participar de um *Atelier* Coletivo para realizar intervenções artísticas com técnicas e materiais variados, em ilustrações produzidas por Paulo von Poser. Os participantes usaram a criatividade ao colorir e puderam levar para casa um desenho do artista com a sua própria interpretação.



*95 anos da Bolsa Oficial de Café*

Ainda durante o ano aconteceram as seguintes programações: aniversário de Santos, com a apresentação da Camerata Jovem Santista e o lançamento do livro “Café, ferrovia e porto”; Semana Nacional de Museus, que contou com projeção de imagens e uma palestra; ação extramuros no *Coffee Dinner* e na Pinacoteca Benedicto Calixto; 11ª edição da Primavera dos Museus, que trouxe atividades educativas, mesa redonda e oficina de fotografia, Dia Internacional do Café, com palestras e mesa sensorial; Dia das Crianças, que

ofereceu contação de histórias, oficina, teatro de fantoches e apresentação de ballet; Dia da Consciência Negra, com apresentação musical e oficina e Programação de Natal, com a apresentação da Banda Sinfônica de Cubatão e *workshop* de culinária.

| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                                                                                                                                       | METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS                       |                                              |            |           |         |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------|-----------|---------|
| No.                      | Ação                                                                                                                                                  | Indicativo de Produtos                                                | Previsão Trimestral                          |            | Realizado |         |
| 21                       |                                                                                                                                                       | Nº de exposição temporária realizadas a partir do acervo              | 1º Trim                                      | 00         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 2º Trim                                      | 01         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 3º Trim                                      | 00         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 4º Trim                                      | 00         | 01        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | META ANUAL                                   | 01         | 01        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | ICM %                                        | 100%       | 100%      |         |
| 22                       | Realizar programação cultural e de exposições temporárias desenvolvidas e executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural - 2017 | Nº de exposição temporária realizadas a partir de acervo de terceiros | 1º Trim                                      | 00         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 2º Trim                                      | 00         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 3º Trim                                      | 00         | 01        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 4º Trim                                      | 01         | 00        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | META ANUAL                                   | 01         | 01        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | ICM %                                        | 100%       | 100%      |         |
| 23                       |                                                                                                                                                       | Nº de eventos realizados                                              | 1º Trim                                      | 07         | 07        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 2º Trim                                      | 07         | 07        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 3º Trim                                      | 07         | 07        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | 4º Trim                                      | 07         | 08        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | META ANUAL                                   | 28         | 29        |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | ICM %                                        | 100%       | 103%      |         |
| 24                       |                                                                                                                                                       | Indicativo de Resultados                                              | Previsão Anual                               |            | Realizado |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | Nº mínimo de visitantes presenciais no Museu | META ANUAL | 80.000    | 103.914 |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       |                                              | ICM %      | 100%      | 100%    |
| 25                       |                                                                                                                                                       | Nº mínimo de visitantes presenciais na Cafeteria do Museu             | META ANUAL                                   | 130.000    | 240.733   |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       |                                              | ICM%       | 100%      | 100%    |
| 26                       | Participar do Festival Santos Café com ampla programação                                                                                              | Indicativo de Produtos                                                | Previsão trimestral                          |            | Realizado |         |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       | Nº de programação realizada                  | 1º Trim    | 00        | 00      |
|                          |                                                                                                                                                       |                                                                       |                                              | 2º Trim    | 00        | 00      |

|    |                                                      |                              |                            |      |                  |
|----|------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    |                                                      |                              | 3º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                      |                              | 4º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                      |                              | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                      |                              | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 27 | Realizar ações extramuros e parcerias institucionais | <b>Indicativo de Produto</b> | <b>Previsão trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                      | Nº de ações realizadas       | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                      |                              | 2º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                      |                              | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                      |                              | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                      |                              | META ANUAL                 | 02   | 02               |
|    |                                                      |                              | ICM %                      | 100% | 100%             |

#### Justificativas:

**Metas 21 e 22:** Foi solicitado, através do ofício CDE 017/2017 o remanejamento das metas 21 e 22. A meta 21 – realizar exposição temporária com acervo próprio – seria remanejada para o 4º trimestre e a meta 22 - realizar exposição temporária com acervo de terceiros – seria antecipada para o 3º trimestre. Tal solicitação se justifica pelo fato de a exposição ser realizada em parceria com a fotógrafa Letícia Freire e a sua abertura prevista como parte integrante da Programação do Festival Santos Café, ação da Prefeitura Municipal de Santos em parceria com o Museu do Café. O remanejamento das metas foi autorizado através do ofício UPPM 159/2017. Também segundo o ofício UPPM 374/2017 autorizou a mudança do tema da exposição para “Vai um Café? Cafeterias e Modos de Preparo”, substituindo “Café Árabe”, pois entendeu o potencial da segunda para captação via lei Rouanet, sendo que o projeto já foi aprovado para captação em dezembro de 2017.

#### Notas Explicativas:

**Metas 24 e 25:** Os números de visitação apurados refletem as estratégias e ações do setor de Comunicação Institucional e Educativo. A superação das metas não acarretou em despesas adicionais ao Contrato de Gestão ou comprometeu qualquer outra ação prevista em Plano de Trabalho.

#### 4. PROGRAMA EDUCATIVO

O presente relatório aponta informações acerca do trabalho desenvolvido pelo Setor Educativo no 4º trimestre e de forma global apresenta os destaques das realizações do referido programa, durante o ciclo anual de 2017. Dessa forma, pretende-se aludir sobre um panorama de ênfases qualitativas e quantitativas de atendimento realizados por meio dos programas, projetos e ações, externando não só o efetivo quadro situacional de superação das metas, mas também a importância dos processos coletivos internos de estruturação conceitual e metodológica das práticas educativas que vem favorecendo a ampliação de público. Aliado a isso, observa-se também as estratégias de formação continuada, que contribuíram para a fundamentação e alcance dos objetivos educacionais do Museu do Café.

Como resultado da expressiva proposição de ações educativas relativas às programações articuladas pela Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, para o desenvolvimento de conteúdos de combate às diversas formas de preconceitos, de promoção à acessibilidade e de reconhecimento e valorização dos direitos humanos, a equipe educativa elaborou e consolidou a participação nas propostas em favor do Dia da Consciência Negra, da Virada Inclusiva e da Ação Sonhar o Mundo. Para tais causas foram organizadas uma série de ações educativas destinadas em maior predominância aos públicos específicos, dos quais já se estabelecera parcerias.

Um importante pleito defendido foi a elaboração e aquisição de material acessível para o público com deficiência visual e a disponibilização da tradutora Tainá Guimarães Rodrigues para visitas mediadas em libras, durante a programação da Virada Inclusiva. A efetividade dessa programação se deu diante do trabalho colaborativo, entre as equipes do Setor de Acervo Museológico, que disponibilizou os conteúdos descritivos dos acervos e Setor Educativo, que desenvolveu em conjunto com a coordenação técnica as estratégias de ação educativa, a elaboração do material e os procedimentos de contratação de serviços para realização de *folders* em braile e fontes ampliadas e *pentops* para disponibilização de áudio-guias.

Cabe ainda ressaltar que os processos educativos do 4º trimestre demandaram de sua equipe a organização de um cronograma de estudos substancial e intenso, o que corroborou para a fundamentação da gama diversa de ações educativas propostas. Em paralelo a esse contexto se deu também a participação em formações externas e ampla presença nas reuniões Comitê Educativo, articulado pela Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico - UPPM, como exemplo as capacitações voltadas à Ação Sonhar o Mundo.

A acentuada produção educativa desse trimestre, reflete o engajamento suscitado pela equipe de profissionais do Setor Educativo, para com a oferta de um programa que tão somente realize a extroversão dos conteúdos das exposições, mas que esteja fortemente engajado com os princípios sociais, aos quais vem se dimensionando a museologia contemporânea. De forma a potencializar, por meio de práticas educativas que foram estruturadas desde o seu planejamento até a observação analítica de seus produtos, o desenvolvimento de uma relação significativa entre o museu e seus públicos, os resultados numéricos revelam também a dimensão a que se propaga as perspectivas

pedagógicas do Museu do Café, realinhadas ao longo desse ciclo.

Os programas de destaque em números de atendimentos foram os voltados aos públicos escolar, terceira idade e em situação de vulnerabilidade social (Semeando, Vovôs do Café e Identidades). Esses se consolidaram enquanto programas de efetivo interesse das instituições que assistem a demanda pedagógica desses públicos. Sendo os mais representativos parceiros desses programas a Secretaria de Educação de Santos, ONG Oficinas do Futuro, Escolas Técnicas do Estado de São Paulo (região) e Centros de Convivências voltados aos idosos (Santos e Praia Grande). Os demais programas, apesar de revelarem indicativos em menores volumes, estabeleceram a mesma garantia e eficiência de atendimento, realizando ações educativas para antigas e novas relações de parcerias. De maneira geral os programas buscaram respaldar suas práticas em bases teóricas, de forma orientar os objetivos pedagógicos e percepções sobre as especificidades dos públicos atendidos, assim como fortalecer a leitura sobre as dinâmicas que melhores se adequam a cada perfil de grupo.

Uma relevante observação que contempla os programas voltados ao público idoso e escolar foi a implementação de uma nova proposta de ação educativa, a emblemática ação "Biblioteca Humana", realizada para a 11ª Primavera dos Museus. Nela foi destacada a importância da valorização da memória como eixo articulador. Em um diálogo intergeracional, idosos realizaram nessa ação, o papel de livro e contaram suas histórias de infância para alunos da rede municipal de Santos. Por meio de depoimentos realizados após a atividade, percebeu-se que o momento foi significativo para ambos os grupos.

Além da execução das ações, a equipe se debruçou sobre os processos de pré-produção e pós-produção, que são decorrentes da necessidade de garantir uma prática educativa de qualidade. Para isso, no decurso desse ciclo foram reformulados os modelos e as formas de aplicação das pesquisas voltadas aos públicos espontâneo e escolar, a fim de promover uma melhor leitura acerca dos indicativos que orientam as possíveis manutenções das diretrizes do programa educativo. Apoiadas em referenciais como os apresentados pela UPPM (para pesquisa de público escolar), pelo Observatório de Museus e Centros Culturais - OMCC e pelo Sistema de coleta de dados de público do Programa Ibermuseus (para pesquisa de público espontâneo), as pesquisas também comporão, junto aos procedimentos de análise da visão interna acerca do trabalho desenvolvido pela Área Técnica, o diagnóstico preliminar para elaboração do plano museológico da instituição.

Da mesma forma compôs-se a elaboração do plano educativo para o próximo ano. A partir do levantamento do referencial teórico estruturou-se uma série de discussões entre a equipe educativa, para a construção do documento. Tal proposição foi oportuna também para consubstanciar as orientações político-pedagógicas do setor em relação às concepções ligadas a educação não formal em espaços museológicos, assim como para avançar nos estudos sobre bases metodológicas relativas à educação patrimonial, arte-educação e mediação, além de contribuir para elencar os conceitos que nortearão os programas educativos em 2018.

Embora seja feito o acompanhamento sistemático dos processos educativos, através do qual se mantem

regularidade da observação sobre a expressividade numérica dos resultados que vem se alcançando, o que se verifica como consequência do trabalho desempenhado em 2017 é uma superação de metas pautada no engajamento contínuo da equipe que se busca manifestar em apuramentos quantitativos e qualitativos. Dessa forma, o exercício cotidiano esteve em avançar nos procedimentos a fim de garantir a eficiência do trabalho educativo acerca do patrimônio ao qual se dedica a preservar e valorizar. A visibilidade desse exercício veio se demonstrando através interesse dos públicos em realizar visitas mediadas associadas às ações educativas. Sendo essa também resultado da contínua sistematização e ampliação das estratégias e dos recursos de mediação, assim como decorreu do fortalecimento das relações de parcerias internas e externas.

Dando sequência às ações educativas e de formação, durante o ano de 2017, o Centro de Preparação de Café seguiu como um dos setores mais estratégicos do Museu do Café. Responsável por dar suporte ao núcleo Educativo no atendimento a públicos-alvo, à programação cultural em atividades pontuais, para além de dar conta de sua agenda regular de cursos e workshops na área de formação, o CPC ainda é fundamental para as estratégias de captação do Museu do Café, sendo responsável neste exercício por 8% de toda a arrecadação do Museu do Café no período.

Apenas na frente de formação, com sua agenda regular de atividades, o Centro de Preparação de Café do Museu do Café realizou, em 2017, doze edições da Semana de Formação de Barista, composta pelo Curso Básico de Barista (que formou 134 alunos), o módulo "Imersão", realizado no Nespresso Expertise Center (65 alunos participantes) e o módulo avançado – Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito –, com a participação de 99 alunos no total.

Além disso, o CPC ainda promoveu 20 cursos de curta duração, incluindo edições do "Dica do Barista" – realizado por equipe própria –, atividades realizadas pelas parceiras Nespresso e Unimonte na sede do Museu do Café, além de edições do curso "Drinks com Café", único curso pago entre aqueles de curta duração. No total, 211 participantes se beneficiaram dos cursos de curta duração em 2017.

Para além de consolidar a agenda anual do CPC, permitindo o planejamento dos alunos nas matrículas ao longo do ano, em 2017 o CPC disponibilizou nova opção para os interessados em se aprofundar no universo do café. A primeira edição do Curso de Torra foi realizada em novembro e contou com a participação de 11 alunos. Para 2018, serão realizadas novas edições do curso que tem potencial para se tornar um dos mais procurados da grade do CPC.

O CPC também foi protagonista em ações de programação cultural, realizando atividades durante a celebração do Dia Internacional do Café, comemorado em 1º de outubro. Para celebrar o dia das crianças, foi oferecida a oficina Minibarista, em que o barista do apresentou para as crianças o preparo do café e mostrou que ainda é possível fazer desenhos com chocolate em pó ou em calda. Finalizando a participação do CPC na Programação Cultural, em dezembro, a ação "Dica do Barista" foi realizada no Bistrô Calixto, localizado aos fundos da Pinacoteca Benedicto Calixto.

**AÇÕES A SEREM REALIZADAS**

**METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS**

| Nº | Ação                                                                                    | Indicativo de Produtos                                                                                                                                                                                  | Previsão Trimestral                                       |            | Realizado        |      |      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------|------------------|------|------|
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         |                                                           |            |                  |      |      |
| 28 |                                                                                         | Nº de ações realizadas para públicos escolares:<br>(Um dia de Calixto, Oficina de Vitral, Latte Art, Minibarista, Extramuros, Amostragem de café, Caça Detalhes, Peneira do Saber, Quiz Café, Re-Re-Co) | 1º Trim                                                   | 00         | 01               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 2º Trim                                                   | 02         | 10               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 3º Trim                                                   | 02         | 08               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 4º Trim                                                   | 02         | 12               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | META ANUAL                                                | 06         | 31               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | ICM %                                                     | 100%       | 517 %            |      |      |
| 29 |                                                                                         | Nº de projetos realizados para públicos escolares:<br>(Educafé, Detetives da história, Ateliê Calixto, Contação, Lugares da memória)                                                                    | 1º Trim                                                   | 00         | 01               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 2º Trim                                                   | 02         | 02               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 3º Trim                                                   | 02         | 02               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 4º Trim                                                   | 02         | 06               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | META ANUAL                                                | 06         | 11               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | ICM %                                                     | 100%       | 183,33%          |      |      |
| 30 | Desenvolver ações, programas e projetos para público escolar (professores e estudantes) | Nº de ações realizadas em programas para públicos escolares:<br>(Semeando, Blend)                                                                                                                       | 1º Trim                                                   | 00         | 01               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 2º Trim                                                   | 01         | 01               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 3º Trim                                                   | 01         | 02               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | 4º Trim                                                   | 01         | 02               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | META ANUAL                                                | 03         | 06               |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | ICM %                                                     | 100%       | 200%             |      |      |
| 31 |                                                                                         | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                                                                                                                                         | <b>Previsão Anual</b>                                     |            | <b>Realizado</b> |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | Nº mínimo de público escolar atendido em ações educativas | META ANUAL |                  | 150  | 737  |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         |                                                           | ICM %      |                  | 100% | 100% |
| 32 |                                                                                         | Nº mínimo de público escolar atendido em projetos educativos                                                                                                                                            | META ANUAL                                                | 150        | 737              |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | ICM %                                                     | 100%       | 100%             |      |      |
| 33 |                                                                                         | Nº mínimo de público escolar atendido em programas                                                                                                                                                      | META ANUAL                                                | 150        | 737              |      |      |
|    |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                         | ICM %                                                     | 100%       | 100%             |      |      |



|    |                                                                                                                                                                                                                       | educativos                                                                                                                                                                                                                      |                            |        |                  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------|------------------|
| 34 | Oferecer visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)                                                                             | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                                                                                                                                                                 | <b>Previsão Anual</b>      |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                                                                       | Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas                                                                                                                                                                         | META ANUAL                 | 14.400 | 19.534           |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 35 |                                                                                                                                                                                                                       | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>Previsão Trimestral</b> |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                                                                       | Nº de ações realizadas para públicos específicos:<br>(Um dia de Calixto, Oficina de Vitral, Latte Art, Peneira do saber, Amostragem de café, Caça detalhes, Peneira do saber, Re-Re-Co, Visita curiosa, Bingo, Roteiro do café) | 1º Trim                    | 05     | 10               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 2º Trim                    | 07     | 19               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 3º Trim                    | 05     | 17               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 4º Trim                    | 07     | 21               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | META ANUAL                 | 24     | 67               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | ICM %                      | 100%   | 279%             |
| 36 | Desenvolver ações / programas / projetos para públicos específicos:<br>Idosos<br>Pessoas em situação de vulnerabilidade social<br>Deficientes<br>Funcionários<br>Guias de turismo<br>Agentes culturais<br>Espontâneos | Nº de ações em projetos realizados para públicos específicos:<br>(Guia Amigo do Café, Agentes culturais, Extramuros, Ateliê Calixto, Cine Café, Sabor especial, Sentidos do Café)                                               | 1º Trim                    | 05     | 05               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 2º Trim                    | 07     | 10               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 3º Trim                    | 05     | 12               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 4º Trim                    | 07     | 16               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | META ANUAL                 | 24     | 43               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | ICM %                      | 100%   | 179%             |
| 37 |                                                                                                                                                                                                                       | Nº de ações em programas realizados para públicos específicos:<br>(NIS, Blend, Identidades, Vovôs do Café, SER)                                                                                                                 | 1º Trim                    | 04     | 06               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 2º Trim                    | 05     | 05               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 3º Trim                    | 04     | 05               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | 4º Trim                    | 05     | 05               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | META ANUAL                 | 18     | 21               |
|    |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                 | ICM %                      | 100%   | 117%             |
| 38 |                                                                                                                                                                                                                       | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                                                                                                                                                                 | <b>Previsão Anual</b>      |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                                                                       | Nº mínimo de públicos                                                                                                                                                                                                           | META ANUAL                 | 1.010  | 4.117            |

|    |                                                                                                                                         |                                                                     |                            |      |                  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    |                                                                                                                                         | específicos atendidos em ações educativas                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 39 | Desenvolver ações / programas / projetos para públicos específicos: Idosos, Pessoas em situação de vulnerabilidade social , Deficientes | <b>Indicativo de Resultados</b>                                     | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                         | Nº mínimo de públicos específicos atendidos em projetos educativos  | META ANUAL                 | 400  | 1229             |
| 40 | Funcionários, Guias de turismo<br>Agentes culturais, Espontâneos                                                                        | Nº mínimo de públicos específicos atendidos em programas educativos | ICM %                      | 100% | 100%             |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | META ANUAL                 | 400  | 1229             |
| 41 |                                                                                                                                         | Nº de ações realizadas para famílias                                | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 1º Trim                    | 03   | 04               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 2º Trim                    | 03   | 04               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 3º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 4º Trim                    | 03   | 04               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | META ANUAL                 | 12   | 15               |
| 42 | Realizar ações/ programas/ projetos para famílias                                                                                       | Nº de projetos realizados para famílias                             | ICM %                      | 100% | 125%             |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 1º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 2º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 3º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | META ANUAL                 | 04   | 04               |
| 43 |                                                                                                                                         | Nº mínimo de público atendido nas ações para famílias               | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | META ANUAL                 | 120  | 135              |
| 44 |                                                                                                                                         | Nº mínimo de público                                                | ICM %                      | 100% | 100%             |
|    |                                                                                                                                         |                                                                     | META ANUAL                 | 120  | 135              |

|    |                                                                                                                                                                      |                                         |                            |         |                  |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|---------|------------------|
|    |                                                                                                                                                                      | atendido nos projetos para famílias     | ICM %                      | 100%    | 100%             |
| 45 | Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC <sup>1</sup> (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação | <b>Indicativo de Produtos</b>           | <b>Previsão Trimestral</b> |         | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                      | Nº de relatórios entregues              | 1º Trim                    | 00      | 00               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 2º Trim                    | 01      | 01               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 3º Trim                    | 00      | 00               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 4º Trim                    | 01      | 01               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | META ANUAL                 | 02      | 02               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | ICM %                      | 100%    | 100%             |
| 46 |                                                                                                                                                                      | <b>Indicativo de Resultados</b>         | <b>Previsão Anual</b>      |         | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                      | Índice de satisfação (= ou > 80%)       | META ANUAL                 | =ou>80% | >80%             |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | ICM %                      | =ou>80% | >80%             |
| 47 | Realizar Curso Básico de Barista                                                                                                                                     | <b>Indicativo de Produto</b>            | <b>Previsão Trimestral</b> |         | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                      | Nº de cursos realizados                 | 1º Trim                    | 03      | 03               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 2º Trim                    | 03      | 03               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 3º Trim                    | 03      | 03               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 4º Trim                    | 03      | 03               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | META ANUAL                 | 12      | 12               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | ICM %                      | 100%    | 100%             |
| 48 |                                                                                                                                                                      | <b>Indicativo de Resultados</b>         | <b>Previsão Anual</b>      |         | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                      | Nº mínimo de baristas formados          | META ANUAL                 | 72      | 134              |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | ICM %                      | 100%    | 100%             |
| 49 | Realizar módulo complementar ao Curso de Barista                                                                                                                     | <b>Indicativo de Produto</b>            | <b>Previsão Trimestral</b> |         | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                      | Nº de módulos complementares realizados | 1º Trim                    | 03      | 03               |
|    |                                                                                                                                                                      |                                         | 2º Trim                    | 03      | 03               |

<sup>1</sup> Para os museus que adotam o Modelo SEC como pesquisa padrão para público escolar, a pesquisa poderá ser aplicada ao longo de todo o ano.

|    |                                                                                                 |                                           |                            |      |                  |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    |                                                                                                 |                                           | 3º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | 4º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | META ANUAL                 | 12   | 12               |
|    |                                                                                                 |                                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 50 |                                                                                                 | <b>Indicativo de Resultados</b>           | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                 | Nº mínimo de alunos formados              | META ANUAL                 | 36   | 65               |
|    |                                                                                                 |                                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 51 | Realizar módulo avançado de Barista (Novos métodos, Latte Art, Harmonização, Espresso perfeito) | <b>Indicativo de Produtos</b>             | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                 | Nº de módulos avançados realizados        | 1º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | 2º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | 3º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | 4º Trim                    | 03   | 03               |
|    |                                                                                                 |                                           | META ANUAL                 | 12   | 12               |
|    |                                                                                                 |                                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 52 |                                                                                                 | <b>Indicativo de Resultados</b>           | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                 | Nº mínimo de alunos formados              | META ANUAL                 | 48   | 99               |
|    |                                                                                                 |                                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 53 | Implantar Curso de Torra                                                                        | <b>Indicativo de Produtos</b>             | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                 | Curso implantado e edição teste realizada | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                 |                                           | 2º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                 |                                           | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                 |                                           | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                 |                                           | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                                                                 |                                           | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 54 | Realizar cursos de curta duração para leigos (equipe própria e                                  | <b>Indicativo de Produtos</b>             | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                 | Nº de cursos realizados                   | 1º Trim                    | 04   | 04               |

|    |            |                                 |                       |      |                  |
|----|------------|---------------------------------|-----------------------|------|------------------|
|    | parceiros) |                                 | 2º Trim               | 04   | 06               |
|    |            |                                 | 3º Trim               | 04   | 06               |
|    |            |                                 | 4º Trim               | 04   | 04               |
|    |            |                                 | META ANUAL            | 16   | 20               |
|    |            |                                 | ICM %                 | 100% | 125%             |
| 55 |            | <b>Indicativo de Resultados</b> | <b>Previsão Anual</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |            | Nº mínimo de participantes      | META ANUAL            | 96   | 211              |
|    |            |                                 | ICM %                 | 100% | 100%             |

**Justificativa:**

**Metas 28, 29 e 30:** A superação do número mínimo previsto, deve-se ao trabalho de cooptação para parcerias desenvolvido pelo setor educativo, junto instituições privadas, escolas técnicas, e a continuidade de parceria acordada com a SEDUC/Santos. A superação das metas não onerou o orçamento proposto.

**Metas 35, 36 e 37:** Ocorreu uma superação das meta e números anuais como consequência do trabalho de atendimento continuado a instituições parceiras que atendem públicos alvo. Neste trimestre houve uma reincidência maior de grupos que já haviam participados de algumas atividades, e a alternativa foi ampliar a oferta e variar atividades para um melhor atendimento, visando a fidelização de público. A ampliação da oferta de atividades não comprometeu o orçamento previsto.

**Meta 41:** Devido a necessidade de cooptação de público e afim de atender as necessidades diversas dos visitantes optou-se como estratégia ampliar a alternativa de oferta e variação das atividades. A ampliação não onerou o orçamento.

**Meta 54:** Novamente aproveitando a grande procura por cursos de curta duração, o Museu do Café realizou duas edições extras, no 2º e 3º trimestres, da atividade "Dica do Barista". A oferta das atividades extras, contudo, não impacta em custos adicionais ao Contrato de Gestão, visto que as atividades extras são realizadas com equipe própria e com insumos já disponíveis, não comprometendo a realização de quaisquer outras ações pactuadas.

### **Notas Explicativas:**

**Metas 31, 32, 33 e 34:** A superação dos números mínimos previsto para as metas anuais, se deve ao trabalho de cooptação para parcerias desenvolvido pelo setor educativo, junto instituições privadas, escolas técnicas, e a continuidade de parceria acordada com a SEDUC/Santos. A superação das metas não onerou significante o orçamento proposto e não comprometeu qualquer outra ação prevista em Plano de Trabalho.

**Metas 38, 39 e 40:** Como resultado do sistema de parcerias e das ações de fidelização o setor educativo alcançou a superação das metas anuais de público sem comprometer o orçamento.

**Metas 48, 50, e 52:** Dada a grande procura pela Semana de Formação de Baristas – composta pelo curso básico, módulo complementar “Imersão” e módulo avançado – o Museu do Café excepcionalmente flexibilizou o número de alunos por turma, geralmente fixado em dez. Tal medida teve como intenção permitir o acesso do público às atividades de interesse, principalmente considerando a proximidade do fim do ano e a pouca disponibilidade de datas ainda em aberto para inscrições nas turmas mensais. Isso fez com que o número de alunos atendidos previsto no plano de trabalho fosse significativamente superado, contudo as atividades foram realizadas por equipe própria do museu, com insumos já disponíveis, não acarretando despesas adicionais ao Contrato de Gestão ou comprometendo qualquer outra ação prevista em Plano de Trabalho.

**Meta 55:** O sucesso de público dos cursos de curta duração pode ser identificado no acompanhamento da meta 55, com a superação de 65% do público anual estimado para esse tipo de atividade. Tal resultado é fruto da qualidade dos cursos oferecidos, da grande demanda por conhecimento nos diversos aspectos da cadeia do café, da relevância das empresas parceiras (Nespresso e Unimonte) e do forte trabalho de divulgação da agenda do CPC. O sucesso das atividades, contudo, não impacta em custos adicionais ao Contrato de Gestão, visto que as atividades extras são realizadas com equipe própria e com insumos já disponíveis, não comprometendo a realização de quaisquer outras ações pactuadas.

## 5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

Neste ano a cooperação entre o Museu do Café e o Sistema Estadual de Museus continuou estratégica para os seus pressupostos de preservação e comunicação. O fortalecimento das parcerias entre a equipe do Museu do Café, corpo técnico do SISEM, e diversas representações regionais, potencializaram as ações de desenvolvidas.

Em continuidade ao trabalho de fortalecimento de redes externas e do trabalho multidisciplinar colaborativo desenvolvido internamente o Museu do Café atendeu as metas propostas, ampliou sua abrangência territorial de atuação e alcançou número significativos de atendimento.

Dentro das parcerias é importante destacar a realizada com a representação regional do SISEM/SP em Franca que completou três anos e impulsionou o trânsito de diversas exposições do Museu do Café pela região e a todo ano são atendidos novos municípios. A participação dos encontros do Grupo Orla Cultural e das atividades conjuntas também tem proporcionando maior contato com os equipamentos culturais da região, o que, ampliou a possibilidade de atividades.

A manutenção da estratégia de realizar ações conjuntas de difusão e formação, com exposições adaptáveis a diversos espaços e modelo de expografia facilitador para itinerância, demonstrou ser acertada e alcançou os objetivos de atendimento a diversos municípios, nos mais diversos equipamentos culturais, e com maior número de visitantes, democratizando o acesso e diversificando o perfil atendido. Também se ressalta que a economicidade foi considerada pois assim se otimizam recursos humanos e materiais.

No quarto trimestre a exposição "Conhecendo o Café", percorreu mais municípios da região de Franca, permanecendo em cartaz no mês de outubro no Salão de Exposição da Casa de Cultura, de Orlandia, seguindo para Biblioteca Municipal Dr. Carlos de Rezende Enout em São Joaquim da Barra, Sala de Exposição da Cultura em Morro Agudo, e Museu Municipal Joaquim Franco da Rocha em Ititiapuã, permanecendo aí até janeiro de 2018.



Na Galeria de Arte Edith Nogueira Santos, em Garça permaneceu em cartaz a exposição itinerante “Café e Folclore Caipira”, composta por oito banners e dois painéis, autoportantes, que ilustram as tradições e costumes do caipira, assuntos relacionados à cultura rural e mostra brevemente o cotidiano desses trabalhadores rurais, desconstruindo o estereótipo do caipira. Aproveitando a data de abertura da exposição foi ministrada, por membros do setor de pesquisa do MC, uma palestra sobre o desenvolvimento da curadoria da exposição que contou com a participação de professores da rede municipal da cidade. Essa iniciativa visa auxiliar os professores na composição da estratégia de visita dos alunos a exposição e difundir junto aos educadores o trabalho desenvolvido em um museu abarcando questões sobre preservação, conservação, pesquisa e extroversão.



Ainda neste semestre foi desenvolvida a proposta para as ações previstas para 2018, a equipe técnica se debruçou sobre a análise de dados, e resultados dos anos anteriores, e sobre demandas apresentadas por parceiros e pelo corpo técnico do SISEM.



Outra frente de atuação realizada neste trimestre foi o Mapeamento de Referências Patrimoniais em Fazendas de Café, a princípio o objeto de estudo seria a fazenda Santa Cecília por possuir um centro de documentação organizado e em funcionamento. As tratativas para a visita técnica foram iniciadas em 2016 em uma reunião com o dono da Fazenda, e tiveram aprofundamento no 2º Trimestre deste ano. Ocorreram diversas trocas de mensagem entre o administrador da Fazenda e o setor de pesquisa do museu para definição de uma data para a visita, mas devido a demandas internas do parceiro (período de colheita, e afastamento da funcionária responsável pelo setor), a visita não pode ser realizada. Com a detecção da possível inviabilidade para o atendimento se iniciou no 3º Trimestre o levantamento de outras fazendas históricas onde pudesse ser realizado o mapeamento. Foram levantadas como opção as Fazendas Capoava que possui um centro de memória sobre o café e a Tozan que possui documentação arquivística histórica sobre a temática. Se iniciou o contato com os responsáveis pelas duas fazendas, sendo agendada em novembro a visita a Fazenda Capoava, onde realizou-se o mapeamento, e encontrou-se 12 referências pertencentes ao acervo original da fazenda, tais como equipamentos de beneficiamento e livros de escritura. Como o número de referências mapeadas não foi alcançado, o contato com a Tozan continuou, mas foi informado pelo representante da mesma que só poderiam realizar o atendimento a equipe do MC no início de janeiro de 2018, a visita foi realizada e foram mapeados 39 referências, dentre elas objetos de cultivo e beneficiamento, e documentação relacionadas a fazenda. Em anexo segue o relatório da atividade e as fichas catalográficas.



| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                      | METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS |                            |      |                  |
|--------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
| Nº                       | Ação                                 | Indicativo de Produtos                          | Previsão Trimestral        |      | Realizado        |
| 56                       |                                      | Nº de exposições itinerantes realizadas         | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|                          |                                      |                                                 | 2º Trim                    | 01   | 01               |
|                          |                                      |                                                 | 3º Trim                    | 01   | 00               |
|                          |                                      |                                                 | 4º Trim                    | 00   | 01               |
|                          |                                      |                                                 | META ANUAL                 | 02   | 02               |
|                          |                                      |                                                 | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 57                       | Realizar ações/ programas / projetos | <b>Indicativo de Produtos</b>                   | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |

|    |                                                                                                               |                                                                   |                            |      |                  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    | de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral                               | Nº de visitas técnicas / palestras / cursos / oficinas realizadas | 1º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 2º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | META ANUAL                 | 02   | 02               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 58 |                                                                                                               | <b>Indicativo de Resultados</b>                                   | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    | Nº mínimo de municípios atendidos                                                                             | META ANUAL                                                        | 04                         | 11   |                  |
|    |                                                                                                               | ICM %                                                             | 100%                       | 100% |                  |
| 59 |                                                                                                               | Nº mínimo de público beneficiário das ações                       | META ANUAL                 | 190  | 2.557            |
|    |                                                                                                               |                                                                   | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 60 | Mapear ações potenciais a serem desenvolvidas pelas diversas áreas técnicas da OS para integração ao Sisem-SP | <b>Indicativo de Produtos</b>                                     | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                               | Nº de mapeamentos elaborado e entregues                           | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 2º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 3º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | 4º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                                                                               |                                                                   | ICM %                      | 100% | 100%             |
| 61 |                                                                                                               | <b>Indicativo de Resultados</b>                                   | <b>Previsão Anual</b>      |      | <b>Realizado</b> |
|    | Nº mínimo de referências patrimoniais mapeadas                                                                | META ANUAL                                                        | 50                         | 51   |                  |
|    |                                                                                                               | ICM %                                                             | 100%                       | 100% |                  |

**Justificativa:**

**Meta 56:** A modificação do trimestre de execução foi autorizada pela unidade gestora e consta no ofício UPPM nº 374/2017, voltada a otimizar recursos financeiros e humanos, sendo atendida em conjunto com a meta 57.

**Nota Explicativa:**

**Metas 58 e 59:** O trabalho de consolidação de parcerias com os representantes regionais e o corpo técnico do SISEM, resultou na ampliação de municípios abrangidos por uma ação e conseqüentemente no aumento do número de público, mas sem onerar orçamento proposto.

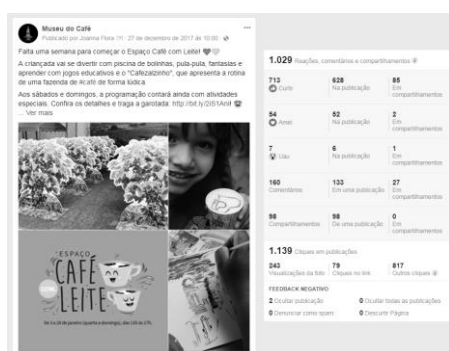
## 6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

### RELATÓRIO 4º TRIMESTRE

As redes sociais do Museu do Café tornaram-se canais diretos de informação e interação na internet, proporcionando um estreitamento da relação do público com a instituição. O conteúdo é planejado e criado pelo setor de Comunicação Institucional, que acompanha, diariamente, o *feedback* dos usuários e é responsável também por responder e promover essa aproximação.

Ao final do quarto trimestre, as mídias sociais somaram 7.173 novos usuários que acompanham as publicações e programações nas mais diversas plataformas. Neste período, os *layouts* utilizados em parte das postagens do Facebook e Twitter passaram por uma reformulação, visando apresentar imagens mais minimalistas e com conteúdo escrito reduzido no *feed* do público. Em relação ao Twitter, as artes também passaram por mais um ajuste, ficando maiores e seguindo orientações de tamanho ideal para a utilização nesta mídia social.

Ainda neste trimestre, o recurso de transmissão ao vivo do Facebook foi utilizado para apresentar o bate-papo "Café, consumo e empreendedorismo", realizado em 1º de outubro - Dia Internacional do Café, para quem estava fora de Santos ou não conseguiu se inscrever para a atividade. O pico de espectadores foi de 39 usuários, sendo que 7.108 pessoas foram alcançadas pelo vídeo. Já o site do Museu do Café somou mais de 25 mil acessos.



*Alguns posts realizados tiveram um excelente desempenho*

Em relação à imprensa, o Museu do Café obteve 372 aparições na mídia. Como destaque podemos citar a cobertura do programa VTV da Gente, na programação do Dia das Crianças; a indicação da Folha de São Paulo, que mapeou alguns edifícios tombados pertos da cidade de SP; o Dia a Dia Rural, que abordou as programações e exposições do Museu do Café; entre outros.



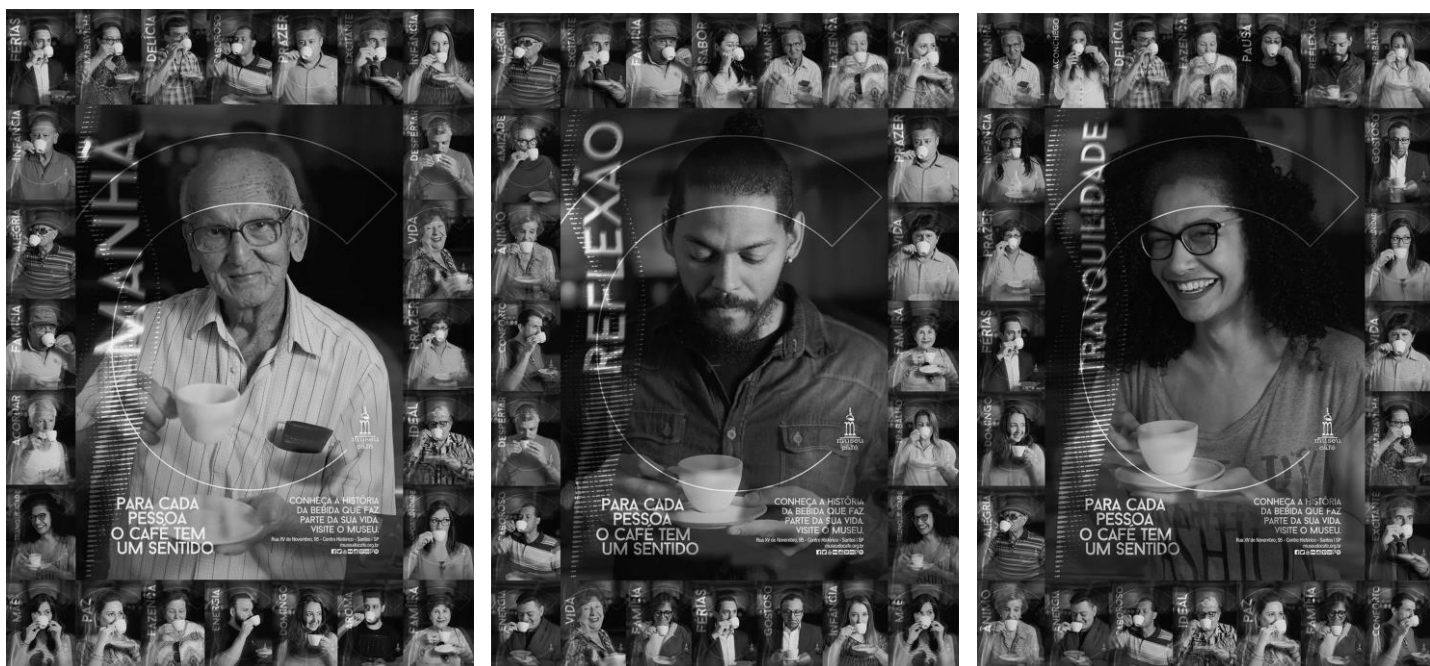
**Café expresso**, de coador, à moda árabe? As maneiras de preparar um café são uma curiosidade para os apaixonados pela bebida e a oportunidade de conhecer algumas delas está na exposição que o Museu do Café abre no dia 30 deste mês, mostrando como as diferentes tecnologias levaram a diferentes tipos de preparo. Vai um café? Cafeteiras e modos de preparo vai mostrar 17 maneiras que ainda permanecem em uso, incluindo modelos artesanais e mecânicos. A visitação é gratuita somente aos sábados. De terça a sexta, o ingresso custa R\$10,00.



#### *Matérias veiculadas durante o trimestre*

No mês de outubro, foi realizada a campanha institucional do Museu do Café. O objetivo da campanha deste ano foi, além do aumento de público, reforçar a marca do Museu do Café enquanto equipamento cultural da cidade, fazendo com que o público tenha uma relação mais próxima e afetiva com a temática do MC. O slogan da ação foi "Os sentidos do café" e o eixo principal da campanha foi tornar o público protagonista das peças gráficas. Durante uma tarde do mês de setembro, foi realizada uma sessão de fotos com os visitantes do Museu, que disseram, no momento da abordagem, qual era o sentido do café para eles. As respostas foram diversas e sempre destacando o grão como um "parceiro especial" do dia a dia. A partir daí foram elaborados cartazes (distribuídos nas principais cafeterias de Santos); papel bandeja para restaurantes; *busdoor* (com 12 imagens de destaque diferentes); e um adesivo que foi colocado no elevador panorâmico do Praiamar Shopping. Foi criado também um *spot* que circulou nas rádios 013FM e Saudade FM, com 120 inserções.

Visando potencializar a campanha no ambiente virtual, sugerimos aos seguidores das mídias sociais que enviassem uma foto degustando uma xícara de café, junto com uma palavra que simbolizasse a bebida. A equipe customizou diversas fotos e criou um álbum no Facebook, que pode ser acessado por meio do link - [https://www.facebook.com/pg/MuseudoCafe/photos/?tab=album&album\\_id=1833470963344575](https://www.facebook.com/pg/MuseudoCafe/photos/?tab=album&album_id=1833470963344575). Ainda pensando em estratégias para disseminação online da campanha, foi realizada uma ação específica para o Instagram. Um totem de impressão de fotografias foi disponibilizado na Cafeteria de Museu, e as pessoas que postassem uma foto utilizando a hashtag #sentidosdocafe, puderam levar a foto revelada para casa. Parte do resultado dessa interação pode ser conferido pelo link - <https://www.instagram.com/explore/tags/sentidosdocafe/?hl=pt-br>



*Alguns cartazes da Campanha Institucional*



*Papel Bandeja*



*Adesivo Shopping*



*Busdoor*

Ainda durante o trimestre, foi finalizado o Plano de Comunicação do CPPR, que segue anexo a este relatório. Tendo como balizas as principais atribuições e a missão do CPPR, o Plano visa, além do aumento e da fidelização do público-alvo, tornar o Centro um espaço dinâmico da divulgação e da difusão do patrimônio que preserva, transformando-o em um grande polo referencial e de consulta para acadêmicos, pesquisadores e interessados no tema.

## **RELATÓRIO ANUAL**

Durante o ano de 2017, o Museu do Café obteve mais de mil inserções na mídia. Foram matérias em jornais, revistas, programas televisivos, rádios e na internet. As exposições temporárias e a programação cultural geraram grande interesse dos veículos de comunicação, o que resulta em uma imagem institucional cada vez mais consolidada na cidade e fora dela. Como destaque, podemos citar a gravação da TV Record sobre a programação de férias; matéria no Jornal da Band sobre o Museu do Café e exposições em cartaz; *link* do Jornal a Tribuna sobre as degustações de café oferecidas aos finais de semana e *Espaço Café com Leite*; matéria do Antena Paulista que abordou a história do café; matéria na Folha de São Paulo sobre a cidade de Santos que deu amplo espaço, com foto, para o Museu do Café; matéria do SP Record sobre o aniversário do prédio; a matéria veiculada no jornal A Tribuna sobre o Programa de Amigos e o Núcleo de Parceiros do INCI; matérias sobre o Dia Nacional do Café na Santa Cecília TV e Record entre outros.



**LINHAS TORTAS**



SP Record - Bolsa do Café completa 95 anos de história (08/09/2017)



*Museu do Café teve amplo destaque na mídia*

O site do Museu também obteve números expressivos de visita. Foram mais de 200 mil acessos durante ano. Quanto as mídias sociais, o MC seguiu atuando na gestão do Facebook, Instagram, Twitter, Flickr, Pinterest, YouTube, Forsquare e TripAdvisor. Em relação as duas últimas, que são canais em que o público avalia os serviços prestados pelo Museu e as exposições em cartaz, a equipe vem se dedicando a responder todas essas avaliações. Durante o ano, foram mais de 40 mil novos seguidores em todas as redes sociais, totalizando 78.975 seguidores. No primeiro trimestre, o MC passou a contar também com o perfil no Spotify, disponibilizando *playlists* exclusivas que aproximam o visitante ainda mais do universo que envolve o Museu.



A equipe de Comunicação desenvolveu peças específicas para uma ação durante o Coffee Dinner 2017. Por se tratar de um evento que reúne diversos empresários e segmentos do setor cafeeiro, acreditamos que foi uma excelente oportunidade para sensibilizar esse público e lançar um programa de parceiros do Museu. Além do material impresso, distribuído em pastas durante o seminário (que disponibilizou informações sobre o INCI e os valores e contrapartidas para os apoiadores mensais), foi elaborado um vídeo relacionando a história do país com o Museu do Café e com Museu da Imigração, reforçando a importância da preservação

desses patrimônios e do incentivo à cultura. Também foi produzido um portfólio para captação de recursos do novo projeto do Museu do Café, aprovado na lei Rouanet. Trata-se de uma intervenção cênica, que pretende reviver os tempos áureos da negociação das sacas de café no Salão do Pregão. O portfólio traz detalhes do projeto, do número de visitação do Museu e apresenta as opções de apoio e as contrapartidas e benefícios de acordo com cada investimento.



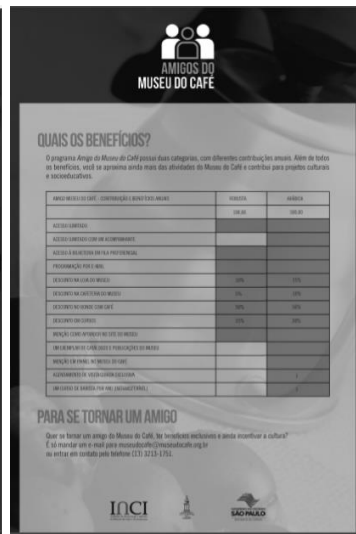
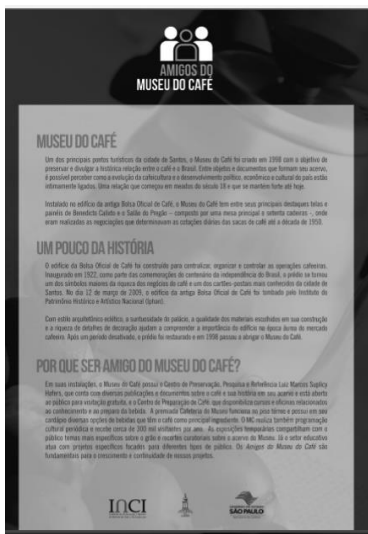
Projeto Núcleo de Amigos



Portfólio

Outra importante ação do ano foi o lançamento do programa "Amigos do Museu do Café". A ideia foi criar um grupo de pessoas que se tornem mais próximas do Museu, manter com esse núcleo um diálogo frequente e direto tornando-os possíveis "defensores" da instituição. O programa de Amigos oferece duas categorias de contribuição anual: Arábica e Robusta. A pessoa que quiser fazer parte do programa terá uma carteirinha e uma série de benefícios como desconto na loja, cafeteria, cursos, entre outros.

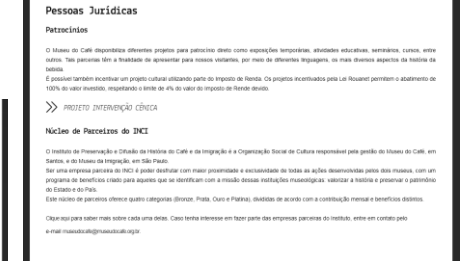
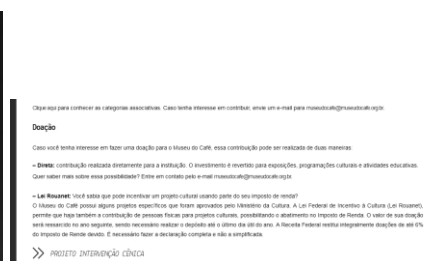




Apresentação

Modelo Carteirinha

O programa de doação do Museu do Café ganhou uma estrutura no site. No mês de setembro, foi criada uma nova aba, intitulada "Apoie". Lá, o visitante encontra as formas de apoio para pessoas físicas e jurídicas. Está detalhado como funcionam as doações diretas e via lei Rouanet, que possibilita o abatimento no imposto de renda. Disponibilizamos também materiais em PDF, como a apresentação do projeto de intervenção cênica. Na mesma aba, encontram-se ainda o Programa de Amigos e o arquivo com informações do Núcleo de Parceiros, para empresas interessadas em associar sua marca às atividades do INCI.



Nova aba "Apoie" no site do Museu do Café

Outra novidade que ocorreu no início do ano foi a reformulação do "Expressinho do Museu", mala direta enviada mensalmente àqueles que se cadastram no site ou que desejam receber a programação do MC. A partir de janeiro, a peça ganhou um ar mais leve, mantendo a identidade visual, porém oferecendo o conteúdo de forma mais organizada e atrativa.

Foram produzidos também diversos convites eletrônicos com a programação do Museu do Café, encaminhados a públicos específicos. A equipe desenvolveu para conselheiros, associados e funcionários, doze edições do Boletim Interno, que traz informações como número de visitação, principais matérias veiculadas e programações que ocorreram no mês anterior.



Expressinho

Boletim Interno

Peças de divulgação

Finalizando os destaques do ano, vale ressaltar as ações da Campanha Institucional e o Plano de Comunicação do CPPR, conforme já descrito no relatório acima, referente ao quarto trimestre.

| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                                                                                                                                                                | METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS                                                                                                              |                     |                                                                                               |           |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Nº                       | Ação                                                                                                                                                                           | Indicativo de Produtos                                                                                                                                       | Previsão Trimestral |                                                                                               | Realizado |
| 62                       | Atualizar o Plano de Comunicação e implantar ações para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu | Nº de canais de comunicação mantidos:<br>1 – Site institucional<br>2 – Facebook<br>3 – Instagram<br>4 – Twitter<br>5 - Youtube<br>6- Pinterest<br>7 – Flickr | 1º Trim             | 07                                                                                            | 07        |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | 2º Trim             |                                                                                               | 07        |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | 3º Trim             |                                                                                               | 07        |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | 4º Trim             |                                                                                               | 07        |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | META ANUAL          | 07                                                                                            | 07        |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | ICM %               | 100%                                                                                          | 100%      |
|                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                              | 63                  | Nº de parcerias/projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu |           |
| 2º Trim                  | 01                                                                                                                                                                             | 01                                                                                                                                                           |                     |                                                                                               |           |
| 3º Trim                  | 00                                                                                                                                                                             | 00                                                                                                                                                           |                     |                                                                                               |           |
| 4º Trim                  | 01                                                                                                                                                                             | 01                                                                                                                                                           |                     |                                                                                               |           |
| META ANUAL               | 02                                                                                                                                                                             | 02                                                                                                                                                           |                     |                                                                                               |           |

|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------|------------------|
| 64 |                                                                                                                                                                              | <b>Indicativo de Resultados</b>                                                   | <b>Previsão Anual</b>      |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                              | Nº mínimo de inserções na mídia                                                   | META ANUAL                 | 140    | 1.317            |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 65 |                                                                                                                                                                              | Nº mínimo de visitantes virtuais                                                  | META ANUAL                 | 32.000 | 216.914          |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 66 |                                                                                                                                                                              | Nº mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais                | META ANUAL                 | 8.000  | 42.831           |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 67 | Realizar campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                     | <b>Previsão Trimestral</b> |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                              | Nº de campanha realizada                                                          | 1º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 2º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 3º Trim                    | 01     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 4º Trim                    | 00     | 01               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | META ANUAL                 | 01     | 01               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 68 | Elaborar Plano de Comunicação do CPPR                                                                                                                                        | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                     | <b>Previsão Trimestral</b> |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                              | Nº de plano entregue                                                              | 1º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 2º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 3º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 4º Trim                    | 01     | 01               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | META ANUAL                 | 01     | 01               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | ICM %                      | 100%   | 100%             |
| 69 | Contribuir para elaboração de novas estratégias para captação de recursos                                                                                                    | <b>Indicativo de Produtos</b>                                                     | <b>Previsão Trimestral</b> |        | <b>Realizado</b> |
|    |                                                                                                                                                                              | Nº de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:<br>Programação de Doação | 1º Trim                    | 00     | 00               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 2º Trim                    | 01     | 01               |
|    |                                                                                                                                                                              |                                                                                   | 3º Trim                    | 01     | 01               |

|    |  |                              |            |      |      |
|----|--|------------------------------|------------|------|------|
|    |  | Amigos do Museu              | 4º Trim    | 00   | 00   |
|    |  |                              | META ANUAL | 02   | 02   |
|    |  |                              | ICM %      | 100% | 100% |
| 70 |  | Nª de portfólio desenvolvido | 1º Trim    | 00   | 00   |
|    |  |                              | 2º Trim    | 00   | 00   |
|    |  |                              | 3º Trim    | 00   | 01   |
|    |  |                              | 4º Trim    | 01   | 00   |
|    |  |                              | META ANUAL | 01   | 01   |
|    |  |                              | ICM %      | 100% | 100% |

#### Notas Explicativas:

**Meta 64** – A meta foi superada devido a extensa grade de programação do ano e a grande procura da mídia, principalmente pela programação de férias, 95 anos do Edifício da Bolsa Oficial de Café, novas exposições e dias internacional e nacional do café. Esse número reflete as estratégias adotadas pela equipe de comunicação no que se refere à assessoria de imprensa, e não onera o contrato de gestão.

**Meta 65** – A meta foi superada devido a crescente exposição do Museu do Café na mídia e na internet. Isso faz com que o número de visitas ao site aumente a cada mês. As ações nas redes sociais também despertam um maior interesse do público pelo equipamento cultural. Tal superação é positiva e não onera o contrato de gestão.

**Meta 66** – A meta foi amplamente superada devido aos números relacionados ao Twitter, ao conteúdo das postagens que geram grande engajamento e a constante interação com público. Tal superação não onera o contrato de gestão.

## 7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

Durante o ano de 2017, a equipe de infraestrutura deu seguimento às ações de conservação, manutenção e segurança, com especial destaque aos treinamentos de brigada de incêndio e primeiros socorros. As atividades foram realizadas em fevereiro, julho e agosto, contaram com 21 participantes, entre funcionários e terceirizados, e abordaram questões teóricas, como propagação do fogo, classes de incêndio, métodos e agentes extintores, e ações práticas, como manipulação de EPIs e de equipamentos de detecção e combate a incêndio, bem como simulado de abandono e evacuação.

O INCI também acompanhou a situação estrutural da fachada do edifício da Bolsa Oficial de Café que, conforme já formalizado à Unidade Gestora em ocasiões anteriores, apresenta sujidades, vegetação e desprendimentos. O relatório completo foi entregue no terceiro trimestre.

Anexo a este relatório, o INCI encaminha as atualizações do Plano de Manutenção Predial e Conservação Preventiva, Plano de Salvaguarda e Plano de Emergência, bem como o Alvará de Funcionamento atualizado.

| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                                                | METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS |                     |      |           |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------|------|-----------|
| Nº                       | Ação                                                           | Indicativo de Produtos                          | Previsão Trimestral |      | Realizado |
| 71                       | Atualizar Plano de Manutenção Predial e Conservação Preventiva | Nº de plano de manutenção atualizado.           | 1º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 2º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 3º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 4º Trim             | 01   | 01        |
|                          |                                                                |                                                 | META ANUAL          | 01   | 01        |
|                          |                                                                |                                                 | ICM%                | 100% | 100%      |
| 72                       | Atualizar Plano de Salvaguarda                                 | Nº de plano de salvaguarda atualizado           | 1º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 2º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 3º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 4º Trim             | 01   | 01        |
|                          |                                                                |                                                 | META ANUAL          | 01   | 01        |
|                          |                                                                |                                                 | ICM%                | 100% | 100%      |
| 73                       | Atualizar Plano de Emergência                                  | Nº de plano de emergência atualizado            | 1º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 2º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 | 3º Trim             | 00   | 00        |
|                          |                                                                |                                                 |                     |      |           |

|    |                                                            |                                             |                            |      |                  |
|----|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------|------|------------------|
|    |                                                            |                                             | 4º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                            |                                             | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                            |                                             | ICM%                       | 100% | 100%             |
|    |                                                            | <b>Indicativo de Produtos</b>               | <b>Previsão Trimestral</b> |      | <b>Realizado</b> |
| 74 | Acompanhar situação estrutural da fachada do Museu do Café | Nº de Relatório de acompanhamento realizado | 1º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                            |                                             | 2º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                            |                                             | 3º Trim                    | 01   | 01               |
|    |                                                            |                                             | 4º Trim                    | 00   | 00               |
|    |                                                            |                                             | META ANUAL                 | 01   | 01               |
|    |                                                            |                                             | ICM%                       | 100% | 100%             |

## 8. METAS CONDICIONADAS

| AÇÕES A SEREM REALIZADAS |                                                                                                  | METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS |          |           |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------|-----------|
| No.                      | Ação                                                                                             | Indicativo de Produtos                           | Previsão | Realizado |
| 01                       | Ampliação do Festival do Café                                                                    | Ampliação realizada                              | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 02                       | Ampliação do Projeto de História Oral                                                            | Ampliação realizada                              | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 03                       | Ampliação do Mapeamento de Referências Patrimoniais                                              | Ampliação realizada                              | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 04                       | Programação regular de intervenção cênica sobre o funcionamento da antiga Bolsa Oficial de Café. | Programação realizada                            | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 05                       | Apoio de transporte e lanche para escolas públicas.                                              | Transporte e lanches contratados                 | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 06                       | Contratação de serviço de assessor de imprensa.                                                  | Contratação realizada                            | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |
| 07                       | Aquisição e instalação de plataforma de acessibilidade ao espaço do antigo restaurante.          | Plataforma instalada                             | Anual    | 0         |
|                          |                                                                                                  |                                                  | ICM %    | 100%      |





|       |                                                          |                     |                     |                     |                     |                     |                     |             |
|-------|----------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------|
| 4.2.3 | Trabalho Voluntário e Parcerias                          | 50.000,00           | 1.500,00            | 1.980,00            | 2.250,00            | 2.000,00            | 7.730,00            | 15%         |
| 4.3   | <b>Total das Receitas Financeiras</b>                    | <b>150.000,00</b>   | <b>115.180,82</b>   | <b>107.375,67</b>   | <b>82.372,30</b>    | <b>75.657,33</b>    | <b>380.586,12</b>   | <b>254%</b> |
| 5     | <b>TOTAL DE RECEITAS VINCULADAS AO PLANO DE TRABALHO</b> | <b>6.119.000,00</b> | <b>1.305.134,78</b> | <b>1.375.952,86</b> | <b>1.406.175,17</b> | <b>1.559.851,44</b> | <b>5.647.114,25</b> | <b>92%</b>  |

|   |                                                   |                |          |          |          |          |          |           |
|---|---------------------------------------------------|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 6 | <b>TOTAL DE RECEITAS PARA METAS CONDICIONADAS</b> | <b>500.000</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0%</b> |
|---|---------------------------------------------------|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|

|         | DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO                                                          | Orçamento 2017       | 1º trimestre       | 2º trimestre       | 3º trimestre       | 4º trimestre       | TOTAL                | Prev. X Real. |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|---------------|
| 7       | <b>Recursos Humanos</b>                                                                 | <b>-3.639.000,00</b> | <b>-783.127,68</b> | <b>-786.986,16</b> | <b>-834.821,86</b> | <b>-792.645,37</b> | <b>-3.197.581,07</b> | <b>88%</b>    |
| 7.1     | <b>Salários, encargos e benefícios</b>                                                  | <b>-3.639.000,00</b> | <b>-783.127,68</b> | <b>-786.986,16</b> | <b>-834.821,86</b> | <b>-792.645,37</b> | <b>-3.197.581,07</b> | <b>88%</b>    |
| 7.1.1   | <u>Diretoria</u>                                                                        | <b>-291.000,00</b>   | <b>-102.217,68</b> | <b>-83.744,09</b>  | <b>-83.865,45</b>  | <b>-65.464,88</b>  | <b>-335.292,10</b>   | <b>115%</b>   |
| 7.1.1.1 | Área Meio                                                                               | -291.000,00          | -102.217,68        | -83.744,09         | -83.865,45         | -65.464,88         | -335.292,10          | 115%          |
| 7.1.1.2 | Área Fim                                                                                | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 7.1.2   | <u>Demais Funcionários</u>                                                              | <b>-3.298.000,00</b> | <b>-680.910,00</b> | <b>-703.242,07</b> | <b>-750.956,41</b> | <b>-727.180,49</b> | <b>-2.862.288,97</b> | <b>87%</b>    |
| 7.1.2.1 | Área Meio                                                                               | -795.600,00          | -196.223,18        | -198.378,59        | -223.750,07        | -207.115,80        | -825.467,64          | 104%          |
| 7.1.2.2 | Área Fim                                                                                | -2.502.400,00        | -484.686,82        | -504.863,48        | -527.206,34        | -520.064,69        | -2.036.821,33        | 81%           |
| 7.1.3   | <u>Estagiários</u>                                                                      | <b>0,00</b>          | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>          | <b>-</b>      |
| 7.1.3.1 | Área Meio                                                                               | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 7.1.3.2 | Área Fim                                                                                | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 7.1.4   | <u>Aprendizes</u>                                                                       | <b>-50.000,00</b>    | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>        | <b>0,00</b>          | <b>0%</b>     |
| 7.1.4.1 | Área Meio                                                                               | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 7.1.4.2 | Área Fim                                                                                | -50.000,00           | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | 0%            |
| 8       | <b>Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio</b> | <b>-860.000,00</b>   | <b>-205.181,17</b> | <b>-212.411,15</b> | <b>-208.193,75</b> | <b>-211.322,39</b> | <b>-837.108,46</b>   | <b>97%</b>    |
| 8.1     | Limpeza                                                                                 | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 8.2     | Vigilância/portaria/segurança                                                           | -640.000,00          | -147.481,86        | -153.000,00        | -153.000,00        | -153.000,00        | -606.481,86          | 95%           |
| 8.3     | Jurídica                                                                                | -44.000,00           | -11.258,82         | -11.209,11         | -11.550,34         | -11.239,98         | -45.258,25           | 103%          |
| 8.4     | Informática/manutenção de rede/sistema de gestão                                        | -50.000,00           | -14.621,96         | -14.952,69         | -13.904,06         | -13.490,07         | -56.968,78           | 114%          |
| 8.5     | Administrativa/RH/control de acesso                                                     | -51.000,00           | -17.985,00         | -17.522,00         | -14.012,00         | -14.703,99         | -64.222,99           | 126%          |
| 8.6     | Contábil                                                                                | -40.000,00           | -9.483,00          | -9.483,00          | -9.483,00          | -12.644,00         | -41.093,00           | 103%          |
| 8.7     | Auditoria                                                                               | -30.000,00           | -4.162,90          | -6.244,35          | -6.244,35          | -6.244,35          | -22.895,95           | 76%           |
| 8.8     | Outras Despesas (manutenção telefonia, etc)                                             | -5.000,00            | -187,63            | 0,00               | 0,00               | 0,00               | -187,63              | 4%            |
| 9       | <b>Custos Administrativos e Institucionais</b>                                          | <b>-574.000,00</b>   | <b>-117.972,87</b> | <b>-168.728,43</b> | <b>-138.947,92</b> | <b>-176.235,70</b> | <b>-601.884,92</b>   | <b>105%</b>   |
| 9.1     | Locação de imóveis                                                                      | 0,00                 | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00                 | -             |
| 9.2     | Utilidades públicas (água, luz, telefone, gás, internet, etc.)                          | -240.000,00          | -45.740,37         | -44.409,83         | -41.555,12         | -51.311,81         | -183.017,13          | 76%           |
| 9.3     | Uniformes e EPIs                                                                        | -10.000,00           | -664,60            | -2.533,36          | -2.235,91          | -828,26            | -6.262,13            | 63%           |
| 9.4     | Viagens e Estadias                                                                      | -70.000,00           | -17.501,04         | -25.813,11         | -23.238,65         | -21.391,13         | -87.943,93           | 126%          |

|             |                                                                                                                |                    |                    |                    |                    |                    |                    |             |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------|
| 9.5         | Material de consumo, escritório e limpeza                                                                      | -50.000,00         | -11.798,70         | -13.086,77         | -14.106,86         | -13.802,48         | <b>-52.794,81</b>  | <b>106%</b> |
| 9.6         | Souvenirs para revenda loja                                                                                    | -70.000,00         | -10.256,09         | -18.777,92         | -27.632,90         | -36.935,39         | <b>-93.602,30</b>  | <b>134%</b> |
| 9.7         | Despesas tributárias e financeiras                                                                             | -70.000,00         | -20.215,34         | -55.017,86         | -11.934,29         | -43.427,55         | <b>-130.595,04</b> | <b>187%</b> |
| 9.8         | Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, publicações em veículos oficiais.)                                 | -40.000,00         | -7.072,17          | -6.614,36          | -8.446,09          | -4.502,93          | <b>-26.635,55</b>  | <b>67%</b>  |
| 9.9         | Treinamento de Funcionários                                                                                    | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | -779,00            | <b>-779,00</b>     | -           |
| 9.10        | Outras Despesas (bens de pequeno valor)                                                                        | -24.000,00         | -4.724,56          | -2.475,22          | -9.798,10          | -3.257,15          | <b>-20.255,03</b>  | <b>84%</b>  |
| <b>10</b>   | <b>Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança</b>                                            | <b>-415.000,00</b> | <b>-54.050,20</b>  | <b>-64.899,78</b>  | <b>-88.272,94</b>  | <b>-118.024,47</b> | <b>-325.247,39</b> | <b>78%</b>  |
| 10.1        | Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.) | -270.000,00        | -30.526,23         | -38.603,15         | -41.553,17         | -88.099,97         | <b>-198.782,52</b> | <b>74%</b>  |
| 10.2        | Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB                                                                   | -45.000,00         | -11.577,86         | -7.605,67          | -9.949,26          | -7.841,85          | <b>-36.974,64</b>  | <b>82%</b>  |
| 10.3        | Equipamentos/implementos                                                                                       | -30.000,00         | -6.998,79          | -9.243,53          | -5.109,70          | -7.511,07          | <b>-28.863,09</b>  | <b>96%</b>  |
| 10.4        | Adequação das áreas de trabalho                                                                                | -40.000,00         | -765,00            | -4.937,80          | -27.768,88         | -7.069,65          | <b>-40.541,33</b>  | <b>101%</b> |
| 10.5        | Seguros (predial, incêndio, etc.)                                                                              | -20.000,00         | -3.807,32          | -3.849,63          | -3.891,93          | -3.891,93          | <b>-15.440,81</b>  | <b>77%</b>  |
| 10.6        | Outras Despesas (transporte de materiais, et)                                                                  | -10.000,00         | -375,00            | -660,00            | 0,00               | -3.610,00          | <b>-4.645,00</b>   | <b>46%</b>  |
| <b>11</b>   | <b>Programas de Trabalho da Área Fim</b>                                                                       | <b>-631.000,00</b> | <b>-128.188,27</b> | <b>-125.690,06</b> | <b>-118.435,11</b> | <b>-218.780,74</b> | <b>-591.094,18</b> | <b>94%</b>  |
| <b>11.1</b> | <b>Programa de Acervo</b>                                                                                      | <b>-43.000,00</b>  | <b>-78.778,24</b>  | <b>-5.841,55</b>   | <b>-11.378,91</b>  | <b>-11.221,18</b>  | <b>-107.219,88</b> | <b>249%</b> |
| 11.1.1      | Aquisição de acervo museológico / bibliográfico                                                                | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | <b>0,00</b>        | -           |
| 11.1.2      | Mobiliário e equipamentos para áreas técnicas                                                                  | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | -1.248,55          | <b>-1.248,55</b>   | -           |
| 11.1.3      | Ações de documentação, conservação restauro e pesquisa                                                         | -23.000,00         | -77.949,47         | -4.668,26          | -4.260,87          | -5.185,55          | <b>-92.064,15</b>  | <b>400%</b> |
| 11.1.4      | Transporte de acervo/seguro                                                                                    | 0,00               | -828,77            | -623,29            | -630,12            | -744,94            | <b>-2.827,12</b>   | -           |
| 11.1.5      | História oral                                                                                                  | -10.000,00         | 0,00               | -550,00            | -1.780,83          | -428,98            | <b>-2.759,81</b>   | <b>28%</b>  |
| 11.1.6      | Atividades afins (publicações, seminários, etc)                                                                | -10.000,00         | 0,00               | 0,00               | -4.707,09          | -3.613,16          | <b>-8.320,25</b>   | <b>83%</b>  |
| <b>11.2</b> | <b>Programa de Exposições e Programação Cultural</b>                                                           | <b>-350.000,00</b> | <b>-20.121,69</b>  | <b>-59.373,09</b>  | <b>-65.104,65</b>  | <b>-141.902,71</b> | <b>-286.502,14</b> | <b>82%</b>  |
| 11.2.1      | Exposições Temporárias                                                                                         | -200.000,00        | -157,50            | -41.855,38         | -33.051,97         | -112.360,73        | <b>-187.425,58</b> | <b>94%</b>  |
| 11.2.2      | Nova exposição de longa duração/atualização e manutenção exposição de longa duração                            | -50.000,00         | 0,00               | -949,80            | -595,00            | -1.519,90          | <b>-3.064,70</b>   | <b>6%</b>   |
| 11.2.3      | Programação Cultural                                                                                           | -100.000,00        | -19.964,19         | -16.567,91         | -31.457,68         | -28.022,08         | <b>-96.011,86</b>  | <b>96%</b>  |
| <b>11.3</b> | <b>Programa Educativo</b>                                                                                      | <b>-75.000,00</b>  | <b>-9.091,58</b>   | <b>-16.307,47</b>  | <b>-18.954,65</b>  | <b>-23.751,72</b>  | <b>-68.105,42</b>  | <b>91%</b>  |
| 11.3.1      | Oficinas, cursos, palestras                                                                                    | -30.000,00         | -1.421,89          | -1.578,10          | -9.216,84          | -4.133,28          | <b>-16.350,11</b>  | <b>55%</b>  |
| 11.3.2      | Projetos, materiais de apoio impressos e audiovisuais                                                          | -10.000,00         | 0,00               | -124,50            | -433,48            | -445,72            | <b>-1.003,70</b>   | <b>10%</b>  |
| 11.3.3      | Recursos e materiais de acessibilidade                                                                         |                    | 0,00               | 0,00               | 0,00               | -5.847,00          | <b>-5.847,00</b>   | -           |
| 11.3.4      | Cursos e ações do Centro de Preparação de Café (CPC)                                                           | -35.000,00         | -7.669,69          | -14.604,87         | -9.304,33          | -13.325,72         | <b>-44.904,61</b>  | <b>128%</b> |
| <b>11.4</b> | <b>Programa de Integração ao Sisem-SP</b>                                                                      | <b>-25.000,00</b>  | <b>-1.750,00</b>   | <b>-21.993,62</b>  | <b>0,00</b>        | <b>-4.874,38</b>   | <b>-28.618,00</b>  | <b>114%</b> |
| 11.4.1      | Exposições Itinerantes                                                                                         | -20.000,00         | -1.750,00          | -21.993,62         | 0,00               | -4.874,38          | <b>-28.618,00</b>  | <b>143%</b> |
| 11.4.2      | Ações em Rede                                                                                                  | -5.000,00          | 0,00               | 0,00               | 0,00               | 0,00               | <b>0,00</b>        | <b>0%</b>   |
| <b>11.5</b> | <b>Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional</b>                                                 | <b>-100.000,00</b> | <b>-17.550,76</b>  | <b>-19.711,57</b>  | <b>-22.096,90</b>  | <b>-33.898,22</b>  | <b>-93.257,45</b>  | <b>93%</b>  |



|      |                     |      |      |      |      |      |             |
|------|---------------------|------|------|------|------|------|-------------|
| 17.5 | BENFEITORIAS        | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | <b>0,00</b> |
| 17.6 | AQUISIÇÃO DE ACERVO | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | <b>0,00</b> |

| 18   | INVESTIMENTOS COM RECURSOS INCENTIVADOS | Orçamento 2017 | 1º trimestre | 2º trimestre | 3º trimestre | 4º trimestre | TOTAL |
|------|-----------------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
|      |                                         | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.1 | EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA             | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.2 | MÓVEIS E UTENSÍLIOS                     | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.3 | MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS                 | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.4 | SOFTWARE                                | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.5 | BENFEITORIAS                            | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |
| 18.6 | AQUISIÇÃO DE ACERVO                     | 0,00           | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00  |

**IV - PROJETOS A EXECUTAR, SALDOS DE RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO E SALDOS BANCÁRIOS**

| 19 | PROJETOS A EXECUTAR (CONTÁBIL)                               | 1º trimestre | 2º trimestre  | 3º trimestre  | 4º trimestre  |
|----|--------------------------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
|    |                                                              | 1.992.305,57 | 1.506.771,13  | 1.277.972,87  | 1.625.799,97  |
|    | RECURSOS LÍQUIDOS DISPONÍVEIS                                | 2.991.725,17 | 500.000,00    | 800.000,00    | 1.500.000,00  |
|    | SALDO DOS EXERCÍCIOS ANTERIORES                              | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    | RECURSOS LÍQUIDOS PARA O CONTRATO DE GESTÃO                  | 2.991.725,17 | 500.000,00    | 800.000,00    | 1.500.000,00  |
|    | RECEITAS DE REPASSE APROPRIADAS                              | -884.322,92  | -1.001.671,72 | -1.036.744,34 | -1.156.892,49 |
|    | RECEITAS FINANCEIRAS DOS RECURSOS DE RESERVAS E CONTINGÊNCIA | -16.093,29   | -17.272,24    | -16.116,08    | -14.432,54    |
|    | DESPESAS DOS RECURSOS DE RESERVA E CONTINGÊNCIA              | 41,49        | 5.547,36      | 30,75         | 5.812,04      |
|    | INVESTIMENTOS COM RECURSOS VINCULADOS AO CG                  | -6.298,95    | -1.100,00     | -7.263,99     | -15.146,00    |
|    | RESTITUIÇÃO DE RECURSOS A SEC                                | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    |                                                              |              |               |               |               |
| 20 | RECURSOS INCENTIVADOS (TAC) - saldo a ser executado          | 1º trimestre | 2º trimestre  | 3º trimestre  | 4º trimestre  |
|    |                                                              | 2.271.864,38 | 2.299.484,31  | 2.347.132,52  | 2.365.330,15  |
|    | Saldo dos exercícios anteriores                              | 2.286.107,25 | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    | Recursos captados                                            | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    | Receita apropriada do recurso captado                        | -14.242,87   | -27.619,93    | -47.648,21    | -18.197,63    |
|    | Despesa realizada do recurso captado                         | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    |                                                              |              |               |               |               |
| 21 | RECURSOS INCENTIVADOS (PRONAC) - saldo a ser executado       | 1º trimestre | 2º trimestre  | 3º trimestre  | 4º trimestre  |
|    |                                                              | 0,00         | 0,00          | 500,00        | 500,00        |
|    | Saldo dos exercícios anteriores                              | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
|    | Recursos captados                                            | 0,00         | 0,00          | 500,00        | 0,00          |
|    | Receita apropriada do recurso captado                        | 0,00         | 0,00          | 0,00          | 0,00          |

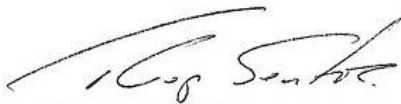
|           |                                                             |  |                     |                     |                     |                     |  |
|-----------|-------------------------------------------------------------|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--|
|           | Despesa realizada do recurso captado                        |  | 0,00                | 0,00                | 0,00                | 0,00                |  |
| <b>22</b> | <b>OUTRAS INFORMAÇÕES: SALDOS BANCÁRIOS</b>                 |  | <b>1º trimestre</b> | <b>2º trimestre</b> | <b>3º trimestre</b> | <b>4º trimestre</b> |  |
|           |                                                             |  | <b>4.711.105,13</b> | <b>4.217.121,26</b> | <b>4.106.554,38</b> | <b>4.409.667,70</b> |  |
|           | Conta de Repasses do Contrato de Gestão c/c nº 12761-2      |  | 1.516.969,22        | 632.105,61          | 94.757,73           | 88.252,26           |  |
|           | Conta de Captação Operacional c/c nº 12762-0                |  | 234.194,15          | 525.772,81          | 841.381,34          | 987.808,54          |  |
|           | Conta de Projetos Incentivados (TAC) c/c nº 11835-4         |  | 2.272.767,71        | 2.300.185,69        | 2.347.693,25        | 2.365.799,82        |  |
|           | Conta de Projetos Incentivados (PRONAC 170.636) c/c 13075-3 |  | 0,00                | 0,00                | 500,00              | 500,00              |  |
|           | Conta de Projetos Incentivados (PRONAC 179.233) c/c 13470-8 |  | 0,00                | 0,00                | 0,00                | 0,00                |  |
|           | Conta de Recurso de Reserva c/c nº 12768-X                  |  | 0,00                | 60.636,83           | 109.890,54          | 202.228,82          |  |
|           | Conta de Recurso de Contingência c/c nº 12765-5             |  | 686.051,80          | 697.139,85          | 711.971,47          | 751.253,69          |  |
|           | Demais Saldos (CAIXA)                                       |  | 1.122,25            | 1.280,47            | 360,05              | 13.824,57           |  |

## Notas Explicativas

1. O montante informado no item 1.2.7 trata-se do saldo de passivo de férias e encargos referente aos períodos aquisitivos até 31 de dezembro de 2016, ou seja, sob a vigência do Contrato de Gestão 009/2011. Do montante do passivo informado no balanço do exercício 2016, foram baixados os valores pagos até 31 de março de 2017 e transferido o valor residual, conforme previsto no parágrafo quarto, da cláusula décima, do Contrato de Gestão 009/2011.
2. As despesas correspondentes às receitas indicadas no item 4.2.3 estão consideradas na linha 11.3.4 dado o escopo das parcerias que se referem à transporte de alunos do Centro de Preparação de Café para o módulo "Imersão", realizado no Nespresso Expertise Center, em São Paulo, e doação de cafés especiais para realização de cursos.
3. Entre as receitas financeiras apontadas no item 4.3, é preciso registrar a incidência de R\$ 207.166,17 referente aos rendimentos da aplicação vinculada ao TAC, assinado junto ao Ministério Público e à empresa ECOPORTO, que possui destinação controlada e específica. Isolando as receitas financeiras atreladas ao projeto, o índice de receitas frente ao orçado ficaria em 115%. Para além disso, o montante ainda inclui R\$ 59.430,72 referente às receitas financeiras da conta de contingência, e R\$ 4.483,43 relacionadas à conta de reserva. Importante ainda reforçar que o INCI considera os rendimentos brutos em receitas financeiras e os eventuais tributos incidentes (IR, COFINS) em despesas tributárias e financeiras.
4. Do total indicado no item 11.1.3, R\$ 76.400,00 refere-se à despesa atrelada ao TAC e suportada com recurso do respectivo projeto. Ainda em relação ao TAC, cabe informar a incidência de despesas tributárias e financeiras da ordem de R\$ 51.543,27, também financiadas com recursos desse projeto, alocadas no item 9.7. Isolando os gastos atrelados a este projeto, os índices de despesas frente ao orçado nessas rubricas ficariam em 68% e 113%, respectivamente.
5. O INCI obteve R\$ 500,00 mediante doação de pessoa física para o projeto de intervenções cênicas no Salão do Pregão, aprovado pelo Ministério da Cultura, via Lei Rouanet, sob o número PRONAC 170636. O valor será apropriado à medida de sua utilização no item 4.2.2, até o momento não houve apropriação.
6. O gasto 26% superior ao orçado na rubrica Administrativa/RH/Controle de acesso, em Prestadores de Serviços, deve-se à necessidade de impressão de maior quantidade de ingressos para dar conta não apenas do crescimento de 11% na visitação em relação a 2016, mas também a necessidade de estoque para a temporada de verão 2018, prevendo igualmente um crescimento de visitação. Como contrapartida, vale reforçar que a arrecadação com bilheteria subiu 64% no período.
7. Com a otimização do quadro de RH necessária especialmente no Museu da Imigração, parte dos funcionários passaram a atender também as demandas do Museu do Café. Sendo assim, as despesas com deslocamento foram maiores do que anteriormente previsto. Para 2018, o orçamento foi readequado à nova realidade.
8. As despesas com a rubrica 9.6 foram maiores do que o previsto por duas razões essenciais. A primeira dá conta de reposição de estoque logo no início do ano. Isso porque com o encerramento do Contrato de Gestão 009/2011 e a incerteza quanto à continuidade do INCI na gestão do Museu

do Café, não foram realizadas as compras necessárias para atender à temporada de verão 2017 no fim de 2016, como acontece usualmente. A segunda refere-se justamente ao fato de compras maiores no último trimestre de 2017 para suportar o período de alta visitação entre janeiro e março de 2018.

9. As despesas da rubrica 11.3.4 se mostram 28% superiores ao previsto por conta da apropriação das despesas relacionadas às receitas com as gratuidades informadas no item 2 deste documento. De toda a forma, os valores excedentes foram absorvidos dentro do próprio programa não prejudicando a execução do plano de trabalho pactuado.
10. Sobre o percentual do programa de Integração ao SISEM, é importante informar que durante o segundo trimestre foi necessária a adaptação da exposição temporária "À Venda" para itinerância por meio do SISEM. Os gastos excedentes, contudo, foram suportados por recursos remanescentes dos demais programas, não comprometendo a realização de quaisquer metas ou ações pactuadas.
11. Por falta de local mais adequado, as despesas contábeis da ordem de R\$ 25 mil referentes às Contingências Trabalhistas reconhecidas no período foram incluídas na rubrica 13.2 no quarto trimestre. Dessa forma, as despesas com Depreciação/Amortização/Exaustão/Baixa de Imobilizado no quarto trimestre foram de R\$ 17.842,77, totalizando R\$ 69.198,23 em 2017.



Thiago da Silva Santos  
Diretor Administrativo Financeiro



Alessandra Rodrigues de Almeida  
Diretora Executiva

## ANEXOS TÉCNICOS

### PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA

| DESCRIÇÃO                                                       | COMPROVAÇÃO                                                                                                                                                                                                  | PERIODICIDADE |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança</b> | 1. Itens administrativos confirme periodicidade indicada anteriormente, além de pesquisas de Público e itens a serem enviados sempre que houver atualização: Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico |               |
|                                                                 | 2. Relato sobre a implantação de ações envolvendo o Eixo 1 (Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico)                                                                                                 | 4º trimestre  |
|                                                                 | 3. Relato sobre a implantação de ações envolvendo os Eixos 3 (Financiamento e Fomento), 4 (Mobilização e/ou diversificação e/ou fidelização de público) e 5 (Monitoramento e Avaliação de Resultado)         | 4º trimestre  |



## PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

| PROGRAMA                                                               | ANEXOS DE COMPROVAÇÃO DAS METAS<br>ROTINAS / OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Periodicidade                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa</b></p> | 1. Diagnóstico do Estado de Conservação dos Acervos Museológico, Arquivístico e Bibliográfico do Museu (REFERÊNCIAS: Caderno de Orientações / PDF Getty)                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2º trim. do 1º ano do CG                                                                    |
|                                                                        | 2. Plano de Conservação Integrado dos Acervos do Museu – (REFERÊNCIA: Caderno de Orientações)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3º trim. do 1º ano do CG                                                                    |
|                                                                        | 3. A partir do 4º trimestre do 1º ano: Relatório Semestral de Execução do Plano de Conservação do Museu e Relatório de Execução de ações de higienização dos acervos” (...) – (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                             | Semestral 2º e 4º trim.                                                                     |
|                                                                        | 4. Relatório Trimestral de Restauro, Empréstimos e Novas Aquisições (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Trimestral                                                                                  |
|                                                                        | 5. Relatório de Atualização do BDA SEC e de Pesquisa de Origem e Procedência de Acervo (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Semestral 2º e 4º trim.                                                                     |
|                                                                        | 6. Inventário do Acervo Museológico<br>7. Inventário do Acervo Bibliográfico<br>8. Guia do Acervo Arquivístico<br><br>a) MODELOS: Relatório de Atualização de Inventário + Planilha: Inventário do Acervo Museológico (que será utilizada para atualização do Anexo IV-A do Contrato de Gestão).<br>b) Acervo Bibliográfico: inventariar coleções especiais<br>c) Guia Arquivístico: só da documentação histórica e não institucional. | Anual, com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte (julho/agosto de cada ano) |
|                                                                        | 9. Relatório de Implantação (ou das Ações) do Centro de Pesquisa e Referência do Museu e das Parcerias Técnicas / Acadêmicas – quando <i>for o caso</i> (REFERÊNCIA SEC)                                                                                                                                                                                                                                                               | Semestral, no 1º e no 3º trim.                                                              |

## PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

| DESCRIÇÃO                                            | COMPROVAÇÃO                                                                                                                                                                     | PERIODICIDADE                                                                       |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Programa de Exposições e Programação Cultural</b> | 1. Política de Exposições e Programação Cultural do Museu (...)                                                                                                                 | Anual, com a proposta de aditamento                                                 |
|                                                      | 2. Descritivo das Exposições e da Programação Cultural do Museu Previstas                                                                                                       | Anual, com a proposta de aditamento + atualizações trimestrais, conforme necessário |
|                                                      | 3. Relato das Ações de Atualização e Aprimoramento da Comunicação Visual e Acessibilidade Expositiva (para pessoas com deficiência e por meio de recursos em inglês e espanhol) | Semestral<br>2º e 4º trim.                                                          |
|                                                      | 4. Consolidado Trimestral das Planilhas de Público                                                                                                                              | Trimestral                                                                          |
|                                                      | 5. Relatório de Pesquisa de Perfil e de Satisfação do Público participante de cursos, oficinas, workshops                                                                       | 4º trimestre (Anual)                                                                |
|                                                      | 6. Relatório de Pesquisa de Perfil e de Satisfação do Público em Geral (com índices de satisfação) - (Há REFERÊNCIA SEC para o modelo de pesquisa a ser aplicada)               | Semestral, no 2º e no 4º trim.                                                      |
|                                                      | 7. Relato Complementar das Exposições e Programação Cultural Realizada ( <i>informações adicionais, quando for o caso</i> )                                                     | Trimestral / quando for o caso                                                      |
|                                                      | 8. Regulamento dos Concursos, Editais e Programas de Residência Artística / Técnica / Cultural ( <i>quando houver</i> )                                                         | Anual, com a proposta de aditamento                                                 |

## PROGRAMA EDUCATIVO

| DESCRIÇÃO                 | COMPROVAÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | PERIODICIDADE                       |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Programa Educativo</b> | 1. Plano do Educativo (REFERÊNCIA: Caderno de Orientações)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 2º trimestre do 1º ano do CG        |
|                           | 2. Atualização do Plano Educativo (REFERÊNCIA: Caderno de Orientações)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Anual, com a proposta de aditamento |
|                           | 3. Relatório Anual das ações do Educativo, contendo de forma objetiva: <ul style="list-style-type: none"> <li>Os resultados alcançados em relação às ações de capacitação da equipe do Educativo;</li> <li>Os resultados alcançados com relação aos projetos, programas e ações realizadas nas áreas de inclusão social e cultural, conjuntamente às áreas técnicas do Museu e consciência funcional;</li> <li>Os recursos implementados para acessibilidade dos conteúdos do Museu;</li> <li>Análise dos dados obtida por meio de pesquisas próprias de perfil e satisfação de público.</li> </ul> | 4º trimestre (Anual)                |
|                           | 4. Relato das Ações que serão implementadas para a Ampliação e/ou diversificação e/ou fidelização do Público Agendado (ações para ampliação da qualidade das visitas mediadas e da capacidade de atendimento; parcerias com redes escolares e instituições vinculadas aos demais grupos alvo para ampliar o nº de grupos atendidos em todos os horários disponíveis)                                                                                                                                                                                                                                | 1º trimestre                        |
|                           | 5. Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas (dias de abertura do museu no trimestre x horários disponíveis para visitação por dia) e a Capacidade de atendimento por trimestre de outros grupos agendados em visitas educativas (dias de abertura do museu no trimestre x horários disponíveis para visitação por dia).                                                                                                                                                                                                           | 1º e 3º trimestre                   |
|                           | 6. Relação dos materiais educativos disponibilizados para professores, estudantes, educadores de grupos não-escolares e guias de turismo (impressos e virtuais)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Semestral, no 2º e 4º trimestre     |
|                           | 7. Relatório Analítico de Pesquisa de Satisfação do Público Escolar (REFERÊNCIA: Caderno de Orientações)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Semestral, no 2º e 4º trim.         |
|                           | 8. Relato Complementar das Ações do Programa Educativo ( <i>informações adicionais, quando for o caso</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Trimestral, quando for o caso       |

## PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

| DESCRIÇÃO                              | COMPROVAÇÃO                                                                                                                                                                            | PERIODICIDADE                    |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>Programa de Integração ao SISEM</b> | 1. Relatório das Atividades de integração ao SISEM/SP, destacando nº de municípios atendidos / público participante / atuação nas redes temáticas / intercâmbios técnicos (MODELO SEC) | Até 10 (dez) dias depois da ação |
|                                        | 2. Plano de Ações de Integração ao SISEM para o próximo ano, com Descritivo da Programação e das ações do Programa (informações adicionais, quando for o caso)                         | Trimestral, quando for o caso    |

## PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

| DESCRIÇÃO                                                      | COMPROVAÇÃO                                                                                                      | PERIODICIDADE                                                    |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional</b> | 1. Plano de Comunicação do Museu (REFERÊNCIA: Caderno de Orientações)                                            | Anual                                                            |
|                                                                | 2. Propostas de publicações (livros, coleções e outros), com proposta editorial, especificação técnica e tiragem | Anual, com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte |
|                                                                | 3. Relatório de Destaques do Museu na Mídia do período (MODELO SEC: Relatório de Clipping e Destaques da Mídia)  | Trimestral                                                       |
|                                                                | 4. Relatório de monitoramento do público virtual (REFERENCIA SEC) – Google Analytics                             | 4º trimestre (Anual)                                             |
|                                                                | 5. Submeter à aprovação da SEC propostas de revisão/atualização de logomarca                                     | Quando houver                                                    |

## PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

| DESCRIÇÃO                                                                       | COMPROVAÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | PERIODICIDADE               |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Edificações:<br/>Manutenção<br/>Predial e<br/>Conservação<br/>Preventiva</b> | 1. Planilha de Acompanhamento de Execução dos Serviços de Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações (REFERÊNCIA SEC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Trimestral                  |
|                                                                                 | 2. Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo das ações executadas no período referentes a: (a) Segurança, salvaguarda e contingência realizadas, b) manutenção dos equipamentos de bombeiros, cópia do AVCB, ou relato das ações realizadas visando sua obtenção/renovação (atendimento a "comunique-se do corpo de bombeiros e providencias correlatas tomadas no período, etc); c) programação periódica de combate às pragas, com indicação das empresas prestadoras do serviço (descupinização, desratização, desinsetização e ações para adoção de barreiras físicas impeditivas de pouso e nidificação de pombos na edificação); d) manutenção/melhora das condições de acesso físico para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida; e) sustentabilidade ambiental contemplando, no mínimo, ações para minimização de gastos com a água, energia elétrica, materiais técnicos e de consumo e coleta seletiva; f) cópia do Alvará de funcionamento ou relatório das ações realizadas visando sua obtenção/renovação; g) Cópia das apólices de seguro (renovadas (no relatório do trimestre correspondente à renovação).<br>OBS: Considerando que o relatório semestral nem sempre coincide com os períodos de renovação do AVCB e o Alvará, solicitamos que o envio por email para a área técnica responsável na UPPM quando da sua obtenção/renovação ( <a href="mailto:robsilva@sp.gov.br">robsilva@sp.gov.br</a> e para o email da técnica gestora do CG). | Semestral, no 2º e 4º trim. |

**PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA**

| <b>ANEXOS ADMINISTRATIVOS DO RELATÓRIO ANUAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado - com notas Explicativas (MODELO SEC) - <b>formato excel</b>                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2. Relatório Sintético de Recursos Humanos (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3. Relatório Analítico de Recursos Humanos (MODELO SEC) - <b>formato excel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4. Relatório de Captação de Recursos (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 5. Relatório de gastos mensais com água, energia elétrica, gás, telefone e internet (MODELO SEC)                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 6. Relat.de Atividades de Organ.do Arquivo, em atendimento às orientações da CADA                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7. Normas e Procedimentos de Atendimento ao Público, com Tabela de Valores da Cessão Onerosa dos Espaços e da Bilheteria, ambas com os indicativos dos descontos e gratuidade (vigentes no exercício de 20XX)                                                                                                                                         |
| 8. Balancetes Contábeis Analíticos do CG e da Organização Social (REFERÊNCIA: NBC)                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 9. Declaração assinada pelos representantes legais da Entidade atestando recolhimento no prazo correto dos impostos e encargos trabalhistas ref. aos pagamentos efetuados para PJ (p. jurídicas) e PF (p. físicas), assim como das contas de utilidades públicas, sem multas                                                                          |
| 10. Quadro de municípios atendidos com ações culturais "in loco" (MODELO SEC) - <b>formato Excel</b> . Na impressão, somente os municípios atendidos.                                                                                                                                                                                                 |
| 11. Comprovante de inscrição e situação cadastral - CNPJ<br><a href="http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp">http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp</a>                                                                                             |
| 12. Certificado de regularidade do FGTS - CRF<br><a href="https://www.sifge.caixa.gov.br/Cidadao/Crf/FgeCfSCriteriosPesquisa.asp">https://www.sifge.caixa.gov.br/Cidadao/Crf/FgeCfSCriteriosPesquisa.asp</a>                                                                                                                                          |
| 13. Certidão negativa de débitos às contribuições previdenciárias e às de terceiros (INSS) e débitos relativos a tributos federais e dívida ativa da União -<br><a href="http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/certidoes-e-situacao-fiscal">http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/certidoes-e-situacao-fiscal</a> |
| 14. Certidão negativa de débitos tributários da dívida ativa do Estado de São Paulo<br><a href="http://www.dividaativa.pge.sp.gov.br">www.dividaativa.pge.sp.gov.br</a>                                                                                                                                                                               |
| 15. Certidão de tributos mobiliários<br><a href="http://www3.prefeitura.sp.gov.br/certidaotributaria/forms/frmConsultaEmissaoCertificado.aspx">http://www3.prefeitura.sp.gov.br/certidaotributaria/forms/frmConsultaEmissaoCertificado.aspx</a>                                                                                                       |
| 16. Certificado do CADIN Estadual<br><a href="https://www.fazenda.sp.gov.br/cadin_estadual/pages/publ/cadin.aspx">https://www.fazenda.sp.gov.br/cadin_estadual/pages/publ/cadin.aspx</a>                                                                                                                                                              |
| 17. Relação de apenados do TCE<br><a href="http://www4.tce.sp.gov.br/consulta-apanados">http://www4.tce.sp.gov.br/consulta-apanados</a>                                                                                                                                                                                                               |
| 18. Sanções administrativas - <a href="http://www.sancoes.sp.gov.br">www.sancoes.sp.gov.br</a>                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 19. Certific.de regularidade cadastral de entidades-CRCE <a href="http://www.cadastrodeentidades.sp.gov.br">www.cadastrodeentidades.sp.gov.br</a>                                                                                                                                                                                                     |
| 20. Certidão negativa de débitos trabalhistas - CNDT <a href="http://www.tst.jus.br/certidao">www.tst.jus.br/certidao</a>                                                                                                                                                                                                                             |
| 21. Cópia da ata com aprovação de, no mínimo, 2/3 do Conselho Administrativo, caso o Manual de Compras e Contratações tenha sofrido alteração em 2017                                                                                                                                                                                                 |
| 22. Cópia da ata com aprovação de, no mínimo, 2/3 do Conselho Administrativo, caso o Manual de Recursos Humanos tenha sofrido alteração em 2017                                                                                                                                                                                                       |
| 23. MaPA - Matriz parametrizada de ações e públicos - <b>formato excel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 24. Quadro Resumo - <b>formato Excel</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |