



**RELATÓRIO ANUAL DE 2013**  
**IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE**  
**ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**  
**UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**

CONTRATO DE GESTÃO Nº 05/2011  
Referente ao museu: Museu do Futebol

## APRESENTAÇÃO

Este relatório consolida as atividades realizadas no ano de 2013, referentes ao terceiro ano do Contrato de Gestão N. 05/2011. No quinto ano do Museu do Futebol, as metas e rotinas técnicas pactuadas foram cumpridas, respeitando as diretrizes estabelecidas pela Secretaria de Estado da Cultura e visando a atingir objetivos estratégicos da instituição, quais sejam, ampliar e divulgar o acervo por meio de ações de pesquisa e documentação e exposições; atender com qualidade o público espontâneo e agendado do Museu, oferecendo-lhe atividades educativas e uma programação cultural diversificada, lúdica e gratuita; aprimorar os canais de comunicação e divulgação do Museu, por meio do site e redes sociais, além de manter em boas condições o edifício que abriga o Museu, bem como seu parque tecnológico e sua expografia.

Em 2013 foram realizadas **34 metas pactuadas e 01 meta condicionada**, distribuídas em 05 Programas. Essas metas representam em seu conjunto, a realização de **mais de 100 atividades**, conforme abaixo:

**a) Programa de Acervo** - as 4 metas pactuadas foram cumpridas e compreenderam a execução das seguintes atividades: registro de 32 referências de pesquisa; 08 entrevistas de História Oral realizadas e transcritas; 02 novos projetos de pesquisa encaminhados a agências de fomento; 01 parceria renovada com instituição de ensino superior (IES) e 01 nova parceria com IES.

**b) Programa de Exposições e Programação Cultural** - as 12 metas previstas foram realizadas, envolvendo: 30 eventos culturais, 02 projetos conceituais de exposições, 02 pesquisas de perfil de público (espontâneo e público de eventos).

**c) Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais** - contemplou a realização das 12 metas pactuadas, que visaram ao atendimento ao público em visitas mediadas (escola pública, escola privada, grupos especiais, outros grupos); atendimento ao público espontâneo; pesquisa de perfil de público e satisfação de público escolar; 01 Projeto Deficiente Residente; 01 Projeto Aproximações; 08 materiais educativos desenvolvidos; 02 Cursos de capacitação; atendimento a professores.

**d) Programa de Apoio ao SISEM** - as 04 metas previstas foram realizadas, oferecendo as atividades de 04 palestras (oferecidas no conjunto de 02 oficinas); 02 visitas técnicas; 01 projeto de exposição itinerante e 01 ação para a Rede Memória e Esporte.

**e) Programa de Comunicação e imprensa** - 02 metas realizadas, com 36 campanhas de divulgação efetuadas e 417 inserções do Museu do Futebol em veículos em imprensa.

Além das metas, demonstradas no item “Quadro de metas” deste relatório, vale destacar que o ano de 2013 marcou o início das atividades de um novo serviço do Museu do Futebol: o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, inaugurado em 04 de outubro, fruto do projeto iniciado em 2010 com parceria da POIESIS, USP e com recursos aportados da FINEP. O público passou a ter acesso, a partir daquela data, à base de dados on line (com fotos, vídeos e textos) e a livros e DVDs sobre futebol. Mais de 200 pessoas prestigiaram a abertura do CRFB, com a presença do Governador do Estado de São Paulo Geraldo Alckmin e do Secretário de Cultura Marcelo Araújo. Participantes de equipes de futebol de várzea, ex-jogadores e colecionadores também participaram do evento, que teve a cobertura de 22 veículos de imprensa.

A visita ao espaço físico do CRFB superou as expectativas iniciais: em 3 meses, foram 1.270 atendimentos presenciais, das quais 43 pessoas vieram especificamente para utilizar os recursos oferecidos pelo CRFB, 61 eram estrangeiros em visita ao museu, 82 eram convidados especiais em visita ao museu, 365 atendimentos a funcionários do próprio museu realizando consultas e pesquisas e 719 visitantes do museu que também fizeram uso do espaço.

Além do atendimento presencial, foram registrados 37 atendimentos virtuais (por email e telefone), específicos sobre conteúdo e 5.213 visitas ao banco de dados na internet, resultando em uma média de 60,6 visitas por dia.

Outro destaque do ano foi a realização da exposição temporária “Futebol de Papel” (meta condicionada), fruto de conteúdos reunidos a partir da linha de pesquisa “Na Rede”. Foi a primeira mostra que conectou a pesquisa, o Centro de Referência e uma ação de extroversão museológica.

Na área educativa, apontamos a IV edição do Projeto Deficiente Residente, no qual duas pessoas com deficiência integram a equipe do Museu e auxiliam na formação para o atendimento e no aprimoramento de jogos e da exposição do Museu do Futebol. O tema do ano foi pessoas com mobilidade reduzida.

Visando preparar o Museu para a Copa do Mundo de 2014, no ano de 2013 foi realizado o planejamento da atualização da exposição de longa duração, principalmente para o atendimento ao público estrangeiro. Revisamos e legendamos em português, inglês e espanhol as 331 imagens da Sala Origens, uma das principais salas da exposição e está em andamento a versão para os dois idiomas de outras 3 salas expositivas.

Em 2013, o Museu permaneceu aberto em 304 dias, 02 dias a menos que 2012, além do fechamento parcial em 41 dias, o dobro de fechamentos parciais que 2012. O público visitante foi de 325.504 pessoas, 8% abaixo da meta prevista. A média diária de visitantes foi de 1070. A queda de público, ainda que não tão expressiva, pode ser explicada parcialmente em

função do aumento de números de dias com redução do horário de funcionamento devido ao calendário de jogos no Estádio do Pacaembu.

O Museu ofereceu gratuidade todas as quintas-feiras e em mais 25 dias: aniversário de São Paulo (25/jan); Campanha Museu Meu e Seu (todos os sábados e domingos do mês de maio e todos os domingos de junho); Aniversário do Museu (29/set); abertura da exposição Futebol de Papel (30/11) e 10 dias no final do ano (de 17 a 31 de dezembro).

É importante mencionar alterações ocorridas na equipe do Museu. A primeira delas, em outubro de 2013, foi a incorporação da equipe de orientadores de público ao Núcleo de Ação Educativa. Tal mudança visou a aprimorar o atendimento ao público do Museu, integrando as duas equipes que ficam no espaço expositivo: educadores e orientadores. Sob a mesma coordenação, esses passam por uma nova formação, voltada tanto para o melhor aprendizado dos conteúdos do Museu quando à postura no espaço e formas de acolher e atender ao público. A equipe de orientadores recebeu a mudança de forma bastante positiva.

A segunda foi a mudança da Diretoria do IDBrasil, que conta com novo Diretor Executivo desde outubro. A Diretoria Administrativa e Financeira e a Diretoria Técnica do Museu do Futebol ficaram vacantes no segundo semestre e contam com novas diretoras a partir de dezembro. Nesse período de vacância, as coordenadorias atuaram junto ao Diretor Executivo da Organização Social permitindo a continuidade das atividades durante a transição entre os gestores. Vale ressaltar que para a Diretoria Técnica do Museu do Futebol o Conselho de Administração aprovou a indicação do Diretor Executivo, de um profissional pertencente ao quadro de colaboradores do Museu, no caso, a então Coordenadora do Núcleo de Documentação, Pesquisa e Exposições.

#### **- PROGRAMA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA**

O IDBrasil, no exercício de 2013, manteve empenho no aprimoramento da gestão dos Museus do futebol e da Língua Portuguesa.

A consolidação dos procedimentos contábeis, acompanhada pela empresa de auditoria externa -KPMG-, proporcionou a confiabilidade dos dados apresentados, garantindo a adequação das práticas e normas contábeis dos serviços de contabilidade, prestados por escritório terceirizado.

Apesar de no segundo semestre as equipes trabalharem com a vacância da Diretoria Administrativa e Financeira, mantiveram, sob orientação da diretoria executiva, as boas práticas e rotinas operacionais e administrativas.

Consolidou-se um trabalho iniciado em 2012, quando da incorporação do Museu da Língua Portuguesa ao IDBrasil, de unificação de procedimentos administrativos, de compras, e controles de receitas nos dois museus.

Exemplificando, a venda de ingressos é operada por um único sistema; e as equipes, devidamente treinadas, têm capacidade de atendimento em qualquer um dos equipamentos, com maior flexibilidade na estrutura.

Em novembro retomou-se o programa de treinamento da equipe, focado em atendimento ao visitante. Foi ministrado curso para os colaboradores da bilheteria e dos núcleos administrativo e RH, visando à postura comportamental adequada e desenvolvimento de habilidades em lidar com situações extremas no dia a dia no contato com o público.

Por solicitação da CJ da Secretaria de Cultura, foi proposta alteração do estatuto social, com o objetivo de manter consonância com a legislação estadual das Organizações Sociais (Lei 846 de 04/06/1998), que será submetida à Assembléia Geral dos Associados em 2014.

No final do exercício de 2013 foi recomposta a diretoria administrativa e financeira.

## QUADRO DE METAS DO MUSEU DO FUTEBOL

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

O quarto trimestre de 2013 é marcado com o início das atividades ao público do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, inaugurado em 04 de outubro. Um balanço dos primeiros 3 meses, o total de atendimentos e o perfil do público visitante é relatado no Quadro de Rotinas Técnicas.

Com a abertura do CRFB, a equipe responsável pela gestão do acervo dividiu-se entre organizar a rotina do novo serviço e organizar o acervo pesquisado e exposto na exposição temporária "Futebol de Papel", inaugurada em 30 de novembro e relatada nos anexos das "Metas condicionadas".

No que diz respeito às metas pactuadas para o período, todas foram cumpridas. Com relação à **meta 1** - Estabelecer ou manter parcerias com instituições universitárias ou museológicas para realização de pesquisas e/ou difusão de pesquisas sobre o acervo e a temática do museu, no quarto trimestre firmamos parceria com a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, por meio do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. O objetivo da parceria foi a participação do Museu no projeto "**Torcedores: vida, paixão e morte no país do futebol**".

Tal projeto foi realizado em cumprimento à **meta 2** - Submeter projetos de pesquisa e documentação em leis de incentivo, concursos, editais de apoio e fomento para busca de suporte financeiro, técnico-acadêmico e material. O projeto, já aprovado pela agência de fomento (CNPq) e com previsão de início em janeiro de 2014, está apresentado nos anexos técnicos.

As **metas 3 e 4**, que dizem respeito às atividades de pesquisa, divididas em duas linhas ("Na Rede" e "Memória Viva") foram cumpridas, com destaque para a entrevista com o jogador Amoroso e o ex-funcionário do Estádio do Pacaembu Antonio Munhoz. Esta última entrevista relacionou-se com as pesquisas para os acervos que compuseram a exposição "Futebol de Papel".

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
1	Estabelecer ou manter parcerias com instituições universitárias ou museológicas para realização de pesquisas e/ou difusão de pesquisas sobre o acervo e a temática do museu	Nº de parcerias estabelecidas e/ou mantidas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
2	Submeter projetos de pesquisa e documentação em leis de incentivo, concursos, editais de apoio e fomento para busca de suporte financeiro, técnico-acadêmico e material (FAPESP, CNPQ, FINEP e afins)	Nº de projetos submetidos	1º trim.	-	-
			2º trim.	-	-
			3º trim.	1	1
			4º trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
3	Realizar ações de documentação e pesquisa: Memória Viva (Coletar, transcrever e editar depoimentos de História Oral)	Nº de depoimentos de História Oral coletados, transcritos e/ou editados	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	4	4
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	4	4
			<b>ANUAL</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
4	Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede	Nº de referências	1º Trim.	5	7
			2º Trim.	10	12
			3º Trim.	10	10
			4º Trim.	5	3
			<b>ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>32</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>106%</b>

## PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

O Programa de Exposições e Programação Cultural realizou, no ano de 2013, 30 atividades, dentre palestras, oficinas, atividades educativas e programas de férias. As atividades seguiram um calendário de eventos tradicional do Museu, que celebra algumas datas especiais relacionadas à temática, tal como o Dia do Botonista, o Dia do Futebol, o Dia do Goleiro. Além disso, foram oferecidos eventos em datas oficiais da cidade, como Consciência Negra e Virada Cultural. Os eventos tiveram boa aceitação do público, e engajaram comunidades, tal como ocorre nos Encontros de Colecionadores de Camisas, que terminou o ano de 2013 em sua décima edição.

Na área de exposições, preparamos dois projetos conceituais: Futebol de Papel (realizada como meta condicionada) e O Ofício do Futebol, prevista para ocorrer em 2015.

No quarto trimestre, as metas foram cumpridas, conforme detalhamento apresentado abaixo. Destacamos o Encontro de Colecionadores, ocorrido no mesmo dia da abertura da Exposição Futebol de Papel. Aproveitamos o mote da exposição e ampliamos o tema do encontro para materiais impressos, agregando o público da exposição.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
5	Elaborar Projeto Conceitual de Exposição Temporária com conteúdos e pesquisa própria e com conteúdos/obras de terceiros	Nº de projetos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	2
			4º Trim.	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
6	Realizar cursos, oficinas e workshops para o público em geral (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de cursos realizados	1º trim.	-	1
			2º trim.	-	-
			3º trim.	-	-
			4º trim.	2	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
7	Receber público nos cursos, oficinas e workshops realizados	Nº de participantes nos cursos, oficinas e workshops	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	80	144
			<b>ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>144</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>180,0%</b>
8	Elaborar relatório de pesquisa de perfil e de satisfação do público participante dos cursos, oficinas e workshops	Nº de relatórios de pesquisa de perfil de público e de satisfação do público entregues	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
9	Realizar palestras e ou bate-papos para o público (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de palestras e ou bate-papos realizados	1º Trim.	-	2
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	2	2
			4º Trim.	2	-
			<b>ANUAL</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
10	Realizar eventos: apresentações musicais apresentações audiovisuais (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de eventos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	1
			3º Trim	2	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
11	Realizar eventos periódicos: Encontro de Colecionadores (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de encontros realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
12	Realizar programas temáticos e/ou eventos/atividades em datas comemorativas (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de programas temáticos e ou eventos/atividades realizados	1º Trim	3	3
			2º Trim	4	4
			3º Trim	4	4
			4º Trim	4	4
			<b>ANUAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
13	Realizar programas de férias: . Janeiro . Julho (vide <i>Descritivo</i> anexo)	Nº de programação de férias oferecidos (cada programação deverá oferecer no mínimo 12 dias de atividades)	1º Trim	1	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
14	Elaborar relatório de pesquisa de perfil e de satisfação do público em geral	Nº de relatórios de pesquisa de perfil de público e de satisfação do público em geral entregues	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
15	Receber visitantes presencialmente no museu	Nº de visitantes recebidos	1º Trim	67.550	65.465
			2º Trim	92.550	82.357
			3º Trim	97.550	92.669
			4º Trim	92.550	85.013
			<b>ANUAL</b>	<b>350.200</b>	<b>325.504</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>92,95%</b>



Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
16	Receber visitantes virtuais no site do museu	Nº de visitantes virtuais que acessaram o site	1º Trim	60.000	69.626
			2º Trim	60.000	79.653
			3º Trim	60.000	78.441
			4º Trim	60.000	64.040
			<b>ANUAL</b>	<b>240.000</b>	<b>291.760</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>121%</b>

### **Meta 7: Receber público nos cursos, oficinas e workshops realizados**

A meta foi superada pois uma das oficinas oferecidas (Oficina de Futebol de Botão) foi realizada dentro do Espaço Expositivo do Museu, beneficiando-se do público visitante.

### **Meta 15: Receber visitantes presencialmente no Museu.**

O Museu permaneceu aberto em 304 dias em 2013, 02 dias a menos que 2012, além do fechamento parcial em 41 dias, o dobro de fechamentos parciais que 2012. O público visitante foi de 325.504 pessoas, 8% abaixo da meta prevista. A média diária de visitantes foi de 1070. A queda de público, ainda que não tão expressiva, pode ser explicada parcialmente em função do aumento de números de dias com redução do horário de funcionamento.

## **PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS**

O Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais, desenvolvido pela equipe do Núcleo de Ação Educativa, tem como princípio aproximar o visitante dos conteúdos do acervo do museu e, junto com ele, refletir, questionar, dialogar e interagir a partir da mediação estabelecida com o educador e o público. Para cumprir esta função, é necessário o desenvolvimento de ações e estratégias que tenham como finalidade fazer o visitante aprimorar a sua experiência dentro do museu.

No quarto trimestre de 2013, ocorreu uma mudança significativa no Núcleo, a partir da incorporação da equipe de orientação. Foi um passo importante do Museu para melhorar qualitativamente (cf. relato dos orientadores) a relação dos orientadores com o público, tendo em vista que, desde outubro, mudanças estruturais significativas para esta equipe permitem também o investimento em sua formação. Nesse sentido, cria-se a possibilidade de apresentar uma equipe de orientadores que se sinta mais capacitada para dialogar com o público no ano que sucede este trimestre.

O atendimento ao público escolar finalizou o trimestre com um índice positivo no que diz respeito ao alcance da meta neste período, sem prejudicar o atendimento de outros tipos de público no Museu. Durante o ano inteiro, o Educativo atendeu a quase 92.000 pessoas. No que tange às metas pactuadas, o quarto trimestre registrou o atendimento a 22.662 visitantes no total das visitas agendadas (metas 17, 18, 19 e 20), superando o previsto para o período. As justificativas para tal superação estão detalhadas nos anexos técnicos.

O índice de satisfação do público escolar seguiu alto neste período, mantendo o valor próximo aos apresentados nos trimestres anteriores: 96%. Na média anual, o índice manteve a mesma grandeza: 94,5%.

A quarta edição do projeto *Deficiente Residente* ocorreu neste período com a equipe de orientação. Foi notável o vínculo dos residentes estabelecidos com a equipe e o retorno apresentado no cotidiano do museu. O encerramento desta edição reforça para o museu a necessidade de continuidade deste projeto e a ampliação para outros espaços, tendo em vista não somente as observações dos residentes a respeito do modo de atuação dos educadores e orientadores, mas a quebra de barreiras atitudinais empreendida conjuntamente entre residentes e equipe.

O projeto *Aproximações* seguiu o cronograma de ações conforme previsto. Cada vez mais, a proximidade dos educadores com o público-alvo do projeto (pessoas em situação de vulnerabilidade social) tem revelado a importância do estabelecimento de uma relação afetiva e profissional com aquelas pessoas. A história de vida, a experiência com o ambiente da praça Charles Miller e do Museu e a troca estabelecida com os educadores afirmam a validade do projeto. A conclusão é o início da edição do material videográfico produzido durante os encontros com os *aproximados*. O documentário educativo, a ser lançado em janeiro, está em fase final de edição.

A participação do Educativo em atividades extramuros ocorreu de maneira concreta neste último trimestre: a visita à Casa de Velhinhos de Ondina Lobo em outubro e a participação na I Mostra de Museus da SEC em novembro acabaram por se tornar um incentivo, não somente à realização de mais ações como esta, mas à produção de jogos ou atividades pensadas inicialmente para o extramuros. Assim nasceram o jogo *Artilheiro Adaptado* e a atividade *Bingo de Ondina Lobo*, 2 das 3 atividades propostas neste período que, somadas às anteriores, totalizam 8 no ano.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
17	Propiciar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas.	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas mediadas.	1º Trim.	1.600	1.299
			2º Trim.	6.800	5.055
			3º Trim.	4.800	6.079
			4º Trim.	4.160	7.479
			<b>ANUAL</b>	<b>17.360</b>	<b>19.912</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>114,7%</b>
18	Propiciar visitas mediadas para grupos especiais (acessibilidade, idosos, vulnerabilidade social e parcerias institucionais, como por exemplo, Escola da Família).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º trim.	3.350	1.683
			2º trim.	720	5.167
			3º trim.	2.640	3.393
			4º trim.	1.030	3.042
			<b>ANUAL</b>	<b>7.740</b>	<b>13.285</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>171,6%</b>
19	Propiciar visitas mediadas para grupos outros (turistas, empresas e etc.).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º Trim.	450	1.050
			2º Trim.	480	605
			3º Trim.	560	859
			4º Trim.	210	944
			<b>ANUAL</b>	<b>1.700</b>	<b>3.458</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>203,4%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
20	Realizar o atendimento ao público espontâneo	Nº de pessoas atendidas como público espontâneo	1º Trim.	3.960	13.306
			2º Trim.	3.960	15.010
			3º Trim.	3.960	15.791
			4º Trim.	3.960	11.197
			<b>ANUAL</b>	<b>15.840</b>	<b>55.304</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>349,1%</b>
21	Elaborar relatório de pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar	Nº de relatórios de pesquisa de perfil de público e de satisfação do público escolar entregues	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
22	Monitorar índice de satisfação do público escolar	Índice de satisfação > 80%	1º Trim	> 80%	89%
			2º Trim	> 80%	99%
			3º Trim	> 80%	94%
			4º Trim	> 80%	96%
			<b>ANUAL</b>	<b>&gt; 80%</b>	<b>94,5%</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
23	Continuar com o Projeto Deficiente Residente (sensibilização do atendimento educativo, revisão/proposta de materiais/aproximação com outras equipes)	4ª edição do projeto realizado com 2 pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida - 1ª etapa (relatório 3º Tri) e 2ª etapa (relatório 4º Tri)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
24	Desenvolver materiais e atividades para ações educativas	Nº de jogos/atividades/materiais	1º Trim	1	2
			2º Trim	1	2
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	3
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>
25	Elaborar Projeto "Aproximações II" - moradores do bairro do Pacaembu - 1º semestre	Nº de projetos	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
26	Realizar encontro "Aproximações II" - moradores do bairro - 1º semestre	Nº de encontros	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	3	4
			4º Trim	3	7
			<b>ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>11</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>183,3%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
27	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e guias de turismo	Nº de cursos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
28	Atender professores, educadores e guias de turismo em cursos de capacitação	Nº de professores, educadores e guias de turismo capacitados	1º Trim	-	-
			2º Trim	15	15
			3º Trim	-	-
			4º Trim	15	33
			<b>ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>48</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>160%</b>

### Justificativa das metas superadas

#### Meta 18 - Propiciar visitas mediadas para grupos especiais

A meta foi superada pois a equipe empenhou-se em um agendamento ativo de tais grupos, oferecendo, em alguns casos, transporte gratuito. Tal estratégia teve como objetivo fortalecer o Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol e atrair ao equipamento novos públicos, especialmente pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. Oferecimento.

#### Meta 19 - Propiciar visitas mediadas para grupos outros (turistas, empresas e etc)

A meta foi superada pois os educadores passaram a atender, em caso de desistência de grupos escolares agendados, outros grupos que agendaram a visita sem o atendimento educativo. Foi uma estratégia para oferecer ao público um atendimento mais qualificado.

#### Meta 20 - Realizar o atendimento ao público espontâneo

A meta foi superada pois os educadores passaram a oferecer mais jogos e dinâmicas no espaço expositivo, atividade que foi bem recebida pelo público, aumentando a sua participação.

#### Meta 24 - Desenvolver materiais e atividades para ações educativas

A equipe de educadores viu-se motivada e engajada a oferecer mais atrações ao público espontâneo, bem como atender novos públicos, como é o caso de crianças até 7 anos. Por esse motivo, foram criados mais materiais que o previsto em Plano de Trabalho, sem custos adicionais ao Museu.

### **Meta 26 – Realizar encontro “Aproximações II” – moradores do bairro – 1º semestre**

A superação da meta (aumento no número de encontros) foi devida à mudança de metodologia de trabalho do projeto, conforme detalhamento nos Anexos Técnicos.

### **Meta 28 – Atender professores, educadores e guias de turismo em cursos de capacitação**

A meta foi superada devido à última ação, realizada em parceria com o SESC, o que trouxe mais público para as ações de formação.

#### **PROGRAMA DE APOIO AO SISEM - SP**

As metas 29 e 30, que estavam pendentes, foram realizadas no quarto trimestre de 2013. Destacamos as visitas técnicas oferecidas nas cidades de Atibaia – SP, no Museu Municipal João Batista Conti, e no Museu dos Esportes, na cidade de São José dos Campos.

Conforme descrito no detalhamento da meta 30, a visita em Atibaia visou abordar a estrutura de documentação e conservação de acervo. O relatório aponta para soluções a serem dadas para digitalizar documentos e catalogar em bases de dados disponíveis por meio de softwares livres, uma vez que a instituição não possui autonomia de gestão de recursos para desenvolver um banco customizado.

A visita em São José dos Campos visou capacitar os funcionários do referido museu para a utilização do Banco de Dados do Museu do Futebol. Foi uma ação piloto, seguida de palestra dirigida à equipe do Museu sobre documentação de acervos. A ação visou testar a possibilidade de instituições com acervos esportivos cadastrarem os dados dessas coleções no banco do Museu, alimentando deste modo o CRFB e apoiando as instituições que não possuem nem recursos nem equipe para desenvolvimento de um software especializado em Banco de Dados.

Completando a meta 29, conforme indicado em relatórios anteriores, foram oferecidas palestras e oficinas dirigidas à Rede Memória e Esporte. O tema das atividades, escolhido no último Seminário Memória e Esporte, foi conservação e higienização de acervos fotográficos, com palestras teóricas e atividades práticas.

<b>Nº</b>	<b>AÇÕES</b>	<b>INDICADOR DE RESULTADO</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>META PREVISTA</b>	<b>META REALIZADA</b>
<b>29</b>	Realizar palestras no interior	Nº de palestras	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1	-
			3º Trim.	2	-
			4º Trim.	1	4
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>30</b>	Realizar visitas técnicas em municípios do interior (temática: manutenção predial e/ou documentação/pesquisa e/ou exposições e/ou serviço educativo e/ou comunicação institucional)	Nº de visitas	1º trim.	-	-
			2º trim.	1	-
			3º trim.	-	-
			4º trim.	1	2
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
31	Elaborar projeto de exposição para Itinerância no interior do Estado de São Paulo	Nº de projetos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
32	Realizar ação para Rede de Memória do Esporte	Nº de ações realizadas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	1
			4º Trim.	1	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

No quarto trimestre de 2013, a área de comunicação do Museu do Futebol seguiu com suas ações de promoção e divulgação do equipamento e de sua programação cultural, para atrair a atenção de novos e antigos visitantes. Para isso, houve grande investimento no relacionamento com a imprensa de modo geral (TV, rádio, jornais e revistas impressas e veículos online). O resultado foram **417 inserções** em diferentes veículos, com destaque para a abertura do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, a exposição temporária Futebol de Papel e a gratuidade na segunda quinzena de dezembro.

O site do Museu ([www.museudofutebol.org.br](http://www.museudofutebol.org.br)) fechou o trimestre com 64.040 visitantes únicos, sendo pouco mais de 74% de novas visitas.

Na página do Museu no Facebook, encerramos o 3º trimestre de 2013 com 15.936 likes, e o 4º trimestre com 18.141, um aumento de pouco mais de 13%, com crescimento orgânico, ou seja, sem investimento financeiro em mídia social.

O Twitter encerrou o 4º trimestre com 8.708 seguidores, um crescimento de aproximadamente 3% em relação ao fechamento do trimestre passado. O baixo percentual se comparado ao crescimento do Facebook, deve-se principalmente à queda geral no uso desta rede social. Mesmo assim, numa tentativa de aumentar nossos seguidores nesta plataforma digital, mudamos o formato de como o conteúdo estava sendo publicado: ao invés de apenas replicar o conteúdo divulgado no Facebook, são feitos agora "posts" específicos com os 140 caracteres. Observaremos se haverá aumento de seguidores no próximo trimestre.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
33	Produzir publicações impressas / eletrônicas (Anuário do Centro de Referência e Memorial online das Exposições temporárias), com prévia aprovação de proposta editorial, layout e tiragem pela SEC	Nº de publicações produzidas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
34	Realizar campanhas de comunicação de âmbito regional, estadual e nacional de acordo com o Plano de Comunicação aprovado pela SEC	Nº de campanhas realizadas	1º trim.	1	5
			2º trim.	1	9
			3º trim.	1	11
			4º trim.	1	11
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>36</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>800%</b>

**Meta 34:** a meta foi superada em função do seu subdimensionamento quando da formulação do Plano de Trabalho 2013. No Plano de Trabalho de 2014 a meta pode ser redimensionada. A superação da meta em 800% não trouxe impactos financeiros ao contrato de gestão.

### PROGRAMA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

Durante o exercício de 2013, as metas previstas no Plano de Trabalho para o Programa de Gestão Administrativa, foram cumpridas e algumas superadas. As metas de captação (Bilheteria, Cessão de Uso de Espaço e Captação de Recursos Incentivados) totalizam 30% do valor do repasse do Contrato de Gestão, ou seja, R\$ 2.563.941. Devido a intensificação das ações de captação conseguimos atingir a quantia de R\$ 3.509.122, ou seja, 41,05% do repasse do Contrato de Gestão superando assim, em R\$ 945.181 a meta de captação, ou seja, 36,85% a mais do previsto.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
35	Atualizar a relação de documentos de arquivo a partir da aplicação da Tabela de Temporalidade e do Plano de Classificação, conforme legislação	Relação de documentos atualizada	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
36	Elaborar relação de documentos para eliminação, com base na Tabela de Temporalidade	Relação dos documentos para eliminação entregue	1º trim.	-	-
			2º trim.	-	-
			3º trim.	-	-
			4º trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
37	Realizar a ordenação e o registro das séries documentais, conforme o Plano de Classificação e Tabela de Temporalidade	Relatório de registro das séries documentais ordenadas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
38	Submeter projetos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados	Nº de projetos submetidos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
39	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, com ingressos a R\$ 6,00 e R\$ 3,00 (meia-entrada), exceto gratuidades	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim.	10%	8,49%
			2º Trim.		5,58%
			3º Trim.		8,99%
			4º Trim.		5,74%
			<b>ANUAL</b>		<b>7,20%</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>72,00%</b>
40	Captar recursos por meio de geração de receita de cessão remunerada de uso de espaços e contratos de restaurante, café, loja, livraria, estacionamento	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim	10%	12,93%
			2º Trim		13,94%
			3º Trim		10,82%
			4º Trim		17,38%
			<b>ANUAL</b>		<b>13,77%</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>137,77%</b>

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
41	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Roaunet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim	10%	-
			2º Trim		7,02%
			3º Trim		-
			4º Trim		72,87%
			<b>ANUAL</b>		<b>19,97%</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>199,70%</b>

### Meta 39 -> Captação de Recursos Bilheteria

Para essa meta, no 4º trimestre, obtivemos a captação de R\$ 122.713 atingindo o percentual de 5,74% das vendas de ingressos em relação ao repasse do contrato de gestão do período. No decorrer do ano, entre os meses de maio e junho ampliou-se os dias de gratuidade para quintas, sábados e domingos além das ações que isentaram o pagamento da entrada no Museu dentre elas: a semana da Jornada Mundial da Juventude em parceria com a Arquidiocese de São Paulo e o programa Pode Entrar que a Casa é Sua em parceria com a SPTuris. Concomitantemente enfrentamos a queda no número de visitantes.

Mofalidade / Fonte	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	TOTAL
Receita de Venda de Ingressos	181.485	119.135	192.016	122.713	615.349
<b>TOTAL</b>	<b>181.485</b>	<b>119.135</b>	<b>192.016</b>	<b>122.713</b>	<b>615.349</b>
<b>Recursos repassados do CG no período</b>	<b>2.136.618</b>	<b>2.136.618</b>	<b>2.136.618</b>	<b>2.136.618</b>	<b>8.546.472</b>
<b>Resultdo parcial relativo ao período</b>	<b>8,49%</b>	<b>5,58%</b>	<b>8,99%</b>	<b>5,74%</b>	<b>7,20%</b>

*Posicionamento Financeiro*



## QUADRO DE METAS CONDICIONADAS

<b>METAS CONDICIONADAS</b>				
<b>Nº</b>	<b>AÇÕES</b>	<b>INDICADOR DE RESULTADO</b>	<b>META</b>	<b>VALOR R\$</b>
<b>42</b>	Realizar e implantar novo projeto expográfico para a sala Jogo de Corpo	Projeto expográfico para a sala Jogo de Corpo implantado	2º SEMESTRE	3.000.000,00
<b>43</b>	Realizar Exposição de vídeo arte – <i>O jogo só acaba quando termina</i> (exposição proposta pelo Instituto Goethe)	Exposição de vídeo arte realizada	1º SEMESTRE	-*
<b>44</b>	Realizar Encontro de museus que participem da <i>Rede de Memória do Esporte</i> (instituições nacionais e internacionais)	Encontro realizado	2º SEMESTRE	50.000,00
<b>45</b>	Realizar exposição temporária <i>Futebol de Papel</i>	Exposição temporária realizada	2º SEMESTRE	700.000,00
<b>46</b>	Realizar exposição temporária <i>Peladão</i>	Exposição temporária realizada	2º SEMESTRE	400.000,00
<b>47</b>	Realizar Micro-exposições	3 Micro-exposições realizadas	EM ESTUDO	180.000
<b>48</b>	Realizar programação paralela no período em que a exposição temporária estiver em cartaz	Programação paralela realizada**	CF. EXPOSIÇÃO	45.000
<b>49</b>	Realizar palestras, cursos, mesas redondas e eventos	10 eventos realizados***	1º E 2º SEMESTRE	100.000,00

\*A exposição de vídeo arte – O jogo só acaba quando termina foi proposta pelo Instituto Goethe e os recursos para sua realização seriam captados e geridos pelo próprio Instituto Goethe, ficando sob responsabilidade da OS a cessão do espaço.

\*\* A programação paralela ainda será elaborada. Os custos foram estimados tendo como parâmetro eventos já realizados no Museu do Futebol.

\*\*\* A META CONDICIONADA 48 tem como objetivo ampliar e diversificar a programação cultural oferecida pelo Museu. Tal programação será

elaborada e submetida à aprovação da SEC caso o recurso solicitado seja aprovado.

### **Detalhamento das metas**

**Meta 42:** Não realizada em função da não captação de recursos.

**Meta 43:** A realização desta meta estava condicionada à captação de recursos por parte do Instituto Goethe. O Museu do Futebol cederia espaço. O Instituto Goethe não captou os recursos.

**Meta 44:** Meta não realizada por não captação de recursos.

**Meta 45:** No dia 30 de novembro foi inaugurada a Exposição Futebol de Papel, que levou 2 meses de pré-produção e 2 meses de produção. O relatório da exposição segue abaixo. Essa meta pode ser realizada com recursos do contrato de gestão sem prejuízo para a realização das metas pactuadas no ano de 2013. Além dos recursos do contrato, a exposição contou com apoio da EPSON (cessão de projetor) e da Gráfica Studio4 (desconto em impressão de materiais).

**Meta 46:** Meta não realizada por não captação de recursos.

**Meta 47:** Meta não realizada por não captação de recursos.

**Meta 48:** Meta não realizada por não captação de recursos.

**Meta 49:** Meta não realizada por não captação de recursos.



# **Exposição sobre as Demonstrações Contábeis e seus resultados referentes ao exercício de 2013**

CONTRATO DE GESTÃO Nº 005/2011

## **ATIVO**

**Disponibilidades: R\$ 4.969** - Registram o recursos financeiros (caixa e bancos conta movimento).

**Aplicações Financeiras: R\$3.375** – Registram as aplicações financeiras em fundos de investimentos e CDB dos recursos disponíveis.

**Adiantamentos: R\$18** – Registram os adiantamentos de salários e adiantamento de férias aos empregados.

**O ativo imobilizado R\$462**- corresponde a de bens tangíveis, composto de móveis, utensílios máquinas e equipamentos programas e softwares de computadores.

## **PASSIVO**

**Fornecedores: R\$28** – Obrigações com fornecedores e prestadores de serviços.

**Obrigações e encargos sociais: R\$ 486** – Composto por salários a pagar provisões de férias e encargos sociais e impostos.

## **RECEITAS**

**Receitas do Contrato de Gestão: R\$8.546** – Representam os valores repassados pela Secretaria de Cultura do Estado, provenientes do Contrato de Gestão.

**Receitas de Captação: R\$3.544** - Representam os valores recebidos através de bilheteria, locações de espaços, eventos, patrocínios, doações e outras.

**Receitas Financeiras: R\$352** – Representam os rendimentos das aplicações bancárias dos recursos do Contrato de Gestão e das Captações.

## **DESPESAS**

**Pessoal: R\$5.366** – Neste item estão relacionadas as despesas realizadas com salários, encargos sociais, benefícios, pagamentos à estagiários e autônomos.

**Serviços Prestados por terceiros: R\$ 3.109** – Neste item estão relacionadas as despesas com Vigilância e Segurança Patrimonial, Limpeza, Assessorias e Consultorias diversas.

**Gerais e Administrativas: R\$1.382** Neste item estão lançadas as despesas com manutenção e reparos, exposições, locações, viagens e estadias e outras despesas diversas, despesas realizadas com as concessionárias de energia elétrica e telefonia, tributos municipais, estaduais, federais e contribuições sindicais e associativas.

### **Contexto Geral:**

A entidade iniciou o exercício de 2013 com saldo financeiro da ordem de R\$1800. A boa gestão e a economicidade dos processos administrativos e financeiros propiciou ao final do exercício um saldo financeiro da ordem de R\$2.200.

### **1 – Índice de Liquidez (AC/PC)**

$$\text{ILS} = \frac{\text{Ativo circulante} + \text{estoque}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$\text{ILS} = \frac{5.088.198,24 + 0}{5.088.198,24} = 1,00$$

### **2 – Receitas Totais / Despesas Totais**

Receita	10.437.602,57	
----- =	-----	= 1,00
Despesa	10.437.602,57	