

**IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE**

CNPJ 10.233.223/0001-52

**Balanco Patrimonial**

Balancos patrimoniais em 31 de dezembro de 2016 e 2015 - (Em milhares de Reais)		
	2016	2015
<b>Ativo</b>		
Recursos vinculados a projetos - (Nota 4)	23.103	4.857
Contas a receber	56	230
Outros créditos	38	67
Despesas antecipadas	23	55
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>23.220</b>	<b>5.209</b>
<b>Não circulante</b>	<b>687</b>	<b>714</b>
Imobilizado - (Nota 5)	675	699
Intangível	12	15
<b>Total do ativo</b>	<b>23.907</b>	<b>5.923</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Demonstrações das mutações do patrimônio líquido - Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015 - (Em milhares de Reais)**

	Déficits/superávits acumulados	Total
<b>Saldo em 1 de janeiro de 2015</b>	-	-
Resultado do exercício	-	-
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2015</b>	-	-
Resultado do exercício	-	-
<b>Saldo em 31 de dezembro de 2016</b>	-	-

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Notas explicativas às demonstrações financeiras**

(Em milhares de Reais)

**1 Contexto operacional:** O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte ("Entidade"), é uma Entidade de direito privado, sem fins econômicos e lucrativos constituída em 7 de maio de 2008 e qualificada como organização social no âmbito da cultura através do processo nº SC-91 1-2008 em 22 de agosto de 2008. Tem como objetivo principal a operacionalização e execução das atividades e serviços na área de museologia no Museu do Futebol ("MDF") e Museu da Língua Portuguesa ("MLP"). Para cumprimento de seus objetivos, a Entidade poderá, conforme definido pelo Conselho de Administração, realizar as seguintes atividades: **a.** Criar, apoiar, fomentar, promover e administrar espaços culturais, educacionais e desportivos, com a propagação do conhecimento entre membros da sociedade civil. **b.** Propor, executar, divulgar estudos, pesquisas, informações, produzidos por si ou por terceiros, nas áreas de esportes, educação e cultura. **c.** Promover, gerir, e apoiar a recuperação, conservação e difusão do patrimônio histórico, cultural, ambiental e artístico. **d.** Captar recursos e administrar espaços destinados a custear as atividades e ações necessárias para o cumprimento de suas finalidades. **e.** Promover exposições temáticas, cursos, eventos, e atividades recreativas e técnico-científicas, ou colaborar para a realização das mesmas, nos assuntos relacionados às áreas de educação, cultura e esporte em geral. **f.** Manter intercâmbio com outras instituições que atuam no âmbito da cultura, da educação, e do esporte do país ou do exterior. **g.** Prestar consultorias nas áreas fim, bem como realizar pesquisas ou outras atividades de suporte para suas finalidades. **h.** Promover a edição e difusão de publicações *on line* e *off line* como livros, revistas, boletins, áudios, vídeos, cds, DVDs, folhetos, *folders*, sites, cartazes e similares. **i.** Produzir e vender, direta ou indiretamente, produtos com marcas e logoss de propriedade ou cedidas ao IDBrasil. **j.** Promover e difundir a Língua Portuguesa. **k.** Promover, preservar a memória, e difundir o Futebol. **l.** Vide dados sobre os contratos de gestão na Nota Explicativa nº 6. **Planos da Administração** - Decorrido um ano do incêndio no Museu da Língua Portuguesa, iniciou-se em dezembro de 2016, com restauro das fachadas, a obra de reconstrução do Museu, regida pelo Convênio celebrado pela Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, Fundação Roberto Marinho e IDBrasil. Os recursos para a reconstrução e atualização de todo o museu, tanto para a obra civil quanto para a museologia e museografia, serão provenientes da relevante indenização do seguro, - e de forte aporte de patrocinadores privados, anunciado em ato solene pelo Governador do Estado. Os recursos privados virão em grande parte de projeto aprovado pelo MinC/ Lei Rouanet, que teve como proponente a Fundação Roberto Marinho. A reabertura do Museu está prevista para o primeiro semestre de 2019. O total acordado e integralmente recebido da indenização do sinistro foi de R\$ 35.912 dos quais, acrescidos das receitas e despesas financeiras, R\$ 31.556 serão aplicados nas obras, regidas pelo Convênio; R\$ 2.856 destinados às ações emergenciais; R\$ 1.000 alocados na cobertura de despesas fixas perduráveis pós incêndio e R\$ 500 destinados à responsabilidade civil. Dessa forma, conforme apresentado na nota explicativa 3(b), do valor total recebido proveniente da indenização do sinistro (R\$ 35.912), R\$ 13.365 foi repassado à Fundação Roberto Marinho, conforme Convênio celebrado em 21 de janeiro de 2016 e R\$ 3.053 foram aplicados em gastos de obras emergenciais e despesas financeiras (vide nota explicativa 16). O ano de 2016 foi marcado pelas providências decorrentes do incêndio, como obras emergenciais para consolidação da estabilidade do prédio e da segurança para as plataformas da Estação da Luz da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos - CPTM; de contenção de riscos, como estanqueidade de água de chuva; limpeza da área não afetada pelo incêndio, e preparação do prédio para início das obras. Outra frente importante de trabalho foi a apuração dos prejuízos para determinação do valor da indenização. Este trabalho, complexo, foi conduzido pela Fundação Roberto Marinho em conjunto com a empresa reguladora do sinistro, possibilitando a liquidação total do seguro em outubro/2016. A situação atípica do Museu, sem sede e sem exposição permanente, exigiu revisão e readequação no plano de trabalho junto à Secretaria da Cultura, com a premissa de manter o Museu vivo. Assim, dentre as ações viabilizadas destacamos exposições itinerantes, projeto Dengo - que levou o Museu a hospitais e CCA's - Centros para Crianças e Adolescentes -, e seminário para reflexão dos 10 anos do Museu: "Museu da Língua Portuguesa- Conquistas e Desafios", com debates que subsidiarão a reconstrução do Museu. Novo contrato para gestão do Museu da Língua Portuguesa foi celebrado em 30 de dezembro de 2016, com dispensa de licitação e com vigência até 31 de dezembro de 2020, no valor de R\$ 9.552. As ações do novo contrato de gestão estarão focadas no acompanhamento da reconstrução e na divulgação do Museu pelo site e redes sociais, com equipe mínima dedicada. Em maio de 2016 houve edital público de chamamento para a gestão do Museu do Futebol. O IDBrasil foi o único proponente e sua proposta foi aprovada. Novo contrato de gestão foi assinado em 27 de Junho de 2016, com vigência até 31 de dezembro de 2020, no valor de R\$ 42.682. O resultado da licitação referenda a qualidade da gestão do IDBrasil, e seus compromissos com as metas propostas. **2 Base de preparação: Declaração de conformidade** - As demonstrações financeiras foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil (BR GAAP). A emissão das demonstrações financeiras foi aprovada pelo Conselho de Administração em 20 de fevereiro de 2017. **Base de mensuração** - As demonstrações financeiras foram preparadas com base no custo histórico, exceto pelos instrumentos financeiros não-derivativos registrados por meio do resultado, mensurados pelo valor justo. **Moeda funcional e moeda de apresentação** - Essas demonstrações financeiras são apresentadas em Real, que é a moeda funcional da Entidade. Todas as informações contábeis apresentadas em Real foram arredondadas para o milhar mais próximo, exceto quando indicado de outra forma. **Uso de estimativas e julgamentos** - A preparação das demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil exige que a Administração faça julgamentos, estimativas e premissas que afetam a aplicação de políticas contábeis e os valores reportados de ativos, passivos, receitas e despesas. Os resultados reais podem divergir dessas estimativas. Estimativas e premissas são revistas de uma maneira contínua. Revisões com relação a estimativas contábeis são reconhecidas no período em que as estimativas são revisadas e em quaisquer períodos futuros afetados. Não há informações sobre julgamentos críticos referentes às políticas contábeis adotadas que apresentam efeitos sobre os valores reconhecidos nas demonstrações financeiras. **Determinação do valor justo** - Diversas políticas e divulgações contábeis da Entidade exigem a determinação do valor justo, tanto para os ativos e passivos financeiros como para os não financeiros. Os valores justos têm sido apurados para propósitos de mensuração e/ou divulgação baseados nos métodos, descritos na Nota Explicativa nº16 de instrumentos financeiros. Quando aplicável, as informações adicionais sobre as premissas utilizadas na apuração dos valores justos são divulgadas nas notas específicas àquele ativo ou passivo. **3 Principais políticas contábeis:** As políticas contábeis descritas em detalhes abaixo têm sido aplicadas de maneira consistente a todos os períodos apresentados nessas demonstrações financeiras. **a. Instrumentos financeiros - (i) Ativos financeiros não derivativos** - A Entidade reconhece os empréstimos e recebíveis e depósitos inicialmente na data em que foram originados. Todos os outros ativos e passivos financeiros são reconhecidos inicialmente na data da negociação na qual a Entidade se torna uma das partes das disposições contratuais do instrumento. A Entidade tem seus ativos e passivos financeiros não derivativos registrados pelo valor justo por meio do resultado. **Ativos financeiros registrados pelo valor justo por meio do resultado** - Um ativo financeiro é classificado pelo valor justo por meio do resultado caso seja classificado como mantido para negociação e seja designado como tal no momento do reconhecimento inicial. Os ativos financeiros são designados pelo valor justo por meio do resultado se a Entidade gerencia tais investimentos e toma decisões de compra e venda baseadas em seus valores justos de acordo com a gestão de riscos documentada e a estratégia de investimentos da Entidade. Os custos da transação, após o reconhecimento inicial, são reconhecidos no resultado como incorridos. Ativos financeiros registrados pelo valor justo por meio do resultado são medidos pelo valor justo, e mudanças no valor justo desses ativos são reconhecidas no resultado do exercício. **Recebíveis** - Recebíveis são ativos financeiros com pagamentos fixos ou calculáveis que não são cotados no mercado ativo. Tais ativos são reconhecidos inicialmente pelo valor justo acrescido de quaisquer custos de transação atribuíveis. Após o reconhecimento inicial, os recebíveis são medidos pelo custo amortizado através do método dos juros efetivos, decrescidos de qualquer perda por redução ao valor recuperável. Os recebíveis abrangem contas a receber, outros créditos e despesas antecipadas. **Recursos vinculados a projetos** - Recursos vinculados a projetos representam os saldos de bancos conta movimento e aplicações financeiras que possuem utilização restrita e somente poderão ser utilizados em projetos para fazer frente às obrigações dos contratos de gestão, incluindo projetos de lei incentivados. **Passivos financeiros não derivativos** - Os passivos financeiros são reconhecidos inicialmente na data de negociação na qual a Entidade se torna uma parte das disposições contratuais do instrumento. A Entidade baixa um passivo financeiro quando tem suas obrigações contratuais retiradas, canceladas ou vencidas. A Entidade tem os seguintes passivos financeiros não derivativos: fornecedores e outras contas a pagar. Tais passivos financeiros são reconhecidos inicialmente pelo valor justo acrescido de quaisquer custos de transação atribuíveis. Após o reconhecimento inicial, esses passivos financeiros são medidos pelo custo amortizado através do método dos juros efetivos. **Instrumentos financeiros derivativos** - Não houve operações com instrumentos financeiros derivativos durante os exercícios de 2016 e 2015, incluindo operações de *hedge*. **b. Apuração do resultado e reconhecimento das receitas e despesas incentivadas** - O reconhecimento das receitas e despesas é efetuado em conformidade com o regime contábil de competência de exercício e de acordo com a NBC TG 07 - Subvenção e assistências governamentais. Os valores recebidos e empregados do Contrato de Gestão e Projetos Especiais originados de contratos com a Secretaria de Cultura e leis de incentivo, são registrados da seguinte forma: **Recebimento dos recursos:** Quando ocorre o recebimento de recursos é reconhecido o débito de recursos vinculados a projetos e o crédito de projetos vinculados a executar no passivo circulante. **Consumo como despesa:** Quando ocorrem os gastos do Contrato de Gestão e dos recursos incentivados, são reconhecidas as despesas correspondentes, sendo as despesas reconhecidas em contrapartida ao débito do passivo de projetos vinculados a executar. **c. Imobilizado - (i) Reconhecimento e mensuração** - Itens do imobilizado são mensurados pelo custo histórico de aquisição ou construção, deduzido de depreciação acumulada e perdas de redução ao valor recuperável (*impairment*) acumuladas, quando necessário. **Depreciação** - Itens do ativo imobilizado são depreciados a partir da data em que estão disponíveis para uso. A depreciação é calculada sobre o valor depreciável, que é o custo de um ativo, ou outro valor substituto do custo, deduzido do valor residual. A depreciação é reconhecida no resultado baseando-se no método linear com relação às vidas úteis estimadas de cada parte de um item do imobilizado. As vidas úteis estimadas para os períodos correntes e comparativos são as seguintes: Móveis e utensílios - 10 anos; Equipamentos de informática e comunicação - 5 anos; Equipamentos de telefonia - 5 anos; Máquinas e Equipamentos - 10 anos; Instalações - 10 anos. Os métodos de depreciação, as vidas úteis e os valores residuais serão revistos a cada encerramento de exercício financeiro e eventuais ajustes são reconhecidos como mudança de estimativas contábeis. **d. Redução ao valor recuperável - Ativos financeiros** - Um ativo financeiro não mensurado pelo valor justo por meio do resultado é avaliado a cada data de apresentação para apurar se há evidência objetiva de que tenha ocorrido perda no seu valor recuperável. Um ativo tem perda no seu valor recuperável se uma evidência objetiva indica que um evento de perda ocorreu após o reconhecimento inicial do ativo, e que aquele evento de perda teve um efeito negativo nos fluxos de caixa futuros projetados que podem ser estimados de uma maneira confiável. A Administração da Entidade não identificou qualquer evidência que justificasse a necessidade de provisão. **e. Provisões e passivos circulantes e não circulantes** - Uma provisão é reconhecida no balanço patrimonial quando a Entidade possui uma obrigação legal ou constituída como resultado de um evento passado, e é provável que um recurso econômico seja requerido para saldar a obrigação. As provisões são registradas tendo como base as melhores estimativas do risco envolvido. Os passivos circulantes e não circulantes são demonstrados pelos valores conhecidos ou calculáveis acrescidos, quando aplicável dos correspondentes encargos, variações monetárias incorridas até a data do balanço patrimonial. **f. Demais ativos circulantes e não circulantes** - São demonstrados pelos valores conhecidos ou calculáveis, acrescidos, quando aplicável, dos correspondentes encargos, variações monetárias incorridas até a data dos balanços. **g. Receitas com trabalhos voluntários** - Conforme estabelecido na Interpretação ITG 2002 (R1)-Entidade sem Finalidade de Lucro, a Entidade valoriza as receitas com trabalhos voluntários, inclusive de membros integrantes de órgãos da administração sendo mensuradas ao seu valor justo levando-se em consideração os montantes que a Entidade haveria de pagar caso contratasse estes serviços em mercado similar. As receitas com trabalhos voluntários são reconhecidas no resultado do exercício em contrapartida a outras despesas também no resultado do exercício. Em 31 de dezembro de 2016 o montante foi de R\$ 502 (R\$ 234 em 2015). **h. Receitas e despesas financeiras** - As receitas financeiras abrangem basicamente as receitas de juros sobre aplicações financeiras. As despesas financeiras abrangem, basicamente, o imposto e Renda Retido na Fonte - IRRF, o COFINS sobre rendimento de aplicação financeira, o Imposto sobre Operação de Crédito, Câmbio e Seguros (IOF), além das tarifas bancárias cobradas pelas instituições financeiras. **i. Informações operacionais divulgadas** - As divulgações das informações operacionais reportáveis apresentadas, tanto para o Museu do Futebol ("MDF") como para o Museu da Língua Portuguesa ("MLP"), estão de acordo com a estrutura de gerenciamento e com as informações utilizadas pelos principais tomadores de decisão da Entidade. Dessa forma, todos os itens alocados são referentes a atividades de negócio cultural das quais podem-se obter receitas e incorrer em despesas. **j. Gerenciamento de risco financeiro** - A Entidade apresenta exposição aos seguintes riscos advindos dos uso de instrumentos financeiros: **Risco de liquidez.** - Risco de mercado. A Entidade apresenta informações sobre a exposição de cada um dos riscos supramencionados, os objetivos da Entidade, políticas e processos para manutenção e gerenciamento de risco na Nota Explicativa nº 17. **Estrutura do gerenciamento de risco** - As políticas de gerenciamento de risco da Entidade são estabelecidas para identificar e analisar os riscos enfrentados, para definir limites. As políticas e sistemas de gerenciamento de riscos são revisados frequentemente para refletir mudanças nas condições de mercado e nas atividades da Entidade. **k. Novas normas e interpretações ainda não adotadas** - Uma série de novas normas, alterações de normas e interpretações serão efetivas para exercícios iniciados após 1º de janeiro de 2016 e não foram adotadas na preparação destas demonstrações financeiras. Aqueles que podem ser relevantes para a Entidade estão mencionadas abaixo. A Entidade não planeja adotar estas normas de forma antecipada. **IFRS 9 Financial Instruments (Instrumentos Financeiros)** - A IFRS 9, publicada em julho de

**Demonstrações de resultados - Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015 - (Em milhares de Reais)**

	2016	2015
<b>Receitas com restrições</b>		
Recursos do contrato de gestão	13.806	19.004
Rendimentos financeiros - contrato de gestão	457	862
Doações	93	65
Prestação de Serviço Voluntários (Nota 3g)	62	-
Indenização - Gastos Emergenciais - Sinistro - MLP	503	234
Outras	3.053	-
(Nota 11)	66	588
<b>Total das Receitas</b>	<b>18.040</b>	<b>20.753</b>
Recursos projetos especiais (Leis de incentivo) (Nota 12)	482	460
Rendimentos financeiros - (Leis de incentivo) (Nota 12)	51	24
<b>Total das Receitas</b>	<b>18.573</b>	<b>21.237</b>

**Despesas com restrições (atividades culturais)**

Com pessoal (Nota 13)	(8.921)	(10.868)
Serviços prestados por terceiros (Nota 14)	(3.420)	(4.419)
Gerais e administrativas (Nota 15)	(1.871)	(4.152)
Energia elétrica e telecomunicações	(498)	(1.096)
Impostos, taxas e contribuições	(16)	(2)
Depreciação e amortização	(147)	(252)
Parcerias	(13)	-
Voluntários (Nota 3g)	(503)	(234)
Gastos Emergenciais - Sinistro - MLP (Nota 16)	(3.053)	-
<b>Resultado operacional antes das despesas financeiras</b>	<b>(18.442)</b>	<b>(21.023)</b>
Despesas financeiras	(131)	(214)
<b>Resultado do exercício</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Demonstrações de resultados abrangentes - Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015 - (Em milhares de Reais)**

	2016	2015
<b>Resultado do exercício</b>	-	-
Outros resultados abrangentes:	-	-
<b>Resultado abrangente total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Demonstrações dos fluxos de caixa - Exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015 (Em milhares de Reais)**

	2016	2015
--	------	------

**Fluxo de caixa das atividades operacionais**

<b>Resultado do exercício</b>	-	-
Ajustes por:		
Depreciação e amortização	147	252
Provisão para impairment	-	517

**Variação nos ativos e passivos (Aumento/redução) nos ativos em**

Recursos vinculados a projetos	(18.246)	1.705
Contas a receber	174	(73)
Outros créditos	29	(13)
Despesas antecipadas	32	(3)

**Aumento/(redução) nos passivos em**

Fornecedores e outras contas a pagar	(182)	417
Obrigações trabalhistas e encargos sociais	(20)	165
Obrigações tributárias	(255)	77
Projetos vinculados a executar	18.468	(2.275)
Obrigações com o Estado - Imobilizado e intangível	(27)	(583)

**Fluxo de caixa decorrente das atividades operacionais**

	120	186
--	-----	-----

**Fluxo de caixa de atividades de investimento**

Aquisição de imobilizado e intangível	(120)	(186)
---------------------------------------	-------	-------

**Fluxo de caixa decorrente das atividades de investimento**

	(120)	(186)
--	-------	-------

**Movimentação líquida em caixa e equivalentes de caixa**

Caixa e equivalentes de caixa em 1º de janeiro	-	-
--	---	---

Caixa e equivalentes de caixa em 31 de dezembro	-	-
---	---	---

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

2014, substitui as orientações existentes na IAS 39 (CPC 38) *Financial Instruments: Recognition and Measurement* (Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração). A IFRS 9 inclui orientação revista sobre a classificação e mensuração de instrumentos financeiros, incluindo um novo modelo de perda esperada de crédito para o cálculo da redução ao valor recuperável de ativos financeiros, e novos requisitos sobre a contabilização de *hedge*. A norma mantém as orientações existentes sobre o reconhecimento e desreconhecimento de instrumentos financeiros da IAS 39. A IFRS 9 é efetiva para exercícios iniciados em ou após 1º de janeiro de 2018, com adoção antecipada permitida. O impacto efetivo da adoção da IFRS 9 nas demonstrações financeiras da Entidade em 2018 não pode ser estimado com confiança, pois dependerá dos instrumentos financeiros que a Associação detiver das condições econômicas em 2018, bem como de decisões e julgamentos contábeis que a Entidade fará no futuro. O Comitê de Pronunciamentos Contábeis ainda não emitiu pronunciamento contábil ou alteração nos pronunciamentos vigentes correspondentes a todas as novas IFRS. Portanto, a adoção antecipada dessas IFRS não é permitida para entidades que divulgam as suas demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.

	2016			2015		
	MDF	MLP	Total	MDF	MLP	Total
Caixa	8	-	8	14	8	22
Banco conta movimento	21	-	21	-	59	59
Aplicações financeiras	1.541	21.533	23.074	1.976	2.800	4.776
	1.570	21.533	23.103	1.990	2.867	4.857

Os recursos vinculados a projetos referem-se substancialmente a recursos recebidos pela Entidade que serão utilizados exclusivamente nos contratos de gestão, projetos relacionados e projetos incentivados, conforme mencionado na Nota Explicativa nº 6. As aplicações financeiras de curto prazo, de alta liquidez, são prontamente conversíveis em um montante conhecido de caixa e estão sujeitos a um insignificante risco de mudança de valor. Esses investimentos financeiros referem-se substancialmente a certificados de depósitos bancários e fundos de renda fixa e são remunerados à taxa referenciada no Certificado de Depósito Interbancário - CDI; variam entre 92% e 95% do índice baseadorante o exercício de 2016 (95% a 99% do CDI durante o exercício de 2015). Na demonstração do fluxo de caixa, os recursos vinculados a projetos são apresentados no fluxo das atividades operacionais, uma vez que esses recursos não apresentam todas as características de caixa e equivalentes de caixa conforme requerido pelo CPC 03 (R2) - Demonstrações do Fluxo de Caixa.

**5 Ativo imobilizado**

	Taxas anuais de depreciação	Custo	Depreciação acumulada	2016	2015
Móveis e utensílios	10%	296	(174)	122	125
Equipamentos de informática e comunicação	20%	475	(326)	149	137
Equipamentos de telefonia	20%	36	(35)	1	1
Máquinas e Equipamentos	10%	577	(174)	403	436
Instalações	10%	190	(190)	-	-
		1.574	(899)	675	699

**Movimentação do ativo imobilizado**

	Saldo em 01/01/2016	Adições	Baixas	Saldo em 31/12/2016
Móveis e utensílios	270	26	-	296
Equipamentos de informática e comunicação	410	65	-	475
Equipamentos de telefonia	36	-	-	36
Máquinas e Equipamentos	553	24	-	577
Instalações	190	-	-	190
	1.459	115	-	1.574

**Movimentação da depreciação**

	Saldo em 01/01/2016	Adições	Baixas	Saldo em 31/12/2016
Móveis e utensílios	(145)	(29)	-	(174)
Equipamentos de informática e comunicação	(273)	(53)	-	(326)
Equipamentos de telefonia	(35)	-	-	(35)
Máquinas e Equipamentos	(117)	(57)	-	(174)
Instalações	(190)	-	-	(190)
	(760)	(139)	-	(899)
<b>Saldo líquido</b>	<b>699</b>	<b>(24)</b>	<b>-</b>	<b>675</b>

continua...

...continuação					IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52				
Movimentação do custo	Saldo em	Provisão		Saldo em	Equipamentos de telefonia	Máquinas e Equipamentos	Instalações		
	01/01/2015	Adições	Impairment	31/12/2015					
Móveis e utensílios	323	18	(71)	270	(32)	(4)	1	(35)	
Equipamentos de informática e comunicação	617	85	(292)	410	(80)	(81)	44	(117)	
Equipamentos de telefonia	37	-	(1)	36	(180)	(11)	1	(190)	
Máquinas e Equipamentos	774	83	(304)	553	(675)	(241)	156	(760)	
Instalações	195	-	(5)	190					
	<u>1.946</u>	<u>186</u>	<u>(673)</u>	<u>1.459</u>					
Movimentação da depreciação	Saldo em	Provisão		Saldo em	Saldo líquido				
01/01/2015	Adições	Impairment	31/12/2015	A provisão para impairment se deve ao incêndio ocorrido em 21 de dezembro de 2015 no Museu da Língua Portuguesa, causando danos em grande parte de seu conteúdo. Equipamentos na área administrativa, não afetada pelo incêndio, estão em processo de avaliação do valor justo para reversão da provisão. <b>6 Projetos vinculados a executar:</b> A seguir apresentamos os contratos em andamento no exercício e sua movimentação demonstrando o total de recursos recebidos pela Entidade e os rendimentos financeiros desses recursos, bem como os montantes utilizados na execução dos projetos (consumo).					
Móveis e utensílios	(125)	(33)	13	(145)	1.271	(55)	(517)	699	
Equipamentos de informática e comunicação	(258)	(112)	97	(273)					

Descrição Custo	Saldos em		Captação		Devolução e		Consumo e		Outras		Saldos em				
	31.12.2015	Valores	própria	Rendimentos	Repasses de	Transfe-	Imobili-	Movimen-	Saldos	em	Total	Total			
	Recebidos	de recursos	Financeiros	Recursos	rencias	zações	tações	em	em	2016	2015	Total			
Contrato de gestão (MDF)	2.002	8.202	1.633	260	-	-	(10.755)	(38)	1.304	8.882	3.751	12.633	9.354	7.415	16.769
Pronac - 1410879	40	-	-	-	-	(41)	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Pronac - 159325	-	-	-	-	-	41	-	1	42	-	-	-	-	-	-
<b>Sub Total contrato de gestão MDF</b>	<b>2.042</b>	<b>8.202</b>	<b>1.633</b>	<b>260</b>	-	-	<b>(10.755)</b>	<b>(36)</b>	<b>1.346</b>						
Contrato de gestão (MLP) (a)	1.338	2.700	283	197	-	1.028	(4.219)	38	1.365						
Pronac - 11411693	730	-	-	-	-	(741)	-	11	-						
Pronac - 159327	-	-	-	50	-	741	(543)	8	256						
Projeto Poesia Agora	43	-	-	1	(44)	-	(3)	3	-						
Indenização do Seguro - Sinistro (b)	-	35.912	-	1.108	(13.365)	(1.028)	(3.053)	53	19.627						
<b>Sub Total contrato de gestão MLP</b>	<b>2.111</b>	<b>38.612</b>	<b>283</b>	<b>1.356</b>	-	-	<b>(7.818)</b>	<b>113</b>	<b>21.248</b>						
<b>Sub Total - Projetos a executar</b>	<b>4.153</b>	<b>46.814</b>	<b>1.916</b>	<b>1.616</b>	-	-	<b>(18.573)</b>	<b>77</b>	<b>22.594</b>						
(-) Obrigações com o Estado															
- Imobilizado MDF	(714)	-	-	-	-	-	-	83	(631)						
(-) Obrigações com o Estado															
- Imobilizado MLP	-	-	-	-	-	-	-	(12)	(12)						
(-) Obrigações Pronac															
- Imobilizado MLP	-	-	-	-	-	-	-	(44)	(44)						
<b>Projetos a executar</b>	<b>3.439</b>							<b>(18.490)</b>	<b>21.907</b>						

(a) O saldo de R\$ 1.365 do Contrato de Gestão do MLP é assim destinado: R\$ 612 para fundos de contingência e reserva do CG 008/2016; R\$ 374 integraram a primeira parcela do repasse do CG 008/2016; R\$ 367 para cobertura de compromissos contratados pelo CG 004/2012 e R\$ 12 de imobilizado líquido CG 004/2012 (b) o valor de R\$ 13.365, refere-se ao repasse parcial da indenização do seguro para a Fundação Roberto Marinho por força do CONVÊNIO de reconstrução do Museu da Língua Portuguesa

**Valores recebidos/repasses** referem-se aos montantes recebidos ou captados para incentivo aos projetos vinculados. **Rendimentos financeiros** referem-se a rendimento das aplicações financeiras dos recursos vinculados aos projetos que, de acordo com a norma contábil, são reconhecidos no ativo em contrapartida a projetos a executar. **Consumo** referem-se aos gastos que foram empregados nos projetos ao longo do exercício social. **a. Contrato de Gestão - Museu do Futebol (MDF)** - A Entidade firmou Contrato de Gestão nº 05/2011 com o Governo do Estado de São Paulo por intermédio da Secretaria de Estado da Cultura, pelo período aproximado de 51 meses a partir de 9 de setembro de 2011; houve prorrogação da vigência até 30 de Junho de 2016. Em junho de 2016 foi assinado um novo contrato, pelo período de 54 meses, com vigência até 31 de Dezembro de 2020. Durante o período do contrato, a Entidade receberá do Estado recursos financeiros para o gerenciamento e execução de atividades e serviços a serem desenvolvidos no "Museu do Futebol". Essas atividades e serviços são medidos por metas e indicadores de desempenho trimestrais e anuais, e a falta de alcance dos mesmos pode gerar penalidades à Entidade. A Entidade possui permissão de uso para o imóvel onde está instalada, anexo ao Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, conhecido como o Estádio do Pacaembu, pelo prazo de vigência do contrato, e em contrapartida, é responsável pela operação, manutenção preventiva e corretiva do referido espaço. Para o exercício de 2015 a Entidade assinou com a Secretaria da Cultura o 5º (quinto) termo de aditamento ao Contrato de Gestão prorrogando o prazo de vigência até dezembro de 2015 e com redução no valor do repasse de R\$ 9.570 para R\$ 9.069, sendo que, do total do repasse no valor de R\$ 9.069, o valor de R\$ 1.020 foi proveniente do saldo financeiro remanescente do exercício de 2014, e R\$ 8.050 de efetivo repasse. No mês de dezembro de 2015, foi celebrado o 6º (sexto) aditamento ao Contrato de Gestão do Museu do Futebol por intermédio da Secretaria do Estado da Cultura, com prorrogação do prazo contratual até 30 de junho de 2016, com repasse no valor de R\$ 3.846 para o período. O contrato de gestão 05/2011 teve a importância global de R\$ 42.890 em recursos repassados pela Secretaria da Cultura. Em novo processo licitatório de chamamento Público, o IDBrasil firmou novo Contrato de Gestão nº 04/2016 com a Secretaria de Estado da Cultura, no valor total de R\$ 42.682. Em dezembro de 2016 foi celebrado o 1º Termo de aditamento, tendo como valor global estimado R\$ 42.561. Dessa forma, pela execução do Contrato de Gestão, a Entidade receberá do Poder Público, nos prazos e condições acordados, a importância global estimada em R\$ 42.561, da seguinte forma: 2016 (2º semestre) - R\$ 4.833; 2017 - R\$ 8.635; 2018 - R\$ 9.236; 2019 - R\$ 9.696; 2020 - R\$ 10.161. **b. Contrato de Gestão - Museu da Língua Portuguesa (MLP)** - A Entidade firmou Contrato de Gestão 004/2012 com o Governo do Estado de São Paulo por intermédio da Secretaria de Estado da Cultura, pelo período de 53 meses a partir de 01 de julho de 2012. Durante o período do contrato, a Entidade recebeu do Estado recursos financeiros para o gerenciamento e execução de atividades e serviços a serem desenvolvidos no "Museu da Língua Portuguesa". Essas atividades e serviços são medidos por metas e indicadores de desempenho trimestrais e anuais, e a falta de alcance dos mesmos pode gerar penalidades à Entidade. Em janeiro de 2015 a Entidade assinou com a Secretaria da Cultura o 3º (terceiro) termo de aditamento ao Contrato de Gestão com repasse no valor de R\$ 6.946 sendo que dessa quantia o valor de R\$ 830 foi proveniente de saldo financeiro remanescente do exercício de 2014; em maio de 2015 foi assinado o 4º termo de aditamento, com redução de R\$ 251 no valor do repasse, resultando no valor de R\$ 6.695, dos quais, R\$ 830 provenientes de saldo financeiro remanescente e R\$ 5.865 de efetivo repasse. Em maio de 2016 a Entidade assinou com a Secretaria da Cultura o 5º (quinto) termo de aditamento ao Contrato de Gestão com prorrogação de vencimento de 30/11/2016 para 31/12/2016 e revisão do plano de trabalho para adequação à nova condição do Museu pós incêndio, com repasse no valor de R\$ 2.700, e R\$ 1.000 advindos da indenização do seguro relativa a despesas fixas perduráveis. Foram também executadas obras emergenciais no valor de R\$ 2.808 com recursos advindos da indenização do seguro (vide nota explicativa 16). O Convênio celebrado em 21 de janeiro de 2016 tendo como parceiros a Secretaria da Cultura, a Fundação Roberto Marinho e o IDBrasil, viabilizará a reconstrução e restauração do prédio da Estação da Luz, e a reinstalação do Museu no local, com recursos advindos da indenização do seguro e recursos de patrocinadores privados. Os recursos da indenização do seguro, deduzidas as parcelas usadas nas obras emergenciais, serão repassados à Fundação Roberto Marinho - responsável pelos projetos, obras e recuperação do Museu - pelo IDBrasil, com anuência da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, de acordo com cronogramas estabelecidos em termos de aditamentos. Conforme comentado na nota explicativa 1, durante o exercício de 2016 a Entidade recebeu o valor de R\$ 35.912 advindos da indenização acordada do seguro. Além disso, foram assinados em 2016 dois termos de aditamento do referido convênio; o primeiro em agosto de 2016, tendo como principal objeto a elaboração e atualização de projetos de restauro, no valor de R\$ 973; o segundo, assinado em dezembro de 2016 com objeto principal a execução das obras de restauro das fachadas e esquadrias, no valor de R\$ 12.392, apurando o montante total de R\$ 13.365 que foram repassados à Fundação Roberto Marinho, conforme estabelecido em referido convênio. Em dezembro de 2016 a Entidade assinou com a Secretaria da Cultura novo contrato de gestão, com vigência até 31 de dezembro de 2020. Dessa forma, pela execução do Contrato de Gestão, a Entidade receberá do Poder Público, nos prazos e condições acordados, a importância global estimada em R\$ 9.551, da seguinte forma: 2017 - R\$ 2.855; 2018 - R\$ 2.126; 2019 - R\$ 2.232; 2020 - R\$ 2.338. Além dos recursos financeiros provenientes do Poder Público, para execução do objeto dos Contratos de Gestão, a Entidade também mantém as seguintes fontes de recursos: **(i)** Receitas auferidas pela venda de ingressos nas bilheterias; **(ii)** Receitas advindas da locação de seus espaços físicos; **(iii)** Doações, legados e contribuições de entidades nacionais e estrangeiras; e **(iv)** Rendimentos de aplicações e ativos financeiros; As fontes (i) e (ii) não estão ativas para o Museu da Língua Portuguesa até que seja reaberto o Museu. Por força dos Contratos de Gestão, a Entidade está obrigada a cumprir determinadas metas, as quais são trimestralmente e anualmente avaliadas pela Comissão de Acompanhamento e Avaliação dos Contratos de

Gestão da Secretaria de Estado da Cultura. No caso de não cumprimento dessas metas, a Entidade poderá sofrer penalidades que podem incorrer em redução e ou extinção dos repasses contratados. Os relatórios trimestrais relativos ao período de março, junho e setembro de 2016 foram preparados e encaminhados para a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM) da Secretaria de Estado da Cultura, sendo aprovados em 18 de maio, 19 de agosto e 21 de novembro de 2016 (MDF), e 19 de maio, 19 de agosto e 21 de novembro (MLP). As prestações de contas referentes atividades anuais dos MDF e MLP, serão enviadas em fevereiro de 2017. Os recursos provenientes dos Contratos de Gestão são contabilizados como receitas quando aplicados nos projetos; em decorrência, os montantes ainda não utilizados ficam registrados no passivo circulante na rubrica de projetos vinculados a executar, representando a parcela remanescente a ser aplicada no projeto, acrescida dos rendimentos financeiros auferidos decorrentes de sua aplicação. **c. Leis de incentivo fiscal** - O IDBrasil inscreveu em projetos de Lei Rouanet os Planos Anuais dos museus sob sua gestão, contemplando ações para as áreas de exposições, programação cultural, divulgação, programação educativa e manutenção predial e tecnológica. Os projetos visam à continuidade, melhoria da qualidade e a diversificação da programação dos museus sob sua gestão. **Leis de Incentivo Fiscal (MDF): PRONAC - 1410879 - Plano Anual 2015** - Valor aprovado do projeto foi de R\$ 4.528. No exercício de 2015 houve captação no valor de R\$ 40 mil, sendo o recurso atualizado transferido para o Plano Anual 2016. **PRONAC - 159325 - Plano Anual 2016** - Valor aprovado do projeto foi de R\$ 4.033, com prazo de captação até 31 de dezembro de 2016. Não houve captação durante o exercício de 2016. **PRONAC - 163821 - Plano Anual 2017** - Valor aprovado do projeto foi de R\$ 4.698, com prazo de captação até 31 de dezembro de 2017. **Leis de incentivo fiscal (MLP) - PRONAC -1411693 - Plano Anual 2015** - Valor aprovado do projeto foi de R\$ 6.723. Valor captado durante o exercício de 2014 foi de R\$ 300. No exercício de 2015 foi captada a quantia de R\$ 431. Os recursos foram transferidos para o Plano Anual 2016. **PRONAC -159327 - Plano Anual 2016** - Valor aprovado do projeto foi de R\$ 3.048, com prazo de captação até 31 de dezembro de 2016. O projeto foi parcialmente executado com recursos transferidos das captações dos Planos Anuais 2015 e 2016. Prazo de execução do Plano Anual 2016 foi prorrogado para 31 de dezembro de 2017. **7 Obrigações trabalhistas e encargos sociais.**

	2016			2015		
	MDF	MLP	Total	MDF	MLP	Total
Provisão de férias	550	136	686	487	316	803
Rescisões a pagar	-	-	-	81	81	162
INSS a recolher	110	28	138	118	75	193
FGTS a recolher	35	7	42	33	23	56
IRRF a recolher	58	17	75	29	30	59
PIS Folha de Salário a recolher	5	1	6	3	3	6
Outras	-	-	-	3	1	4
	<u>758</u>	<u>189</u>	<u>947</u>	<u>673</u>	<u>529</u>	<u>1.202</u>

**8 Provisão para contingências:** A Entidade reconhece a provisão para riscos trabalhistas quando seus assessores jurídicos consideram como provável o risco de perda de demandas judiciais e administrativas, que acarretarão em desembolso de recursos que possam ser mensurados com razoável nível de segurança. Em 31 de dezembro de 2016, a Entidade é parte (pólo passivo) em 10 ações de natureza trabalhista, que totalizam R\$ 113 (R\$ 70 em 2015), cuja probabilidade de perda foi classificada como possível por seus assessores jurídicos para os quais nenhuma provisão foi constituída tendo em vista que as práticas contábeis adotadas no Brasil não requerem sua contabilização. Dentre os processos, um de risco subsidiário no valor de R\$ 43, aguardando liquidação, e um de risco direto, no valor de R\$ 35, com início em julho de 2015 aguardando julgamento. **9 Remuneração da Administração:** O Estatuto Social da Entidade possui previsão de não remuneração dos membros do Conselho e remuneração dos membros da Diretoria Executiva. A Entidade não distribui parcelas de patrimônio ou renda a qualquer título, e aplica integral-

	Programa		Programa		Programa		Programa	
	Exposição e	Manutenção /	Edificação /	Conservação /	Comunicação	serviço	Acervo:	Programa
	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MDF
Programa Cultural (a)								
Materiais	-	-	110	1	104	-	14	-
Manutenção predial	-	-	267	4	-	-	-	-
Manutenção de equipamentos	-	-	86	-	-	-	-	-
Estrutura de exposição	335	56	-	-	-	-	-	48
Despesa com segurança	-	-	12	-	-	-	-	-
Criação gráfica / arte	3	-	-	-	1	-	46	-
Comunicação visual	-	-	-	-	-	-	-	2
Manutenção do parque tecnológico	-	-	-	-	-	-	83	-
Outras despesas	9	-	43	39	-	-	68	1
	<u>347</u>	<u>56</u>	<u>518</u>	<u>44</u>	<u>105</u>	<u>51</u>	<u>101</u>	<u>162</u>

	Programa		Programa		Programa		Programa	
	Exposição e	Manutenção /	Edificação /	Conservação /	Comunicação	serviço	Acervo:	Programa
	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MDF
Programa Cultural (a)								
Publicidade e propaganda	-	-	-	-	149	-	-	-
Materiais	-	-	157	123	-	-	29	-
Manutenção predial	-	-	256	226	-	-	-	-
Locação de equipamentos	-	-	-	1	-	-	-	-
Estrutura de exposição	235	1.127	-	-	-	-	-	-
Criação gráfica / arte	4	-	-	-	4	-	-	15
Comunicação visual	99	-	-	-	1	-	-	-
Conservação e restauração	-	-	-	-	-	-	150	-
Manutenção do parque tecnológico	-	-	-	-	-	-	84	59
Outras despesas	8	14	56	57	-	-	35	8
	<u>346</u>	<u>1.141</u>	<u>469</u>	<u>407</u>	<u>153</u>	<u>1</u>	<u>50</u>	<u>118</u>

mente no País os recursos destinados à manutenção de suas atividades. **10 Patrimônio líquido:** O patrimônio líquido é composto, substancialmente, pelo patrimônio social e pelos déficits / superávits apurados anualmente. A Entidade somente poderá ser dissolvida: por deliberação tomada em reunião extraordinária do Conselho de Administração, para esse fim convocado, e na presença de no mínimo 2/3 dos seus membros; ou por sentença do Poder Judiciário transitada em julgado. Em caso de extinção ou desqualificação da Entidade de como organização social, haverá a incorporação integral do patrimônio, dos legados ou das doações que lhe foram destinados, bem como dos excedentes financeiros decorrentes de suas atividades, ao patrimônio de outra organização social qualificada no âmbito do Estado de São Paulo, da mesma área de atuação, ou ao patrimônio do Estado, na proporção dos recursos e bens por este alocados através do Contrato de Gestão.

	2016			2015		
	MDF	MLP	Total	MDF	MLP	Total
Contrato de Gestão	8.882	3.751	12.633	9.354	7.415	16.769
Venda de ingressos	-	-	-	-	-	-
- contrato de gestão (i)	668	-	668	547	636	1.183
Aluguéis - contrato de gestão (ii)	331	-	331	734	-	734
cCessão de espaço para eventos	-	-	-	-	-	-
- contrato de gestão (ii)	174	-	174	294	24	318
Receitas Financeiras (iv)	260	197	457	451	411	862
Doações (iii)	92	1	93	50	15	65
Prestação de Serviço	62	-	62	-	-	-
Voluntários	267	236	503	129	105	234
Indenização - Gastos	-	-	-	-	-	-
Emergenciais - Sinistro	-	3.053	3.053	-	-	-
Outras	19	47	66	68	520	588
	<u>10.755</u>	<u>7.285</u>	<u>18.040</u>	<u>11.627</u>	<u>9.126</u>	<u>20.753</u>

Conforme mencionado na Nota Explicativa nº 6, além dos recursos financeiros provenientes do Poder Público, para execução do objeto do Contrato de Gestão, a Entidade também mantém as fontes de recursos advindas de (i) receitas auferidas pela venda de ingressos nas bilheterias, (ii) da utilização de seus espaços físicos, (iii) doações e (iv) rendimentos de aplicações e ativos financeiros. Em 2016, excepcionalmente a Entidade reconheceu como receita os valores equivalentes aos gastos com as obras emergenciais decorrentes do incêndio no Museu da Língua Portuguesa (R\$ 1.945; R\$ 1.108, totalizando R\$ 3.053), conforme nota explicativa 16.

	2016			2015		
	MDF	MLP	Total	MDF	MLP	Total
Projeto Poesia Agora	-	2	2	-	459	459
Pronac - Plano anual 2015 - 1411693	-	-	-	-	1	1
Pronac - Plano anual 2016 - 159327	-	480	480	-	-	-
Receitas Financeiras	-	51	51	-	24	24
	<u>-</u>	<u>533</u>	<u>533</u>	<u>-</u>	<u>484</u>	<u>484</u>

O Ministério da Cultura, no uso de suas atribuições legais e em cumprimento ao disposto no § 6º do art. 19 da Lei nº 8.313,

...continuação		
	2016	2015
<b>16 Gastos Emergenciais - Sinistro - MLP</b>		
Obras e serviços emergenciais - Laudo estabilidade	18	-
Obras e serviços emergenciais - Obras e engenharia	2.499	-
Obras e serviços emergenciais - Restauro	97	-
Obras e serviços emergenciais - Limpeza	178	-
Obras e serviços emergenciais - Outros gastos	16	-
Despesas Financeiras	245	-
	<b>3.053</b>	-

Conforme mencionado em nota explicativa 6(b), foram executados em 2016 obras e serviços emergenciais no valor de R\$ 2.808 com recursos advindos da indenização do seguro, além de despesas financeiras de R\$ 245. **17 Instrumentos financeiros:** A Entidade opera apenas com instrumentos financeiros não derivativos que incluem aplicações financeiras e caixa e equivalentes de caixa, assim como contas a pagar e salários, férias e encargos, cujos valores são representativos aos respectivos valores de mercado. **Estimativa do valor justo** - Os valores contábeis constantes no balanço patrimonial, quando comparados com os valores que poderiam ser obtidos na sua negociação em um mercado ativo ou, na ausência destes, com o valor presente líquido ajustado com base na taxa vigente de juros no mercado. Durante este exercício a Entidade não efetuou operações com derivativos. **Instrumentos financeiros "Não derivativos"** - Todos os ativos financeiros "não derivativos" (incluindo os ativos designados pelo valor justo por meio do resultado) são reconhecidos inicialmente na data da negociação na qual a Entidade se torna uma das partes das disposições contratuais do instrumento. O CPC 38 - Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração

**Luiz Laurent Bloch** - Diretor Executivo

## IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52

estabelece uma hierarquia de três níveis para o valor justo, a qual prioriza as informações quando da mensuração do valor justo pela Entidade, para maximizar o uso de informações observáveis e minimizar o uso de informações não observáveis. O CPC 38 descreve os três níveis de informações que devem ser utilizadas mensuração ao valor justo: **Nível 1** - Preços negociados (sem ajustes) em mercados ativos para ativos idênticos ou passivos; **Nível 2** - Outras informações disponíveis, exceto aquelas do Nível 1, onde os preços cotados (não ajustados) são para ativos e passivos similares, em mercados não ativos, ou outras informações que estão disponíveis e que podem ser utilizadas de forma indireta (derivados dos preços); **Nível 3** - Informações indisponíveis em função de pequena ou nenhuma atividade de mercado e que são significativas para definição do valor justo dos ativos e passivos. O processo de mensuração do valor justo dos instrumentos financeiros da Entidade está classificado como Nível 2 (representado pelas aplicações financeiras). Em função das características e forma de operação bem como a posição patrimonial e financeira em 31 de dezembro de 2016, a Entidade está sujeita aos fatores de: **Risco de liquidez** - Risco de liquidez é o risco em que a Entidade irá encontrar dificuldades em cumprir com as obrigações associadas com seus passivos financeiros que são liquidados com pagamentos à vista ou com outro ativo financeiro. A Abordagem da Entidade na administração de liquidez é de garantir, o máximo possível, que sempre tenha liquidez suficiente para cumprir com suas obrigações ao vencerem, sob condições normais e de estresse, sem causar perdas inaceitáveis ou com risco de prejudicar a reputação da Entidade. **Risco de mercado** - Risco de mercado é o risco que alterações nos preços de mercado, tais como as

taxas de juros têm nos ganhos da Entidade, no valor de suas participações em instrumentos financeiros. Essas oscilações de preços e taxas podem provocar alterações nas receitas e nos custos da Entidade. O Objetivo do gerenciamento de risco de mercado é controlar as exposições a riscos de mercados, dentro de parâmetros aceitáveis, e ao mesmo tempo otimizar o retorno. Com relação às taxas de juros, visando a mitigação deste tipo de risco, a Entidade centraliza seus investimentos em operações com taxas de rentabilidade que acompanham, a variação do CDI - certificado de depósito interbancário e fundos de renda fixa. **18 Avais, fianças e garantias:** A Entidade não prestou garantias ou participou de quaisquer transações como interveniente garantidora durante os exercícios de 2016 e 2015. **19 Cobertura de seguro:** Em 31 de dezembro de 2016, a Entidade possuía cobertura de seguros multirriscos, no valor total de R\$ 42.500 para o Museu do Futebol. O seguro do Museu da Língua Portuguesa, com vigência até novembro de 2016, foi indenizado em outubro de 2016 e no momento, o seguro vigente é seguro de engenharia, para a recuperação da fachada, de responsabilidade da empresa contratada para a obra. Não há seguro patrimonial contratado para o edifício até a data presente. **20 Renúncia fiscal:** Em atendimento ao item 27, letra "c" da ITG 2002 (R1) - entidade sem finalidade de lucros, a Entidade apresenta a seguir a relação dos tributos objetos da renúncia fiscal para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2016 e 2015: **IRPJ** (Imposto de renda da Pessoa Jurídica) - **CSLL** (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido) - **ISSQN** (Imposto sobre Prestação de Serviços de Qualquer Natureza) - **COFINS** (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) sobre as receitas próprias

**Vitória Boldrin** - Diretora Administrativa e Financeira

**Rogério Gerlah Paganatto** - Contador CRC 1SP131987/0-3

### Relatório dos auditores independentes sobre as demonstrações financeiras

Aos Conselheiros e Administradores do **IDBrasil Cultura, Educação e Esporte** - São Paulo - SP. **Opinião** - Examinamos as demonstrações financeiras do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte "Entidade", que compreendem o balanço patrimonial em 31 de dezembro de 2016 e as respectivas demonstrações do resultado, do resultado abrangente, das mutações do patrimônio líquido e dos fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, bem como as correspondentes notas explicativas, compreendendo as políticas contábeis significativas e outras informações elucidativas. Em nossa opinião, as demonstrações financeiras acima referidas apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte em 31 de dezembro de 2016, o desempenho de suas operações e os seus fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. **Base para opinião** - Nossa auditoria foi conduzida de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria. Nossas responsabilidades, em conformidade com tais normas, estão descritas na seção a seguir intitulada "Responsabilidades do auditor pela auditoria das demonstrações financeiras". Somos independentes em relação à Entidade, de acordo com os princípios éticos relevantes previstos no Código de Ética Profissional do Contador e nas normas profissionais emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade, e cumprimos com as demais responsabilidades éticas de acordo com essas normas. Acreditamos que a evidência de auditoria obtida é suficiente e apropriada para fundamentar nossa opinião. **Responsabilidades da administração pelas demonstrações financeiras** - A administração é responsável pela elaboração e adequada apresentação das demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração de demonstrações financeiras

livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro. Na elaboração das demonstrações financeiras, a administração é responsável pela avaliação da capacidade de a Entidade continuar operando, divulgando, quando aplicável, os assuntos relacionados com a sua continuidade operacional e o uso dessa base contábil na elaboração das demonstrações financeiras, a não ser que a administração pretenda liquidar a Entidade ou cessar suas operações, ou não tenha nenhuma alternativa realista para evitar o encerramento das operações. Os responsáveis pela administração da Entidade são aqueles com responsabilidade pela supervisão do processo de elaboração das demonstrações financeiras. **Responsabilidades do auditor pela auditoria das demonstrações financeiras** - Nossos objetivos são obter segurança razoável de que as demonstrações financeiras, tomadas em conjunto, estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro, e emitir relatório de auditoria contendo nossa opinião. Segurança razoável é um alto nível de segurança, mas não uma garantia de que a auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria sempre detectam as eventuais distorções relevantes existentes. As distorções podem ser decorrentes de fraude ou erro e são consideradas relevantes quando, individualmente ou em conjunto, possam influenciar, dentro de uma perspectiva razoável, as decisões econômicas dos usuários tomadas com base nas referidas demonstrações financeiras. Como parte da auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria, exercemos julgamento profissional e mantemos ceticismo profissional ao longo da auditoria. Além disso: **Identificamos e avaliamos os riscos de distorção relevante nas demonstrações financeiras, independentemente se causada por fraude ou erro, planejamos e executamos procedimentos de auditoria em resposta a tais riscos, bem como obtemos evidência de auditoria apropriada e suficiente para fundamentar nossa opinião. O risco de não detecção de distorção relevante resultante de fraude**

é maior do que o proveniente de erro, já que a fraude pode envolver o ato de burlar os controles internos, conluio, falsificação, omissão ou representações falsas intencionais. **Obtemos entendimento dos controles internos relevantes para a auditoria para planejarmos procedimentos de auditoria apropriados às circunstâncias, mas, não, com o objetivo de expressarmos opinião sobre a eficácia dos controles internos da Entidade.** Avaliamos a adequação das políticas contábeis utilizadas e a razoabilidade das estimativas contábeis e respectivas divulgações feitas pela administração. **Concluímos sobre a adequação do uso, pela administração, da base contábil de continuidade operacional e, com base nas evidências de auditoria obtidas, se existe incerteza relevante em relação a eventos ou condições que possam levantar dúvida significativa em relação à capacidade de continuidade operacional da Entidade. Se concluímos que existe incerteza relevante, devemos chamar atenção em nosso relatório de auditoria para as respectivas divulgações nas demonstrações financeiras ou incluir modificação em nossa opinião, se as divulgações forem inadequadas. Nossas conclusões estão fundamentadas nas evidências de auditoria obtidas até a data de nosso relatório. Ainda, eventos ou condições futuras podem levar a Entidade a não mais se manter em continuidade operacional.** Avaliamos a apresentação geral, a estrutura e o conteúdo das demonstrações financeiras, inclusive as divulgações e as demonstrações financeiras representam as correspondentes transações e os eventos de maneira compatível com o objetivo de apresentação adequada. Comunicamos-nos com a administração a respeito, entre outros aspectos, do alcance planejado, da época da auditoria e das constatações significativas de auditoria, inclusive as eventuais deficiências significativas nos controles internos que identificamos durante nossos trabalhos.

São Paulo, 20 de fevereiro de 2017.

**KPMG Auditores Independentes** - CRC 2SP014428/O-6  
**Flavio Gozzoli Gonçalves** - Contador CRC 1SP290557/O-2

## RELATÓRIO ANUAL DE 2016 - IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA - UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

**APRESENTAÇÃO:** Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2012, apresentamos o relatório anual dessa Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2016, no qual são descritas as ações desenvolvidas e metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 01 de janeiro a 31 de dezembro, detalhando as ações do quarto trimestre, período de 01 de outubro a 31 de dezembro, para o Museu da Língua Portuguesa. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. O presente relatório e avaliação de metas tem como base o Plano de Trabalho de 2016 aprovado pelo Conselho de Administração do IDBrasil e pelas instâncias regulamentares da Secretaria de Estado da Cultura. As metas estabelecidas no Plano de Trabalho de 2016 para o Museu da Língua Portuguesa foram, em seu escopo geral, atingidas; as poucas que não alcançaram o índice de 100% estão justificadas nesse relatório. O ano de 2016 foi um período de se repensar o Museu da Língua Portuguesa, em decorrência do incêndio que o atingiu em 21 de dezembro de 2015. Immediatamente após o ocorrido o governador do Estado de São Paulo anunciou a intenção de reconstruí-lo no mesmo local, reconhecendo a relevância do Museu para a sociedade. A situação atípica demandou reflexão sobre a viabilização de novo plano de trabalho. O cenário envolvia manter o museu vivo mesmo sem sua sede e ao mesmo tempo lidar com a escassez de recursos. Contando com o apoio da UPPM da Secretaria da Cultura para a elaboração do plano de ação e em meio a providências exigidas pela situação, tais como dimensionamento de recursos e adequação da equipe aos recursos disponíveis, prospecção de parcerias para ações extramuros, exposições temporárias, inúmeras e longas reuniões para alinhamento e fornecimento de informações à seguradora, à assessoria jurídica, ao ministério público, à Secretaria da Cultura e providências para obras emergenciais, além da participação na formação de um convênio para a reconstrução do Museu e reformulação de seu conteúdo, em inestimável parceria com a Secretaria da Cultura e Fundação Roberto Marinho, o novo plano de trabalho para 2016 foi levado à apreciação do Conselho de Administração do IDBrasil em 30 de março de 2016. A definição de redução orçamentária implicou na necessidade de forte reestruturação da equipe, com redução drástica de 52 funcionários, grupo que detinha muitos conhecimentos e muito contribuiu com o Museu, principalmente o Diretor Técnico, em 10 anos de dedicação. Apesar de toda adversidade, o plano de trabalho foi cumprido e o Museu, atingiu o expressivo público de 33 mil visitantes/participantes durante o ano. Foi celebrado o convênio para a reconstrução do Museu e reformulação de seu conteúdo. Os cálculos do prejuízo e o recebimento da indenização do seguro foram efetivados com relevante atuação da Fundação Roberto Marinho. E, decorrido quase um ano do incêndio, no dia 12 de dezembro de 2016, o Governador anuncia o início das obras do Museu e importantes parcerias com a iniciativa privada para sua reconstrução. Essas parcerias foram anunciadas como "Aliança Solidária", contando com o apoio da empresa EDP, e dos grupos Globo e Itaú. Dentre as ações do plano de trabalho voltadas à retomada do Museu, destacamos o seminário "Museu a Língua Portuguesa - conquistas e desafios", em maio de 2016, que promoveu um balanço dos 10 anos da instituição, apontando questões importantes a serem analisadas para a sua reconstrução. Palestrantes internacionais reforçaram a importância do Museu da Língua Portuguesa como referência em sua área e para a difusão da nossa Língua. O seminário contou com a participação de 105 pessoas. Quatro exposições, executadas por meio de parcerias, levaram ao público diferentes conteúdos relacionados à Língua Portuguesa. Em parceria com a Arquiprom, foram realizadas a exposição "Estação da Língua" nas cidades de Araraquara, Pirassununga e Campinas e a exposição "Origem dos Nomes dos Municípios Paulistas", em Itapólis e Campos do Jordão. Parceria com a Gazit-Brasil possibilitou a mostra sobre a escritora portuguesa Agustina Bessa-Luis, no Shopping Light. A Câmara Brasileira do Livro homenageou o Museu durante a 24ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, instalando em um estande parte da exposição "Menas o certo do errado e o errado do certo". Essas exposições tiveram mais de 30 mil visitantes. O projeto Dengo, desenvolvido pelo Núcleo Educativo do Museu, levou o museu a hospitais e Centros de Atendimento para Crianças e Adolescentes (CCAs), perfazendo um total de 2.617 atendimentos e com retorno valioso sobre o impacto positivo da atuação dos educadores junto às pessoas atendidas. Encontros organizados pelo Centro de Referência em Educação de Museus, de responsabilidade do Núcleo Educativo, contaram com 163 participantes, levando importantes reflexões sobre o profissional Educador em museus. O Centro Cultural Brasil Turquia concedeu prêmio ao Museu da Língua Portuguesa pelo relevante trabalho desenvolvido em favor da Cultura. O público do Museu continuou se manifestando, principalmente nas redes sociais, com evidente apoio e expectativa pela sua reconstrução. A interação com este público virtual foi mantida pelo Programa de Comunicação em parceria com o Núcleo Educativo que desenvolveu conteúdo semanal para a página do *Facebook*, e ações de mediação na plataforma digital [www.estacaoeducativomp.org.br](http://www.estacaoeducativomp.org.br). A ação da Comunicação na divulgação das atividades, exposições e eventos em parceria com as áreas de Comunicação da SEC e Fundação Roberto Marinho foi fundamental para o sucesso de público, assim como para manter a população a par das ações de restauro do prédio da Estação da Luz e reconstrução do Museu. **Atividades Técnicas e Programação Cultural** - Dentro do Programa de **Conservação, Manutenção e Segurança** foram acompanhadas as obras emergenciais, e mantidas as rotinas com segurança, limpeza e demais cuidados com a ala Oeste. Continuaram as ações do Instituto Biológico para apoio na operação de eliminação de cupim de solo. No Programa de **Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, o empenho maior foi no diagnóstico da integridade do acervo físico e virtual, após o incêndio. Este foi precedido de minuciosa limpeza e recuperação dos computadores e servidores, pela equipe de TI e apontou a integridade do acervo em sua totalidade. A limpeza e recuperação dos computadores das áreas museológica e administrativa, realizada em parte pela equipe de TI o restante pela empresa contratada também foi importante para a recuperação da memória do Museu. A investigação do acervo permitiu uma decupagem mais detalhada dos conteúdos, que será aperfeiçoada em 2017. A formulação de uma metodologia que norteasse a elaboração do plano museológico a partir de diretrizes apontadas, tanto pela SEC, quanto pelo IDBrasil, como fundamentais, tais como a construção colaborativa que garantisse a escuta dos diferentes atores envolvidos durante a elaboração do diagnóstico, incluindo, entre eles os ex-funcionários - pela vivência do processo e escuta dos visitantes - e os moradores do bairro, foi um desafio que demandou da equipe um tempo maior do que o inicialmente proposto. Porém, resultou, após aprovação por parte da SEC e Fundação Roberto Marinho - partes do CONVÊNIO -, em um documento consensual e consistente, que delimitou os requisitos técnicos da contratação de empresa para realização do Plano Museológico para o Museu da Língua Portuguesa. No Programa de **Exposições e Programação Cultural** as exposições itinerantes foram fundamentais para manter o museu vivo para o seu público. A exposição Estação da Língua foi realizada em três cidades do interior - Araraquara, Pirassununga e Campinas, tendo recebido 25.262 visitantes. A nova exposição "Origem do nome dos municípios paulistas" concebida pela Arquiprom, com participação do Museu da Língua Portuguesa, foi realizada em Itapólis e Campos do Jordão, atraindo principalmente o público escolar. Destacamos, no Programa Educativo, as atividades do Projeto Dengo nos hospitais e CCAs (Centro para Crianças e Adolescentes do Município de São Paulo), tendo atendido 2.167 pessoas, com excelente retorno de avaliação por parte de todas as instituições parceiras. A mudança de estratégia para as ações desenvolvidas da plataforma Estação Educativo MLP, na WEB, com a criação de mais um *blog* "Na ponta da Língua" e a inserção de propostas de atividades, também, após as notícias na estação "Acontece no Educativo" dinamizaram a mediação com o público. Em comparação com 2015, houve aumento em 167% no número de visualizações em 2016 - 31.402 contra 11.739 em 2015 -, em relação ao número de usuários, também houve um aumento em aproximadamente 57% - 5.388 em 2016, contra 3.432 em 2015. As atividades do Programa de Ações de Apoio ao SISEM neste ano estiveram concentradas no Curso de Formação em Educação em Museus, que consistiu em 04 oficinas e 02 palestras, realizadas no Solar da Marquesa de Santos, em parceria com o Museu da Cidade e contou com participantes de 12 instituições culturais da Grande São Paulo e interior. As trocas durante o curso estimularam uma prática que se estendeu para além da duração do mesmo, desde junho e ainda em 2017 são realizadas visitas técnicas às instituições participantes. Esta prática, além de continuar gerando trocas e conhecimento, tem possibilitado parcerias em ações para o público. Nesse 4º trimestre, o Programa de Comunicação atuou na divulgação, por meio de seus perfis nas redes sociais e site, das atividades do Museu realizadas no período, a saber: - Exposição "Estação da Língua", de 15/09 a 16/10/16, no Galleria Shopping, Campinas - SP; - Exposição "A Origem dos Nomes dos Municípios Paulistas", de 07/10 a 08/11/16, no Mercado Municipal, Campos do Jordão - SP; - Encontros "Educador em Museus - panorama histórico e contexto atual" (27/10/16) e "Educador em Museus - profissionalização?" (23/11/16), no auditório do Museu do Futebol, São Paulo - SP; - Formação da Aliança Solidária para a reconstrução do Museu da Língua Portuguesa e início das obras. Assim como aconteceu ao longo do ano, o Núcleo Educativo do Museu da Língua Portuguesa preparou os textos dos *posts* sobre temas relacionados à Língua Portuguesa para postagem diária nos perfis nas redes sociais do Museu, cabendo ao Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional a preparação das artes (imagens) desses *posts*, bem como a gestão do cronograma das postagens e interação com os fãs por meio de respostas às mensagens nos próprios *posts* ou por "inbox". Ainda quanto às redes sociais, o Museu participou da campanha promovida pela Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, "Sonhar o Mundo" por meio de postagens relacionadas ao preconceito linguístico, tendo como fonte a exposição "Menas, o certo do errado, o errado do certo" exibida no Museu da Língua Portuguesa em 2010. A responsabilidade da divulgação junto a veículos de comunicação das mostras itinerantes "Estação da Língua" e "A Origem dos Nomes dos Municípios Paulistas" ficou a cargo de empresa, contratada pela Arquiprom, proponente e produtora dessas exposições. Coube ao Núcleo de Comunicação do Museu a validação e aprovação dos releases junto à SEC. Nesse trimestre foram realizadas seleção e contratação de serviços para criação de novo site institucional e geração de conteúdo digital a serem implantados ao longo de 2017. Enquanto o Museu permanecer fechado, o contato com os diversos públicos de interesse da instituição se dará por meio digital. Assim, os canais de comunicação digital serão estratégicos para o fortalecimento da imagem institucional e criação de expectativa positiva em torno da reinauguração do Museu. A estratégia de comunicação do Museu no período da reconstrução será realizada de comum acordo entre os participantes do CONVÊNIO. No Programa de Gestão Administrativa destacamos no ano de 2016 as providências necessárias em decorrência do incêndio que, com relevante participação da Fundação Roberto Marinho, viabilizaram o recebimento da indenização do seguro, no valor de R\$ 35,9 milhões; R\$ 31,6 milhões serão aplicados nas obras, regidas pelo Convênio; R\$ 2,8 milhões foram aplicados nas obras emergenciais; R\$ 1 milhão alocados na cobertura de despesas fixas perduráveis pós incêndio e R\$ 0,5 milhão destinados a cobertura de responsabilidade civil. A apólice de seguro que deu origem à indenização venceu em novembro de 2016. Destacamos os esforços, até o momento sem êxito, para sua renovação ou recontração. Com apoio de três corretoras, foram consultadas mais de dez seguradoras, que resultaram em respostas negativas para cobertura patrimonial de prédio vazio. O risco da obra da fachada e esquadrias está coberto com seguro contratado pela construtora - chamado risco de engenharia - limitado ao perímetro da obra. A entidade continua buscando alternativas para o seguro integral do edifício, inclusive aguardando retorno de solicitações a seguradoras de bancos oficiais. Por medida de precaução, a segurança foi reforçada com a contratação de um bombeiro noturno no período de maior vulnerabilidade, pelas festas de final de ano e carnaval. Nesse quarto trimestre de 2016, o Programa de Recursos Humanos apoiou ações do Núcleo de Operações e Infraestrutura relativas à segurança e procedimentos de emergência. Foram realizados: - Treinamento "Plano de Emergência", no dia 07 de novembro, das 9:00 às 17:00 com a participação das equipes de brigadistas e socorristas do IDBrasil, das quais participam funcionários do Museu da Língua Portuguesa. Esse treinamento objetivo estabelecer linhas gerais de ação a serem adotadas pelos brigadistas e usuários da edificação, criando e organizando procedimentos para situações de emergência, prevenindo e/ou minimizando maiores perdas em caso de anormalidades. - Plano de Abandono/Evacuação de Emergência - Realizado em 22 de novembro - Museu do Futebol - com participação de toda equipe do IDBrasil- Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa e também de visitantes presentes no Museu do Futebol. Foi ministrado um treinamento teórico e prático, coordenado por uma empresa especializada, para evacuação total do prédio com eficiência e segurança, com participação de todos os brigadistas e socorristas. Houve também simulação de abandono envolvendo, além dos funcionários do IDBrasil, os visitantes presentes no Museu na ocasião. A simulação foi previamente comunicada aos participantes. Após a simulação houve novo encontro dos brigadistas e socorristas para avaliações e revisão do plano de ação. Esta ação, inédita no Museu, fará parte das rotinas do Núcleo de Operações e Infraestrutura. Funcionários do Museu da Língua Portuguesa participaram do segundo encontro do Projeto Conviver, coordenado pelo Núcleo Educativo do Museu do Futebol e apoiado pelo RH, com participação de colaboradores terceirizados e funcionários do IDBrasil. Participaram equipes de limpeza e do núcleo Administrativo e Financeiro, que tiveram oportunidade de trocar experiências e compartilhar vivências de como é trabalhar em um museu e se sentir parte integrante do equipamento. O encontro foi ministrado pela educadora Bruna da Silva Colucci, no dia 16 de novembro, com participação de 13 colaboradores. A coordenadora do Núcleo Educativo, Marina Toledo, participou do seminário "Economia da Cultura - Caminhos para o Desenvolvimento", dia 16 de novembro, no auditório do Ibirapuera, que apresentou estatísticas e casos de sucesso na área da Economia da Cultura e debateu os desafios para o setor, incluindo a sustentabilidade das instituições culturais e da oficina "Líderes do Amanhã", na Conferência "Museus para quê?", dia 21 de novembro, no Museu do Amanhã, que propôs uma reflexão sobre o papel que os museus podem desempenhar na sociedade e seu compromisso com um engajamento nos temas sociais contemporâneos. Destacamos também as ações realizadas pelo Núcleo de RH visando à economicidade nas despesas com benefícios do IDBrasil, conseguindo redução dos percentuais de reajuste a serem aplicados no Plano de Assistência Médica para 2017 - de 27,93% para 19,76%; isenção da taxa de administração para o Vale Refeição/ Alimentação antes com taxas de 2,5% e redução nas taxas de administração do Vale Transporte, de 4,41% para 3,80%.

### GESTÃO TÉCNICA-QUADRO DE METAS - MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA

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

O foco do programa de acervo no ano de 2016 foi diagnosticar a integridade do acervo, após o incêndio e organizar as informações. Foi feito um estudo e levantado material que resultaram na proposta de adaptação das exposições temporárias "Narrativas Poéticas - Coleção Santander Brasil" e "Poesia Agora", para inserção na Plataforma Estação

Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta	
				Prevista	Realizado
1	Diagnostica a integridade do acervo digital do Museu da Língua Portuguesa	Diagnóstico apresentado e aprovado pela SEC.	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

continua...

...continuação						IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52					
Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta							
				Prevista	Realizado						
2	Diagnosticar a integridade da memória institucional (física) do Museu da Língua Portuguesa.	Diagnóstico entregue e aprovado pela SEC.	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- - 1 - 1 100%	- - 1 - 1 100%						
3	Levantar e elaborar material das exposições temporárias para inserção no site Estação Educativo.	Número de conteúdos de exposição.	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- - 1 1 2 100%	- - 1 1 2 100%						
4	Formular estrutura de trabalho e metodologia para a elaboração futura do plano museológico do Museu da Língua Portuguesa (em conjunto com Secretaria do Estado da Cultura e Fundação Roberto Marinho)	Relatório explicativo da Estrutura Formulada.	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 - - 1 100%	- 1 - - 1 100%						
<b>PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL</b>											
No 4º trimestre tivemos a continuação da exposição "Estação da Língua" em Campinas e a montagem da exposição "Origem dos Nomes dos Municípios Paulistas" em Campos do Jordão. Ambas as exposições foram realizadas em espaços até então não explorados pelo museu para suas montagens, um shopping center e um mercado municipal. A experiência foi bastante positiva em ambos os locais, no caso de Campinas um sucesso de público – 11.035 visitantes no total e em Campos do Jordão a ampliação da acessibilidade a distintos públicos, atingindo, além de turistas, escolas e a população local – principalmente os frequentadores do mercado, pouco acostumados a visitar exposições.											
Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizado						
5	Realizar, em colaboração com a Secretaria da Cultura e Fundação Roberto Marinho, Seminário que norteie a recuperação/renovação do conteúdo e experiência expográfica do Museu da Língua Portuguesa	Seminário Realizado	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 - - 1 100%	- 1 - - 1 100%						
6	Apresentar relatórios de público atendido nas exposições itinerantes (Estação da Língua, Mostra Itinerante do MLP, etc.)	Nº de relatórios entregues	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 1 1 3 100%	- 1 1 1 3 100%						
<b>PROGRAMA EDUCATIVO</b>											
O Centro de Referência de Educação em Museus realizou no 4º trimestre dois importantes encontros sobre a profissão de Educador. O I Encontro de Educadores da SEC e do I Encontro da Rede de Educadores em Museus/São Paulo realizados em agosto e setembro revelaram a necessidade de refletirmos mais sobre o papel do Educador em Museus, bem como sobre sua formação e a questão da profissionalização formal. Atenta às questões levantadas nesses encontros, a equipe do Educativo do MLP considerou importante realizar um encontro que traçasse um panorama histórico do trabalho do Educador em Museus até os dias atuais, seguido de uma mesa-redonda que debatesse sua formação e a profissionalização. Ambos os eventos geraram grande interesse e repercussão nas mídias sociais, além da presença de 163 ouvintes no total. O Projeto Dengo encerrou suas atividades nos hospitais e CCAs com avaliação positiva de todos os parceiros, tendo atendido 2.167 pessoas ao longo de 2016. A análise do Google Analytics sobre os acessos e usuários revela um dado interessante – a cidade e São Petersburgo, na Rússia, é a segunda que mais acessa a plataforma, atrás apenas de São Paulo. Rússia e Inglaterra aparecem à frente de Portugal apontando tanto o potencial da plataforma para a aprendizagem da língua, quanto o desafio de captar usuários nos países da comunidade de língua portuguesa.											
Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizado						
7	Realizar ações em hospitais e ONGs que trabalhem com pessoas em situação de vulnerabilidade social, através do projeto DENG	Nº de ações realizadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 96 121 112 329 100%	- 59 154 117 330 100,3%						
8	Realizar análise e planejamento da plataforma digital do Educativo, a partir das novas diretrizes do plano de trabalho	Relatório entregue	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 - - - 1 100%	1 - - - 1 100%						
9	Promover ações para o público em geral através da plataforma digital do Educativo	Nº de ações realizadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 18 26 24 68 100%	- - 37 31 68 100%						
10	Publicar 1.500 cadernos com textos produzidos para as ações realizadas no Centro Referência de Educação em Museus	Caderno publicado	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 - - 1 100%	- 1 - - 1 100%						
Nº	Ações	Indicadores de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizado						
11	Entregar 1.000 volumes do caderno dos textos do Centro Referência de Educação em Museus para o SISEM	Volumes entregues	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 - - 1 100%	- 1 - - 1 100%						
12	Promover encontros temáticos para educadores de museus e outras instituições culturais	Nº de encontros realizados	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- - 1 1 2 100%	- - - 2 2 100%						
<b>PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP</b>											
No trimestre não tivemos meta de ações de apoio ao SISEM. Porém, vale ressaltar que foram realizadas várias visitas técnicas entre as instituições participantes do curso oferecido nas ações de capacitação realizadas nos 2º e 3º trimestres. Esta prática, iniciada durante o curso, continuou até o final do ano, gerando uma rede de trocas de conhecimento e possibilitando parcerias em ações para o público.											

#### RELATÓRIO ANUAL DE 2016 - IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA - UGE- UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016 - REFERENTE AO MUSEU: MUSEU DO FUTEBOL

**APRESENTAÇÃO:** Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório anual desta Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2016, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 01 de julho a 31 de dezembro, para o Museu do Futebol. É importante ressaltar que o período de 01 de janeiro a 30 de junho foi objeto do contrato nº 005/2011. Essa diferença entre os contratos é relevante devido à mudança de algumas metas e programas. No entanto, sempre que possível essa apresentação trará os resultados que englobem todo o ano de 2016. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas. No Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança, o grande desafio foi o equilíbrio orçamentário do Museu, impactado pelas reduções nos valores de repasse da Secretaria da Cultura e dificuldades na captação de recursos junto a patrocinadores, em decorrência da crise. Essas restrições resultaram na extinção da Diretoria de Operações e Infraestrutura e consequentemente, na demissão do diretor da área, profissional que trouxe muita contribuição ao Museu do Futebol e Museu da Língua, com oito anos de dedicação. Foram inscritos, no segundo semestre de 2016, três projetos em leis de incentivo, a saber: Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet – PRONAC n. 163821) – Plano Anual de Atividades aprovado com o valor de R\$ 4.697.912,00; Lei Estadual de Incentivo à Cultura (PROAC-ICMS n. 2094) – Plano Anual de Atividades inscrito com o valor de R\$ 1.418.920,03, que será analisado em fevereiro de 2017, e o projeto "Com a Bola Toda – Esportes no Museu do Futebol", na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte (LPIE), no valor de R\$ 315.248,00. Para o ano de 2017, portanto, o valor máximo de captação via leis de incentivo será de R\$ 6.432.080,00. O restaurante do Museu do Futebol teve o contrato encerrado no mês de fevereiro, com o operador que atuou desde a abertura do Museu. Em setembro foi publicado edital de chamamento público para seleção de novo operador, escolhido em novembro. O novo café abriu ao público no início de janeiro de 2017. O Núcleo Educativo realizou dois encontros do Programa de Consciência Funcional – Projeto Conviver, atendendo a 31 pessoas, dentre funcionários do serviço de limpeza e das áreas administrativa e recursos humanos. No Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa, destaca-se o empenho na elaboração da Política de Acervo da instituição, que tem sido feito entre os integrantes do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro juntamente com a Diretoria Técnica. O número de atendimentos no Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB – foi de 3.849 presenciais, dentre os quais 375 pesquisadores que acessaram exclusivamente o Centro. O número de pesquisadores foi 30% superior ao mesmo tipo de público em 2015, o que demonstra que o CRFB está se tornando cada vez mais conhecido e utilizado pelo público especializado. De modo a conhecer melhor os visitantes que acessam o CRFB, foi realizada uma pesquisa de perfil e satisfação. Os resultados demonstraram que 75% dos usuários são homens (índice superior ao público geral do Museu), 69% possui mais de 26 anos e 60% possui curso de graduação ou pós-graduação, completo ou incompleto. Dentre os pesquisadores, 80% buscaram o CRFB por projetos próprios de pesquisa (conclusão de curso, teses e dissertações). A pesquisa será continuada e aprimorada em 2017, principalmente visando à integração dos dados com as demais coletas do Museu do Futebol. Sobre o acervo bibliográfico, foram incorporados 1.278 títulos, que somam 3.406 exemplares, todos oriundos de doações, com destaque especial para o acervo bibliográfico da Federação Paulista de Futebol. As ações de pesquisa foram direcionadas ao projeto "Memórias do Pacaembu", que foi iniciado por meio

de uma campanha entre moradores e ex-moradores do bairro e, posteriormente, por meio de busca ativa da equipe de pesquisa. Foram 159 itens digitalizados (entre fotografias e documentos) e 4 pessoas entrevistadas. Outro projeto iniciado em 2016 foi o "Pelo Direito de Torcer", em conjunto com Mauricio Rodrigues, do curso de mestrado da EACH-USP. Foram sete pessoas entrevistadas, todas pertencentes a coletivos organizados que apresentam outras formas de torcer, unindo causas feministas e/ou contra a homofobia. Já para as ações de documentação, o Banco de Dados passou por aprimoramentos em sua programação, com destaque para a melhoria no padrão de busca na interface de consulta pública. As atividades do Programa de Exposições e Programação Cultural contemplaram 34 eventos gratuitos, em 51 dias de programação, trazendo o total de 14.276 pessoas (5,4% do total de visitantes). É importante destacar que o Museu inovou no formato de sua programação, abrindo ações que buscavam envolver o entorno de moradores e trabalhadores do bairro, como o "Arraiá do Charles Miller", o "Baile de aniversário", a celebração do tombamento do bairro, em conjunto com a associação de moradores. Outra inovação foram eventos que ocuparam parte da Praça Charles Miller para a promoção de práticas esportivas, como o Programa Férias no Museu em julho e nas ações em parceria com o SESC (Semana Move) e com a Turma da Monica (abertura do Soccer Camp para meninas). Outros destaques do ano foram o Simpósio Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil, que em dois dias reuniu mais de 120 pesquisadores e jornalistas esportivos e exibições de filmes documentários, como o "Adeus Geral", com duas sessões que reuniram 200 pessoas e o celebrado festival CINEFOOT, em edição especial sobre Olimpíadas. O ano de 2016 terminou com a marca de 320.591 visitantes, incluindo aqueles que participaram de ações na sede e os de ações extra-muros, como as exposições itinerantes. Os visitantes presenciais na sede somaram, no ano, 262.648, em 304 dias de abertura, configurando a média de 864 pessoas/dia. Foram três dias a menos de abertura em relação ao ano de 2015. O público de ações extra-muros representou 22% do total (57.943 pessoas). Mais de 66% dos visitantes tiveram acesso gratuito ao Museu no ano de 2016. Houve queda de 3% em relação ao ano de 2015 (270.902), fato que não pode ser lido isoladamente. A queda de público no ano de 2016 ocorreu na maioria dos museus brasileiros. No conjunto dos museus da Secretaria de Estado da Cultura, a queda geral foi de 14%, grande parte desse percentual representado pelo fechamento do Museu da Língua Portuguesa em razão do incêndio ocorrido em dezembro de 2015. Além dessa fatalidade, contribuiu para o resultado a diminuição de cerca de 20% do público total recebido pelos programas educativos dos museus, especialmente o de escolas públicas, uma vez que o único programa estadual que proporcionava transporte aos alunos da rede – o programa da Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE) – foi descontinuado. O Museu concebeu e desenvolveu em 2016 a exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas", celebrando a passagem dos jogos olímpicos na cidade do Rio de Janeiro no mês de agosto. A mostra foi inaugurada em 9 de julho e permaneceu até 30 de dezembro de 2016. No segundo semestre, não havia a previsão de realização de nova mostra temporária em razão da redução orçamentária. Contudo, foi ofertado pelo Instituto Rodrigo Mendes, ong voltada ao desenvolvimento de ações inclusivas nas escolas, a mostra "Portas Abertas para a Inclusão", composta por fotografias e vídeos com relatos da experiência dos projetos de inclusão nas aulas de Educação Física em escolas de todo o país. Por ser um tema afim do Museu, abrigamos a mostra pelo período de 04 de outubro de 2016 a 11 de janeiro de 2017, sem onerar o contrato de gestão. Foram também desenvolvidas na plataforma do Google Cultural Institute três novas mostras virtuais, integrantes do projeto internacional do Google, denominado "Projeto Fashion", a ser lançado ao público entre março e abril de 2017.

continua...

...continuação

**IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52**

O Programa Educativo promoveu visitas ao público escolar e a os públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade, turistas, etc), além de atividades ao público espontâneo, em especial a famílias, como as visitas ao Estádio do Pacaembu, visitas mediadas às exposições e jogos. No conjunto de atividades, o Educativo atendeu 42.375 pessoas (16% do público total do Museu no período). O maior volume de atendimento foi a grupos escolares (42,63% ou 18.066), seguidos de outros grupos, como pessoas oriundas de instituições sociais (30,56% ou 12.950) e do atendimento ao público espontâneo em jogos e atividades aos finais de semana (19,84%). Vale destacar que em 2016 o Núcleo Educativo iniciou o oferecimento de visitas a grupos espontâneos aos finais de semana, seja à exposição, seja ao Estádio. A atividade está sendo muito bem avaliada pelo público, que aumenta a cada semana. A atuação dos educadores no espaço do Estádio é uma conquista ao Museu e ao público, uma vez que se trata de um patrimônio da cidade, que desperta muito interesse e admiração pelos visitantes. É importante destacar que, em razão da redução orçamentária, em 2016 a equipe de educadores, responsável pelo atendimento ao público, diminuiu de 14 para 11 colaboradores. Isso gerou impacto na capacidade de atendimento, o que justifica, em parte, a redução do número total de pessoas atendidas em relação ao ano de 2015. Naquele ano, o total foi de 65.549 pessoas (24% do total de visitantes). A diferença, no entanto, concentrou-se no atendimento ao público espontâneo, pois foi dada a prioridade para os grupos agendados, em especial, ao público escolar. Assim, a despeito da diminuição, trabalhamos para que o impacto sobre as visitas agendadas fosse o mínimo possível. Em 2015, o total de pessoas recebidas em visitas agendadas foi de 34.698, frente a 31.016 em 2016 (variação de - 3.682 pessoas). Além dos impactos da redução do quadro de educadores, colaborou para o resultado a diminuição de oferta de programas como "Escola da Família", "Recreio nas Férias", além da descontinuidade, em janeiro de 2016, da parceria com a Fundação para o Desenvolvimento da Educação – FDE, grande 61 responsável pelo envio de alunos da rede pública estadual aos Museus da Secretaria de Estado da Cultura. Outras parcerias, como a com a SMADS, também sofreram forte redução em 2016. Diante desse contexto de redução dos programas estaduais e municipais, buscamos ampliar as parcerias com entidades privadas, a exemplo do que ocorreu no período de julho a dezembro de 2016 com a Fundação Abrinq. Somente para essa entidade, foram oferecidas 1040 vagas, com a efetivação de 481 (46%). O motivo desse resultado se dá, principalmente, por cancelamentos das instituições agendadas e grupos com menos pessoas do que a capacidade. Em relação aos projetos do Programa de Acessibilidade – PAMF – realizados no ano, destaca-se o "Museu Amigo do Idoso", com a participação de dois residentes durante seis meses. Dentre os resultados, houve a criação de 2 novos jogos educativos, uma cartilha para os orientadores de público e indicações de melhorias no espaço expositivo do Museu. No primeiro semestre foi finalizado o vídeo documentário com os resultados dos seis anos do projeto "Deficiente Residente", publicado no canal do youtube do Museu. Dentro do Programa de Integração ao SISEM-SP, o Núcleo Educativo iniciou o projeto "Intercâmbio Educativo", realizando visita e ação de formação no Museu de Arte de Ribeirão Preto (MARP), no Instituto Butantan - Museu Histórico, Museu de Biologia e Museu de Microbiologia (São Paulo); no Museu do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida (Aparecida – SP) e Museu da Ciência de São Carlos "Prof. Mario Tolentino" (São Carlos – SP), somando 64 participantes no total. Dentro das ações para a Rede Memória e Esporte, foi realizada uma mostra na Estação Paulista do Metrô (Linha 4 – Amarela), no período de 11 de agosto a 10 de outubro com conteúdos da Sala Números e Curiosidades e lançado o Guia digital "Memória Esporte Clube", publicado na página da rede no Facebook e, em breve, no site do Museu e das demais instituições. Dentro das Metas Condicionadas do Programa de Integração ao SISEM, a exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" foi realizada em três municípios, todas com patrocínio privado: Santos (entre janeiro e abril); Sorocada (entre junho e julho) e Ribeirão Preto (entre julho e agosto). No mês de setembro, a mostra "Visibilidade para o Futebol Feminino" foi levada para o Museu Brasileiro do Futebol, localizado no Estádio do Mineirão em Belo Horizonte – MG. E, em dezembro, a mostra "Olhar com outro olhar", concebida pelo Museu em 2011, foi montada no Museu Histórico e Pedagógico Prudente de Moraes, em Piracicaba – SP. Essas ações extra-muros somaram no ano 57.943 pessoas, 22% do total de visitantes. São importantes para ampliar a divulgação do Museu em outras cidades e demonstra o amadurecimento da equipe do Museu em formatar produtos e projetos para serem desenvolvidos em outros museus. Essa foi uma demanda que cresceu nos últimos anos e que tem potencial de ampliação em 2017. No Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, obteve-se como resultado no relacionamento com a imprensa 2.504 inserções ao longo do ano, sendo: 1.661 em mídia online, 595 impressa, 173 em rádio e 75 em TV. Foi firmada parceria com 07 veículos de comunicação para anúncios institucionais: Jornal A Tribuna (Santos – SP), Revista do Taxi, Revista Piauí, Jornal O Estado de S. Paulo, Revista Brasileiros, site Torcedores.com e Rádio Jovem Pan. Essas parcerias de mídia representaram um avanço na área de comunicação do Museu do Futebol, garantindo a presença em importantes veículos ao longo de todo o ano de 2016. Foram firmadas também oito parcerias institucionais, com objetivos diversos, tais como: com a Fundação Abrinq para transporte de crianças para visitar o Museu; com a Universidade do Futebol, para bolsas de estudo nos cursos de gestão esportiva e divulgação; com a empresa Kademi para o desenvolvimento de jogos virtuais sobre o tema dos jogos olímpicos e a divulgação do Museu em escolas privadas; com o Peixe Urbano e Groupon, plataformas de vendas on line, para venda de ingressos do Museu com descontos; com o São Paulo Conventions e Visitor's Bureau para divulgação do Museu nos centros de informação turística; com a empresa EPSON para comodato de projetores e scanners e com o São Paulo Futebol Clube, para promoção com sócio-torcedores. Essas parcerias não envolveram troca financeira mas foram fundamentais para o posicionamento institucional do Museu, sua divulgação e diversificação de públicos. Ainda na área de desenvolvimento institucional, houve a elaboração de uma nova política de busca de patrocínios, com a definição de cotas e contrapartidas e a criação de uma nova apresentação institucional. Essa política foi elaborada com o apoio da Fundação Roberto Marinho. A partir dela, foram contatadas 217 empresas, das quais 21 receberam em reuniões presenciais. Foram recebidas 70 respostas negativas para patrocínios ao Museu. Dentro do Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança, destacamos o cumprimento de todas as rotinas e obrigações contratuais. Como aprimoramentos realizados em 2016, ressaltamos a automação do conjunto moto gerador com modificação do painel de comando e controle a distância de todas as funções de comando do mesmo. Troca parcial de lâmpadas tubulares fluorescentes por lâmpadas tubulares de LED, teremos economicidade de recursos financeiros ao longo do tempo. Automação da central de detecção e alarmes de incêndio, com a troca da placa de comando, agora temos acesso remoto a central via internet e com isto fazemos o monitoramento diário em 2 pontos , além do acesso remoto. No aprimoramento da segurança, destacamos simulação de abandono do prédio, envolvendo todos os colaboradores e visitantes do Museu na ocasião.

**GESTÃO TÉCNICA-QUADRO DE METAS DO MUSEU DO FUTEBOL**  
**PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA**

No quarto trimestre, foi apresentado um novo projeto para a Lei Estadual de Incentivo ao Esporte, seguindo a estratégia de diversificar as possibilidades de entrada de receitas ao Museu do Futebol. O novo Café/Restaurante inaugurou no início de janeiro de 2017, como compromisso de reativar o espaço e oferecer o serviço ao visitante. O resultado das receitas de captação de recursos no período foi de R\$586 mil, perfazendo 78,8% da meta prevista no semestre. Foi dada sequência à pesquisa de público por meio de totem eletrônico, que trouxe resultados positivos da avaliação do público. A pesquisa quantitativa ao público espontâneo, no entanto, será realizada no primeiro trimestre de 2017, em razão da readequação das metas e do orçamento do próximo ano. O Núcleo Educativo realizou dois encontros do Programa de Consciência Funcional – Projeto Conviver, atendimento a 13 pessoas.

**Ações a Serem Realizadas Metas de Produto e Resultados a Serem Alcançadas**

Nº	Ações	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral	
			Meta	Realizado
1	Conceber e implantar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc)(Eixo 3)	Plano entregue	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%
2	Inscriver projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	Indicativo de Produtos 2 projetos inscritos	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	2 1 3 150%
3	Captar recursos financeiros (Eixo 3)	Indicativo de Resultados 17.18% de captação em relação ao repasse	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	369.466 216.807 586.273 78,8%
<b>PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA</b>				
4	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	Indicativo de Produtos Nº de relatórios entregues	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	1 1 2 100%
		Indicativo de Resultados Índice de satisfação (= ou > 80%)	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	(= ou > 80%)>80% (= ou > 80%)>80% (= ou > 80%)>80% 100%
5	Realizar licitação pública para locação do espaço para bar/lanchonete do Museu do Futebol (Eixo 3) Realizar licitação pública para locação do espaço para bar/lanchonete do Museu do Futebol (Eixo 3)	Indicativo de Produto Licitação Publicada	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	1 - 1 100%
	Realizar licitação pública para locação do espaço para bar/lanchonete do Museu do Futebol (Eixo 3)	Indicativo de Produto Bar/lanchonete em operação	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%
6	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) (Eixo 2)	Indicativo de Produto Número de encontros oferecidos	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	2 2 4 100%
		Indicativo de Resultados Número de funcionários atendidos	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	10 10 20 100%
<b>PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA</b>				
7	Realizar pesquisa quantitativa de perfil e satisfação do público de visitantes do Museu (Eixo 5)	Indicativo de Produtos Pesquisa realizada	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%

Indicativo de Resultados Índice de satisfação (= ou > 80%)	Previsão Semestral	
	3º Trimestre	4º Trimestre (= ou > 80%)
	-	-
	META ANUAL (= ou > 80%)	-
	ICM%	100%

**Ação 2 - Inscriver projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)**  
**Meta de produto: 01 projeto inscrito**  
**Justificativa da superação da meta semestral (previsto 2, realizado 3)**

No quarto trimestre foi inscrito um novo projeto na Lei Estadual de Incentivo ao Esporte, da Secretaria de Esporte, Juventude e Lazer. Optou-se por inscrever uma nova proposta, pois o projeto "Se Joga na Praça", aprovado em julho de 2016, teve seu prazo de captação expirado em início de dezembro. Pelas regras dessa Lei, o projeto não pode ter o prazo de captação prorrogado, obrigando à transferência de recursos para outro projeto com prazo ativo. Assim, encerramos o projeto "Se Joga Na Praça" e encaminhamos para análise em 05 de dezembro uma nova proposta, intitulada "Com a bola toda – Esportes no Museu do Futebol" (CAD-1804), com o valor total de R\$ 315.284,95. O objetivo das ações é o oferecimento de atividades culturais e esportivas no Museu do Futebol, no período de maio a setembro de 2017.

**Ação 3: Captar recursos financeiros**

**Meta de resultado: 17.18% de captação em relação ao repasse**

Neste 2º semestre de 2016, apesar de termos alcançado 98% da meta de visitação, a proporção de gratuidade, estimada em 56,5% atingiu a proporção de 68% do número total de visitantes, impactando nas receitas de bilheteria. Outro fator para o cumprimento parcial da meta de captação foi o de que após o final do processo de licitação da loja de artigos esportivos, o valor do aluguel foi adequado à realidade de mercado, sofrendo a partir do mês de julho uma redução de R\$ 9 mil. Tivemos também uma estagnação na demanda por locação de espaços para eventos em razão da conjuntura econômica, com a realização de apenas um evento pago. Na prospecção de patrocínio, como detalhado na ação de número 26, mantivemos contato com inúmeros possíveis parceiros, porém ainda sem êxito.

**Ação 6: Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional)**

**Meta de produto:** Número de encontros oferecidos. **Meta de resultado:** Número de funcionários atendidos. **Justificativa da superação da meta de resultado (número de funcionários atendidos):** a meta foi superada pois se trata de equipe interna terceirizada, com alta rotatividade. Assim, especialmente para os encontros promovidos para as equipes de limpeza, o número de funcionários que participaram foi maior do que o previsto. A superação não onerou o Contrato de Gestão.

**Ação 7: Realizar pesquisa quantitativa de perfil e satisfação do público de visitantes do Museu (Eixo 5)**

**Meta de produto:** Número de encontros oferecidos. **Meta de resultado:** Número de funcionários atendidos. **Justificativa do não cumprimento da ação -** A proposta delineada para a gestão do Museu do Futebol para o período de 2016 (2º. Semestre) a 2020, previa, como estratégia de mobilização, fidelização e diversificação de públicos, a implantação de metodologias de pesquisa de perfil e satisfação de visitantes, de modo a sistematizar os procedimentos de coleta e análise dos dados e torna-los fontes para definições estratégicas do Museu do Futebol. Vale lembrar que o Museu já investiu em pesquisas de público, porém ainda não implantou uma gestão centralizada dos dados coletados em diferentes ações: visitas educativas, programação cultural, os usuários do Centro de Referência e avaliações do público em redes sociais e do público espontâneo. Assim, o planejamento proposto quando da assinatura do novo contrato de gestão (n. 4-2016) previa a realização, entre o quarto trimestre de 2016 e o primeiro semestre de 2017, de duas pesquisas, complementares: a primeira (constante da Ação 7 desse relatório), de metodologia quantitativa, com o objetivo de realizar um retrato do perfil do visitante, seus hábitos culturais e satisfação em relação à experiência da visita. Já a segunda pesquisa, prevista inicialmente para 2017, estava planejada para colher, a partir de metodologia qualitativa, a avaliação dos conteúdos da exposição principal do Museu, criada em 2008, além das expectativas do público para a renovação dessa exposição. Esse planejamento está apresentado no "Anexo I-Estratégias de Ação", páginas 17 e 18, do Contrato de Gestão 04-2016. Contudo, no mês de outubro de 2016, houve o comunicado de que o repasse da Secretaria de Cultura pactuado para 2017 não seria composto pelo reajuste de 7% previstos pelo IPCA. Com isso, o impacto no orçamento para o ano foi da ordem de R\$ 700 mil, o que ocasionou a redução de metas dos programas da área fim. O IDBrasil optou por retirar das metas de trabalho a ação de pesquisa qualitativa, com a contrapartida de otimizar os recursos do orçamento de 2016 para a pesquisa. Houve, assim, um redesenho dos objetivos iniciais, que ocasionou novo cronograma e impactou na realização da meta no ano de 2016. O recurso orçamentário não foi suficiente para realizar uma pesquisa qualitativa, como era a previsão original, mas foi incluído no escopo da pesquisa contratada o levantamento de expectativas do público em relação a conteúdos que poderiam entrar numa reformulação da exposição principal. Desse modo, atenderemos parcialmente à estratégia original, de conhecer o público visitante, avaliar sua experiência de visitação e também compreender como e o que eles gostariam de ver no Museu do Futebol. Essa pesquisa auxiliará sobremaneira no planejamento de uma renovação do Museu do Futebol a partir de 2018, quando a instituição completa 10 anos. A partir desse novo escopo, foi elaborado um Termo de Referência para publicação de edital de tomada de preços, além da pesquisa de fornecedores com experiência em pesquisas de público da área cultural. Paralelamente, houve a sistematização dos questionários atualmente aplicados na instituição. A licitação foi publicada em dezembro de 2016 e a empresa vencedora, escolhida em janeiro de 2017, foi a Percebe Educa. Além do critério de menor preço, essa empresa ofereceu ao Museu do Futebol a parceria para utilização do sistema "Mais Museu": um software que permite o cruzamento de dados oriundos de diferentes pesquisas, além de oferecer ao público a possibilidade de interação com acervo por meio de aplicativos (para roteiros, audioguias). Outra ferramenta é uma plataforma para o agendamento de grupos, que se encontra em fase de desenvolvimento por meio de um projeto PIPE da FAPESP. O Museu do Futebol faz parte do grupo de museus escolhidos pelo projeto para servir de modelo na formatação desse módulo do sistema. Assim, após ajustes nos cronogramas, definiu-se que a pesquisa de público será realizada entre os meses de março e abril de 2017, já utilizando-se da plataforma "Mais Museu". Além disso, foi incluído no escopo do serviço contratado uma consultoria especializada para padronizar, criticar e reorientar as demais pesquisas realizadas com públicos de atividades do Museu. Todas as novas pesquisas poderão ser inseridas na plataforma "Mais Museu", que será um software de apoio à gestão dos dados coletados, permitindo análises mais eficazes em termos de comparativos dos tipos de público, avaliação dos serviços e outras possibilidades. Justificamos, portanto, a não realização da pesquisa no período de outubro a dezembro de 2016, por ter feito o esforço de otimizar o recurso disponível e buscar uma estratégia de mais longo prazo e que atendesse aos objetivos institucionais de implantar a coleta de dados de público com novo padrão e sistematização.

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

No segundo semestre de 2016, destaca-se o empenho na continuidade dos trabalhos de desenvolvimento da Política de Acervo da instituição, que tem sido feito entre os integrantes do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro juntamente com a Diretoria Técnica. No período, deu-se início à fase de teste da aplicação dos questionários de pesquisa de satisfação de público usuário da Biblioteca do CRFB, dentre *Visitantes e Pesquisadores*. Ainda, foi produzido e publicado no site do Museu mais um artigo sobre uma das pesquisas realizadas pelo CRFB relacionada ao projeto Memórias do Pacaembu. O artigo traz um resumo das jornadas feitas nestes últimos meses na busca por histórias do bairro. Em relação também ao citado projeto, destacam-se as digitalizações realizadas de acervos particulares e institucionais. Também deu-se início a um novo projeto de História Oral, em parceria com um pesquisador mestrando do curso de pós-graduação da EACH/USP, que visa estudar coletivos de torcedores que buscam problematizar o comportamento de torcedores nas arquibancadas que expressam homofobia, misoginia, violência de gênero. Essa iniciativa é um dos passos em consonância com o objetivo do CRFB em abraçar e fortalecer temas socialmente relevantes a serem trabalhados pelo Museu do Futebol com seu público. A campanha "Memórias do Pacaembu", que teve como objetivo pesquisar sobre a história do bairro onde o Museu está situado encerrou 2016 com bons resultados e decidiu-se por continuar essa frente de pesquisa em 2017, uma vez que ainda há instituições e famílias a serem visitadas. Cabe ainda destacar que o Núcleo deu continuidade ao Plano de Gestão da Informação, tendo, a partir da discussão das versões anteriores do Plano realizada com a UGE, estruturado de maneira mais assertiva seus objetivos de modo a desempenhar ações consistentes e relevantes à realidade atual das atividades do setor.

**Ações a Serem Realizadas - Metas de Produto e Resultados a Serem Alcançadas**

Nº	Ações	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral	
			Meta	Realizado
8	Finalizar a Política de Acervo do Museu do Futebol	Política de Acervo (1ª versão) entregue	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	1 1 1 100%
		Indicativo de Resultados Política de acervo após entada a UPPM (apresentação formal em reunião específica)	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%
9	Publicar artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo no site do Museu do Futebol	Indicativo de Resultados Número de artigos publicados	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	1 1 2 100%
10	Submeter artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	Indicativo de Produtos Número de artigos submetidos à publicação	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%
11	Criar formulário para pesquisa de perfil e satisfação de público do CRFB	Indicativo de Produtos Formulário de pesquisa entregue	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	1 1 1 100%
		Indicativo de Resultados Relatório de análise dos testes aplicados	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 1 1 100%
12	Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)	Indicativo de Resultados Número de referências mapeadas/ações realizadas	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 3 3 100%
13	Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	Indicativo de Resultados Número mínimo de itens coletados Campanha "Memórias do Pacaembu"	3º Trimestre 4º Trimestre META ANUAL ICM%	- 50 50 100%

continua...

...continuação

		IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52			
14	Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	Indicativo de Resultados Número de parcerias formalizadas	Previsão Anual		
			3º Trimestre	4º Trimestre	META ANUAL
			-	-	-
			1	1	1
			1	1	1
			100%	100%	100%

**Ação 12: Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura Indicativo de resultados: 03 referências mapeadas/ações realizadas - Justificativa da superação da meta e detalhamento da ação.** A meta foi superada devido a uma parceria feita com o pesquisador Maurício Rodrigues, mestrando do Programa Mudança Social e Participação Política – EACH/USP, que deu início ao projeto *Pelo Direito de Torcer*. Com o apoio do pesquisador, foi possível, então, dar início a um novo projeto não previsto, mas que se enquadrou na estratégia de ação do Programa de Acervo, referente ao mapeamento de atores, grupos e práticas para a Rede Futebol e Cultura. O projeto “Pelo Direito de Torcer” propõe registrar o testemunho de pessoas, pertencentes ou não a coletivos, que têm reivindicado o espaço e o direito de torcer, dentro e fora das arquibancadas. Ao registrar a história desses grupos e suas motivações, é possível compreender outras dinâmicas torcedoras e novos discursos sobre o futebol, a quem ele “pertence” e “como” se joga ou se torce. Assim, um dos objetivos é conhecer os atores que, de alguma maneira, questionam a ideia de que o futebol no Brasil é um “jogo pra macho”, perspectiva que acaba por naturalizar o ponto de vista do homem-cis, heterossexual, como única ou a mais legítima fala sobre esse esporte. Nessa lógica, as ofensas homofóbicas, misóginas, e as violências de gênero ocorridas nas arquibancadas, entre torcedores ou entre esses e outros atores do esporte, são habituais e pouco problematizadas nos estádios pelos torcedores – organizados ou não. São também reafirmadas pelos próprios agentes modeladores desse esporte: jogadores, dirigentes, comissões técnicas, mídia especializada e federações. Os primeiros grupos mapeados nesse projeto foram dois coletivos e seus membros fundadores, cujas histórias pessoais são relevantes para o entendimento da proposta e dinâmica dos coletivos e denotam uma força importante para a trajetória de tais iniciativas dentro do universo das torcidas (organizadas ou não): os coletivos *Palmeiras Livre* e *Movimento Toda Poderosa Corintiana*, ambos de São Paulo. Foram gravadas entrevistas de História Oral e catalogadas as informações no banco de dados online do Museu do Futebol. Desse processo, participaram os funcionários Aira Bonfim (pesquisadora), Fernando Breda (assistente de pesquisa) e Julia Terin (assistente de documentação), além do pesquisador da EACH/USP Maurício Rodrigues.

**Ação 13: Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital - Indicativo de resultado: Número mínimo de 50 itens coletados Campanha “Memórias do Pacaembu”** - Com o intuito de ampliar o acervo digital da instituição, a campanha *Memórias do Pacaembu* mobilizou a comunidade vizinha, assim como a equipe de pesquisa e de documentação do Museu do Futebol em prol de referências que contemplassem o escopo do projeto. O projeto, iniciado em abril de 2016, aniversário de 25 anos do processo de tombamento do bairro, recebeu moradores e pessoas interessadas em colaborar com a iniciativa, além de ter iniciado uma pesquisa em outras instituições de memória que também possuem acervos relativos à memória do bairro. Os 159 itens totais coletados, a partir da digitalização de documentos originais identificados no processo de pesquisa, são oriundos de acervos fotográficos e documentos textuais relacionados à memória do bairro do Pacaembu e pertencentes a famílias e instituições do bairro e/ou de proximidades, como Higienópolis e Santa Cecília. Todo o material produzido, além de compartilhado na sua versão digital com os detentores do acervo, passa a ser preservado no Museu e catalogado na base de dados online da instituição (link para a campanha no banco de dados: <http://dados.museudofutebol.org.br/2d/#tipo:eventos/644678>, Memórias do Pacaembu). O projeto conta com o envolvimento de todos os colaboradores do CRFB, sendo que o processamento das imagens, pesquisa bibliográfica e catalogação foram realizados pelas estagiárias Nivea Souza e Ligia Dona. 1) Museu da Santa Casa: foi digitalizada parte da coleção fotográfica sobre o Asilo dos Expostos (Sampaio Viana), que funcionou no bairro do Pacaembu na primeira metade do século XX como uma espécie de orfanato, onde eram criadas as crianças deixadas na Roda dos Expostos. 2) Família Castro: foi digitalizada parte da coleção de fotografias da família Martins de Castro, a segunda família a chegar ao Pacaembu, em julho de 1948. Junto com a digitalização, a equipe conversou com os quatro irmãos que contaram suas histórias no bairro e as retratadas nas fotografias. 3) Cemitério do Araçá: digitalização dos documentos referentes ao falecimento dos jogadores Dener (Portuguesa), Felix (Seleção Brasileira 1970) e do treinador Vicente Feola (Seleção Brasileira 1958). 4) Juca Kfour: foram digitalizadas imagens do jornalista esportivo em jogo comemorativo aos 40 anos do Estádio do Pacaembu; além da digitalização, foi gravada uma entrevista de história oral.

#### PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

O ano de 2016 terminou com a marca de 320.591 visitantes, incluindo aqueles que participaram de ações na sede e os de ações extra-muros, como as exposições itinerantes. Os visitantes presenciais na sede somaram, no ano, 262.648, em 304 dias de abertura, configurando a média de 864 pessoas/dia. Foram três dias a menos de abertura em relação ao ano de 2015. O público de ações extra-muros representou 22% do total (57.943 pessoas). Mais de 66% dos visitantes tiveram acesso gratuito ao Museu no ano de 2016. Houve queda de 3% em relação ao ano de 2015 (270.902), fato que não pode ser lido isoladamente. A queda de público no ano de 2016 ocorreu na maioria dos museus brasileiros. No conjunto dos museus da Secretaria de Estado da Cultura, a queda geral foi de 14%, grande parte desse percentual representado pelo fechamento do Museu da Língua Portuguesa em razão do incêndio ocorrido em dezembro de 2015. Além dessa fatalidade, contribuiu para o resultado a diminuição de cerca de 20% do público total recebido pelos programas educativos dos museus, especialmente o de escolas públicas, uma vez que o único programa estadual que proporcionava transporte aos alunos da rede – o programa da Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE) – foi descontinuado. Foram realizadas, conforme a Política de Exposições e Programação Cultural pactuada no Contrato de Gestão, 21 eventos no segundo semestre, que trouxe ao Museu 3.739 pessoas. No ano de 2016, foram 34 eventos, em 51 dias de programação, trazendo o total de 11.057 pessoas (5,4% do total de visitantes). É importante destacar que o Museu inovou no formato de sua programação, abrangendo ações que buscassem envolver o entorno de moradores e trabalhadores do bairro, como o “Arraial do Charles Miller”, o “Baile de aniversário”, a celebração do tombamento do bairro, em conjunto com a associação de moradores. Outra inovação foram eventos que ocuparam parte da Praça Charles Miller para a promoção de práticas esportivas, como no Programa Férias no Museu em julho e nas ações em parceria com o SESC (Semana Move) e com a Turma da Monica (abertura do Soccer Camp para meninas). É fundamental registrar que o orçamento para realização da Programação Cultural no Museu do Futebol, no período de janeiro a dezembro de 2016 foi de R\$ 39.707,00, 48% menor do que o valor destinado ao mesmo Programa em 2015 (R\$ 75.000,00). Em 2015 foram 45 eventos em mais de 100 dias de oferta de programação, trazendo mais de vinte mil pessoas ao Museu. O Museu concebeu e desenvolveu em 2016 a exposição temporária “O Futebol nas Olimpíadas”, celebrando a passagem dos jogos olímpicos na cidade do Rio de Janeiro no mês de agosto. A mostra foi inaugurada em 9 de julho e permaneceu até 30 de dezembro de 2016. No segundo semestre, não havia a previsão de realização de nova mostra temporária em razão da redução orçamentária. Contudo, foi ofertado pelo Instituto Rodrigo Mendes, ong voltada ao desenvolvimento de ações inclusivas nas escolas, a mostra “Portas Abertas para a Inclusão”, composta por fotografias e vídeos com relatos da experiência dos projetos de inclusão nas aulas de Educação Física em escolas de todo o país. Por ser um tema afim do Museu, abrigamos a mostra pelo período de 04 de outubro de 2016 a 11 de janeiro de 2017, sem onerar o contrato de gestão. A exposição itinerante “Museu do Futebol Na Área” foi realizada em três municípios em 2016, todas com patrocínio privado: Santos (entre janeiro e abril); Sorocada (entre junho e julho) e Ribeirão Preto (entre julho e agosto). No mês de setembro, a mostra “Visibilidade para o Futebol Feminino” foi levada para o Museu Brasileiro do Futebol, localizado no Estádio do Mineirão em Belo Horizonte – MG. E, em dezembro, a mostra “Olhar com outro olhar”, concebida pelo Museu em 2011, foi montada no Museu Histórico e Pedagógico Prudente de Morais, em Piracicaba – SP. Essas ações extra-muros são importantes para ampliar a divulgação do Museu do Futebol em outras cidades e demonstra o amadurecimento da equipe do Museu em formatar produtos e projetos para serem desenvolvidos em outros museus. Essa foi uma demanda que cresceu nos últimos anos e que tem potencial de ampliação em 2017.

**Ações a Serem Realizadas - Metas de Produto e Resultados d Serem Alcançadas**

Nº	Ações a Serem Realizadas	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Meta	Realizado	Realizado
16	Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da “Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2016”	Número mínimo de eventos realizados	Período	Prevista	Realizado
			3º Trimestre	8	19
			4º Trimestre	4	12
			META ANUAL	12	21
			ICM%	100%	100%
	Indicativo de Resultados	Público mínimo recebido nos eventos	Período	Prevista	Realizado
			3º Trimestre	500	7.318
			4º Trimestre	500	3.739
			META ANUAL	1.000	11.057
			ICM%	100%	100%
17	Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute	1 exposição virtual publicada	Período	Prevista	Realizado
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	1	3
			META ANUAL	1	3
			ICM%	100%	300%
18	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol	Número de visitantes recebidos	Período	Prevista	Realizado
			3º Trimestre	75.000	85.978
			4º Trimestre	75.000	61.172
			META ANUAL	150.000	147.150
			ICM%	100%	98,1%

**Ação 16: Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da “Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2016” - Meta de produto: número mínimo de eventos realizados – 04 eventos. Meta de resultado: Público mínimo recebido nos eventos – 500 pessoas. Justificativa da superação das metas (produto e resultado)** - A meta previa a realização de um número mínimo de ações culturais (eventos), sendo desejável, portanto, sua superação uma vez que essas atividades são estratégicas para a divulgação do equipamento, engajamento de novos públicos e comunicação do acervo da instituição. Os eventos que estavam previamente previstos quando da elaboração da meta foram: - 03 encontros do Grupo Memofut. - 01 Encontro de Colecionadores. Os eventos realizados após a oferta de terceiros e ou negociações para a ampliação da programação cultural no período foram, foram: 1) Celebração da semana das crianças com Turma da Mônica; 2) Exposição Temporária “De portas abertas para Inclusão” – do Instituto Rodrigo Mendes, e uma oficina/workshop aberta para o público, tratando da importância da inclusão nas escolas; 3) Semana MOVE Brasil, em parceria com o SESC Consolação; 4) Palestra com a atriz e dramaturga Graça Berman; 5) 7º Cinefoot – Festival de cinema de Futebol; 6) Lançamento do livro “Palmeiras, o Brasil de coração italiano”; 7) Debate de abertura do Soccer Camp “Donas da Rua”; 8) Oficina de Acessibilidade e Inclusão com Instituto Rodrigo Mendes; **Ação 17: Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute - Meta de resultado: 03 exposições virtuais elaboradas - Justificativa da superação da meta** - Foram elaboradas três mostras virtuais, acima da meta prevista, em razão da integração do Museu do Futebol no projeto “Fashion”, do Google Cultural Institute, de abrangência internacional. O Museu do Futebol é a única instituição a integrar o projeto, cujo acervo aborda a temática esportiva. Seguindo orientações do Google, optou-se por fazer mostras mais curtas, diversificando conteúdos. Por isso a elaboração de três e não apenas uma. A superação não onerou o contrato de gestão. **Ação 18: Receber visitantes presencialmente**

continua...

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52								
21	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	<b>Indicativo de Resultados</b> Número de relatórios entregues	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>		
			<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>3º Trimestre</b>	-	-	-	-	-
			<b>4º Trimestre</b>	1	1	1	1	1
		<b>META ANUAL</b>	1	1	1	1	1	
		<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
		<b>Indicativo de Resultados</b> Índice de satisfação (> ou = 80%)	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>		
			<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
<b>3º Trimestre</b>	-		-	-	-	-		
<b>4º Trimestre</b>	>= 80%		>= 80%	>= 80%	>= 80%	>= 80%		
<b>META ANUAL</b>	>= 80%	>= 80%	>= 80%	>= 80%	>= 80%			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
22	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	<b>Indicativo de Produtos</b> Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>		
			<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>3º Trimestre</b>	3	3	3	3	3
			<b>4º Trimestre</b>	3	3	3	3	3
		<b>META ANUAL</b>	3	3	3	3	3	
		<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
		<b>Indicativo de Produtos</b> Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>		
			<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
<b>3º Trimestre</b>	20		36	20	24	60		
<b>4º Trimestre</b>	20		24	20	24	60		
<b>META ANUAL</b>	40	60	40	60	60			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
<b>Indicativo de Resultados</b> Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número mínimo de visitantes atendidos	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>				
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>3º Trimestre</b>	300	695	300	690	1.385		
	<b>4º Trimestre</b>	300	690	300	690	1.385		
<b>META ANUAL</b>	600	1.385	600	1.385	1.385			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
<b>Indicativo de Produtos</b> Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>				
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>3º Trimestre</b>	24	53	24	106	159		
	<b>4º Trimestre</b>	24	106	24	106	159		
<b>META ANUAL</b>	48	159	48	159	159			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>331%</b>	<b>331%</b>			
<b>Indicativo de Resultados</b> Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>				
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>3º Trimestre</b>	240	981	240	3.095	4.076		
	<b>4º Trimestre</b>	240	3.095	240	4.076	4.076		
<b>META ANUAL</b>	480	4.076	480	4.076	4.076			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
<b>Indicativo de Produtos</b> Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados: número de visitas oferecidas	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>				
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>3º Trimestre</b>	10	14	10	17	31		
	<b>4º Trimestre</b>	10	17	10	17	31		
<b>META ANUAL</b>	20	31	20	31	31			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>155%</b>	<b>100%</b>	<b>155%</b>	<b>155%</b>			
<b>Indicativo de Resultados</b> Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>				
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>		
	<b>3º Trimestre</b>	30	298	30	275	573		
	<b>4º Trimestre</b>	30	275	30	275	573		
<b>META ANUAL</b>	60	573	60	573	573			
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			

**Ação 19 - Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário). Ação 20: Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc. Metas de Produtos:** Capacidade de atendimento por trimestre. **Metas de Resultado:** Número mínimo de atendimento. Apresentamos o detalhamento e as justificativas das Ações 19 e 20. A opção por apresentar as duas ações conjuntamente deve-se ao fato de se tratarem de visitas educativas a grupos agendados, sejam escolares ou de outros perfis. As tabelas, entretanto, demonstram cada um dos resultados especificados pelo número da ação. **Ação 20 – Justificativa para superação – Meta de Produto (capacidade prevista)** - A diferença de capacidade prevista (7.921) e realizada (8.097) é de 176 pessoas, perfazendo 9 horários/grupos. Foram abertos horários para completar a meta semestral prevista para 2016, cumprindo, desse modo, a capacidade pactuada para o período. **Ações 19 e 20 - Justificativas para superação da meta de resultado (no mínimo previsto)** - A meta previa o percentual mínimo de atendimento em relação à capacidade do Museu para grupos agendados. Assim, a superação é desejável, uma vez que, demonstrada a capacidade, trabalhamos para sua completa realização. A meta mínima seguiu a média histórica anual, mas, sabemos que a demanda por grupos agendados oscila ao longo dos trimestres. Outro fator que corrobora para a superação da meta, em especial a meta da ação 20 (outros grupos) é o estabelecimento de parcerias com programas e instituições sociais. Em 2016 foi estabelecida parceria com a Fundação Abrinq, além da manutenção da parceria com as escolas municipais, por meio da Secretaria Municipal de Educação. **Comentários adicionais - Ação 19 – Público escolar** - No quarto trimestre de 2016, conforme ocorrido nos demais trimestres do ano, as escolas municipais são as que mais buscam o serviço de agendamento do Museu do Futebol, representando 30% do atendimento total do Educativo neste trimestre, fruto, sobretudo, da parceria com a Secretaria Municipal de Educação. Os alunos das escolas estaduais representam o segundo maior número de estudantes recebidos, seguidos dos estudantes de escolas particulares e universidades. Não recebemos alunos oriundos de escolas federais neste período. No total, o público escolar compõe 62,5% do público geral do Educativo atendido no período e 60% da capacidade de atendimento no período, representando um aumento de 3 pp em relação ao período anterior. Cumprimos, portanto, a estratégia de priorizar o atendimento a estudantes (cerca de 60% do total do público agendado). **Ação 20 – Outros públicos** - Na tabela acima, verifica-se que o maior número de público especial continua sendo o infanto-juvenil, representando 19% do atendimento total do Educativo neste trimestre, considerando público especial e outros perfis. Em segundo lugar, os visitantes em situação de vulnerabilidade social representam o segundo maior número, seguidos dos visitantes oriundos de escolas de futebol, mantendo o padrão do período anterior. No total, o público especial compõe 29,3% do público geral do Educativo atendido no período, completando a capacidade de atendimento no período. **Ação 20: Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc. Metas de Resultado:** Projeto Museu Amigo do Idoso: Relatório com indicação de melhorias/ adaptações nos espaços do museu. Neste trimestre, em continuidade às ações do projeto *Museu Amigo do Idoso*, os educadores e orientadores seguiram realizando atividades com o residente Jorge Expósito. A residente Maria Elisa, que iniciou no projeto no mês de abril, participou dos encontros finais em dezembro. O cronograma previsto indicava ainda mais três encontros em que os dois residentes participariam juntos para realizar o fechamento do projeto, o que ocorreu conforme o previsto. Ao longo do trimestre, o Sr. Jorge colaborou significativamente para a melhoria do atendimento ao público idoso, bem como contribuiu decisivamente para a elaboração dos produtos advindos do projeto, tais como as atividades *Museu de Mim* e *Futebocha*, desenvolvida pelos educadores (cf. Indicativo de Resultados – Ação 20), além da *Cartilha para novos Orientadores – Projeto Museu Amigo do Idoso*, iniciativa inédita da equipe de Orientação com o objetivo de deixar um legado concreto do aprendizado e da experiência adquirida com a residência de Jorge e Elisa (cf. Relato Complementar das Ações do Programa Educativo). Os relatórios do Sr. Jorge seguiram, neste quarto trimestre, mantendo a clareza e as pontuações necessárias à melhoria do atendimento ao público idoso no espaço do Museu. Importante destacar o comprometimento de Jorge para com os relatórios, dedicando, voluntariamente, algumas horas além do período do projeto para a sua precisa elaboração. Nesse sentido, analisados os relatórios de Jorge e também de Elisa em conjunto, é possível observar um panorama de evolução do projeto, além da importância dos olhares distintos de duas pessoas com perfis de origem diferentes que, na alteridade, completaram-se um ao outro. Além disso, a experiência do convívio no cotidiano fez com que as barreiras profissionais fossem ultrapassadas, possibilitando um ambiente propício para a troca de experiências e aprendizados. Por outro lado, ambos os residentes conheceram o dia a dia do Educativo do Museu do Futebol, sempre em movimento, seja com a criação de ações para o público, seja com a rotina de atendimento. Este nível de convívio, que não é palpável pelos relatórios, fica marcado na memória afetiva de cada um, tanto para os residentes, quanto para a equipe. Com o intuito de sintetizar o projeto, segue abaixo: a) o cronograma realizado no projeto durante o 4º trimestre, b) uma seleção de relatórios produzidos pelo residente Jorge Expósito (os que tiveram maior destaque) c) as considerações com as indicações de melhorias e adaptações nos espaços do museu para o público idoso, d) uma seleção de relatórios produzidos pela equipe de educadores (os de maior destaque), e) as ações do encerramento e resultados da residência concretizados nas atividades desenvolvidas pelos educadores para a aplicação com o público do museu. Nas três últimas datas do mês de novembro, tivemos ambos os residentes atuando conosco para encaminhar o fechamento do projeto, ocorrido conforme planejado no dia 02/12. \*Dia do Idoso (lei nº 11.433 de 28 de dezembro de 2006). Ação realizada com grupo de idosos. Cf. Relato Complementar das Ações do Programa Educativo. **a) Relatórios do residente Jorge Raul Expósito** - Ao analisar os relatórios do Sr. Jorge, além de uma minuciosa descrição do cotidiano dele dentro do museu, incluindo-se, inclusive, observações de ordem climática, é possível salientar uma série de pontos positivos e de observações de sugestões para a melhoria da recepção do público idoso no museu. Tal levantamento foi retirado na íntegra dos relatórios, de modo a preservar seu *modus scribendi*, um tanto peculiar e sofisticado, todavia não menos sistemático. **b) Encerramento** - Para o dia do encerramento, em 02/12/16, cada equipe (educadores e orientadores) optou por realizar uma dinâmica diferente. Os educadores, reunidos na sala de reuniões juntamente com os residentes, supervisores e coordenação, apresentaram aos residentes um pequeno texto que os identificasse, para cada um, com o projeto. Em seguida, um vídeo com os depoimentos de orientadores e educadores, além da supervisão e coordenação, foi exibido. A pergunta-chave para os depoimentos foi: *Qual o impacto que o projeto "Museu Amigo do Idoso" teve em seu atendimento com este público e na relação que este público pode ter com o museu?* No conjunto, as declarações ressaltaram a perspectiva afetiva que o projeto adquiriu e o profundo envolvimento emocional da equipe com os residentes e vice-versa. Logo depois, o vídeo apresenta o agradecimento individual da equipe aos residentes. Encerrada esta etapa, os residentes foram convidados pelos educadores a inaugurar, com um pontapé inicial, a atividade *Futebocha*. Após uma pausa, os orientadores convidaram os residentes a participar, como ação de encerramento,

de um bate-papo e grande lanche comunitário, para descontraí, comemorar e interagir. **c) Considerações Finais** - Como conclusão, apresentamos aqui o resultado bem sucedido da integração da equipe com os residentes idosos. A principal proposta, de olhar o idoso de maneira mais acolhedora e aprofundada, foi cumprida integralmente. Resultado palpável disso se encontra nas duas atividades desenvolvidas pelas equipes de educadores, o *Futebocha* e o *Museu de Mim*, e pela equipe de orientadores, a *Cartilha para Novos Orientadores – Projeto Museu Amigo do Idoso*, ação inédita de produção desta última equipe. Os relatórios apontaram, de maneira geral, para uma compreensão do idoso de forma geral, com suas necessidades físicas específicas. No entanto, a residência trouxe como instrumento definitivo no contato com este público a atenção e a amabilidade necessárias no atendimento ao idoso. Muitas vezes, mais do que um cuidado que diz respeito a uma possível limitação física, o idoso requer uma dedicação pessoal, no sentido de estabelecer um vínculo afetivo, ainda que por um breve tempo, para que ele se sinta ouvido, querido e, acima de tudo, respeitado por sua experiência, por sua história de vida ou, simplesmente, pela sua idade. Este tipo de amabilidade não se encontra em manuais ou mesmo em documentos oficiais. Parte do convívio. Maria Elisa e Jorge Expósito cumpriram sua função com grande empenho e dedicação, o que possibilitou o sucesso do projeto. Nesse sentido, a premissa de agregar dois perfis diferentes para contribuir com um mesmo fim foi, mais uma vez (em alusão à metodologia do projeto *Deficiente Residente*) bem sucedida. A diversidade do olhar de ambos e o *modus operandi* alternado entre eles contribuíram decisivamente para que a equipe vivenciasse um mínimo estrato da pluralidade do público idoso. Nesse sentido, o grande legado do projeto é, sem dúvida, o afeto experimentado com os residentes Maria Elisa e Jorge, possível e passível de extensão a qualquer idoso que visita o museu, que o fará sentir-se acolhido e respeitado. "Devemos aprender durante toda a vida, sem imaginar que a sabedoria vem com a velhice." In: PLATÃO, A República. **Os residentes idosos Maria Elisa e Jorge Expósito. Ação 21: Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação. Meta de Produto:** Número de relatórios entregues. **Meta de Resultado:** Índice de satisfação (> ou = 80%). Seguindo as orientações do Ofício Circular UPPM nº 418/2016, realizamos o total de 44 avaliações de Estudantes do 6º ao 9º ano e 73 avaliações de Professores/Responsáveis como amostras colhidas para a pesquisa de público escolar. Os questionários foram preenchidos após a realização das visitas com grupos de escolas estaduais, municipais e particulares de 2 a 30 de setembro de 2016. **Análise e interpretação dos dados** - O nível de satisfação dos professores foi de 97,08%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. Analisando os dados após a pesquisa realizada com os professores ficou destacado que todos os professores avaliaram atuação dos educadores do museu com relação à adaptação de linguagem, abordagem do conteúdo e abertura para o diálogo dos alunos como ótimo ou bom. Na questão 5, que avaliou o interesse dos alunos segundo os professores, tivemos uma média ponderada de 91,92% com relação à participação, exposição e temática do museu, avaliados como ótimo - em sua grande maioria - ou bom conforme observado nos gráficos acima. Na avaliação realizada pelos alunos, o nível de satisfação foi de 93,18%. Importante salientar que 95% consideraram a visita interessante e na questão 4, 95,45% das respostas foram associadas ao verbo "aprender" e a maioria citou "história do futebol" como temática, mas vale a atenção aos apontamentos sobre a discussão de temas como preconceito e futebol feminino, que estiveram presentes em 14% das respostas. Com relação à questão 2 da pesquisa dos alunos, eram permitidas duas respostas. Desta maneira, constatamos a necessidade de inserir um segundo gráfico além do sugerido pela SEC, constando as primeiras e segundas respostas dos alunos. **Ação 22: Desenvolver ações, projetos, programas para famílias. - Metas de Produto:** Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público. **Metas de Produto:** Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas. **Metas de Produto:** Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas. **Metas de Produto:** Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número de visitas oferecidas. **Metas de Resultado:** Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas. **Metas de Resultado:** Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas. **Metas de Resultado:** Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos. **Justificativas da superação das metas – produto e resultado** - As metas de produtos foram superadas, conforme detalhamento abaixo, devido a oportunidades possibilitadas por diferentes fatores, tais como: a) ausência de contingências externas às visitas ao Estádio (como tempo chuvoso e/ou bloqueio da área por parte da administração do estádio); b) engajamento da equipe para a oferta ampla de atividades às famílias aos finais de semana e feriados, uma vez que a avaliação do público é bastante positiva e a procura tem sido crescente; c) oportunidade de ampliar a oferta do oferecimento de visitas educativas, principalmente pela procura e interesse do público aos finais de semana. Como a oferta dessas atividades utilizam somente os recursos humanos já existentes na instituição, a superação da meta não trouxe prejuízos ao orçamento pactuado com a Secretaria de Cultura. As metas de resultados, por sua vez, estão intrinsecamente relacionadas à de produtos. Com a superação do mínimo de atividades previstas no trimestre, os resultados foram superados. Vale acrescentar a essa justificativa que a meta indica o mínimo previsto, sendo desejável a sua superação uma vez que há a capacidade de atendimento. Outro fato foi o interesse do público para as visitas ao Estádio e visitas educativas aos finais de semana, além das atividades, que vêm atraindo um número cada vez maior de participantes, dentre outros fatores, pelo esforço de divulgação delas no microfone da instituição, site, redes sociais e release de imprensa. **Observação:** inicialmente, as visitas às sextas-feiras conjugadas no estádio eram voltadas especificamente para instituições agendadas; enquanto as visitas aos sábados, focadas para famílias. No entanto, notou-se uma transversalidade de públicos quando o assunto é a visita ao estádio, gerando interesse tanto de instituições quanto de famílias, independente dos horários ou das datas propostas para cada perfil de público. Assim sendo, a tabela acima apresenta a contagem de visitas conjugadas no Estádio considerando todos os perfis que buscam este tipo de visita, mas levando em conta que o público-alvo de família foi predominante no sábado. **PROGRAMA DE INTERAÇÃO AO SISEM** - No quarto trimestre, o Núcleo Educativo deu continuidade ao projeto "Intercâmbio Educativo", realizando visitas técnicas e ações de formação para as seguintes instituições: Instituto Butantan - Museu Histórico, Museu de Biologia e Museu de Microbiologia (São Paulo); Museu do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida (Aparecida – SP) e Museu da Ciência de São Carlos "Prof. Mario Tolentino" (São Carlos – SP). O projeto, iniciado de modo sistemático no segundo semestre de 2016, tem obtido retorno positivo, seja do público atendido, seja da equipe de educadores que acompanham as ações. O projeto será mantido em 2017 e a experiência iniciada em 2016 será aprimorada.

Nº	Ações a Serem Realizadas	Metas de Produto e Resultados a Serem Alcançadas					
		Indicativo de Produtos		Previsão Trimestral			
23	Desenvolver ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	Número de ações de formação oferecidas	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	
			<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	
			<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>
			<b>3º Trimestre</b>	1	1	1	1
			<b>4º Trimestre</b>	1	3	1	3
		<b>META ANUAL</b>	2	4	2	4	
		<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>	
		Número de visitas técnicas realizadas	<b>3º Trimestre</b>	1	1	1	1
			<b>4º Trimestre</b>	1	3	1	3
			<b>META ANUAL</b>	2	4	2	4
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>		<b>200%</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>		
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>		<b>160%</b>	<b>100%</b>	<b>160%</b>		
<b>Indicativo de Resultados</b> Nº mínimo de público beneficiário das ações	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>			
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	
	<b>3º Trimestre</b>	20	20	20	44	64	
	<b>4º Trimestre</b>	20	44	20	44	64	
<b>META ANUAL</b>	40	64	40	64	64		
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>160%</b>	<b>100%</b>	<b>160%</b>	<b>160%</b>		
Nº mínimo de municípios atendidos	<b>Previsão Trimestral</b>			<b>Meta</b>			
	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	
	<b>Período</b>	<b>Prevista</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	<b>Realizada</b>	
	<b>3º Trimestre</b>	1	1	1	3	4	
	<b>4º Trimestre</b>	1	3	1	3	4	
<b>META ANUAL</b>	2	4	2	4	4		
<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>	<b>100%</b>	<b>200%</b>	<b>200%</b>		

**Ação 23: Desenvolver ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral. Metas de Produtos:** 3 ações de formação; 3 visitas técnicas. **Metas de Resultados:** 44 pessoas atendidas; 3 municípios atendidos. **Justificativa da superação das metas: número de ações de formação, número de visitas técnicas e número mínimo de público beneficiário das ações.** A metas foram superadas pois são ações relacionadas. As ações de formação são seguidas ou antecipadas por visitas técnicas. Ambas auxiliam aos objetivos do projeto "Intercâmbio Educativo". Estavam previstas duas ações, em acordo prévio com a coordenação do SISEM-SP, em Aparecida e São Carlos. Contudo, foi recebido o convite do Instituto Butantan, localizado em São Paulo capital, e em razão de não onerar o contrato de gestão, o Núcleo Educativo realizou a ação de formação e a visita. O público esperado foi acima do mínimo previsto em razão de terem ocorridas 3 ações e não apenas 1, como pactuado.

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL**  
No 4º trimestre de 2016, obteve-se como resultado no relacionamento com a imprensa 580 inserções em veículos de comunicação, com destaque para a programação da semana da criança, festival de cinema de futebol "Cinefoot" e Encontro de colecionadores de camisetas de futebol – eventos integrantes da programação cultural do Museu – e gratuidade para a visitação ao Museu de 20 a 30/12/2016. O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o trimestre com 48.123 visitantes únicos (usuários), sendo 77% de novas visitas. A origem do tráfego ocorreu principalmente por meio do Google. O Museu conquistou 2.192 novos seguidores em seus perfis nas redes sociais, fechando o 4º trimestre com o total de 67.206 seguidores no Facebook, Twitter, Instagram e Youtube. No período, foram realizados 24 disparos de e-mail marketing para divulgação da programação cultural do Museu para o mailing da instituição composto por cerca de 8.500 e-mails. Junto aos veículos de comunicação atualmente parceiros, Jornal O Estado de S. Paulo e Revista Piauí, foram feitas 6 inserções de anúncios do Museu. Além disso, houve a veiculação de 01 anúncio na Revista Brasileiros como cortesia concedida pela revista. Ao longo do ano de 2016, foram firmadas parcerias em permuta com os veículos O Estado de S. Paulo (4 anúncios de ¼ de página no Estadão e 6 anúncios de ½ página no Divirta-se), Revista Piauí (1 anúncio de ¼ página em 12 edições da Revista) e, no primeiro semestre do ano, com o jornal A Tribuna de Santos (4 anúncios de ¼ de página no caderno de Cultura para a divulgação da exposição itinerante "Museu do Futebol na Área" que esteve da cidade de Santos de 10/01 a 12/04/2016). No 4º trimestre do ano, firmou-se acordo com o Portal de Internet UOL, cujo contrato de parceria está sendo analisado pela assessoria jurídica do IDBrasil, envolvendo inserções de anúncios do Museu no Portal. Pela primeira vez na atuação do Museu, foi aberto canal de entrada de receita por meio de doações de pessoas físicas. A campanha pontual, concentrada nos dois últimos meses do ano, envolveu jogadores em destaque de cada um dos quatro maiores clubes de futebol de São Paulo (Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Santos). Eles assinaram 10 minibolões de futebol cada para o oferecimento, como forma de agradecimento, àqueles que doassem R\$ 2 mil reais ao Museu. O público alvo da campanha eram pessoas físicas com rendimento mensal igual ou superior a R\$ 15 mil, entusiasta do futebol e da Cultura, e com conhecimento do incentivo fiscal da Lei Rouanet. Já para o desenvolvimento de trabalho de captação de patrocínio foi estruturado e implementado plano de captação junto a empresas com a confecção de apresentação institucional para potenciais patrocinadores, construção de banco de dados com contatos das empresas *prospects* e gestão de pedidos e agendamentos de reuniões. Paralelamente à condução do plano de captação institucional, também foi desenvolvido plano para captação de patrocinador para o projeto do Museu do Futebol aprovado na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte (LPIE) e intitulado "Se Joga na Praça". Ao mesmo tempo, foram feitas tratativas com empresas e estabelecimento de parcerias institucionais visando o aumento de público, tanto do Museu como do seu Centro de Referência, e da visibilidade da instituição, fortalecendo sua marca.

continua...

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52						
Ações a Serem Realizadas		Metas de Produto e Resultados a Serem Alcançadas				
Nº	Ações a Serem Realizadas	Indicativo de Produtos	Previsão Semestral			
			Meta	Meta		
25	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação 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 implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube	3º Trimestre	5	5	
			4º Trimestre			
			META ANUAL	5	5	
			ICM%	100%	100%	
		Indicativo de Produtos	Nº de parcerias/ projetos/ programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação	3º Trimestre	No	2
				4º Trimestre	mínimo: 1	2
				META ANUAL	No	4
				ICM%	mínimo: 2	100%
		Indicativo de Produtos	Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação: vídeos/ artigos/entrevistas	3º Trimestre	2	4
				4º Trimestre	2	2
				META ANUAL	4	6
				ICM%	100%	150%
Indicativo de Resultados	Nº mínimo de inserções na mídia	3º Trimestre	No	847		
		4º Trimestre	No	580		
		META ANUAL	No	847		
		ICM%	mínimo: 400	100%		
Indicativo de Resultados	Monitorar nº de visitantes virtuais no website	3º Trimestre	No mínimo: 16.000	61.541		
		4º Trimestre	No mínimo: 16.000	48.123		
		META ANUAL	No mínimo: 32.000	109.664		
		ICM%	100%	100%		
Indicativo de Resultados	Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)	3º Trimestre	No mínimo: 4.800	2.545		
		4º Trimestre	No mínimo: 4.675	2.192		
		META ANUAL	No mínimo: 9.475	4.737		
		ICM%	100%	50%		
26	Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)	Indicativo de Produtos	Plano para Patrocínios, Parcerias e Doadores Pessoa Física entregue	3º Trimestre	-	
				4º Trimestre	1	
				META ANUAL	1	
				ICM%	100%	
		Indicativo de Resultados	Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoa física	3º Trimestre	-	-
				4º Trimestre	No	5
				META ANUAL	No	5
				ICM%	Mínimo: 1	100%
		Indicativo de Produtos	Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)	3º Trimestre	No	1
				4º Trimestre	No	1
				META ANUAL	No	1
				ICM%	Mínimo: 1	100%

**Ação 25: Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu.** Essa ação é composta por 02 metas de produto e 04 metas de resultado. Para facilitar a leitura do documento, numeramos cada uma das metas, de 1 a 6, com os respectivos descritivos e justificativas. **Ação 25 – meta 1) Meta de produto: Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube** - Nos canais de comunicação digital da instituição trabalhou-se na divulgação do Museu, sua programação educativa e cultural e Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB). Além disso, divulgou-se as ações promocionais para a semana da criança, quando jovens de até 12 anos não pagavam entrada, e para a semana entre o Natal e o Réveillon, quando todos os visitantes tiveram gratuidade para a visitação. Notas institucionais sobre a acessibilidade no espaço e sobre o Museu propriamente dito, como equipamento cultural de excelência, bem como *lives* (transmissões ao vivo pelo facebook) fizeram parte do plano de comunicação. Um exemplo de *live* feito foi com o ex-jogador argentino Sorin, que concedeu depoimento à equipe de Comunicação do Museu enquanto fazia sua visita. Um dos destaques na comunicação do 4º trimestre foi a atuação na campanha "Sonhar o Mundo" encabeçada pela SEC na semana do Dia dos Direitos Humanos (10/12). Foi trabalhada a questão do preconceito em torno da mulher, a proibição por cerca de 40 anos de praticarem o esporte e manchetes na mídia que trataram do futebol feminino de forma a minuir sua importância e valor. Também foram divulgadas as ações do Educativo para a ação. Outro destaque da comunicação no trimestre foi a campanha de captação de receita por meio de doações de pessoas físicas, com posts patrocinados no Facebook, banners no site e redes sociais e construção de página exclusiva no site. A divulgação incluiu trabalho de assessoria de imprensa, veiculação de anúncio no jornal O Estado de S. Paulo e disparo de e-mail marketing para o mailing de contatos institucional. Também se destacou a divulgação dos espaços do Museu para eventos de terceiros, com post patrocinado no Facebook, além de disparo de e-mail marketing para base de contatos de agência e produtores de eventos. A informação sobre o uso de Zona Azul na Praça Charles Miller foi amplamente divulgada em posts nas redes sociais e site, mas também em videowall e gradil no Museu, já que uma das reclamações mais recorrentes dos visitantes diz respeito à atuação de vendedores não oficiais de Zona Azul (fanelinhas) na Praça. Como parte da rotina, as atualizações quanto aos serviços do Museu foram feitas e divulgadas conforme necessidade, como horários diferenciados de funcionamento, política de gratuidade, entre outros. Elaborou-se as artes e textos para as postagens nas redes sociais e site, e também informativos eletrônicos (e-mail marketing), anúncios no videowall, gradis e demais materiais de comunicação do Museu. Foram tiradas fotos e feitos vídeos de eventos da programação cultural e educativa do Museu para serem usados na comunicação e também para integrarem o arquivo institucional. Vale registrar que todas as peças gráficas foram devidamente aprovadas com a Comunicação da SEC. Como habitual, algumas notas sobre o universo do futebol foram compartilhadas nas redes sociais. Infelizmente, no mês de dezembro, ocorreu o trágico acidente com o avião que transportava os jogadores e comissão técnica do clube de futebol Chapecoense, além de jornalistas que viajavam para a disputa da final da Copa Sul-Americana na Colômbia, Bogotá. Por conta do ocorrido, o Museu se manifestou em notas em suas redes sociais e a foto dos seus perfis foram substituídos pelo brasão do Clube como forma de homenagem. **Ação 25 – meta 2) Meta de resultado: Nº de parcerias/ projetos/ programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação - Justificativa para superação da meta:** houve a oportunidade de fechamento de um número superior de parcerias do que foi pactuado. A meta indicava o mínimo, logo, sua superação é desejável uma vez que traz ao Museu maior exposição em renomados veículos de comunicação. No 4º trimestre, foram firmadas duas novas parcerias para veiculação de anúncios do Museu na mídia, impressa e on line. A primeira foi com a Revista Brasileiros, que concedeu novo espaço publicitário para inserção de anúncio do Museu na sua edição de dezembro 2016/janeiro 2017. No primeiro semestre de 2016 a revista cedera espaço em 1 edição impressa e também no seu portal on line. A segunda parceria foi com o site **Torcedores.com**, em permuta com o uso do Auditório Foi iniciada parceria com o portal UOL, também com permuta de espaço do Museu por espaço publicitário. O valor negociado em mídia é de R\$ 600 mil. Aguarda-se a formalização do contrato, com previsão de início em 2017. **Ação 25 – Meta 3) Meta de resultado: Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação: vídeos/artigos/entrevistas** - No 4º trimestre, foram feitos 2 vídeos "live", transmissão ao vivo pelo canal do Museu no Facebook. Como a meta já havia sido integralmente cumprida no trimestre anterior, optou-se por testar o engajamento desse tipo de atuação nas redes sociais. Abaixo as postagens: **Assunto:** Entrada gratuita no mês de dezembro. **Data:** 29/12/2016. **Assunto:** Gravação de programa da ESPN. O ex-jogador argentino, e atual comentarista da ESPN, **Juan Pablo Sorin**, deu dica a todos os seguidores para visitarem o Museu do Futebol. **Data:** 22/12/2016. **Ação 25 – Meta 4) Meta de resultado: Nº mínimo de inserções na mídia** - Como parte da rotina, foram elaborados press-releases para assessoria de imprensa sobre as programações cultural e educativa do Museu. Os mesmos foram aprovados pela SEC e a divulgação foi feita tanto pela equipe do Museu como da SEC. Coube à equipe do Museu agendar e receber as equipes de reportagem no espaço para entrevistas e gravações. O espaço do Museu é frequentemente solicitado por programas de TV para servir de set de filmagem (cenário). Quando a qualidade e público desses programas são considerados adequados, autoriza-se esse uso do espaço. Como contrapartida, é pedido que seja dado o crédito ao Museu, pois acredita-se que com isso a audiência desses programas tome contato com a marca do Museu, impactando positivamente no aumento da visitação e imagem institucional. **Justificativa da superação da meta:** a meta indicava como resultado um número mínimo de inserções, projetado a partir da série histórica da instituição. A superação, entretanto, é desejável na medida em que as inserções em mídia ocorrem por modo espontâneo, não onerando o orçamento previsto em Contrato de Gestão. A superação é justificada em razão da boa repercussão alcançada pela programação do trimestre, em especial por conta da programação na semana da criança, realização do Cinefoot dentro da programação cultural da instituição e promoção de final de ano, quando o Museu ofereceu entrada gratuita aos visitantes. Os destaques da imprensa estão demonstrados no item "Rotinas" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional. **Ação 25 – Meta 5) Meta de resultado: Monitorar nº de visitantes virtuais no website** - O site do Museu ([www.museudofutebol.org.br](http://www.museudofutebol.org.br)) fechou o trimestre com 48.123 visitantes únicos, sendo pouco mais de 77% de novas visitas. **Justificativa da superação da meta:** a meta indicava o número mínimo a ser alcançado, projetado a partir dos resultados obtidos em 2015. O alcance maior não onera a instituição, pelo contrário, demonstra o interesse do público em obter informações no site, provavelmente após repercussão positiva do trabalho de comunicação desenvolvido nas redes digitais. **Ação 25 – Meta 6) Meta de resultado: Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)** - Justificativa do cumprimento parcial da meta: a meta semestral de 9.474 novos seguidores nas redes sociais foi projetada considerando a implantação de sistema de "login social" para acesso ao serviço de wifi do Museu do Futebol. Esse tipo de serviço exige do visitante que acessa o wifi

algum tipo de interação (checkin numa página do facebook) ou o preenchimento de um cadastro. A estratégia foi delineada na ocasião do planejamento interno realizado pela equipe para a participação na convocação pública de renovação de contrato para gestão do Museu do Futebol. A época (abril de 2016), pesquisou-se um roteador de wifi que oferecia o serviço de login social sem custos à instituição. Assim, a meta foi projetada em função do número de visitantes que acessa o wi-fi, além do crescimento orgânico das próprias redes sociais. Contudo, as ferramentas tecnológicas estão em constante mudança de padrões, protocolos e tipos de serviço. O serviço de login social que era oferecido gratuitamente, passou a ter uma taxa de cobrança da ordem de US\$ 3 mil anuais, o equivalente a R\$ 10 mil. Com os cortes orçamentários nos programas e atividades do Museu, optou-se por não contratar esse tipo de serviço e buscar, primeiro, novas alternativas sem custos. Assim, no mês de novembro de 2016, foi implantado um sistema que poderia incentivar a "curtida" na página do Museu. Trata-se de uma saudação de boas-vindas em português, inglês e espanhol e os ícones das redes sociais indicativos de que o Museu conta com perfil nas mesmas, conforme imagem abaixo. Infelizmente, o serviço não possibilitou o incremento de seguidores desenhado na meta e essa ficou aquém do planejado. Para 2017 continuaremos a buscar novos caminhos de engajar seguidores para as redes sociais, um meio de ampliar a divulgação da instituição, sua programação e serviços, como também dar acesso ao acervo e aos conteúdos produzidos pela instituição. **Ação 26 - Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)** - Essa ação compõe-se de duas metas, 1 de produto e 1 de resultados, apresentadas abaixo. **Ação 26 - Meta 1 - Indicativo de Produtos: Plano para Patrocínios, Parcerias e Doadores Pessoa Física entregue - A) Campanha Doadores Pessoa Física** - Pela primeira vez, o Museu do Futebol abriu o canal de entrada de receita por meio de doações de pessoas físicas. Após pesquisa em outras instituições, decidiu-se pelo lançamento de uma campanha pontual, concentrada nos últimos meses do ano, período em que as pessoas físicas já têm a previsão do seu rendimento anual e, consequentemente, de seu Imposto de Renda devido para o cálculo do valor disponível para doações por meio da Lei Rouanet. Partindo do pressuposto de que os grandes clubes de futebol do Estado de São Paulo têm milhares de torcedores e que toda temporada há jogadores que se destacam dentro de campo, o principal jogador do ano de cada um dos quatro maiores clubes de futebol de São Paulo (Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Santos) foi contatado para que assinasse 10 minibolas de futebol para o oferecimento, como forma de agradecimento, àqueles que doassem R\$ 2 mil reais ao Museu. Além de ganhar a minibola autografada, o doador também receberia o direito de visitar o Museu gratuitamente, ao longo de 2017, com mais 3 acompanhantes. A campanha teve como público-alvo (*target*) pessoas físicas com rendimento mensal igual ou superior a R\$ 15 mil, entusiasta do futebol e da Cultura, e com conhecimento do incentivo fiscal da Lei Rouanet. Com o sucesso da iniciativa, o Museu teria um montante de R\$ 80 mil para utilização no desenvolvimento de suas atividades no ano subsequente. O release da campanha foi distribuído para a imprensa, foram feitos anúncios patrocinados no facebook do Museu, veiculado anúncio no jornal O Estado de S. Paulo, disparo de e-mail marketing para o mailing de contatos do Museu, colocados banners no site e redes sociais e construída página exclusiva no site. Os posts no Facebook tiveram boa repercussão: o primeiro atingiu mais 13.500 pessoas (471 curtidas e 36 compartilhamentos) e o segundo, 30 mil pessoas (1,2 mil curtidas e 35 compartilhamentos). Na mídia saíram duas matérias sobre a campanha, uma no site Gazeta Esportiva e outra no Portal de internet Terra. O Conselho de Administração e Assembleia do IDBrasil foram envolvidos na iniciativa para que divulgassem a seus contatos a possibilidade de contribuição em favor da instituição. Mesmo com o esforço de comunicação realizado e também por parte da Secretaria da Cultura, dentro da campanha "Doe para a Cultura", não se obteve resultado em doações. Como é sabido, e conforme apresentação feita pela equipe de Comunicação da SEC no segundo semestre de 2016 sobre o tema, o número de potenciais doadores na cidade de São Paulo é expressivo, muito embora ainda não há por parte da população a cultura de doação a instituições culturais. Por outro lado, o aprendizado obtido pelo Museu com essa ação será absorvido para o a tomada de decisão quanto ao lançamento de programa de captação perene, em 2017, ou a realização de campanhas pontuais como a já implementada, porém com ajustes, ou associações a plataformas para *crowdfunding*. Ainda quanto à captação de recursos junto a pessoas físicas, foi realizado estudo de mercado (*benchmarking*) dos programas de Amigos (doadores) das instituições culturais Museu AfroBrasil, Museu de Arte Sacra, Pinacoteca do Estado, Masp e Osesp. Estudou-se à mecânica para as doações, sistema operacional, custo para implementação de sistema, benefícios oferecidos, equipe envolvida e média de valores arrecadados. O sistema operacional online utilizado pelo Museu AfroBrasil, Museu de Arte Sacra, Pinacoteca, Masp e, em breve pela Osesp, pertencente a empresa IT. Art e seu custo é da ordem de R\$ 9.600,00/ano. Em reunião com proprietária da empresa, Nicole Stad, verificou-se os recursos da ferramenta e o quanto ela desonera o trabalho operacional e, por conseguinte, a equipe envolvida. Embora seja um canal para a diversificação das receitas institucionais, os resultados de programas de Amigos perene dependem de grande esforço e investimento de comunicação, além do engajamento do Conselho e Diretoria do Museu na conquista de doadores. Como já mencionado, em face aos resultados obtidos em campanha realizada no 4º trimestre e ao amadurecimento institucional nesse sentido será definido novo plano de captação de doações, a ser apresentado à SEC. **Ação 26 – Meta 2) Meta de Resultados: Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoa física - No 4º trimestre foram firmadas cinco parcerias, abaixo descritas. - Justificativa para superação da meta prevista:** a meta foi prevista para a obtenção de um número mínimo de parcerias (1), sendo desejável, portanto, a sua superação. Em se tratando do contexto de crise econômica no Estado e no País, as parcerias institucionais, seja para empréstimo de equipamentos, transporte de grupos de visitantes e para divulgação do Museu auxiliam sobremaneira na sustentabilidade da institucional, ainda que não haja troca financeira. - **Epson:** contrato sendo assinado e acordo de comodato para a utilização pelo Museu de projetores e scanner da empresa; - **São Paulo Futebol Clube (SPFC)** contemplando a vinda de grupos da base do Clube ao Museu, com isenção do valor do ingresso, desconto de 50% do valor da entrada para os sócios-torcedores no mês de aniversário do SPFC (janeiro) e esforços de comunicação mútua para a divulgação do acordado na parceria. Esse escopo de parceria feita com o SPFC tentará ser replicada aos clubes Corinthians, Santos e Palmeiras, em 2017, com o intuito de trazer o público dos clubes ao Museu, aumentando a visitação e fortalecendo a marca e repercussão positiva da instituição museológica. Já foram feitas reuniões com o Santos, Palmeiras, faltando fazer com o Corinthians, além de fechar o acordo com esses três clubes; - **Universidade do Futebol** foi outra instituição a qual o Museu se aliou - o Museu forneceu, em dezembro, o uso de seu auditório pela Universidade para evento e, em contrapartida, a Universidade compartilhou posts do facebook do Museu, priorizando aqueles que tratavam do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), cedeu duas bolsas de estudo para dois colaboradores do Museu em curso da Universidade e creditou o Museu como apoiador do evento em todos os seus materiais institucionais; - Por fim, estabeleceu-se parceria com os sites **Peixe Urbano** e **Groupon** para a ampliação da divulgação e da venda de ingressos por esses sites. **Outros resultados de parcerias em 2016** - Ao longo do ano, foi renovada a parceria com a empresa **Kademi** pressupondo o desenvolvimento de games sobre modalidades olímpicas pelo Educativo do Museu, na ocasião dos Jogos no Brasil, em plataforma educacional da empresa utilizada por escolas, e com a **Fundação São Paulo Convention & Visitors Bureau** para a divulgação do Museu no mercado turístico da cidade. Além disso, estabeleceu-se com a **Fundação Abrinq** parceria para a vinda de público de grupos de instituições sociais - de julho a dezembro de 2016, para o recebimento de grupo de até 40 pessoas em visitas com educador, todas as quintas-feiras. Tem-se a intenção de renovar essa parceria para 2017, além de firmar outras com instituições como Dorina Nowill, Laramara, Casa Hope, Fundação Gol de Letra e Fundação Cafú.

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA					
Ações a Serem Realizadas		Metas de Produto e Resultados a Serem Alcançadas			
Nº	Ações a Serem Realizadas	Indicativo de Produtos	Previsão Semestral		
			3º Trimestre	Meta	
27	Revisar Plano de Manutenção Predial e Conservação Preventiva	Plano de Manutenção revisado e entregue	3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	1	1
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
28	Revisar Plano de Combate a Pragas Urbanas	Indicativo de Produtos	Plano de Combate a Pragas Urbanas revisado e entregue	3º Trimestre	-
				4º Trimestre	1
				META ANUAL	1
				ICM%	100%
29	Revisar Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência	Indicativo de Produtos	Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência revisado e entregue	3º Trimestre	-
				4º Trimestre	1
				META ANUAL	1
				ICM%	100%

QUADRO DE METAS CONDICIONADAS			
METAS CONDICIONADAS Programa de Exposições e Programação Cultural			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	Metas de Produto e Resultado a Serem Alcançadas	Valor
1	Projeto "Se Joga na Praça" - Atividades lúdico-esportivas na Praça Charles Miller – 6 meses de atividades – Inscrição na Lei Estadual de Incentivo ao Esporte	indicador de produto: até 12 dias de atividades variadas na Praça Charles Miller indicador de resultado: número mínimo de pessoas atendidas: 6.000	R\$ 770.000,00
2	Projeto "Empoderamento feminino pelo esporte" – título provisório	projeto realizado	R\$ 350.000,00
3	Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" – até 10 cidades, média de R\$ 350.000,00/cidade	Indicador de resultado: 2 cidades atendidas	R\$ 350.000,00
4	Realizar o programa de Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo ao Plano de Metas – anexo II) Até 5 exposições em 2 anos e meio.	Indicador de resultado: 1 exposição temporária realizada	R\$ 500.000,00
5	Troca de projetores da Sala Exaltação – 7 projetores	Indicador de resultado: 7 projetores instalados	R\$ 400.000,00
6	Troca de 32 monitores de TV – Sala das Copas	Indicador de resultado: 32 monitores instalados	R\$ 70.000,00
7	Aprimoramentos na sinalização expositiva – projeto e execução	Indicador de resultado: Sinalização expositiva implantada	R\$ 35.000,00
8	Aprimoramentos na estrutura do Auditório (equipamentos de áudio, luz e som)	Indicador de resultado: projeto instalado	R\$ 100.000,00
9	Complementar a Programação Cultural do Museu do Futebol (atividades na Praça Charles Miller)	Indicador de resultado: 03 eventos realizados	R\$ 20.000,00

**Não houve a realização de metas condicionadas no período de outubro a dezembro de 2016.**

## RELATÓRIO ANUAL DO EXERCÍCIO DE 2016 - 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:** Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 05/2011, apresentamos o relatório desta Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2016, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 01 de janeiro a 30 de junho, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organi-

zação. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas. Ressaltamos que este é o último relatório do contrato de gestão nº 05/2011 e que no período de sua execução, a OS IDBrasil participou do Edital de Chamamento nº 15-2016 para a renovação da gestão do Museu do Futebol, tendo sua proposta aprovada pela Secretaria de Cultura para o período de

continua...

...continuação

## IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52

01 de julho de 2016 a 31 de dezembro de 2020. A renovação da gestão permitirá dar continuidade aos principais projetos e programas do Museu do Futebol, criar e aprimorar processos internos de gestão, especialmente para o desenvolvimento de pesquisas de público, monitoramento e avaliação de resultados, com o objetivo de ampliar e diversificar atividades, públicos e parcerias para o Museu do Futebol de modo a firmar o seu protagonismo na área museológica, especialmente a partir do trabalho do Centro de Referência do Futebol Brasileiro com acervos digitais e patrimônio imaterial. **Atividades Técnicas** - Dentro do **Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança** todas as rotinas e obrigações contratuais previstas foram realizadas. O Museu do Futebol manteve as ações de manutenção preventiva e corretiva conforme o previsto, assegurando a conservação das instalações e a segurança do edifício e de seus usuários. Já no **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, destacamos a pesquisa para referências nas cidades de Ribeirão Preto, Sorocaba e Santos, fruto da realização da exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área". O resultado foram 30 referências registradas em Banco de Dados para composição do acervo do Museu. Houve também a produção de um artigo a ser publicado, pela pesquisadora do Museu, Aira Bonfim, em uma coletânea dedicada ao projeto "Territórios do Torcer" (realizado pelo Museu em parceria com a FGV entre os anos de 2014 a 2015). Foi renovada a parceria com o Núcleo de Antropologia Urbana da USP, parceiro do CRFB desde o período do início de sua implantação, em 2010. O objeto da renovação foi a concepção de realização de um curso de extensão universitária sobre Antropologia do Esporte. O curso teve como uma das professoras ministrantes a pesquisadora Aira Bonfim, além da participação da Diretora Técnica do Museu do Futebol Daniela Alfonsi em uma das aulas. Das 10 aulas do curso, 02 foram realizadas nas dependências do Museu do Futebol, com conteúdos relacionados ao acervo do Museu e sua exposição de longa duração. Dentro do **Programa de Exposições e Programação Cultural**, finalizamos a produção da exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas", inaugurada em 09 de julho de 2016. A inauguração, conforme justificado no ofício DC 26-2016 à UPPM, foi realizada alguns dias após o encerramento do contrato de gestão 05/2011 devido aos trâmites de autorização dos direitos de imagem dos Jogos Olímpicos junto ao Comitê Olímpico Brasileiro e Comitê Olímpico Internacional. A autorização formal foi concedida apenas dia 29 de junho de 2016. Para haver tempo hábil de divulgação da exposição, esta teve sua abertura adiada para o sábado, dia 09 de julho. Foram realizadas no 2º trimestre 13 atividades, em 31 dias de programação, que trouxeram ao Museu 7.565 pessoas. Destacamos a realização, no mês de abril, do projeto "Experimentando diferenças", que trouxe aos visitantes a possibilidade de experimentar esportes paralímpicos como futebol de 5, basquete, bocha e corrida de cadeira de rodas e um game para simulação de ciclismo adaptado. O projeto ainda propiciou o encontro com quatro atletas paralímpicos que puderam conversar e interagir com o público. Por fim, buscamos estratégias de aproximação com o entorno do Museu, elaborando projetos (meta 19) e realizando três ações dentro da programação do Museu com esse objetivo: a campanha "Memórias do Pacaembu", a celebração do aniversário do bairro no Museu do Futebol e a organização do Arraial do Charles Miller. Essa festa, merece especial destaque pelo público participante (2.000 pessoas) e por possibilitar arrecadar parte dos custos da ação por meio da locação do espaço para venda de comidas e bebidas. No segundo trimestre, o Museu do Futebol recebeu 60.512 visitantes, permanecendo aberto durante 76 dias, incluindo dois dias com abertura parcial devido a jogos no Estádio do Pacaembu e um dia de abertura parcial devido a interrupção no fornecimento de energia. Além disso, houve dois dias de fechamento total (04 de abril e 26 de junho) devido a jogos clássicos no Estádio. Além da gratuidade concedida aos sábados, demos gratuidade a todos os visitantes no dia 22 de maio (Virada Cultural) e meia-entrada no domingo 19 de junho, por ocasião do I Arraial do Charles Miller, que também contou com a ampliação do horário de visitação por 2 horas (bilheteria encerrou às 19h e o Museu às 20h). A meta de visitação foi cumprida parcialmente, com o total de 115.498 visitantes no semestre, 89% do total da meta prevista (130.000). Justificamos tal resultado dentro do contexto excepcional de crise pelo qual o país atravessa e detalhamos neste relatório as ações realizadas e programadas para melhorar esse índice. Demos continuidade ao monitoramento dos dados da pesquisa por meio de totem eletrônico, instalado em 2015. Os resultados são bastante positivos, com sugestões de conteúdos, críticas pontuais e recolhimento de novos endereços para *mailing* digital. No primeiro semestre de 2016, no **Programa Educativo**, a equipe atendeu por meio de visitas agendadas, 14.618 pessoas, 13% do total de visitantes recebidos no Museu do Futebol no período. Foram superadas todas as metas relacionadas ao atendimento ao público por meio de visitas educativas agendadas, com destaque para o público escolar, que correspondeu a 54% do total de atendimentos do educativo. Outras ações de destaque no semestre foi a ampliação da oferta de visitas ao Estádio do Pacaembu, uma solicitação constante do público. No segundo trimestre, participaram das visitas 670 pessoas, somados às 224 do primeiro trimestre tivemos, no período de janeiro a junho, 894. O oferecimento de jogos, atividades e dinâmicas educativas também teve sua meta superada, fruto do empenho constante da equipe em propiciar atividades que ampliem a experiência do visitante, em especial ao público espontâneo aos finais de semana. As ações ofertadas no segundo trimestre de 2016 somaram a participação de 1.978 pessoas, totalizando 4.335 no semestre. A meta de oferecimento de ações de capacitação a professores e educadores alcançou a participação de 96 pessoas no semestre, sendo 61 no período de 1 de abril a 30 de junho. Como projetos especiais, vinculados ao Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol, destacamos o lançamento do Documentário do Projeto Deficiente Residente, disponível no canal do Youtube do Museu do Futebol, e a realização da primeira etapa do projeto Museu Amigo do Idoso. Dentro do **Programa de Ações de Apoio ao SISEM**, foram inscritas no Portal do SISEM ([sisemp.org.br](http://sisemp.org.br)) duas exposições que podem ser montadas em diferentes cidades ("Museu do Futebol Na Área" e "Visibilidade para o Futebol Feminino"), além das publicações do Programa de Acessibilidade do Museu, como o documentário do Projeto Deficiente Residente e o Catálogo de Acessibilidade. Foi realizada, como **Metas condicionadas** vinculadas a esse programa, a inauguração da mostra itinerante "Museu do Futebol Na Área" na cidade de Sorocaba, no Shopping Iguatemi Eplanada, no dia 07 de junho. No mês de junho, foram recebidos 7.244 visitantes, e até o término da mostra em 10 de julho, o total de visitantes foi 16.363. Na sequência, a mostra seguirá para Ribeirão Preto. O patrocinador dessas duas edições foi a empresa Carrefour. No **Programa de Comunicação**, registramos no segundo trimestre de 2016, 511 inserções na mídia e 47.884 visitantes únicos (usuários) no site do Museu, sendo 76,9% de novas visitas. No perfil do Museu no Facebook, encerramos o 2º trimestre de 2016 com 40.208 seguidores, um crescimento de pouco mais de 4% (1.569 novos seguidores) em relação ao fechamento do trimestre passado. Houve também o aumento do número de seguidores em outras redes sociais, a saber: Canal do Museu no Youtube: 326; Twitter: 19.326; Instagram: 1.697. A área, que passou por reestruturação e mudança de coordenação em janeiro de 2016, firmou importantes parcerias com veículos de mídia, visando permuta para divulgação de anúncios institucionais, a saber: Revista Piauí, veiculação de 1 anúncio de ¼ página por 12 meses; Estadão, veiculação de 4 anúncios de ¼ de página em edições impressas e 1 anúncio de ½ página; Revista Brasileiros, veiculação de 1 anúncio de página inteira na primeira edição da nova revista Cultura Brasileiros. Além disso, está em fase de negociação a permuta para divulgação no portal da UOL e em programas de rádio. O **Programa de Gestão Administrativa** enfrentou neste 1º semestre de 2016 o desafio de gerenciar o equipamento com redução significativa de recursos, com baixa perspectiva de captação para além daqueles contratualizados, como por exemplo, a loja de artigos esportivos, cuja exploração comercial teve novo processo de seleção no 2º trimestre, em função da desistência do operador anterior e resultou acolhimento de proposta para novo contrato, a partir do segundo semestre, com valor significativamente menor do que aquele que foi praticado nos exercícios anteriores. Tivemos também pouca chance de captação de recursos incentivados, considerando o cenário conjuntural da economia, além do fato de que a maioria das empresas com possibilidade de patrocínio historicamente efetuam o aporte nos últimos meses do ano. Neste segundo trimestre de 2016, tivemos também o desafio de atender ao processo convocatório da Secretaria da Cultura - SC-15/2016 do Museu do Futebol - para a Gestão do Museu do Futebol pelo o período 2016-2020. Além da proposta com metodologia de avaliação com indicadores e ações distintas das que trabalhamos nos anos anteriores, o edital apresentou orientação para elaboração da proposta orçamentária que exigiu esforços redobrados da equipe para que pudéssemos equalizar o orçamento com referencial de repasse equivalente ao valor nominal recebido em 2011. Embora O IDBrasil tenha sido a única O.S. a se apresentar na convocação pública, consideramos que fomos selecionados pela excelência nos serviços prestados nas duas gestões anteriores do Museu do Futebol e atual gestão do Museu da Língua Portuguesa, além de termos apresentado proposta de Plano de Trabalho que atendeu técnica e financeiramente às expectativas da Secretaria da Cultura. Assumiremos a gestão do Museu do Futebol para mais um período de cinco anos, com a incumbência de racionalizar as atividades administrativas, de compras e de serviços, exigir a qualidade dos fornecedores pelo menor custo possível, além de trabalhar a equipe de colaboradores no sentido de implantarmos um consumo consciente dos recursos (materiais e financeiros). No segundo trimestre o **Programa de Gestão de Recursos Humanos** do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte - Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa, buscando a economicidade na gestão dos benefícios " Plano de Assistência Médica e Plano Odontológico" tratou esta negociação com as empresas contratadas, conseguindo assim significativa redução de 11,33% no índice de reajuste anual do Plano de Assistência Médica e a total isenção no reajuste do Plano Odontológico que teria a aplicação do índice de 11,73%. O sucesso na negociação dos reajustes não só resultou numa satisfação para a equipe, como veio de encontro às necessidades de redução dos custos orçamentários destinados a estes benefícios, sem alterar e podendo continuar a cumprir com excelência no atendimento previsto. Neste trimestre as ações preventivas em cumprimento às Normas de Medicina e Segurança do Trabalho, ocorreram na forma de treinamento de equipes do Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa com formação de Brigada de Incêndio e o Curso de Primeiros Socorros, realizados in company, com participação de 47 colaboradores dos quais 07 foram do Museu da Língua Portuguesa e 40 do Museu do Futebol assim distribuídos nos dois cursos: - O curso de formação de Brigada de Incêndio foi realizado em 25 de abril, carga de 8h00, com participação de 23 colaboradores do Museu do Futebol. Este treinamento propiciou à equipe participante conhecimento para atuar na prevenção e combate ao princípio de incêndio, abandono de área, bem como o reconhecimento de propagação do fogo, classes de incêndio, métodos de extinção, ventilação, agentes extintores e conhecimento de todo equipamento necessário ao combate do incêndio. - O curso de Primeiros Socorros foi realizado em 30 de maio, carga de 8h00, com participação de 17 colaboradores do Museu do Futebol representantes dos diversos núcleos. Este treinamento objetivou induzir ao participante o reconhecimento de uma situação emergencial, sua gravidade e condução de cuidados imediatos necessários ao atendimento correto dos diversos agravos à saúde. Vários exercícios práticos foram ministrados à equipe através de orientações do instrutor, que conduziu e avaliou todos os procedimentos. Treinamento bem avaliado pela equipe participante que teve como foco principal a consciência e conhecimento do uso adequado do equipamento de segurança com responsabilidade. Contamos também, neste trimestre, com participações de colaboradores em eventos, tais como cursos e seminários, que complementar e agregaram conhecimentos compartilhados e que foram multiplicados entre as equipes, conforme descritos: 1.1- 1-Curso "Planejamento na Gestão Cultural" oferecido pelo Centro de Pesquisa e Formação do Sesc São Paulo objetivando incentivar reflexões sobre abordagens metodológicas e práticas de planejamento aplicáveis à gestão cultural. Este curso aconteceu no período de 09 de maio a 15 de junho de 2016, às segundas feiras, das 19h00 às 21h30. Participaram deste curso colaboradoras do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro. 1.2- Seminário Museu da Língua Portuguesa - "Conquistas e Desafios" - Realizado nos dias 02 e 03 de maio, no Auditório da Pinacoteca com a fala de profissionais envolvidos na criação e implantação Museu da Língua Portuguesa, relembrando os 10 anos de Museu e compartilhando as diretrizes para sua reconstrução. Participação de Diretores e equipe. 1.3- 9º Encontro Tecnologias Aplicadas ao Patrimônio - Evento realizado nos dias 19 e 20 de maio, no auditório da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, gerando reflexões para a futura gestão da base pelos museus da SEC e trocas de experiências de diversas instituições utilizadoras do software In Patrimonium. 1.4- Encontro Paulista de Museus na sua oitava edição (SISEM-SP) - Evento realizado nos dias 13 a 15 de junho, evento em celebração aos 30 anos do SISEM com o tema "Redes e Sistemas de Museus: Ações colaborativas". Participaram deste encontro os Diretores e equipe.

**GESTÃO TÉCNICA-QUADRO DE METAS DO MUSEU DO FUTEBOL**  
**PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA**

Dentre as ações previstas, destacamos no segundo trimestre de 2016 a meta 3 "Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede", cujos resultados trouxeram ao acervo de referências do Museu do Futebol 30 registros, todos eles sobre o futebol no interior do estado de São Paulo. Essa ação é decorrente do projeto de exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" (Meta condicionada) que no primeiro semestre foi realizado nos municípios de Santos e Sorocaba. A estratégia de itinerar o Museu do Futebol levando não apenas a sua exposição, mas também o CRFB

mostrou-se um importante meio de ampliação do público do centro. Além da pesquisa de referências, outro resultado é a ampliação do acesso ao banco de dados: no período de janeiro a junho de 2016, constam das cidades originárias do tráfego ao banco Santos, em segundo lugar, e Sorocaba em quinto (conforme relatório apresentado no item Rotinas do Programa de Acervo). Completamos, no período, o registro de entidades (eventos e seleções) ligadas aos Jogos Olímpicos no Banco de Dados, visando contemplar os torneios de futebol e propiciar a catalogação dos itens que comporão a exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas". Apresentamos o artigo escrito pela pesquisadora Aira Bonfim sobre sua experiência no projeto "Territórios do Torcer", realizado entre agosto de 2014 e março 2015, que será publicado em coletânea sobre o projeto. A pesquisadora também ministrou o curso de extensão universitária promovido pelo Núcleo de Antropologia Urbana da USP, sobre Antropologia do Esporte, selando a renovação da parceria entre o Museu e esse grupo.

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	Meta
				Prevista	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 Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
2	Realizar ações de documentação e pesquisa: Memória Viva: gravar, transcrever e/ou editar depoimentos de História Oral e disponibilizar acervos audiovisuais no banco de dados <i>on line</i>	Nº de depoimentos transcritos e/ou editados	1º Trimestre	2	3
			2º Trimestre	2	1
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
3	Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede (mapeamento de referências sobre futebol. Definição de "referência": registro de histórias de personalidades; registro de locais de prática do futebol; registro de coleções particulares e/ou institucionais; registro de eventos, como campeonatos, ligados a futebol; registro de times ou clubes.	Nº de referências pesquisadas (personalidades/ eventos/coleções/ clubes/times)	1º Trimestre	5	-
			2º Trimestre	5	30
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>10</b>	<b>30</b>
4	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> Realizar catalogação no banco de dados <i>on line</i> dos jogos olímpicos e da participação do futebol masculino e feminino	Nº de entidades criadas e catalogadas (eventos, pessoas, acervos e instituições)	1º Trimestre	40	58
			2º Trimestre	30	92
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>70</b>	<b>150</b>
5	Elaborar e submeter artigo e/ou ensaio a revistas científicas ou coletâneas. O artigo deve ser produzido pela equipe do Museu do Futebol.	Nº de artigos escritos e submetidos a publicação	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
6	Fornecer formação interna (cursos, palestras, etc) sobre o acervo do Museu para equipe de colaboradores do Museu do Futebol	Nº de atividades oferecidas	1º Trimestre	1	-
			2º Trimestre	1	2
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
7	Executar o Plano de Gestão de Informações do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (detalhamento do Plano a ser entregue no relatório do 4º Trimestre de 2015).	Nº de relatórios entregues	1º Trimestre	1	1
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre		
			4º Trimestre		
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

**Justificativa da superação da meta 3: "Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede"** - A pesquisa de referências realizada dentro da linha "Na Rede" ocorreu a partir do acompanhamento do projeto de Exposição Itinerante "Museu do Futebol Na Área", que em 2016 teve exibição na cidade de Santos, Sorocaba e Ribeirão Preto. O projeto é patrocinado via Lei Federal de Incentivo à Cultura e permitiu ao Museu do Futebol contar com pesquisadores especialistas contratados especialmente para o atendimento dessa meta, uma vez que a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro sofreu redução no período de 2015-2016. Com o apoio de profissionais dedicados, houve a superação da meta prevista, mas sem ônus ao contrato de gestão, pois foi custeado a partir do projeto patrocinado. Os pesquisadores foram Rodrigo Chiquetto (contratado por intermédio da empresa Tomara Educação e Cultura) que realizou a pesquisa nas cidades de Sorocaba e Ribeirão Preto, e Iris Moraes Araújo (contratada diretamente pelo Museu do Futebol com recursos do projeto incentivado) que trabalhou na cidade de Santos. Vale acrescentar que a possibilidade dessa contratação revelou-se muito profícua, gerando resultados muito positivos. O detalhamento encontra-se na sequência deste relatório. **Justificativa da superação da meta 4: Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas: Realizar catalogação no banco de dados *on line* dos jogos olímpicos e da participação do futebol masculino e feminino** - A meta foi superada sem onerar o contrato de gestão, pois dependente somente de recursos humanos. A justificativa é devido ao investimento da equipe em prover o Museu do Futebol de conteúdos sobre os jogos olímpicos, tema da exposição temporária realizada no segundo trimestre de 2016.

**PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

No segundo trimestre de 2016, a equipe técnica responsável pelo Programa de Exposições e Programação Cultural cumpriu todas as metas propostas para o período. De abril a junho foram realizadas 13 atividades, em 31 dias de programação, que trouxeram ao Museu 7.565 pessoas. Além dessas atividades, foi realizada uma Meta Condicionada, a exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" na cidade de Sorocaba, que recebeu, de 07 a 30 de junho, 7.244 visitantes e até o término, em 10 de julho, somou o total de 16.363 visitantes. Foram recebidos 60.512 visitantes no segundo trimestre, em 76 dias de visitação, somando 115.498 no semestre, 89% da meta prevista. Foi o período de menor média diária de visitantes no Museu desde a sua abertura e abaixo apresentamos o detalhamento das ações realizadas visando a ampliação do público. Vale ressaltar, contudo, que houve queda no número global de visitantes dos museus que compõem a rede da Secretaria da Cultura, num decréscimo de 22% no primeiro semestre em comparação com o mesmo período de 2015. Assim, é importante considerar que a queda de público no Museu do Futebol insere-se no contexto geral de crise econômica e política que afeta o país. Destacamos no período desse relatório a abertura da exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas", realizada com recursos do Contrato de Gestão e que ocupou, de forma inédita, a sala Jogo de Corpo, localizada no final do percurso da exposição principal do Museu. Na programação cultural, destacamos, no mês de abril, a realização do projeto "Experimentando diferenças", que trouxe aos visitantes a possibilidade de experimentar esportes paralímpicos como futebol de 5, basquete, bocha e corrida de cadeira de rodas e um game para simulação de ciclismo adaptado. O projeto ainda propiciou o encontro com quatro atletas paralímpicos que puderam conversar e interagir com o público. Por fim, buscamos estratégias de aproximação com o entorno do Museu, elaborando projetos (meta 19) e realizando três ações dentro da programação do Museu com esse objetivo: a campanha "Memórias do Pacaembu", a celebração do aniversário do bairro no Museu do Futebol e a organização do Arraial do Charles Miller. Essa festa, merece especial destaque pelo público participante (2.000 pessoas) e por possibilitar arrecadar parte dos custos da ação por meio da locação do espaço para venda de comidas e bebidas.

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	Meta
				Prevista	Realizada
8	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> elaborar Projeto de Exposição Temporária conforme Política de Exposições e de Programação Cultural ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de projetos	1º Trimestre	1	1
			2º Trimestre	-	-
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
9	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> desenvolver exposição temporária ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de exposições temporárias realizadas	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>
10	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> Realizar palestras e ou bate-papos para o público ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de eventos	1º Trimestre	1	-
			2º Trimestre	2	5
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
11	Elaborar projeto de exposições de curta duração a partir de produções artísticas sobre futebol ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de projetos	1º Trimestre	1	-
			2º Trimestre	-	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>
12	Realizar encontros sobre o tema futebol abertos ao público a partir de propostas de grupos da comunidade (ex: Reuniões do Grupo Memofut e outros similares) ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de encontros	1º Trimestre	2	3
			2º Trimestre	3	3
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
13	Realizar eventos periódicos: Encontro de Colecionadores ( <i>Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural</i> )	Nº de eventos	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b> <b>ICM %</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

continua...

## IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52

...continuação					IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52																																							
Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta Prevista	Meta Realizada																																	
14	Realizar Ciclo de Debates sobre Futebol Feminino (Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural)	Nº de eventos	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 - - - 1 100%	1 - - - 1 100%	23	Realizar visitas educativas conjugadas ao Estádio do Pacaembu.	Nº de visitas realizadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	20 20 - - 40 100%	12 42 - - 54 135%																																	
15	Realizar eventos temáticos: Aniversário da cidade, Semana Nacional de Museus, Virada Cultural e datas específicas ao tema futebol (Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural)	Nº de eventos	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 3 - - 4 100%	3 4 - - 7 175%	24	Oferecer atividades educativas para o público espontâneo	Nº de atividades oferecidas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	24 24 - - 48 100%	96 56 - - 152 317%																																	
16	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol (público total do Museu)	Nº de visitantes recebidos	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	60.000 70.000 - - 130.000 100%	54.986 60.512 - - 115.498 89%	25	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público agendado e monitorar perfil e avaliação do público (Modelo MF).	Número de pesquisas realizadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	170 355 - - 525 100%	255 569 - - 824 157%																																	
17	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC	Nº de relatórios entregues	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 1 - - 2 100%	1 1 - - 2 100%	26	Monitorar índices de satisfação do público atendido por visitas educativas (Modelo MF)	Índice de satisfação do público agendado com a visita guiada (>=80%)	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	>=80% >=80% - - - 100%	>=80% >=80% - - - 100%																																	
18	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	>=80% >=80% - - - 100%	>=80% >=80% - - - 100%	27	Aplicar pesquisa de perfil e satisfação do público escolar (MODELO SEC) e apresentar relatório, de acordo com orientações SEC.	Número de relatórios entregues	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 - - - 1 100%	1 - - - 1 100%																																	
19	<b>Projeto especial: Ocupação Charles Miller.</b> Elaborar, em conjunto com associações da sociedade civil e órgãos públicos de diferentes instâncias, projeto de ações culturais para o complexo urbanístico da Praça Charles Miller e o Estádio do Pacaembu. (Ver descritivo do Programa de Exposições e Programação Cultural)	Nº de projeto entregue	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- 1 - - 1 100%	- 1 - - 1 100%	28	Monitorar os índices de satisfação do público escolar agendado com a visita educativa, por meio de uma amostragem (MODELO SEC)	Índice de satisfação do público escolar agendado com a visita educativa (>=80%)	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	- >=80% - - - 100%	- >=80% - - - 100%																																	
<p><b>Justificativa da superação da Meta 10: Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas: Realizar palestras e ou bate-papos para o público</b> - A meta foi superada devido à parceria para a realização do evento "Experimentando Diferenças", no Museu do Futebol, no período de 08 de abril a 01 de maio. A superação não trouxe custo adicional ao Contrato de Gestão. <b>Justificativa da superação da Meta 15: Realizar eventos temáticos: Aniversário da cidade, Semana Nacional de Museus, Virada Cultural e datas específicas ao tema futebol.</b> A meta foi superada em razão da realização do Arraial do Charles Miller, no dia 19 de junho, como uma das estratégias de relacionamento com o entorno do Museu (ver meta 19). Além disso, o objetivo foi trazer novos públicos ao Museu por meio de um evento temático, bastante popular no país, que une experiências gastronômicas e musicais. Como estratégia piloto, o Museu do Futebol coordenou a venda dos tickets para a compra da alimentação, ficando com 15% do valor das vendas. O recurso arrecadado custeou parte da festa e contribuiu para que sejam planejadas outras atividades no mesmo formato. O retorno de público ficou além das expectativas: calculou-se a participação de 2.000 pessoas na festa e a bilheteria registrou 1.086 visitantes no Museu. Houve a abertura do Museu até 19h (bilheteria), com o fechamento às 20h para acompanhar a programação da festa, realizada das 14h às 20h. Para incentivar a entrada, o Museu ofereceu meia-entrada a todos os visitantes. <b>Justificativa do cumprimento parcial da meta 16: Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol</b> - Em primeiro lugar, justificamos a retificação do número de visitantes informado no primeiro trimestre. Ao invés de 54.142 informados no Relatório anterior, o número correto é 54.986. O motivo da correção no total é a contabilização do público da programação cultural realizada no foyer e auditório do Museu do Futebol, conforme Ofício número DAF-066-16 enviado à UPPM em 03 de junho de 2016. Foram recebidos 60.512 visitantes no segundo trimestre, somando 115.498 no semestre, 89% da meta prevista. A projeção, feita na ocasião do aditamento do contrato de gestão para 2016, levou em consideração a média diária de 800 visitantes, tendo como base a média do primeiro semestre de 2015. Contudo, no primeiro semestre de 2016 obtivemos uma média diária de 761 visitantes, tendo resultado em um número 11% abaixo do previsto e 10% abaixo do realizado no mesmo período em 2015. Contribuiu para esse resultado o número de dias com fechamento parcial ou total devido aos jogos no Estádio e/ou problemas com fornecimento de energia elétrica, ocorrências alheias à gestão do Museu do Futebol. No primeiro semestre de 2016, o número de dias com fechamento parcial e total foi superior ao mesmo período em 2015, conforme tabela abaixo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Período</th> <th>Nº dias Fechamento total</th> <th>Nº dias Fechamento parcial</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1º semestre 2015</td> <td>0</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>1º semestre 2016</td> <td>3</td> <td>9</td> </tr> </tbody> </table> <p>Outros fatores que podem ter contribuído para a queda de 10% do público em 2016 em relação ao mesmo período de 2015, são: a) a diminuição do horário de funcionamento e 1 hora diária, medida tomada para a contenção dos custos com energia elétrica que historicamente são elevados, não só por causa das características da exposição principal do Museu do Futebol (uso de recursos tecnológicos e audiovisuais), mas sobretudo pelo aumento das tarifas de energia ocorridas em 2015 e b) o aumento do valor do ingresso, de R\$ 6,00 para R\$9,00. Ainda que a redução do horário e o aumento do valor do ingresso possam ser fatores da diminuição do número de visitantes, não registramos nenhuma ocorrência de reclamação do público a respeito das duas medidas iniciadas em 2016. Vale lembrar que envidamos esforços para ampliar o público escolar no segundo trimestre, tendo cumprido e superado as metas de visitas agendadas, além de ter realizado parceria, no mês de abril, com a Fundação Abrinq para o recebimento de público no Museu. Visando ampliar a divulgação do Museu em outros canais, foi firmada parceria com veículos de mídia (ver detalhamento da meta 44 do Programa de Comunicação e Imprensa). E, por fim, diversificamos a programação cultural realizando um evento não previsto, o Arraial do Charles Miller, com o intuito de atrair novos públicos ao Museu do Futebol, em especial os moradores do bairro. O evento foi bem sucedido e atraiu mais de 2.000 pessoas. Infelizmente, o cumprimento parcial justifica-se, além do número de dias com funcionamento reduzido ou de fechamento, pelo contexto excepcional de crise econômico-política no país, uma vez que o impacto da redução do número de visitantes não é fato isolado ao Museu do Futebol, mas abrange toda a rede de museus da Secretaria de Estado da Cultura.</p>						Período	Nº dias Fechamento total	Nº dias Fechamento parcial	1º semestre 2015	0	7	1º semestre 2016	3	9	<p><b>PROGRAMA EDUCATIVO</b></p> <p>No primeiro semestre de 2016, o Núcleo Educativo atendeu, por meio de visitas agendadas, 14.618 pessoas, 13% do total de visitantes recebidos no Museu do Futebol no período. Foram superadas todas as metas relacionadas ao atendimento ao público por meio de visitas educativas agendadas, com destaque para o público escolar, que correspondeu a 54% do total de atendimentos do educativo. Outras ações de destaque no semestre foi a ampliação da oferta de visitas ao Estádio do Pacaembu, uma solicitação constante do público. No segundo trimestre, participaram das visitas 670 pessoas, somados às 224 do primeiro trimestre temos 894. O oferecimento de jogos, atividades e dinâmicas educativas também teve sua meta superada, fruto do empenho constante da equipe em propiciar atividades que ampliem a experiência do visitante, em especial ao público espontâneo aos finais de semana. As ações ofertadas no segundo trimestre de 2016 somaram a participação de 1.978 pessoas, totalizando 4.335 no semestre. A meta de oferecimento de ações de capacitação a professores e educadores alcançou a participação de 96 pessoas no semestre, sendo 61 no período de 1 de abril a 30 de junho. Somados todos os públicos atendidos pelo educativo, temos, como síntese do primeiro semestre de 2016:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Perfil</th> <th>Total 1º Semestre 2016</th> <th>% total visitantes do Museu do Futebol</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Escolar - visitas agendadas</td> <td>7.968</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Grupos especiais – visitas agendadas</td> <td>4.667</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Outros grupos – visitas agendadas</td> <td>1.983</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Professores/educadores – ações de capacitação</td> <td>96</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Visitas agendadas ao Estádio do Pacaembu</td> <td>894</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Participantes de atividades educativas (finais de semana/feriados)</td> <td>4.335</td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>19.943</b></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Dos projetos educativos, destacamos no segundo trimestre a realização da primeira fase do projeto Museu Amigo do Idoso, que contou com a idosa residente Maria Eliza. Apresentamos o relatório detalhado desse trabalho que terá continuidade no segundo semestre, já no novo Contrato de Gestão. O Projeto Deficiente Residente teve como produto final um documentário lançado no dia 22 de abril por meio do canal do Youtube do Museu do Futebol. As demais ações do Programa estão detalhadas abaixo, nas metas e também nas Rotinas.</p>						Perfil	Total 1º Semestre 2016	% total visitantes do Museu do Futebol	Escolar - visitas agendadas	7.968	18%	Grupos especiais – visitas agendadas	4.667		Outros grupos – visitas agendadas	1.983		Professores/educadores – ações de capacitação	96		Visitas agendadas ao Estádio do Pacaembu	894		Participantes de atividades educativas (finais de semana/feriados)	4.335		<b>Total</b>	<b>19.943</b>	
Período	Nº dias Fechamento total	Nº dias Fechamento parcial																																										
1º semestre 2015	0	7																																										
1º semestre 2016	3	9																																										
Perfil	Total 1º Semestre 2016	% total visitantes do Museu do Futebol																																										
Escolar - visitas agendadas	7.968	18%																																										
Grupos especiais – visitas agendadas	4.667																																											
Outros grupos – visitas agendadas	1.983																																											
Professores/educadores – ações de capacitação	96																																											
Visitas agendadas ao Estádio do Pacaembu	894																																											
Participantes de atividades educativas (finais de semana/feriados)	4.335																																											
<b>Total</b>	<b>19.943</b>																																											
20	Realizar visitas educativas a estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico) e de universidades.	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas e universidades atendidos em visitas mediadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1.000 4.000 - - 5.000 100%	1.461 6.507 - - 7.968 159%	21	Realizar visitas educativas para grupos especiais (acessibilidade, idosos, vulnerabilidade social e parcerias institucionais, como por exemplo, Escola da Família e SMADS).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1.950 2.500 - - 4.450 100%	2.825 1.842 - - 4.667 105%																																	
22	Realizar visitas educativas para grupos outros (turistas, empresas e etc.).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	450 600 - - 1.050 100%	1.244 739 - - 1.983 189%	23	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> Realizar ações voltadas à Rede Memória e Esporte: guia digital com informações dos acervos das instituições, visando a divulgação no período dos jogos olímpicos	Nº de ações	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 - - - 1 100%	1 - - - 1 100%																																	

Justificativas da superação das metas relacionadas a visitas agendadas: Meta 20 – Realizar visitas educativas a estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico) e de universidades. - Meta 22 - Propiciar visitas mediadas para grupos outros (turistas, empresas e etc.). - Meta 21 - Cumprida parcialmente no 2º trimestre, mas superada no total previsto para o semestre: Realizar visitas educativas para grupos especiais (acessibilidade, idosos, vulnerabilidade social e parcerias institucionais, como por exemplo, Escola da Família e SMADS). As metas de atendimento relacionadas às visitas agendadas foram todas superadas no período de 01 de janeiro a 30 de junho de 2016. Tal resultado justifica-se pelo empenho do Museu do Futebol em atender com excelência e qualidade o público, dando especial atenção ao público-alvo das visitas educativas, a saber: alunos de escolas públicas e privadas (meta 22); pessoas em situação de vulnerabilidade, idosos, pessoas com deficiência (meta 21) e outros grupos (meta 22). A superação não trouxe custos adicionais ao Contrato de Gestão, uma vez que tal execução depende dos recursos humanos existentes e já pactuados. Vale indicar que, ainda que no período deste relatório a Meta 21 tenha ficado abaixo do previsto, no resultado global do semestre houve a sua superação. Esse tipo de resultado é justificado pois o recebimento do público depende de vários fatores e compreendemos que a meta deva ser cumprida no valor global previsto no Contrato de Gestão. A superação dessas metas justifica-se, em primeiro lugar, pelo empenho em atender o maior número possível de grupos dentro da capacidade planejada pelo Museu do Futebol, a partir do entendimento de que a visita mediada é uma importante ação para a formação de públicos, compreensão do acervo e que permite uma experiência única e de qualidade para o visitante. Tendo em vista a redução do número de convênios e parcerias que traziam o público escolar ao Museu no ano de 2015, a equipe do Núcleo Educativo esforçou-se para a busca de novas parcerias (descritas nas Rotinas do Programa Educativo), além de aprimorar o agendamento de modo a não apenas receber ligações, mas efetuar agendamentos ativos. Damos destaque à parceria com a Secretaria Municipal de Educação, responsável por trazer a maior parte dos alunos atendidos na meta 20 (3.391 de 6.507 realizados no 2º Trimestre). É importante considerar que a superação ocorre também devido à previsão de atendimento indicado nas metas ser inferior à capacidade total do agendamento. Essa diferença na projeção ocorre, pois a vinda de grupos ao museu depende de inúmeros fatores, dentre eles, transporte. Assim, há historicamente a diferença entre a meta projetada e o resultado atingido. Para o próximo período de gestão, no novo contrato (no. 04/2016), a meta está dividida entre a capacidade oferecida (indicador de produto) e o mínimo obrigatório a ser realizado (indicador de resultado). Essa nova forma de medição, acreditamos, será mais eficaz no acompanhamento desses resultados. **Justificativa da superação e detalhamento da Meta 23 – Realizar visitas educativas conjugadas ao Estádio do Pacaembu.** - A superação dessa meta está relacionada à ampliação da oferta, negociada junto à administração do Estádio do Pacaembu. Devido à grande procura por parte do público, a Direção do Estádio autorizou que as visitas pudessem ocorrer também em horários aos finais de semana. Assim, a superação da meta é decorrente dessa ampliação dos horários ofertados. Não houve impacto no planejamento orçamentário. **Justificativa da superação e detalhamento da Meta 24 – Oferecer atividades educativas para o público espontâneo** - A meta foi atingida e superada. A manutenção de no mínimo quatro atividades por final de semana, integrando-as às exposições temporárias e aos temas da programação cultural justificam a superação da meta. Vale observar que todas as atividades oferecidas são divulgadas no site e nas redes sociais do Museu, com o intuito de atrair públicos aos finais de semana, especialmente famílias, o que tem se mostrado eficaz. Não houve impacto no planejamento orçamentário. **Justificativa da superação da Meta 25 – Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público agendado e monitorar perfil e avaliação do público (Modelo MF).** - A meta foi atingida e superada. A justificativa desta meta está intimamente relacionada às metas 20, 21 e 22. Como as pesquisas são realizadas pelos grupos atendidos pelos educadores em visitas educativas agendadas e não agendadas e, no período, foi realizado um número suficiente de visitas com grupos, principalmente escolas municipais, houve a oportunidade de aplicar mais questionários de avaliação que nos possibilitassem o retorno do perfil do público e satisfação dos visitantes. Não houve impacto no planejamento orçamentário. **Justificativa da superação das Metas 31 e 32 - Realizar cursos de capacitação presencial e/ou on line para professores, educadores e guias de turismo e/ou ações extra-muros em instituições públicas ou privadas e Atender professores, educadores e guias de turismo em cursos de capacitação.** - Neste trimestre, o Educativo teve a oportunidade de oferecer capacitações para diferentes grupos que buscaram o Museu para compreender melhor questões ligadas ora à acessibilidade ora à mediação. Neste trimestre, com uma mostra temporária no museu, a exposição itinerante em curso, a reestruturação da equipe do Museu Pelé de Santos foi possível atingir e superar a meta. O calendário destas atividades concentrou as formações todas no mesmo período deste trimestre. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

## PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP

No primeiro semestre de 2016 as metas foram cumpridas e estão descritas abaixo. No período, também houve a realização da mostra itinerante "Museu do Futebol Na Área" na cidade de Sorocaba, totalizando de 07 de junho a 10 de julho, 16.363 visitantes. No período também ocorreram visitas técnicas para a montagem da mesma exposição no município de Ribeirão Preto. As montagens nessas duas cidades foram patrocinadas pelo Carrefour por meio de Lei Federal de Incentivo à Cultura. O detalhamento consta no item "Metas condicionadas".

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
35	<b>Projeto Especial Futebol nas Olimpíadas:</b> Realizar ações voltadas à Rede Memória e Esporte: guia digital com informações dos acervos das instituições, visando a divulgação no período dos jogos olímpicos	Nº de ações	1º Trimestre 2º Trimestre 3º Trimestre 4º Trimestre ANUAL ICM %	1 - - - 1 100%	1 - - - 1 100%

continua...

...continuação

## IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE - CNPJ 10.233.223/0001-52

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	
				Prevista	Realizada
36	Submeter apresentação de ação/projeto desenvolvido pela OS, de acordo com os temas que serão sugeridos pelo Sisem para o 8º Encontro Paulista de Museus.	1 apresentação digital inscrita	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
37	Publicar no portal do SISEM o livro digital do projeto Deficiente Residente	1 livro publicado	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
38	Disponibilizar exposições temporárias e/ou recursos expositivos no banco de dados do SISEM	2 exposições e/ou recursos expositivos disponibilizados	1º Trimestre	-	-
			2º Trimestre	2	2
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

No segundo trimestre de 2016, obteve-se como resultado do relacionamento com a imprensa 511 inserções na mídia, com destaque para o Encontro de Colecionadores, Aniversário do Pacaembu e lançamento da Campanha Memórias do Pacaembu, apresentação dos resultados e desdobramentos do projeto Visibilidade para o Futebol Feminino, 1º Arraial do Charles Miller e lançamento do documentário do projeto Deficiente Residente. O planejamento de comunicação do trimestre incluiu a programação de atividades educativas e culturais, o projeto "Experimentando Diferenças", o lançamento do projeto "Museu Amigo do Idoso", a participação na Virada Cultural e na Semana Nacional de Museus, datas relevantes para a história do futebol brasileiro e datas comemorativas, calendário de jogos, exposição itinerante "Museu do Futebol na Área", além de conteúdos provenientes das pesquisas do museu para a concepção da exposição "O Futebol nas Olimpíadas". O site do Museu ([www.museudofutebol.org.br](http://www.museudofutebol.org.br)) fechou o trimestre com 47.884 visitantes únicos (usuários), sendo 76,9% de novas visitas. A origem do tráfego foi Google, acessos diretos e Bing. No perfil do Museu no Facebook, encerramos o 2º trimestre de 2016 com 40.208 seguidores, um crescimento de pouco mais de 4% (1.569 novos seguidores) em relação ao fechamento do trimestre passado. Houve também o aumento do número de seguidores em outras redes sociais, a saber: Canal do Museu no Youtube: 326; Twitter: 19.326; Instagram: 1.697. Foram realizados 22 disparos de e-mail marketing (boletim informativo) de divulgação da programação cultural realizada no período.

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	
				Prevista	Realizada
39	Elaborar notícias sobre o acervo do Museu e as ações do CRFB no site ou nas redes sociais da instituição.	Número de matérias/menções publicadas	1º Trimestre	2	2
			2º Trimestre	2	2
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
40	Manter contas e fanpages do Museu nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instagram, etc)	Número absoluto de novos seguidores nas redes sociais	1º Trimestre	1.500	8.030
			2º Trimestre	1.500	1.999
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>3.000</b>	<b>10.029</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>335%</b>
41	Elaboração de boletim informativo digital sobre as ações do Museu do Futebol destinado a parceiros, professores, pesquisadores e demais públicos	Nº de boletins elaborados e divulgados	1º Trimestre	3	3
			2º Trimestre	3	3
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
42	Desenvolver e publicar atualizações/jogos/quiz sobre o acervo/temática do museu que estimulem a divulgação do acervo/patrimônio	Número de atualizações/jogos/quiz publicados	1º Trimestre	1	1
			2º Trimestre	1	1
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
43	Realizar divulgação através de publicidade institucional, em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC	Número de divulgações/inserções realizadas	1º Trimestre	1	1
			2º Trimestre	1	6
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>350%</b>
44	Catalogar, no Banco de Dados do Museu do Futebol, fotografias e vídeos para uso em ações de comunicação	Número de imagens catalogadas	1º Trimestre	60	-
			2º Trimestre	60	120
			3º Trimestre	-	-
			4º Trimestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>120</b>	<b>120</b>
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Justificativa da Superação da meta 40: Manter contas e fanpages do Museu nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público** - A superação não onerou o Contrato de Gestão por ser uma ação orgânica, isto é, sem a utilização de postagens patrocinadas. A superação pode ser justificada com a ampliação das ações no interior e litoral de São Paulo por conta da exposição itinerante do Museu do Futebol "Museu do Futebol na Área". **Justificativa da superação da meta 43: Realizar divulgação através de publicidade institucional, em canais digitais, eletrônicos ou impressos, com prévia aprovação da proposta editorial e layout pela SEC** - A superação não onerou o Contrato de Gestão e justifica-se pelas parcerias, sem envolvimento de trocas financeiras, realizadas com os seguintes veículos: Jornal O Estado de São Paulo, Revista Piauí, Revista Táxi e Revista Cultural/Brasileiros. Com o jornal O Estado de São Paulo e com a Revista Piauí, firmou-se um contrato de parceria visando inserções de anúncios do museu nesses veículos de comunicação, num horizonte de 12 meses, em forma de permuta. Com a Revista Táxi e com a Cultura/Brasileiros, foram veiculados anúncios a título de liberalidade uma vez que os veículos manifestaram interesse em divulgar o museu junto ao seu público. Visando a ampliação dos canais e formas de divulgação do Museu, bem como a venda de ingresso, foi estabelecida uma parceria com o site Peixe Urbano, envolvendo o anúncio do museu como equipamento cultural da cidade de São Paulo e compra de ingressos a preço promocional (R\$ 3,90) no site e informativos enviados aos clientes da empresa por e-mail. Desde 31 de março, quando a campanha foi lançada, até o encerramento do trimestre em questão, foram vendidos cerca de 250 ingressos pelo site. Informações: <http://www.peixurbano.com.br/sao-paulo-so/museu-do-futebol/museu-do-futebol>. Aproveitando o acontecimento dos Jogos Olímpicos no Brasil em 2016, a plataforma educativa Kademi/Atheva convidou o museu para a elaboração de novos jogos (games) com a temática olímpica para o lançamento de uma nova campanha em parceria - nos mesmos moldes da desenvolvida no ano anterior. Essa parceria proporcionará a inclusão de novos jogos no site do museu e o aumento da visibilidade institucional junto a professores e alunos das escolas que aderem aos serviços da empresa.

QUADRO DE METAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

O segundo trimestre de 2016, apresentou desafios de gestão na medida em que houve redução orçamentária em

razão de corte no repasse e também na redução da capacidade de captação em razão da crise econômica que permeia o país. Implementamos maior rigor no controle orçamentário no sentido de ajustes que propiciassem a execução do Plano de Trabalho principalmente dos Programas de Edificações e os Programas de Exposições e Programação Cultural, além de fazer cumprir os limites pactuados para despesas com Recursos Humanos. Embora tenha sido um período de extrema dificuldade financeira, conseguimos cumprir a meta de captação pactuada em 18,7% do valor do repasse, graças também as ações da Coordenadoria de Relações Institucionais que prospectou algumas parcerias importantes na divulgação e propagação do Museu do Futebol em dois importantes meios de comunicação a saber o jornal a Tribuna de Santos e a Revista Piauí através de programas de parceria que refletiram em gratuidade em anúncios nestes veículos.

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	
				Prevista	Realizada
45	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, receita de cessão remunerada de uso de espaços; contratos de restaurante e loja, bem como projetos incentivados (Roanet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações.	18,7% do repasse do contrato de gestão no exercício.	1º Trimestre	Anual	11,8%
			2º Trimestre	8,7%	8,1%
				20.000	-
				-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>19,9%</b>	
			<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>106,5%</b>

QUADRO DE METAS CONDICIONADAS  
METAS CONDICIONADAS

No segundo trimestre de 2016 foi realizada parcialmente a meta condicionada número 1, com a montagem da exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" na cidade de Sorocaba, no Shopping Iguatemi Esplanada. A mostra ficou aberta ao público entre 07 de junho a 10 de julho e recebeu 16.363 visitantes no total, sendo 7.244 visitantes até 30 de junho (2º trimestre). O patrocinador da mostra em Sorocaba foi o Carrefour e contamos com o apoio de mídia do Shopping Iguatemi Esplanada, que além dos espaços internos de divulgação no shopping, obteve apoio do jornal local para anúncios ao longo do período da mostra. A mostra foi gratuita e foram contratados 7 monitores e 1 coordenador local para o atendimento ao público. Infelizmente, devido ao período de fim de semestre escolar, não foi possível o atendimento a grupos escolares, pois as escolas não estavam com o calendário disponível a esse fim. A equipe local organizou, em dois domingos (03 e 10 de julho) torneios de futebol de botão. Em 27 de julho de 2016 a mostra itinerante do Museu irá para sua quinta cidade, Ribeirão Preto. O patrocinador também é o Carrefour e a mostra ocorrerá no Museu da Imagem e do Som da cidade.

Nº	Ações	Indicador de Resultado	Período	Meta	
				Prevista	Realizada
1	Realização da exposição itinerante Museu do Futebol Na Área em 5 cidades do interior de SP (PRONAC No. 146982)	Nº de exposições realizadas	1º semestre	R\$ 2.200.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>2.200.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
2	Edição de material bruto (foto e vídeo) gerado pela pesquisa do CRFB	30 horas de material bruto editado	1º semestre	R\$ 30.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>30.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
3	Realizar Torneio de Futebol Virtual (ver descritivo anexo)	1 torneio realizado	1º semestre	R\$ 30.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>30.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
4	Aprimorar as atividades do Programa Férias no Museu (edição de janeiro/2016)	Nº de ações realizadas	1º semestre	R\$ 30.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>30.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
5	Aprimorar equipamentos de áudio e iluminação do auditório e sala de exposições temporárias	Equipamentos adquiridos e instalados	1º semestre	R\$ 40.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
6	Realizar cursos, oficinas e workshop para o público em geral	Nº de eventos	1º semestre	R\$ 10.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>10.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
7	Viabilizar transporte e visita educativa para instituições sociais que trabalham com grupos especiais	375 visitantes de grupos especiais atendidos (25 viagens com 15 pessoas)	1º semestre	R\$ 40.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
8	Edição de vídeos institucionais para divulgação do MF	04 vídeos (1 institucional e 3 voltados a divulgação de conteúdos)	1º semestre	R\$ 40.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
9	Elaborar material impresso a ser distribuído ao público em diferentes idiomas (inglês e espanhol)	Material produzido e distribuído	1º semestre	R\$ 50.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>50.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
10	Reformular interface de pesquisa do Banco de Dados do Museu do Futebol	Interface reformulada	1º semestre	R\$ 40.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>40.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
11	Elaborar material para incrementar a captação de recursos externos	Material impresso	1º semestre	R\$ 24.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>24.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
12	Atualização do CFTV (aquisição de novas câmeras, gravadores DVR)	CFTV atualizado	1º semestre	R\$ 100.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>100.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
13	Automação dos níveis de conforto do ambiente (umidade, temperatura, CO2,...) Ar condicionado	Automatizar equipamentos de ar condicionado, ventilação e exaustão, para detecção de falhas, liga e desliga, supervisão de rendimento, redução de custos. Desligamento automático de áreas desocupadas.	1º semestre	R\$ 125.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>125.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
14	Automação Gerador	Garantir segurança e controle, modernização de equipamento.	1º semestre	R\$ 10.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>10.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
15	Automação portas de aço enrolar	Garantir segurança e controle	1º semestre	R\$ 10.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>10.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
16	Projeto de Iluminação Fachada retrofit	Economicidade de recursos financeiros e elétricos, modernização dos equipamentos, redução de custos de manutenção. Liga e desliga automatizado.	1º semestre	R\$ 180.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>180.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
17	Retrofit dos gases refrigerantes das máquinas de ar condicionado	Garantir sustentabilidade ambiental com inserção de gases inertes a camada de ozônio.	1º semestre	R\$ 168.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>168.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
18	Automação do sistema de iluminação/ Gerenciador de energia	Garantir sustentabilidade ambiental com redução no consumo de energia elétrica.	1º semestre	R\$ 250.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>250.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
19	Programa de Reestruturação do Departamento de Compras	Regulamento de compras e processo administrativo de compras revisados	1º semestre	R\$ 80.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>80.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
20	Implantação do Sistema de Gestão Integrado para Bilheteria	Sistema implantado	1º semestre	R\$ 200.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>200.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
21	Programa de Reestruturação do Departamento de Recursos Humanos	Implantação de novo plano de cargos e salários, novo programa de avaliação funcional, reformulação do manual de recursos humanos e do Banco de Dados	1º semestre	R\$ 300.000,00	-
			2º semestre	-	-
			3º semestre	-	-
			4º semestre	-	-
			<b>ANUAL</b>	<b>300.000,00</b>	<b>-</b>
			<b>ICM %</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## Campo dos Ventos III

## Energias Renováveis S.A.

CNPJ/MF 10.797.891/0001-02 - NIRE 35.300.377.681

## Extrato da Ata da Assembleia Geral Extraordinária em 23/01/2017

**Data, Hora e Local:** 23/01/2017, às 14h00, na sede social da Companhia.  
**Convocação e Presença:** Dispensada pela presença da totalidade dos acionistas representando o capital social. **Mesa:** Gustavo Henrique Santos de Sousa - Presidente; Rafael Ferreira Fumelli Monti - Secretário.  
**Deliberações:** (i) a consignação da renúncia do Sr. **Andre Dorf**, RG nº 14.379.624-0 (SSP/SP), CPF/MF nº 170.751.778-93, com efeitos a partir de 01/07/2016, que ocupava o cargo de Diretor Presidente da Companhia. (ii) aprovar o aumento do número de membros que compõe a Diretoria Executiva da Companhia, de 4 membros para até 6 membros, com a criação dos novos cargos de Diretor de Operação e Manutenção, Diretor de Engenharia e Obras e Diretor de Novos Negócios, a renomeação do cargo de Diretor Institucional para Diretor de Relações Institucionais, a extinção do cargo de Diretor de Geração, e a consequente alteração das competências de cada diretor. Permanecem inalterados os cargos de Diretor Presidente e Diretor Financeiro. Tendo em vista o disposto acima, decidem alterar o artigo 13º do Estatuto Social da Companhia, que passará a vigor com nova redação. (iii) aprovar a eleição do Sr. **1. Adriano Martins Vignoli**, CNH nº 02813708050 Detran/SC, CPF/MF nº 783.151.316-72, para ocupar o cargo de **Diretor de Operação e Manutenção da Companhia**; 2. Tendo em vista a extinção do cargo de Diretor de Geração, decidem aprovar a eleição do Sr. **Alberto dos Santos Lopes**, CNH nº 00256426757 Detran/MG, CPF/MF nº 908.881.464-34, para ocupar o cargo de **Diretor de Engenharia e Obras**; 3. Aprovar a eleição do Sr. **Alessandro Gregori Filho**, RG nº 29.633.305-SSP-SP, CPF/MF nº 286.054.178-03, para ocupar o cargo de **Diretor de Novos Negócios**. Os Diretores ora eleitos e empossados permanecerão em seus cargos até 30/04/2017, ou até que sejam substituídos,