5º TERMO DE ADITAMENTO AO CONTRATO DE GESTÃO 04/2016 QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DE SÃO PAULO, POR INTERMÉDIO DA SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA, E IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE QUALIFICADA COMO ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA.

Pelo presente instrumento, de um lado o Estado de São Paulo, por intermédio da SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA, com sede na Rua Mauá, 51, Luz, CEP 01028-000, São Paulo, SP, neste ato representada pelo Titular **SERGIO SÁ LEITÃO**, brasileiro, portador da carteira de identidade n° 04.346.735-6/RJ e inscrito no CPF sob o n° 929.010.857-68, doravante denominada CONTRATANTE, e de outro lado **IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE**, Organização Social de Cultura, com CNPJ/MF nº 10.233.223/0001-52, tendo endereço na Praça Charles Muller s/n. Pacaembu. São Paulo/SP, CEP 01234-010, e com estatuto registrado no 8°Cartório Oficial de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoas Jurídicas da Cidade de São Paulo-SP,sob n° 38.656, neste ato representado pela Diretora Executiva **VITÓRIA BOLDRIN,** brasileira, portadora da cédula de identidade RG nº 7.843.360-5, SSP/SP e do CPF/MF nº 042.275.748-97, doravante denominada CONTRATADA, tendo em vista o que dispõe a Lei Complementar Estadual 846 de 4 de junho de 1998, o Decreto Estadual 43.493, de 29 de julho de 1998 e suas alterações e considerando a declaração de dispensa de licitação inserida nos autos do **Processo SC nº 67066/2016**, fundamentada no § 1º, do artigo 6º, da referida Lei Complementar e alterações posteriores, RESOLVEM **ADITAR O PRESENTE CONTRATO DE GESTÃO** referente à formação de uma parceria para fomento e execução de atividades relativas à área de Cultura, materializada pelo gerenciamento e execução de atividades a serem desenvolvidas junto ao Museu do Futebol, localizado na Praça Charles Muller s/n. Pacaembu. São Paulo/SP, CEP 01234-010, cujo uso fica permitido pelo período de vigência do presente instrumento, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA

O presente aditamento tem por objetivo a alteração dos ANEXOS: I (PLANO ESTRATÉGICO DE AÇÃO), II (PLANO DE TRABALHO: AÇÕES E MENSURAÇÕES), IV (CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO), para pactuação do Plano de Trabalho de 2020.

CLÁUSULA SEGUNDA

Fica alterada a CLÁUSULA SÉTIMA, PRÁGRAFO PRIMEIRO, do Contrato de Gestão nº 04/2016, que passa a vigorar com a seguinte redação:

Cláusula Sétima
Dos Recursos Financeiros

PARÁGRAFO PRIMEIRO:

Rua Mauá, 51 – Luz – 3º andar
CEP: 01028-900 – São Paulo, SP – Brasil
(11) 3339-8000
www.cultura.sp.gov.br

Para fomento e execução do objeto deste contrato de gestão, conforme atividades, metas e compromissos especificados nos Anexos I, II e III, a CONTRATANTE repassará a CONTRATADA no prazo e condições constantes deste instrumento, bem como Anexo IV – Cronograma de Desembolso, a importância global de **R$ 38.608.530,24 (trinta e oito milhões seiscentos e oito mil quinhentos e trinta reais e vinte e quatro centavos)**.

CLÁUSULA TERCEIRA

Fica alterada a CLÁUSULA OITAVA do Contrato de Gestão nº 04/2016, que passa a vigorar com a seguinte redação:

CLÁUSULA OITAVA
SISTEMA DE REPASSE DOS RECURSOS FINANCEIROS

Para o exercício de **2020**, a CONTRATANTE repassará à CONTRATADA o total de **R$ 7.651.540,00** (sete milhões seiscentos e cinquenta e um mil quinhentos e quarenta reais), mediante a liberação de 12 (doze) parcelas, de acordo com Anexo IV- Cronograma de Desembolso.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – O montante **R$ 7.651.540,00** (sete milhões seiscentos e cinquenta e um mil quinhentos e quarenta reais) que onerará a rubrica 13.391.1214.5732.0000 item 33.90.39-75 no exercício de 2020, será repassado em **12 (doze) parcelas**, na seguinte conformidade:

1 – 90% (noventa por cento) do valor previsto no "caput", correspondentes a **R$ 6.886.486,00** (seis milhões oitocentos e oitenta e seis mil quatrocentos e oitenta e seis reais) serão repassados através de 12 (doze) parcelas conforme Anexo IV – Cronograma de Desembolso.

2 – 10% (dez por cento) do valor previsto no "caput", correspondentes a **R$ 765.154,00** (setecentos e sessenta e cinco mil cento e cinqüenta e quatro reais) serão repassados através de 12 (doze) parcelas conforme Anexo IV – Cronograma de Desembolso, cujos valores variáveis serão determinados em função da avaliação trimestral da execução contratual, conforme previsto nos Anexos I e II.

3 – A avaliação da parte variável será realizada trimestralmente pela Unidade Gestora, podendo gerar um ajuste financeiro a menor na parcela a ser repassada no trimestre subsequente, a depender do percentual de cumprimento das metas, conforme previsto no Anexo I e II.

(...)

Rua Mauá, 51 – Luz – 3º andar
CEP: 01028-900 – São Paulo, SP – Brasil
(11) 3339-8000
www.cultura.sp.gov.br

E, por estarem justas e contratadas, assinam o presente aditamento em 2 (duas) vias de igual teor e forma.

São Paulo, 24 de Junho de 2020.

CONTRATANTE
SERGIO SÁ LEITÃO
Titular da Pasta
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152

Assinado de forma digital por IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152
Dados: 2020.06.02 10:15:58 -03'00'

CONTRATADA
VITÓRIA BOLDRIN
Diretora Executiva
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE

Testemunhas:

Nome::
RG: 25315908-8.

Nome
RG: 43527493-4

Rua Mauá, 51 – Luz – 3º andar
CEP: 01028-900 – São Paulo, SP – Brasil
(11) 3339-8000
www.cultura.sp.gov.br

ANEXO TÉCNICO I
PLANO DE TRABALHO - ESTRATÉGIA DE AÇÃO

PROPOSTA DE ADITAMENTO
Revisão Pós-COVID-19

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

ANO: 2020
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 4/2016
Referente ao Museu do Futebol

Rua Mauá 51. Luz. São Paulo - SP

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO 3

OBJETIVO GERAL 6

VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA 6

OPERACIONALIZAÇÃO 7

PROGRAMAS E ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO 11

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA 11

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA 14

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL 17

PROGRAMA EDUCATIVO 20

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP 24

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL 25

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO, MANUTENÇÃO E SEGURANÇA 30

PREMISSAS ORÇAMENTÁRIAS 33

PLANO ESTRATÉGICO DE ATUAÇÃO – MUSEU DO FUTEBOL

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao Contrato n. 04/2016, o IDBrasil apresenta o Plano de Trabalho para a gestão do Museu do Futebol no período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2020.

Este documento é uma revisão da minuta apresentada em dezembro de 2019 em razão do fechamento temporário do Museu do Futebol, ocorrido desde 16 de março de 2020, devido às medidas de isolamento social necessárias à contenção da disseminação do vírus da COVID-19, seguindo o Decreto n. 64.864 (16/3/2020). A revisão também ocorre no contexto de contingenciamento de recursos destinados ao repasse da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, mediante Decreto n° 64.936, de 13 de abril de 2020.

Em síntese, esse Plano de Trabalho leva em conta uma redução de receita em torno de R$ 2,2 milhões, considerando: contingenciamento do repasse do Contrato de Gestão no valor de R$ 1.093.077 (representando 50% das parcelas dos meses de maio, junho e julho conforme orientações passada pela SEC em Ofício GS/SEC nº 40 /2020), somados a uma perda de R$ 1.122.700 da receita operacional em decorrência do fechamento do Museu do Futebol. Destacamos que o cenário delineado nessa proposta considera o fechamento do Museu do Futebol pelo período de 16 de março a 30 de junho de 2020, retomando as atividades em 1º de julho de 2020.

Esse cenário leva em consideração o contexto especial do Museu do Futebol na pandemia Covid-19, uma vez que o Estádio do Pacaembu, onde se situa o museu, abriga desde o início de abril de 2020 um Hospital de Campanha, que impõe medidas extras de restrição de circulação no local pelos riscos de contágio do vírus.

Assim, essa proposta assume que a reabertura do Museu estará condicionada a um fator externo e de força maior, que é a operação do Hospital. Não há previsão ainda de até quando irá ocorrer essa operação. Para fins de elaboração de um cenário econômico-financeiro e, também, de uma pactuação de metas, o IDBrasil considerou a reabertura do Museu em 1º de julho. Caso seja possível reabrir antes desse prazo, as equipes estarão preparadas para isso e o impacto nas metas será positivo (por ter

mais dias de abertura ao público). Porém, caso o fechamento tenha de se estender para depois de 1º de julho, todo o cenário econômico-financeiro sofrerá impacto relevante pela impossibilidade de retomada de receitas operacionais (cessão onerosa de espaços e bilheteria, fundamentalmente), que são vitais à sustentabilidade do Museu nesse contexto de crise econômica gerado pela pandemia da Covid-19.

Feita essa ressalva, é importante dizer que a administração desta Organização Social pautou sua revisão da proposta de Plano de Trabalho-2020 fundamentalmente em três pilares:

I) Redução de despesas;

II) Manutenção dos empregos;

III) Manutenção do máximo de ações previamente pactuadas e apenas a necessária adequação das metas, destacando ações em ambiente digital e ações com atendimento remoto ao público do Museu no período de fechamento.

Para a otimização dos resultados, todos os programas foram avaliados e mantidos, sendo executados com a equipe de colaboradores e parceiros que possam participar sem a previsão de aumento de despesas.

As despesas ordinárias da operação do Museu também foram avaliadas com detalhe e ajustadas de acordo com o seu grau de relevância para quando o Museu retomar as atividades com público. A administração empenhou esforços na negociação com fornecedores e prestadores de serviços continuados, com vistas à suspensão ou redução de serviços, suspensão de compras de materiais em geral como produtos de limpeza, materiais de escritório, materiais de copa, informática e ferramentas.

Entre as reduções de serviços no período de fechamento, destaca-se a redução dos serviços de segurança e vigilância, mantendo-se apenas o mínimo considerado viável para garantir a salvaguarda do patrimônio, tais como serviços de bombeiro e ronda interna. O sistema de combate a incêndio se mantém controlado, com tablet em posse do bombeiro diurno ou do vigilante brigadista noturno; a vigilância por CFTV foi reinstalada na portaria 1, de modo a se manter operante sob monitoramento pelo vigilante líder. Será mantido o serviço de desinsetização além de uma equipe reduzida da limpeza para garantir a asseabilidade das instalações.

No que tange à preservação da força de trabalho, a administração está implementando as ações previstas nas medidas provisórias 927 de 22 de março e 936 de 01 de abril, ambas de 2020.

Do quadro geral de 78colaboradores, a proposta orçamentária aqui enviada considera que 47 pessoas terão suas jornadas e salários reduzidos em 25% por 03 meses e 25 funcionários terão seus contratos de trabalho suspensos por 2 meses. Os 3 estagiários não terão alteração contratual. Os 3 jovens aprendizes terão os contratos suspensos por 60 dias. Deste contingente, 25 colaboradores já foram colocados de férias entre os dias 13 e 14 de abril. Haverá suspensão até o final do ano daquelas horas extras não geradas por escalas coincidentes com feriados e não haverá reposição de vagas de estagiário e de orientador de público que já estavam em aberto antes do início da pandemia. A proposta orçamentária também considera a utilização do fundo de reserva, já prevista por ser o último ano do contrato de gestão, e de saldo de exercícios anteriores para compor os recursos necessários às ações pactuadas nessa proposta, bem como a manutenção das rotinas e compromissos de informação essenciais à manutenção, segurança patrimonial, salvaguarda do acervo e ações de comunicação, bem como as obrigações de gestão administrativa.

Dentre as equipes que permanecem em regime de teletrabalho (home-office), foram feitas, ainda no mês de março de 2020, todos os ajustes necessários para dar condições de acesso aos sistemas e documentos fundamentais ao trabalho, tais como:

- ✓ Externalizar o sistema financeiro do Museu, instalado em servidor dedicado em nuvem, garantindo o acesso a todos os colaboradores autorizados;
- ✓ Compartilhamento dos arquivos da rede de trabalho em nuvem (Microsoft Azure 12 TB de dados), com permissões de acesso e com *shadowcopy*, que garante que haja acessos a arquivos apagados (acidentalmente ou não) e, também, a todas as versões de um mesmo arquivo mesmo que eles sejam alterados;
- ✓ A equipe de Tecnologia do IDBrasil montou um plantão de atendimento técnico remoto a todos os colaboradores, de modo a capacitar para o uso de ferramentas de teletrabalho e apoiar no manejo dos arquivos na nuvem;
- ✓ Parte dos ramais telefônicos também foram transferidos para celulares de colaboradores em home office.
- ✓ As reuniões de equipe, de coordenação e direção, bem como as do Conselho de Administração seguem sendo realizadas por videoconferência.

Por fim, destacam-se ações de atuação do Museu do Futebol no ambiente digital, totalmente aderentes à campanha da SEC "Cultura em Casa", e que

estão em operação desde o dia seguinte ao fechamento do museu. Por ser uma instituição que nasceu com a marca do conteúdo em suporte digital, o IDBrasil entende que o contexto da pandemia do Covid-19 é um momento estratégico de potencializar ações nesse ambiente, canalizando todos os setores da área finalística (como exposições, programação cultural, educativo, acervo e pesquisa, além da comunicação e com o suporte da área de Tecnologia) para pensar, em conjunto, novas ações que podem ser criadas levando-se em conta os limites e potencialidades das plataformas digitais.

Essas novas ações, descritas adiante nos respectivos Programas, também permitirão o alcance de novos públicos para o Museu, tendo em vista que, dentre todos os potenciais do mundo digital propiciado pelas ações via internet, aquela em que o IDBrasil acredita ser o principal para uma instituição museológica, é o alcance e a possibilidade de troca e diálogo com pessoas que estão em outras cidades, estados e países e que, dificilmente teriam a possibilidade de conhecer a instituição por meio de uma visita à sede. Nesse sentido, a busca por entender qual é o tamanho e quem são as principais comunidades alcançadas pelas ações digitais é um dos focos da gestão técnica do Museu do Futebol no contexto da atuação do museu pandemia.

O IDBrasil tem envidado esforços continuados para tomar as decisões durante esse período de excepcionalidade de modo a preservar a boa imagem institucional do Museu do Futebol, ampliar sua atuação por meio digital, garantir a segurança do edifício e de seu acervo e, sobretudo, zelar pela segurança e pela motivação de sua equipe de colaboradores, repassando continuamente a todos, com transparência, as novas medidas necessárias à continuidade e permanência no trabalho.

OBJETIVO GERAL

Administrar, em parceria com a Secretaria de Estado da Cultura por meio da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico, o Museu do Futebol garantindo a preservação, pesquisa e divulgação de seu patrimônio cultural material e imaterial, e o cumprimento de sua missão institucional, e atuar intensivamente pelo fortalecimento do Sistema Estadual de Museus - SISEM, em estreita consonância com a política museológica e com as diretrizes do Estado estabelecidas pela UPPM/SEC.

VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA

São fontes de recursos para a viabilização financeira deste Plano de Trabalho:

- transferência de recursos da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo à Organização Social;
- receitas provenientes de: a) geração de receita por parte da Organização Social através de serviços previamente autorizados pela Secretaria de Estado da Cultura; b) exploração de serviços de livraria, loja, café e afins em conformidade com o Termo de Permissão de Uso (Anexo V do Contrato de Gestão); c) outras receitas auferidas pela cessão remunerada de uso de seus espaços físicos, quando autorizada pela Secretaria; d) rendas diversas, inclusive da venda ou cessão de seus produtos, tais como direitos autorais e conexos; e) doações, legados e contribuições de pessoas físicas e de entidades nacionais e estrangeiras;
- geração de recursos pela Organização Social por meio de obtenção de patrocínio a projetos incentivados pelas leis de renúncia fiscal ou não incentivados e captação de recursos advindos de projetos aprovados em editais de fomento e fundos setoriais públicos e privados;
- rendimentos de aplicações de ativos financeiros.

Todos os recursos integrantes da viabilização do Plano de Trabalho serão devidamente demonstrados na prestação de contas, e os documentos fiscais correspondentes estarão disponíveis em qualquer tempo para fiscalização dos órgãos públicos do Estado ou para auditorias independentes contratadas.

OPERACIONALIZAÇÃO

De acordo com a política de museus do Estado de São Paulo, as finalidades que traduzem a razão de existir dos museus são organizadas através de um conjunto de programas de trabalho, que expressam as ações finalísticas a serem executadas (de preservação, pesquisa e divulgação do patrimônio museológico, visando contribuir para a educação, identidade, cidadania e fruição cultural) e as atividades de gestão e de áreas-meio, para viabilizá-las. Para materializar o desenvolvimento desses programas, a operacionalização deste Plano de Trabalho envolve a execução de metas técnicas e administrativas, a realização de rotinas técnicas e o cumprimento de obrigações contratuais e gerenciais.

As ações a seguir descritas serão realizadas no próprio museu e por meio da articulação e apoio a outros museus do Estado e a ações de preservação e difusão do patrimônio museológico em todo o território paulista. Durante o período de fechamento da instituição ao público, devido ao combate à

pandemia Covid-19, as ações descritas nesse plano também são realizadas em ambiente digital (site, redes sociais e encontros via videoconferência) e em regime de teletrabalho.

Em 2020, o Museu teve um primeiro período de abertura ao público que foi de 02 de janeiro a 15 de março de 2020, no horário normal de funcionamento que foi de terça-feira a domingo das 9h às 18h, com entrada até as 17h. O Centro de Referência também seguiu, no mesmo período, seu horário regular de funcionamento para acesso do público à biblioteca, que é de terça a sábado, das 10h30 às 18h, com entrada até às 17h. As segundas-feiras, nesse intervalo, foram dedicadas a serviços internos, manutenção e eventos corporativos para públicos exclusivos.

Desde 16 de março de 2020 e com previsão de até 30 de junho de 2020, o Museu do Futebol encontra-se fechado para visitação pública e com acesso restrito ao corpo de funcionários. Durante o fechamento estão sendo realizados serviços de manutenção, limpeza, vigilância e acesso a arquivos administrativos e técnicos quando necessários. Todas as ações finalísticas nesse período ocorrerão em ambiente digital.

Prevê-se que, a partir de 01 de julho até 31 de dezembro de 2020, o Museu possa retomar ao seu período regular de funcionamento, nos mesmos horários acima mencionados.

Os dias previstos para fechamento, excluindo segundas-feiras e dias de jogos no Estádio, são: quarta-feira de cinzas, eleições municipais (1º e 2º turno) e dias 24, 25 e 31 de dezembro.

A política tarifária para 2020 é:

- R$ 15,00 inteira e R$ 7,50 meia para grupos acima de 10 pessoas (agendados ou não) e famílias a partir de 4 integrantes;
- R$ 20,00 (inteira): ingresso individual ou grupos até 03 pessoas;
- R$ 10,00 (meia): ingresso para estudantes a partir de 07 anos, pessoas acima de 60 anos, individual ou em grupo de até 3 pessoas;
- R$ 5,00: valor para ingressos promocionais em ações pontuais ao longo do ano.

Política de gratuidade:

- todos os visitantes às terças-feiras;
- grupos de alunos de escolas públicas com ou sem agendamento com educador;

- grupos de pessoas atendidas em projetos sociais, mediante análise do perfil do grupo e da entidade;
- crianças até 6 anos;
- pessoas com deficiência e um acompanhante;
- professores, coordenadores e diretores, supervisores, quadro de apoio de escolas da rede pública e acompanhantes (filhos e tutelados),
- profissionais da Secretaria de Segurança Pública com um acompanhante;
- membros do ICOM – Conselho Internacional de Museus;
- profissionais da Secretaria de Cultura e de museus da SEC;
- outras promoções e ofertas pontuais ao longo do ano, tais como: público de parcerias cujo ingresso é contrapartida do Museu ao apoio recebido, público geral mediante aporte de patrocinador em dia específico, público de jogos e outros eventos no Estádio e Praça, mediante análise de estratégia de engajamento visando maior atração de público.

A seguir são apresentadas as estratégias que nortearão o cumprimento do objetivo geral e dos objetivos específicos previstos no Contrato de Gestão e neste Plano de Trabalho, com a revisão necessária aos ajustes no período estimado de fechamento do Museu devido à pandemia. O desenvolvimento e o registro das ações serão feitos de maneira a facilitar seu acompanhamento e avaliação por parte da Secretaria de Estado da Cultura, dos demais órgãos fiscalizadores do Estado de São Paulo e da sociedade em geral.

Serão apresentados relatórios trimestrais das realizações, onde as metas não atingidas serão justificadas e onde as metas superadas serão comentadas, quando superiores a 20% do previsto. Deverão ser justificadas as metas quando forem inferiores a 80% do previsto para o período, lembrando que a somatória dos resultados trimestrais deverá viabilizar o alcance dos resultados anuais previstos.

A política de exposições e programação cultural será acordada entre a Organização Social e a Secretaria da Cultura, por meio de sua Unidade Gestora, a partir da apresentação do documento "Proposta de Política de Exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol", que determinará o foco e as diretrizes das mostras e atividades propostas. Essa política será a base da seleção das exposições e programação cultural a serem anualmente realizadas no Museu, explicitadas no documento "Descritivo Resumido das Exposições e Programação Cultural".

Todas as ações já definidas para o próximo exercício deverão constar do presente Plano de Trabalho (seja nas metas pactuadas, rotinas técnicas ou metas condicionadas à captação de recursos). As exposições previstas deverão ser detalhadas até o trimestre anterior à sua realização, para aprovação da Secretaria. Caso isso não ocorra, a Unidade Gestora deve ser formalmente comunicada e, em comum acordo com a Organização Social, deverá ser pactuado novo prazo para a entrega do detalhamento. Outras programações que surjam no decorrer do ano e não constem previamente do Plano de Trabalho deverão ser comunicadas à Secretaria com pelo menos 15 (quinze) dias de antecedência, sempre que possível, ou logo que a agenda seja definida. Caso alguma Organização Social realize, em equipamento do Estado sob sua gestão, atividade de programação que não esteja de acordo com a política aprovada pela Secretaria, estará sujeita às penalidades cabíveis, incluindo notificação.

PROGRAMAS E ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO

1.PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Administrar, supervisionar e gerenciar o museu com qualidade, eficiência, eficácia, transparência e economicidade, garantindo a preservação e comunicação de seus acervos culturais em estreita consonância com a política museológica e com as diretrizes da SEC. Este Programa contempla ações em cinco eixos principais:

Eixo 1 – Plano museológico e Planejamento Estratégico: estruturação de planejamento estratégico de ações viável ao posicionamento efetivo da vocação do museu frente ao seu amplo e diversificado conjunto de atividades. O desenvolvimento ou atualização do Plano Museológico de acordo com as diretrizes estabelecidas pela SEC, e com o alinhamento à Política de Acervo, documentos norteadores que produzem definições que ultrapassam os limites de um Contrato de Gestão, deve contemplar a interlocução com as diversas instâncias internas e externas à Organização Social (equipes e Conselhos de Administração, Conselhos de Orientação, UPPM/SEC, Comissão de Avaliação).

Eixo 2 – Gestão administrativa e financeira: envolve a execução de uma série de ações relacionadas à gestão e custeio de recursos humanos, serviços e demais despesas para o gerenciamento do museu (tais como água, luz, telefone, impostos e material de consumo), bem como a realização de compras e contratações, de atividades organizacionais, de prestação de contas, manutenção do equilíbrio financeiro e gestão arquivística do museu.

Eixo 3 – Financiamento e Fomento: prevê a elaboração e o desenvolvimento de estratégias para ampliação e diversificação das fontes de recursos, sobretudo financeiros, para as atividades do museu, incluindo elaboração e gestão de projetos de captação de recursos incentivados e não incentivados, junto a pessoas físicas e jurídicas. Este eixo deve estar atrelado ao Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional para potencializar as entradas de recursos oriundas das receitas previstas no Contrato de Gestão (tais como cessão onerosa de espaço, bilheteria, cafés, lojas e afins e Comitê de Patronos) e outras receitas de captação, sempre

visando ao menor custo para o usuário final (público do museu) e ao incremento dos recursos repassados pelo Estado, de modo a viabilizar mais e melhores serviços culturais para a população. Neste eixo, é importante ressaltar o papel do Conselho de Administração da Organização Social na formação e manutenção de uma rede ativa de relacionamentos corporativos, visando aos bons resultados de diversificação de fontes de recursos, formação de parcerias e captação de patrocínio.

Eixo 4 – Mobilização e/ou diversificação e/ou fidelização de público: Elaboração de pesquisas e análises para verificar a capacidade máxima de atendimento do museu e desenvolver estratégias envolvendo todas as áreas técnicas e administrativas para viabilizar a ampliação e/ou diversificação e/ou fidelização do público da Instituição.

Eixo 5 – Monitoramento e Avaliação de Resultados: Indicação de estratégias internas para monitoramento de suas realizações e da implantação do Plano Museológico e demais documentos norteadores, bem como para a avaliação dos resultados alcançados, incluindo a realização de pesquisas que apontem o perfil e a satisfação do público com as exposições, programação cultural e educativa e serviços oferecidos pelo museu, além de indicar novos possíveis caminhos de ação.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O Programa de Gestão Executiva vem operando a partir da geração de receitas por meio de: cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer e áreas internas do Museu); captação de recursos por meio de projetos leis de incentivo; e, foco em diversificação de públicos por meio parcerias com eventos de terceiros que ocorrem na região a exemplo das corridas de rua.

As receitas com a cessão onerosa de espaços, cujos resultados foram recordes nos últimos anos, devem seguir sendo uma forte estratégia de captação de recursos e novas parcerias. Até 15 de março de 2020 a prospecção para novos eventos estava com boas previsões, mas o impacto das medidas de combate ao Covid-19 resultou no cancelamento de ações previamente agendadas para ocorrerem no Museu do Futebol.

De todo modo, assim que a situação for regularizada e, seguindo a todos os protocolos legais e de segurança, o IDBrasil retomará a prospecção de empresas com potencial para as cessões onerosas. O atendimento remoto a clientes continua ocorrendo, por email e telefone, e uma nova apresentação de venda dos espaços será elaborada para a retomada das atividades.

Para o segundo semestre de 2020, ademais, espera-se abrir novas oportunidades de ações conjuntas com o consórcio "Allegra Pacaembu", responsável pela gestão privada do Estádio desde 25 de janeiro de 2020. O IDBRASIL vem fazendo interlocução constante com os novos administradores que estão abertos a ações conjuntas visando atração de públicos, eventos e parcerias para o complexo.

O IDBrasil hoje conta com projetos inscritos em leis de incentivo à cultura (PROAC-ICMS, PROMAC e Rouanet, todos na modalidade Plano Anual) e ao esporte (Lei Federal), ampliando possibilidades de parcerias e patrocínios. A previsão de inscrição de novos planos de leis de incentivo é: Plano Anual no PROMAC (lei municipal) no segundo trimestre, e Planos Anuais no PROAC (estadual) e PRONAC (federal) no terceiro trimestre.

Está em curso pela equipe do IDBrasil a análise detalhada de novos editais e leis de incentivo nas áreas do atendimento ao idoso e à criança, usualmente usadas por organizações na área da educação, saúde e assistência social. O objetivo é compreender a aderência da OS aos objetivos desses editais, que não concorrem com as leis de incentivo à cultura e ao esporte.

Segue conforme o cronograma previsto, também, o desenvolvimento do Plano Museológico, contando com a interlocução com o Comitê de Gestão Museológica da UPPM. A previsão é de realizar, entre os meses de abril a julho a escrita dos programas do Plano, após validação do Diagnóstico Institucional pelas áreas e pela UPPM.

Nas ações administrativas, a equipe continua atuando no atendimento à prestação de contas ao TCE e também no atendimento à intimação da Prefeitura do Município de São Paulo, recebida no período de quarentena, com solicitação de informações dos exercícios de 2015 a 2018 para efeito de avaliação de incidência de ISS.

O principal impacto relacionado ao fechamento temporário do Museu do Futebol, no cenário de 16 de março a 30 de junho, é na captação de recursos operacionais. A nova meta pactua a obtenção de 19,3% de recursos frente ao novo valor de repasse, considerando o contingenciamento de 50% do valor nos meses de maio a julho.

Outras medidas de gestão executiva que o IDBrasil destaca nesse Plano é a implantação do Programa de Compliance (em 2019), com a criação do

Comitê de Ética e Compliance, a publicação do Código de Ética e Conduta (entregue em mãos a todos os colaboradores) e a disponibilização de um canal de denúncia – Canal de Ética. São ações para instituir com mais transparência e clareza procedimentos institucionais para público interno e externo.

Por meio de uma iniciativa de funcionários foi criado um Grupo de Trabalho composto por colaboradores de diversos níveis hierárquicos e diferentes setores, para temas como diversidade sexual, étnica e de gênero, que atuará em linha com o Programa de Compliance e o Código de Ética e Conduta, estabelecendo programas de treinamento e sensibilização às questões como racismo, homotransfobia e desigualdade de gênero. As reuniões desse grupo permanecem no período da pandemia, por meio digital.

O IDBrasil implantou avaliações internas mensais com indicadores chave de performance para todas as suas áreas de atuação e em 2020 contará também com análise de performance financeira de todas as suas áreas. Este controle possibilita o acompanhamento por parte do conselho, direção e coordenação de todas os programas da organização social. Os indicadores de resultado continuarão a ser monitorados quando houver a volta do funcionamento e, nesse meio tempo, serão analisados novos indicadores relativos ao alcance do público digital.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Total de 7 funcionários:
Diretor Executivo, Diretora Técnica e Diretora Administrativa e Financeira, Coordenadora de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, Supervisora de Desenvolvimento Institucional e 2 Técnicos de Desenvolvimento Institucional.

IV) PÚBLICO ALVO

Visitantes, públicos de relacionamento (parceiros e patrocinadores) e usuários em geral.

2. PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Salvaguardar e desenvolver o patrimônio museológico, arquivístico [quando for o caso] e bibliográfico [quando for o caso] dos museus da SEC, para que os mesmos sejam preservados, valorizados e disponibilizados no presente e para as gerações futuras.
- Assegurar a conservação e preservação dos acervos museológico, arquivístico e bibliográfico, por meio de plano de conservação com ações preventivas e corretivas.
- Garantir recursos financeiros para as atividades de preservação, pesquisa e disponibilização dos acervos (contratação de serviços próprios e/ou de terceiros e compra de materiais).
- Prover recursos humanos especializados e capacitados para as atividades de preservação, pesquisa e disponibilização dos acervos.
- Adotar critérios e procedimentos baseados em normas internacionais para gestão dos acervos e nas diretrizes construídas pela UPPM.
- Manter inventário e todos os tipos de registros atualizados dos objetos sob guarda permanente e/ou temporária (empréstimos de curta ou longa duração).
- Manter procedimentos e registros atualizados de movimentação e uso dos objetos.
- Promover higienização e ações de conservação dos acervos e/ou tratamento adequado de itens digitais e suportes de patrimônio imaterial.
- Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização de informações sobre os acervos da instituição.
- Realizar estudos, pareceres e outras ações para ampliação qualificada do acervo, estabelecendo ajustes com o Poder Público e a iniciativa privada para aquisição de acervos relevantes para o patrimônio cultural do Estado.
- Articular as ações realizadas, constituindo um Centro de Pesquisa e Referência que amplie as possibilidades de produção e difusão de conhecimento, e de interação do público com as temáticas do acervo, atento às questões da Museologia contemporânea.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O Programa de Acervo concentra a atuação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, setor responsável por pesquisa e gestão de acervos da Instituição. A equipe dedicada ao Programa está 100% ajustada para o teletrabalho e pode manter todas as rotinas da área, uma vez que o banco de dados já operava com a alimentação e consulta *online* e as demais ações

de acervo são focadas na produção de conteúdo digital. Está mantido também o atendimento a pesquisadores por meio de email e telefone. O conteúdo digital (teses, artigos e ebooks) que puderem ser disponibilizados nesse atendimento, são indicados ou enviados aos pesquisadores, se for necessário.

A equipe também está dedicada à catalogação no Banco de dados dos arquivos (periódicos, artigos, teses, etc.) em formato digital. O passivo dessa catalogação soma 624 itens. Além disso, estuda-se realizar, no período, a atualização da lista de palavras-chave visando aprimorar o sistema de busca de conteúdo do banco de dados.

Além das ações de rotina e de atendimento remoto, a dedicação da equipe no período está voltada à produção de conteúdo para as exposições virtuais (meta do Programa de Exposições), para site e redes sociais do Museu, aderindo à campanha #CulturaemCasa, à preparação das metas do Programa SISEM (em conjunto com outras áreas do Museu, conforme descrição adiante), além da reorganização dos workshops para plataforma digital.

Para melhor conservação, a camisa do jogador Pelé foi retirada da vitrine na exposição (onde fica na posição vertical) e transferida para um local de guarda no Museu na posição horizontal e protegida da luz. A camisa deverá ser transferida para reserva técnica especializada, no cenário de que o fechamento do Museu se estenderá por pelo menos 90 dias.

Os esforços do IDBrasil centraram-se em manter as metas e resultados previstos para esse programa em 2020. Todas as ações foram mantidas, duas delas com redução e outra com ampliação. Abaixo, um resumo:

- ✓ A meta de pesquisa de referências está mantida com uma redução do número de referências pesquisadas, além da redistribuição destas pelos trimestres. Para o segundo trimestre terá foco em mapeamento digital, em sites e redes sociais, de grupos que praticam futebol não profissional e se identificam como grupos LGBT.

- ✓ Os workshops técnicos também foram redistribuídos e serão todos em plataforma digital. Os temas são: a) pesquisa em contexto digital; b) política de acervo, com representantes do Museu da Imigração, Museu da Casa Brasileira, Museu do Café, Museu do Futebol, mais Comitê de Política de Acervo; c) Preservação Digital entre profissionais das áreas de TI e Acervos dos museus da SEC e

instituições culturais convidadas e d) centros de referência, com o Museu do Futebol, museus da ACAM-Portinari, Catavento e outros.

- ✓ O maior impacto ocorreu no projeto de ação extramuros intitulado "Futebol uma caixa de surpresas", que visava levar a instituições sociais e bibliotecas comunitárias livros excedentes da biblioteca do CRFB, junto com ações educativas e culturais. A meta foi reprogramada para ter continuidade no segundo semestre, porém, em menor número pois não há ainda certeza sobre como será o retorno do isolamento social.
- ✓ Já a produção de artigos com conteúdo do acervo teve aumento de 10 para 12, interligando com as ações de comunicação da SEC (#culturaemcasa).
- ✓ O estabelecimento de parcerias, meta para último trimestre, está mantido e considera as múltiplas potencialidades de realização de ações, incluindo, mas não se limitando a, ampliação do repertório patrimonial, na medida em que potencializa a projeção e o impacto do Centro – e, por sua vez, do próprio Museu – perante distintos públicos.

Como metas condicionadas, apresenta-se o reforço de catalogação do acervo em banco de dados, trabalho que requer equipes exclusivamente dedicadas para que haja resultados de maior escala. A interface do Banco de Dados requer atenção especial para uma atualização em sua programação, especialmente para responsividade a celulares e melhorias de divulgação das coleções. Outra meta diz respeito ao trabalho de edição de material em vídeo que se encontra de modo "bruto" no acervo, em especial as entrevistas criadas nos projetos de História Oral desenvolvidos ao longo dos anos de 2011 a 2016.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Total de 7 funcionários e 2 estagiários:
Diretora Técnica, Coordenadora do Centro de Referência do Futebol Brasileiro,1 Bibliotecário, 1 Museóloga, 2 Assistentes de Documentação, 1 Assistente de Pesquisa.

IV) PÚBLICO ALVO

Funcionários, pesquisadores e usuários

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ampliar a extroversão do acervo e da temática de atuação do museu, contribuindo para a formação de público de museus e equipamentos culturais, por meio de exposições, cursos, oficinas, workshops, palestras e eventos que viabilizem, com acessibilidade, o acesso qualificado da população à cultura e à educação.
- Contribuir para o fortalecimento dos calendários cultural e turístico do Estado e do município, oferecendo à população programação especial e qualificada nos seguintes eventos: aniversário da cidade, Virada Cultural, Semana dos Museus (maio) Férias no Museu (julho), Mês da Consciência Negra (novembro) e Férias no Museu (janeiro).
- Estimular a produção cultural na área temática foco do museu, por meio de premiações, projetos de residência artística e bolsas de estudo para projetos com qualidade artístico-cultural e contrapartida sociocultural (exposições, apresentações, oficinas etc.).
- Contribuir para a integração do museu na Rede de Museus da SEC, por meio de ações articuladas com os demais museus da SEC, potencializando a visibilidade e atratividade das ações realizadas.
- Ampliar o público visitante do museu e de suas atrações e serviços, contribuindo para o crescimento do público previsto no Planejamento Plurianual do Estado.
- Realizar pesquisas específicas de satisfação do público com as exposições e programação cultural para subsidiar a gestão na avaliação da programação realizada.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

As ações do Programa de Exposições e Programação Cultural, nos últimos 3 anos, vinham sendo feitas com recursos de leis de incentivo e não com recursos do contrato de gestão. Em 2020, no entanto, o IDBrasil equacionou para contemplar na verba do Contrato algumas ações que são realizadas em parceria e tem custos mínimos ao Museu, além do trabalho da equipe dedicada. São eventos como encontros de colecionadores de figurinhas (para troca), reuniões do Grupo Memofut e outras palestras. As ações ocorreram entre os meses de janeiro e fevereiro e terão as metas reduzidas no período de fechamento temporário.

Mantendo a estrutura dos últimos anos, prevê-se também a criação de três novas exposições *online* na Plataforma do Google Arts&Culture. A primeira visa celebrar os 80 anos do Estádio do Pacaembu. As demais versarão sobre os cinquenta anos da conquista do tricampeonato mundial de futebol pela seleção brasileira masculina em 1970. As exposições estão sendo feitas com

colaboradores do Centro de Referência, do Educativo e da Comunicação, com a direção geral da Diretoria Técnica do Museu.

Já a exposição temporária de 2020, que terá como tema a celebração dos 80 anos do jogador Pelé, está com recursos reservados no Plano Anual do Museu do Futebol na Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) e, por essa razão, está sendo produzida no período do fechamento, deixando pendente apenas a etapa final da montagem. A previsão é de abertura no quarto trimestre. A Coordenação do Núcleo de Exposições, a Direção Técnica e a equipe administrativa estão trabalhando, via teletrabalho, com as equipes e fornecedores envolvidos no projeto. Por essa razão, essa meta foi adicionada ao quadro de metas pactuadas (na minuta anterior, constava como meta condicionada). O IDBrasil acredita na potência desse tema de exposição para a retomada do funcionamento do Museu ao público presencial, com força e alegria para a passagem desse contexto delicado de pandemia e crise econômica.

Outro projeto que já conta com recursos captados pela Lei Federal de Incentivo ao Esporte é o "Com a Bola Toda", que trará 08 dias de atividades esportivas e lúdicas na área externa do Museu, distribuídos em 4 meses (1 final de semana por mês). Espera-se iniciar esse projeto no terceiro trimestre, se houver a possibilidade de retomada das atividades regulares nesse período. Do mesmo modo como ocorreu com a exposição temporária, essa meta foi adicionada ao quadro de metas pactuadas (Anexo II) por já estar com recursos destinados na conta específica do projeto.

Para ativar o Museu do Futebol durante a quarentena, colaborando com a plataforma da Secretaria, denominada "Cultura em Casa", o Museu tem realizado sessões de cinema em *streaming*. Batizado de "Cinema na Rede", as equipes de exposições e programação cultural e de comunicação tem feito a seleção e buscado a autorização para exibição de filmes sobre futebol nos perfis institucionais no Facebook e no YouTube, todos os sábados, às 21h. O critério de escolha são filmes que não estejam ainda disponibilizados *online*. A primeira sessão aconteceu no primeiro sábado após o fechamento do Museu (21/3) e o programa segue, desde então, com regularidade e bastante adesão do público (entre 500 e 700 conexões simultâneas em média). Assim, ampliamos o quadro de metas do Programa incluindo o número mínimo de ações dessa natureza digital. Além da exibição de filmes, a equipe do IDBrasil tem buscado interlocução constante com parceiros para a promoção de "lives" e "webinars" temáticos. A equipe tem buscado cuidado, entretanto, para oferecer algo diferenciado e com público com alto potencial de engajamento.

Abaixo, a síntese das metas repactuadas:

- ✓ Inclusão de 2 metas antes condicionadas, agora pactuadas por já haver recursos de leis de incentivo, a saber, a realização de 1 exposição temporária e do projeto "Com a Bola Toda".
- ✓ Inclusão de 1 meta de programação dedicada à exibição de filmes com a temática futebol via *streaming* pelo Youtube e Facebook do Museu do Futebol.
- ✓ Redução das metas de eventos presenciais (ações 12 e 13 no Plano de Trabalho) devido ao fechamento de 90 dias.
- ✓ A antecipação de 2 exposições virtuais na plataforma Google Arts & Culture para o segundo trimestre, dentro das ações da plataforma "Cultura em Casa".

O Programa ainda concentra as ações de rotina, dirigidas à manutenção tecnológica e expográfica da exposição de longa duração do Museu. Pelo caráter dessa exposição, há demanda por constantes trocas de suportes que acabam sofrendo com desgastes devido ao intenso fluxo de visitantes. No período de fechamento, serão feitas ações de manutenção pontuais (como pintura de pisos e suportes) e a produção de orçamentos para demandas de atualização de conteúdos para a exposição de longa duração.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Total de 09 funcionários:
Diretora Técnica, Coordenadora de Exposições e Programação Cultural, Técnico em Produção.
Coordenador de Tecnologia, 2 Analistas de Suporte, 3 Auxiliares de Serviços Gerais de Tecnologia.

IV) PÚBLICO ALVO

Visitantes e usuários em geral.

4. PROGRAMA EDUCATIVO

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir com a educação não formal, possibilitando a acessibilidade e a construção de conhecimentos (cognitivos, afetivos, sensíveis, críticos, desenvolvimento de habilidades etc.) a partir do patrimônio preservado e comunicado pelo museu por meio de visitas educativas, produção de

materiais e conteúdos pedagógicos, oferta de oficinas, além da estruturação de programas e projetos específicos para diferentes públicos, promovidos por equipe fixa e qualificada;

- Contribuir para a formação de público para museus por meio de parceria com as redes pública e privada de ensino, e implantar estratégias de manutenção do acesso do público escolar aos museus, a partir de ações específicas desenvolvidas de acordo com as especificidades e potencialidades da instituição;
- Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar, para subsidiar a avaliação e o aperfeiçoamento dos serviços prestados;
- Aperfeiçoar e intensificar as parcerias com as redes estadual e municipal de educação, instituições de ensino superior e instituições não escolares diversas, tais como ONGs, Institutos, Associações, agências de turismo, dentre outros;
- Desenvolver e executar projetos e ações que promovam a inclusão social, trazendo para o museu ou levando o museu a locais onde se encontram grupos sociais diversificados, marginalizados e com maior dificuldade no acesso a equipamentos culturais (tais como pessoas com deficiência, idosos, pessoas em situação de vulnerabilidade social) ou que estejam no entorno do museu.
- Apoiar a qualificação dos principais responsáveis por visitas de grupos, por meio de cursos e oficinas de capacitação para professores, educadores, guias de turismo e outros.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO:

O Programa Educativo do Museu do Futebol concentra as ações dedicadas ao atendimento ao público, com foco na mediação entre o acervo e os visitantes. A equipe é composta por uma coordenação, supervisores, educadores, orientadores de público e um assistente administrativo. A equipe atua de modo integrado, embora haja atribuições diferentes entre seus membros. Aos educadores cabem as atividades a estudantes, famílias, turistas e demais públicos que acessam o Museu, de modo espontâneo ou agendado.

As ações educativas presenciais tiveram impacto direto com o fechamento do Museu. A equipe do Núcleo Educativo, no entanto, rapidamente se organizou em diferentes grupos de trabalho e têm atuado em diferentes produções de conteúdo para alimentar as ações de ativação digital do Museu, seguindo as orientações da campanha #CulturaemCasa. Além disso,

estão participando de cursos de formação em diferentes áreas, como acessibilidade, segurança no trabalho, criação de conteúdo digital, gestão, técnicas de redação, etc. O objetivo é que cada colaborador do núcleo faça pelo menos 1 curso. Já há também escalonamento de férias e parte dessa equipe entrará no regime de suspensão de trabalho por 60 dias.

Entre 16 de março e 22 de abril de 2020, antes que se iniciem as medidas de suspensão de trabalho e redução de jornada, a equipe está dividida em 09 frentes de atuação (GT's), com participação da Coordenação e dos três supervisores em todos eles, a saber: a) Criação de vídeos para oficinas educativas "Faça em Casa" – a equipe de comunicação fará a edição final e postagem (ver adiante a descrição no Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional); b) Criação de conteúdo para mídias sociais; c) Estudo e participação ativa no Plano Museológico; d) Aula de inglês instrumental para equipe (3 educadores ministrarão aulas de inglês básico instrumental para equipes de bilheteria e orientação); e) Participação na criação das exposições virtuais; f) Projeto educativo Revivendo Memórias e g) Criação de conteúdo para site educar.museudofutebol.org.br.

A ação de destaque é a ampliação do projeto "Revivendo Memórias", que está oferecendo atendimento a idosos e pessoas com Alzheimer (individuais ou em asilos e instituições sociais), por telefone ou videoconferência. Essa estratégia tem trazido resultados muito positivos, seja pela inovação na esfera da atuação de um núcleo educativo de museus, seja pelo aprendizado na equipe no manejo de tecnologias para o trabalho remoto.

Para ter um alcance maior focado em grupos de isolamento, estendemos esse projeto para além, de idosos com Alzheimer, qualquer perfil de idoso e também instituições de idosos, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. As conversas do projeto **Revivendo Memórias #EmCasa** acontecem de terça a sexta em dois horários: das 10h às 11h e das 15 às 16h. Às terças e quintas são feitos atendimentos individuais; às quartas e sextas, serão atendidas casas de repouso e entidades sociais que atendam outros grupos fragilizados, como pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade. Os educadores buscam trabalhar a memória afetiva dos participantes a partir do futebol e de outros assuntos como músicas, novelas e filmes.

Abaixo o resumo das ações impactadas com o fechamento devido à Covid-19

- ✓ Alteração das metas de atendimento de pessoas em visitas educativas agendadas, visitas educativas para famílias aos finais de semana e jogos e atividades como "Dado Extra", conforme apresentado no Anexo II;
- ✓ Alteração do projeto Revivendo Memórias para atuação em ambiente remoto (telefone e teleconferência);
- ✓ Manutenção do projeto Deficiente Residente, deixando como meta condicionada o curso de audiodescrição para narradores esportivos.

As estratégias das ações educativas quando houver a reabertura do Museu, (ainda condicionadas às definições de protocolos de visitação em grupos), serão:

a) Visitas educativas para grupos de até 20 pessoas, com duração média de 1h30 e com roteiros que se adequam ao perfil do grupo. Há o agendamento prévio desses grupos, realizado internamente pela equipe por um assistente administrativo, sempre com a antecedência de um mês. Além de receber a demanda por meio de atendimento telefônico, o assistente também organiza os dados do perfil do grupo, necessários para que o educador prepare a visita, elabora relatórios, controla a agenda – cobrindo eventuais cancelamentos e outras ocorrências. Para isso, há o agendamento ativo, por meio do oferecimento de horários de visitas a instituições que constam da lista de contatos do Museu. As visitas são avaliadas por meio de formulários estruturados aplicados a todos os grupos. Além disso, há semestralmente a pesquisa elaborada pela Secretaria de Cultura para grupos escolares e professores.

b) **Visitas mediadas aos finais de semana**, para visitantes espontâneos, em sua maioria, famílias. São atividades desenvolvidas de modo mais sistemático desde 2016 e que vem demonstrando bons resultados. Aliado à essa estratégia está o oferecimento de jogos, atividades e oficinas, sempre nos mesmos horários aos finais de semana e feriados. Para 2020, em razão da mudança de gestão do Estádio do Pacaembu o IDBrasil está negociando com os novos gestores as possibilidades, horários e formatos das visitas ao Estádio. Por essa razão, não constam como meta no Programa.

c) Dentro do **Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol** – PAMF, está prevista a continuidade do premiado projeto Deficiente Residente, abordando o tema da pessoa cega e com baixa-visão. O retorno desse tema, além de prover a sensibilização e formação da equipe, visa atualizar a equipe técnica em relação aos suportes para transposição de conteúdo, além de aprimorar para ações com a audiodescrição.

d) Ações extramuros, em asilos, casas de repouso, orfanatos ou instituições afins, de modo a compartilhar a experiência da convivência com idosos, pessoas com deficiência e público em situação de vulnerabilidade.

Como ações condicionadas, está o oferecimento de transporte e lanches a públicos específicos (escolar ou não), conforme parcerias a serem estabelecidas para o Programa. Melhorias nos recursos de acessibilidade, em especial em aparelhos pra videolibras e renovação de peças táteis também são metas que dependem de recursos adicionais e estão contempladas neste Plano.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:

Total de 31 funcionários, sendo:
Diretora Técnica
Equipe do Núcleo Educativo, composta por 30 integrantes:
Coordenadora, Assistente de Coordenação, 1 Assistente Administrativo, 3 Supervisores, 11 Educadores, 9 Orientadores de Público (carga horária 42 horas semanais) e 4 Orientadores de Público (carga horária reduzida para finais de semana).

IV) PÚBLICO ALVO:

Estudantes e grupos de visitantes.

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Integrar e participar ativamente do Sistema Estadual de Museus de São Paulo, SISEM-SP;
- Disseminar boas práticas e conhecimento técnico para o conjunto de museus do Estado de São Paulo, por meio da colaboração do seu corpo técnico na elaboração e execução de ações em municípios da Região Metropolitana de SP e do interior do Estado;
- Realizar ações de articulação, capacitação, difusão e apoio técnico em instituições museológicas e culturais em municípios da RMSP e do interior do Estado, conforme orientação do Grupo Técnico de Coordenação do SISEM-SP/UPPM/SEC;

- Participar das Redes Temáticas de Museus de São Paulo, atuando na articulação, levantamento de informações e realização de ações de apoio à área temática afim.
- Propor novas ações que se coadunem com as linhas estabelecidas, em diálogo com o GTCSISEM-SP;
- Ampliar a visibilidade institucional do museu na RMSP e no interior.
- Ampliar o público atendido pela Organização Social a partir de ações desenvolvidas na RMSP e no interior

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

A atuação do Museu do Futebol no Programa de Integração do SISEM-SP prevê a realização de três palestras e/ou oficinas sobre assuntos técnicos relevantes para a gestão de Museu. Com o contexto da pandemia do COVID-19, o IDBrasil, com a validação do GT SISEM da UPPM, concentrará as ações entre os meses de maio a julho e proporcionará em formato de webinar, em plataformas digitais.

O foco dos seminários serão a divulgação de boas práticas dos museus paulistas, incluindo o Museu do Futebol, no que se refere a três temas de relevância para o contexto museal atual: comunicação digital, educação e gestão de riscos de segurança e conservação.

Haverá também uma ação com a rede temática de "Memória e esporte". Inicialmente previa-se algo no contexto dos Jogos Olímpicos de Tóquio, mas, em razão do adiamento destes, será pactuado, em conjunto com a rede, um novo tema. Essa meta também ocorrerá em plataforma digital.

O Museu do Futebol também dará prosseguimento ao avanço no Cadastro de Museus IQC Níveis, contudo, será concluído após a finalização do Plano Museológico previsto para o segundo trimestre.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Total de 3 funcionários:
Diretoria Técnica, Coordenadora de Exposições e Programação Cultural, Coordenadora do Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

IV) PÚBLICO ALVO

Museus e municípios do interior e Grande São Paulo e seu público.

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar amplamente as exposições, a programação cultural, as ações de pesquisa e os serviços prestados pelo museu, contribuindo para a ampliação do conhecimento e da valorização do patrimônio museológico por parte do público em geral, e para o crescimento do número de visitantes e participantes das atividades desenvolvidas.
- Prestar informações atualizadas sobre a programação e serviços do museu.
- Elaborar publicações diversas, com enfoque educativo, histórico, artístico, técnico e/ou científico-tecnológico, contribuindo para a ampliação do conhecimento geral e específico acerca das linhas de atuação e dos principais temas afetos ao museu.
- Atuar com a comunicação interna, produzir a comunicação visual e implantar/requalificar a sinalização interna e externa do museu.
- Realizar ações de relacionamento com públicos-alvo, buscar potenciais parceiros e, em conjunto com o Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança, estruturar programas de apoio ao museu.
- Fortalecer a presença do museu nos meios de comunicação como equipamento cultural do Governo do Estado de SP de alta qualidade e interesse social.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O relacionamento do Museu do Futebol com o seus públicos por meio de variados canais de comunicação continua sendo atividade fundamental para o gerenciamento da reputação institucional, que é um dos seus ativos mais importantes, não só do ponto de vista simbólico, mas também financeiro: é a capacidade de manter a imagem do Museu do Futebol em alta, com percepção positiva do público, que possibilita o estabelecimento de parcerias institucionais e a conquista de patrocinadores e empresas locatárias dos espaços do museu para eventos que viabilizam a ampliação de projetos e do atendimento ao público.

Por este motivo, para o ano de 2020, o IDBrasil mantém as metas do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, por entender que o setor é estratégico para manter ativa a presença do Museu do Futebol no período do fechamento temporário e em sua posterior retomada de atividades.

Abaixo, estão descritas as principais medidas já adotadas e estratégias de atuação no período de fechamento temporário:

1. Comunicação sobre o fechamento temporário – A comunicação sobre o fechamento temporário do Museu do Futebol, em atendimento ao Decreto 64.864/2020 e à Deliberação 1, de 17/03/2020, foi realizada de imediato em todos os canais proprietários e parceiros do Museu do Futebol. Quando possível, foi postada na íntegra a nota encaminhada pela Assessoria de Imprensa da SEC.

Canais alterados:
- ✓ Site institucional
- ✓ Facebook
- ✓ Instagram
- ✓ Twitter
- ✓ Google Maps
- ✓ Sympla
- ✓ TripAdvisor
- ✓ Peixe Urbano

2. Colaboração com a Campanha #CulturaEmCasa – Também de imediato, foram encaminhadas à Assessoria de Comunicação da SEC todas as informações solicitadas a respeito das plataformas e conteúdos digitais disponíveis nos canais do Museu do Futebol. O Museu vem se engajando na campanha por meio do uso da hashtag nas postagens em redes sociais, marcação dos perfis da SEC, inclusão de boiler sobre a campanha em todos os releases encaminhados para a imprensa e envio periódico de novas informações à SEC.

3. Parcerias de divulgação – A partir da iniciativa da exibição de filmes em streaming (ver acima, item Programa de Exposições e Programação Cultural), o IDBrasil realizou parcerias diversas a fim de amplificar o de alcance potencial, gerando, além disso, maior engajamento com o público torcedor. Por meio de publicações cruzadas no Facebook, os filmes foram exibidos simultaneamente nos perfis dos parceiros, que atuaram também na divulgação prévia. Dentre as parcerias já estabelecidas, incluem-se:

- ✓ Federação Paulista de Futebol
- ✓ Acervo da Bola
- ✓ Portuguesa de Desportos
- ✓ Esporte Clube Bahia
- ✓ Guarani Futebol Clube

4. Hotsite – O site principal do Museu do Futebol está sendo reformulado, dentre outras razões, por apresentar pouca versatilidade no uso de conteúdos multimídia. Enquanto este trabalho se desenvolve mesmo com o museu fechado, as equipes de Comunicação e Tecnologia criaram

rapidamente um hotsite para oferecer ao público conteúdos diversos, visando promover a ampliação do acesso a atividades que possam ser realizadas em casa. Hospedado na **URL educar.museudofutebol.org.br**, o site tem um visual simples e lúdico, inspirado na identidade visual construída pela agência Lew Lara (pro bono) para as demais peças de divulgação do Museu. O site será atualizado constantemente com novas atividades.

5. Jogos e brincadeiras – Além dos conteúdos educativos e de acervo, a equipe de Comunicação passou a produziu novos materiais para disponibilização no hotsite educar.museudofutebol.org.br, a exemplo de moldes para papertoys inspirados em jogadores de futebol, cruzadinhas, jogos dos 7 erros, tutoriais para desenhar mascotes, dentro outras atividades.

6. Adequação da estratégia de impulsionamento no Facebook e Instagram – A partir do fechamento do museu, toda a estratégia de impulsionamento foi repensada de forma a gerar tráfego para os conteúdos digitais do museu. Campanhas como a divulgação de espaços para eventos, agendamento de visitas educativas e atração de turistas, por exemplo, estão temporariamente suspensas.

7. Branding do projeto Revivendo Memórias #EmCasa – A equipe de Comunicação atuou em parceria com o Educativo para a formatação do projeto Revivendo Memórias #EmCasa, garantindo sinergia com a proposta de atendimento remoto a idosos e instituições de atendimento a pessoas em situação de vulnerabilidade e a campanha #CulturaEmCasa da SEC. Além disso, a divulgação do programa tem garantido um importante espaço para o Museu do Futebol na imprensa, levando ao público que suas atividades continuam de fato, ainda que o museu esteja fechado.

Abaixo, o resumo dos impactos nas metas do Plano de Trabalho:

- Ações mantidas pós-Covid-19
  - ✓ Criação do novo site do Museu do Futebol
  - ✓ Metas de novos seguidores nas redes sociais

- Ações repactuadas pós-Covid-19

  - ✓ Ações com influenciadores digitais: A primeira ação com influenciadores seria realizada em março para divulgação de um evento da programação cultural que foi suspenso em razão das providências de combate à propagação do coronavírus. A meta continuará prejudicada enquanto o Museu estiver fechado, pois as ações com influenciadores digitais pressupõem uma troca entre as partes – por exemplo concessão de ingressos para visitação ou acesso a atividades especiais, como aberturas de exposição. A fim de preparar o Museu para o momento de reabertura, sugerimos a

realização de uma ação desta meta no segundo trimestre: o cadastramento de microinfluenciadores que desejem realizar parceria com o museu, com foco especial nos que têm interesse em questões como raça, gênero e e direitos das pessoas com deficiência.

- ✓ Inserções na mídia: a meta foi cumprida no 1º trimestre mesmo com o fechamento do museu a partir do dia 17/3, porém fica extremamente prejudicada para o segundo trimestre, por múltiplos fatores: não apenas o fechamento do museu, como também o cancelamento dos campeonatos de futebol e o consequente enxugamento dos espaços e equipes dedicadas ao esporte na imprensa. Vários programas esportivos saíram do ar e os cadernos de esportes foram reduzidos para ampliação do espaço jornalístico dedicado à cobertura da pandemia. Além disso, foram pedidos os "ganchos" (possibilidades de relacionar acontecimentos esportivos ao museu) e toda a intensa demanda por gravações no espaço do Museu. Finalmente, a meta para o segundo trimestre contava com a abertura da exposição Pelé, razão pela qual prevíamos uma meta maior para este tri do que nos demais.

- ✓ Número mínimo de visitantes virtuais: a frequência no site www.museudofutebol.org.br caiu a 45% do normal após o fechamento do museu, já que as páginas mais acessadas são, de longe, a de informações de serviço (ingressos e horários de funcionamento) e agenda da programação cultural. Mesmo com o aumento no acesso da página de exposições virtuais (que agora é a mais acessada), o tráfego neste site não deve voltar ao patamar normal enquanto o Museu estiver fechado, em que pesem os esforços neste sentido – inclusive com a criação de um novo hotsite para a disponibilização de atividades diversas.

Após o retorno das atividades regulares em sua sede, o IDBrasil continuará com as demais estratégias de ação do setor, abaixo relacionadas.

1) Parcerias

Serão buscadas, de forma contínua e sistemática, parcerias com empresas privadas, fundações, instituições e órgãos públicos visando a diversificação das fontes de receita, o aumento das plataformas de divulgação do Museu para seu posicionamento como equipamento cultural de excelência.

Serão prospectados patrocinadores, doadores pessoas físicas, verba de emendas parlamentares, acordos em forma de permuta total ou parcial – como, por exemplo com veículos de comunicação, empresas de mobiliário urbano, equipamentos e insumos -, clientes para locação dos espaços para eventos e outras parcerias institucionais diversas, incluindo mas não se limitando a instituições do terceiro setor, torneios de futebol de feminino, de várzea e LGBT, promotores de corridas/eventos na Praça Charles Miller e no

Estádio do Pacaembu, feiras e eventos da cidade de São Paulo, entre outras.

3) Articulação com influenciadores digitais

A equipe do IDBrasil trabalhará fortemente no relacionamento com pessoas de diversos perfis, desde que atuantes em mídias sociais, de forma a compor redes de parceiros para amplificar a divulgação do Museu do Futebol. Alguns dos perfis de influenciadores que serão o foco da articulação: jogadores/as e ex-jogadores/as de futebol; perfis difusores de informações sobre turismo e passeio para crianças; perfis de causas sociais associadas ao futebol (inclusão, pessoas com deficiência, projetos sociais, combate ao racismo e homofobia), dentre outros. Cada influenciador será acionado estrategicamente, quando uma necessidade do Museu coincidir com uma oportunidade de ação massiva de divulgação.

4) Diversificação do conteúdo em redes sociais
A equipe de Comunicação buscará atualização constante das tendências nas redes sociais, adequando o conteúdo ao comportamento do público e aos ajustes promovidos pelas próprias plataformas. Recursos de postagens com tempo determinado (Stories) devem ganhar mais destaque este ano. A estratégia também contempla a possibilidade de impulsionamentos pagos para posts específicos, quando houver necessidade de ampliação do alcance da mensagem em questão.

5) Diversificação do relacionamento com a imprensa
O trabalho de divulgação do Museu do Futebol por meio de veículos de imprensa buscará uma diversificação ativa das pautas associadas ao Museu do Futebol, de forma a ampliar o potencial de espaço na mídia espontânea. Uma vez que os veículos tradicionais vêm tendo espaço reduzido, principalmente no caso da mídia impressa, novas mídias serão trabalhadas com mais força - principalmente veículos nascidos no ambiente digital, plataformas de streaming, Podcasts e perfis jornalísticos que trabalham exclusivamente em redes sociais.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Total de 6 funcionários e 1 estagiário:
Diretor Executivo, Diretora Técnica, Coordenadora de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, Assessor de Comunicação e Marketing, 2 Assistentes de comunicação (1 deles com foco em design de peças gráficas) e 1 estagiário.

IV) PÚBLICO ALVO

Imprensa, visitantes, patrocinadores, instituições parceiras e usuários em geral

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO, MANUTENÇÃO E SEGURANÇA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Assegurar a manutenção física e a conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial, investindo, no mínimo 5% do repasse do Contrato de Gestão em ações de operação e em sua manutenção preventiva e corretiva
- Garantir a segurança da edificação, do acervo e das instalações, bem como dos usuários (visitantes, pesquisadores, participantes de eventos) e funcionários
- Criar condições para a acessibilidade física às áreas expositivas, de trabalho e de uso comum.
- Ampliar a sustentabilidade ambiental dos museus.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O plano de trabalho para o ano de 2020 mantém a previsão de realização de todas as ações de rotina e a renovação do AVCB e do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião. Mesmo com a pandemia do Covid-19 está sendo possível manter as ações de manutenção e segurança, resguardados os devidos ajustes em razão do fechamento temporário.

Há três colaboradores do IDBrasil, do Núcleo de Operações e Infraestrutura, trabalhando no edifício do Museu. O IDBrasil adotou todas as medidas de prevenção indicadas como a disponibilização de álcool em gel e o fornecimento de máscaras de proteção PFF2 (superior a N95).

Além de acompanhar equipes terceirizadas, a equipe de manutenção do IDBrasil está operando em ações de pintura de piso, que necessitavam do Museu fechado para poderem ser completadas. Além disso, estão sendo feitos trabalhos de limpeza em altura. Os aprimoramentos ficam sujeitos a recursos adicionais, tais como projetos de automação, adequação de áreas administrativas e de trabalho das equipes internas, e melhorias nos equipamentos de prevenção e combate a incêndio.

A obtenção de AVCB em todas as exposições temporárias e itinerantes (estas quando o local que recebe já possui o próprio AVCB regularizado) será mantido como ação obrigatória no projeto. Esse custo é parte do total dos projetos, e liderado pelas equipes de manutenção predial e os responsáveis pelos projetos na área fim.

Em razão da renovação do Plano Museológico do Museu do Futebol, tendo em vista que o Programa de Segurança é um dos eixos desse documento, em 2020 o IDBrasil irá contratar consultoria especializada em segurança de museus para a revisão das normas e procedimentos implantados no equipamento e elaboração de novo Plano de Segurança. A área desempenhará as atividades com economicidade, buscando novas tecnologias em materiais, máquinas e ferramentas e realizando a atualização dos planos de modo a contemplar leis e normas vigentes.

Serão alocados 5% do valor do repasse ao Programa de Edificações.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:

Total de 08 funcionários do Núcleo de Operações e Infraestrutura, sendo:
1 Coordenador, 2 Assistentes de Coordenação; 2 Assistentes de Serviços Operacionais; 3 Auxiliares de Serviços de Manutenção.

IV) PÚBLICO ALVO: Visitantes e usuários em geral.

PREMISSAS DA PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA 2020 - MUSEU DO FUTEBOL

Para o exercício de 2020, o valor referencial de repasse estabelecido pela Secretaria da Cultura inicialmente foi o mesmo de 2019, havendo uma redução em abril de 2020, dado o contingenciamento gerado pelo COVID-19, representando 50% das parcelas de repasse de maio, junho e julho. Assim, o valor original de repasse previsto foi de R$ 8.744.617 e o valor com a redução do contingenciamento, considerado nesse orçamento, é de R$ 7.651.540.

A manutenção do valor nominal, prática que ocorre há cinco anos, ocasionaria uma perda real no orçamento, acumulada em cerca de 20%, considerando-se os aumentos nos custos fixos do equipamento devido a inflação, dissídios e reajustes contratuais. Com o contingenciamento, essa perda fica majorada para cerca de 34%. Assim, com a manutenção nominal do repasse já se apresentaria uma proposta orçamentária mínima, equacionando o funcionamento ordinário do Museu e atividades básicas. Com o fechamento do Museu ao público e o contingenciamento, foi necessária redução efetiva de atividades e readequação de metas.

Importante destacar que no Estádio do Pacaembu, onde está sediado o Museu, instalou-se um hospital de campanha para pacientes de COVID-19. Assim, a reabertura do Museu ao Público só será viável após a desmobilização do hospital. Nessa proposta, consideramos a **reabertura ao público a partir de 1º de julho/2020.**Haverá necessidade de revisão do plano caso a reabertura seja em data posterior.

Para esse Plano de Trabalho, foram adotadas as seguintes premissas:

- Adequação das metas com ações que independem de público presencial e que podem ser executadas em home office e com interação digital no período de fechamento do Museu. Destacamos a ação Revivendo Memórias, interação do Educativo voltada para o público idoso.
- Adequação das metas em razão da redução de 25% da jornada dos funcionários trabalhando em home office ou suspensão de contratos e adequação das rotinas pela suspensão ou redução de jornada de contratos de funcionários e de terceirizados, em razão do fechamento do Museu.
- Manutenção da exposição temporária "Pelé 80", que já conta com recurso incentivado em rubricas específicas ao projeto dentro do

Plano Anual do Museu do Futebol aprovado na Lei Federal de Incentivo à Cultura. Essa ação possui compromisso pactuado com patrocinadores que fizeram o aporte de recursos. A produção da exposição está em andamento, e poderá ser inaugurada dentro de uma média de 20 dias após a reabertura do Museu ao público.

- Manutenção das ações culturais previstas no projeto aprovado pela Lei Federal de Incentivo ao Esporte, também com recurso especificamente voltado para a ação
- Manutenção da elaboração do Plano Museológico - adaptação da metodologia para viabilizar sua condução com os envolvidos atuando remotamente.

Em relação às receitas:

- Redução do repasse pela SEC em 2020 – 50% do valor das parcelas de maio, junho e julho, totalizando **R$ 1.093.077.**
- Perda de receitas de captação operacional: bilheteria e locação de espaços = **R$ 1.122.700** -> reduzidas a zero no 2º trimestre e retomada num patamar de 40% do cenário original antes COVID-19 no 3º trimestre. Retomada aos padrões originais do Museu no 4º trimestre.

Em relação aos custos:

- Premissa básica de manutenção das equipes, sem demissões; (o custo com rescisões equivale em média a 3 meses da folha de pagamento).
- Adoção das medias provisórias 927 de 22 de março de 2020 e 936 de 01 de abril de2020, com redução de jornada e salários em 25% por 90 dias, para 47 funcionários e suspensão de contratos de 25 funcionários por 60 dias.
- Conceder férias ao maior número possível de funcionários (esse custo já está provisionado, com recurso disponível).
- Trabalho remoto para grande parte da equipe, envolvendo todos os núcleos: Comunicação e Relações Institucionais, Educativo, Exposições, Centro de Referência, Tecnologia, Infraestrutura, Administrativo e RH.
- Continuidade das ações essenciais mínimas para preservação da segurança, manutenção do sistema de prevenção contra incêndio, limpeza e estabelecimento de ações de manutenção, com equipe interna, facilitadas pelo fechamento do Museu, como pintura do espaço expositivo.
- Reposição de vagas de estagiário e orientador de público ficará condicionada à viabilização de novos recursos.
- Suspensão de pagamentos de horas extras que não estejam vinculadas à jornada usual da área fim em feriados.
- Redução de postos de segurança, portaria e limpeza.

- Redução de despesas como energia elétrica, material de escritório, coleta de lixo, carro forte, ECAD, dentre outras pequenas despesas, decorrentes do fechamento do Museu ao Público.
- Redução de despesas de ações da área fim, sem descontinuidade dos programas.
- Recursos destinados para o Programa de Edificações = **5%** do valor do repasse.

Importante também citar que o contrato do Museu do Futebol tem vigência até 31/12/2020. Nesse contexto, fica disponível para uso o saldo total do fundo de reserva **(R$ 542 mil** acrescidos de juros líquidos até a utilização**),** cuja utilização já estava prevista no orçamento original. Comporão o equilíbrio orçamentário os recursos acumulados de exercícios anteriores, no montante de R$ 1,2 milhões.

No orçamento proposto está também previsto o aumento de reserva para **contingência** no valor de **R$ 363.538**, totalizando fundo de contingência com valor em torno de R$ 798,7 mil.

Renegociação do contrato de benefício de assistência médica, com mudança de operadora e introdução do sistema de coparticipação, ocorrida no final de 2019.

Para os cálculos das receitas e despesas, foram considerados:

Parâmetros de mercado

Reajustes de contratos de serviços: 4,0% a.a. previsão de inflação baseada no relatório FOCUS do Banco Central de novembro de 2019.

Preço dos Ingressos: valor de R$ 20,00 inteira e R$ 10,00 meia entrada para público individual e R$ 15,00 inteira e R$ 7,50 meia para grupos e famílias.

IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152

Assinado de forma digital por IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152
Dados: 2020.06.02 10:18:34 -03'00'

ANEXO TÉCNICO II
PLANO DE TRABALHO –AÇÕES E MENSURAÇÕES

PROPOSTA DE ADITAMENTO
Cenário Pós-COVID-19

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

ANO: 2020
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 4/2016
Referente ao Museu do Futebol

Rua Mauá 51. Luz. São Paulo - SP

ÍNDICE

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA 03
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA.....04
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL 06
PROGRAMA EDUCATIVO 08
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP 10
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL 10
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO MANUTENÇÃO E SEGURANÇA.....11
METAS CONDICIONADAS 12

ANEXO TÉCNICO II - PLANO DE TRABALHO: AÇÕES E MENSURAÇÕES

Nota técnica:

1. As ações e mensurações abaixo relacionadas consideram a reabertura do Museu do Futebol (fechado desde 16 de março de 2020) em 01 de julho de 2020.

2. As ações pactuadas foram ajustadas para serem integralmente realizadas com esforços das equipes técnicas mantidas, observados os contextos de suspensão de contratos por 60 dias e redução de jornada por 90 dias, sem incorrências de recursos adicionais (como serviços de terceiros).

3. Ações adicionais incluídas no Programa de Exposições e Programação Cultural decorrem de: oferta de ações em plataforma digital (campanha #culturaemcasa) – meta 14; e ações com recursos de leis de incentivo (metas 15 e 16).

1. FUNÇÃO: GOVERNAÇA - PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
1	(PGTG) Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Dado Extra	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-
					2º Tri	1
					3º Tri	2
					4º Tri	-
					META ANUAL	**3**
					ICM%	**100%**
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	Valor mínimo de 19,3%de captação em relação ao repasse	1º Tri	555.500
					2º Tri	-
					3º Tri	278.800
					4º Tri	648.500
					META ANUAL	**1.482.800**
					ICM%	**100%**
3	(PGTG) Pesquisa de Público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%
					2º Tri	-
					3º Tri	> ou = 80%
					4º Tri	> ou = 80%
					META ANUAL	**> ou = 80%**
					ICM%	**100%**

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol * *meta com recursos do exercício de 2019*	4.1	Meta-Resultado	Plano entregue ao Comitê de Gestão Museológica da UPPM/SEC	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	1
					4º Tri	-
					META ANUAL	**1**
					ICM%	**100%**

2. FUNÇÃO PRESERVAÇÃO: PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
5	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos – **ação virtual**	5.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-
					2º Tri	2
					3º Tri	1
					4º Tri	1
					META ANUAL	**4**
					ICM%	**100%**
		5.2	Dado extra	Número de participantes	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
6	(PA) Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros	6.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2
					2º Tri	4
					3º Tri	3
					4º Tri	3
					META ANUAL	**12**
					ICM%	**100%**

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
7	(PA) Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebóis)	7.1	Meta-Produto	Número mínimo de referências mapeadas	1º Tri	-
					2º Tri	5
					3º Tri	10
					4º Tri	5
					META ANUAL	**20**
					ICM%	**100%**
		7.2	Meta-Produto	Número mínimo de itens publicados no Banco de Dados	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	50
					4º Tri	50
					META ANUAL	**100**
					ICM%	**100%**
8	(PA) Realização de projeto extramuros "Futebol: uma caixa de surpresas"	8.1	Meta-Produto	Número mínimo de ações realizadas	1º Tri	1
					2º Tri	-
					3º Tri	1
					4º Tri	2
					META ANUAL	**4**
					ICM%	**100%**
		8.2	Dado extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
9	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições culturais, de ação social e/ou voltadas à memória do esporte para intercâmbio de acervos	9.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	1
					4º Tri	1
					META ANUAL	**2**
					ICM%	**100%**

Rua Mauá 51. Luz. São Paulo - SP

3. FUNÇÃO DIFUSÃO: PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
10	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute e/ou similares – **ação virtual**	10.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-
					2º Tri	2
					3º Tri	1
					4º Tri	-
					META ANUAL	**3**
					ICM%	**100%**
11	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	11.1	Dado extra	Número de visitantes recebidos	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	
					4º Tri	
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
12	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: debates e palestras	12.1	Meta produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2
					2º Tri	-
					3º Tri	2
					4º Tri	3
					META ANUAL	**7**
					ICM%	**100%**
		12.2	Dado extra	Número de público recebido	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
13	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: encontros de colecionadores e/ou encontros para troca de figurinhas	13.1	Meta produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	1
					2º Tri	-
					3º Tri	2
					4º Tri	1
					META ANUAL	**4**
					ICM%	**100%**
		13.2	Dado extra	Número de público recebido	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
14	PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: transmissões de filmes *online* – **ação virtual**	14.1	Meta produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2
					2º Tri	8
					3º Tri	2
					4º Tri	-
					META ANUAL	**12**
					ICM%	**100%**
		14.2	Meta resultado	Número mínimo de visualizações alcançadas	1º Tri	500
					2º Tri	1.000
					3º Tri	500
					4º Tri	-
					META ANUAL	**2.000**
					ICM%	**100%**
15	PEPC) Realização de exposição temporária "Pelé 80" (Lei Rouanet)	15.1	Meta produto	Número de exposições realizadas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	1
					META ANUAL	**1**
					ICM%	**100%**
16	PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Projeto "Com a Bola Toda" – (Lei do Esporte)	16.1	Meta produto	Número de dias com programação esportiva	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	4
					4º Tri	4
					META ANUAL	**8**
					ICM%	**100%**
		16.2	Dado extra	Número de público participante	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					META ANUAL	**-**
					ICM%	**-**

4.FUNÇÃO: FORMAÇÃO CULTURAL - PROGRAMA EDUCATIVO

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
17	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	17.1	Dado extra	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
18	(PE) Visitas educativas para público específico	18.1	Dado extra	Número de público específico atendido em visitas educativas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
19	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: deficiência visual	19.1	Meta-Produto	Receber 1 residente (pessoa cega) por 3 meses	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	**1**
					META ANUAL	**100%**
					ICM%	
20	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	20.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de ações extramuros realizadas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	2
					4º Tri	2
					META ANUAL	**4**
					ICM%	**100%**
21	PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	21.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de atividades oferecidas	1º Tri	40
					2º Tri	-
					3º Tri	40
					4º Tri	40
					META ANUAL	**120**
					ICM%	**100%**
		21.2	Dado extra	Número de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
22	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	22.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	50
					2º Tri	-
					3º Tri	50
					4º Tri	50
					META	**150**

					ANUAL	
					ICM%	**100%**
N°	**Ações Pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**
22	PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	22.2	Dado extra	Número de visitantes / público atendido	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
23	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	23.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					META ANUAL	**2**
					ICM%	**100%**
		23.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	1º Tri	20
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					META ANUAL	**20**
					ICM%	**100%**
24	PE) Projeto Educativo "Revivendo Memórias" – público de pessoas com Alzheimer e idosos – **ação virtual**	24.1	Meta-Produto	Número mínimo de encontros *online*	1º Tri	-
					2º Tri	10
					3º Tri	5
					4º Tri	5
					META ANUAL	**20**
					ICM%	**100%**

5. FUNÇÃO DIFUSÃO: PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
25	(PISEM) Realização de palestras/cursos e oficinas– **ação virtual**	25.1	Meta-Produto	Número mínimo de palestras/cursos/oficinas realizadas *on line*	1º Tri	-
					2º Tri	2
					3º Tri	1
					4º Tri	-
					META ANUAL	**3**
					ICM%	**100%**
		25.2	Dado extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
26	PISEM) Realização de Encontro da Rede Memória e Esporte – online – **ação virtual**	26.1	Meta-Produto	Número de encontros online realizados	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	1
					4º Tri	-
					META ANUAL	**1**
					ICM%	**100%**

6. FUNÇÃO DIFUSÃO: PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

N°	Ações Pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral
27	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação e/ou outras plataformas	27.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)	1º Tri	1
					2º Tri	2
					3º Tri	2
					4º Tri	1
					META ANUAL	**6**
					ICM%	**100%**
28	(PCDI) Criação de novo site institucional	28.1	Meta-Produto	Site publicado	1º Tri	-
					2º Tri	-1
					3º Tri	**1**
					4º Tri	-
					META ANUAL	**1**
					ICM%	**100%**
29	(PCDI) Ações com influenciadores digitais - **ação virtual**	29.1	Meta-Produto	Número de ações realizadas	1º Tri	-
					2º Tri	1
					3º Tri	2
					4º Tri	1
					META ANUAL	**4**

					ICM%	**100%**
N°	**Ações Pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**
30	(PCDI) Inserções na mídia	30.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500
					2º Tri	150
					3º Tri	500
					4º Tri	500
					META ANUAL	**1.650**
					ICM%	**100%**
31	PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000
					2º Tri	30.000
					3º Tri	60.000
					4º Tri	50.000
					META ANUAL	**190.000**
					100%	**100%**
		31.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.500
					2º Tri	5.000
					3º Tri	5.000
					4º Tri	4.500
					META ANUAL	**19.000**
					100%	**100%**

7. FUNÇÃO GOVERNANÇA - PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO, MANUTENÇÃO E SEGURANÇA

N°	**Ações Pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**
32	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	32.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
33	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	33.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
34	(PED) Renovação de Seguros	34.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	-
					4º Tri	-
					DADO ANUAL	**-**
					ICM%	**-**
35	(PED) Elaboração do Plano de Segurança do Museu do Futebol	35.1	Meta-produto	Plano entregue	1º Tri	-
					2º Tri	-
					3º Tri	1
					4º Tri	-
					META ANUAL	**1**

Rua Mauá 51. Luz. São Paulo - SP

					ICM%	**100%**

8. METAS CONDICIONADAS			
N°	**Ação**	**META ANUAL DE PRODUTO E/OU RESULTADO A SEREM A ALCANÇADAS**	**Custo estimado**
36	(PGTG) Plano Estratégico para o Museu do Futebol	1 Plano Elaborado	R$ 120.000,00
37	(PGTG) Pesquisa de Público – Qualitativa e Quantitativa	2 Pesquisas realizadas	R$ 100.000,00
38	(PGTG) Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	1 campanha realizada	R$ 100.000,00
39	(PA) Catalogação do Acervo (equipe extra para catalogação)	2.000 itens catalogados e divulgados online	R$ 75.000,00
40	(PA) Renovação da interface de consulta do Banco de Dados (responsividade para celular; dinamismo na apresentação dos dados)	1 interface renovada	R$ 40.000,00
41	(PA) Edição de material em vídeo para uso em site e plataformas digitais	10 vídeos editados	R$ 40.000,00
42	(PEPC) Realizar exposição temporária – Futebóis	1 exposição realizada	R$ 500.000,00
43	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Programa Férias no Museu (julho e dezembro)	2 programas de férias realizados	R$ 60.000,00
44	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – eventos diversos conforme descritivo de Programação Cultural	30 eventos diversos	R$ 90.000,00
45	(PEPC) Projeto básico de expografia, tecnologia e conteúdo para renovação da exposição de longa duração	3 projetos básicos criados (expografia/conteúdo/tecnologia)	R$ 350.000,00
46	(PEPC) Renovação de equipamentos multimídia do Museu do Futebol (projetores, monitores, computadores e periféricos)	Parque tecnológico renovado e atualizado	R$ 750.000,00
47	(PEPC) Ocupações da Sala Osmar Santos – conforme Descritivo de exposições e programação cultural	03 ocupações realizadas	R$ 60.000,00

48	(PE) Ampliação das visitas educativas (mediante equipe extra de educadores)	2 educadores temporários (10 meses); + 8.000 vagas oferecidas para grupos	R$ 95.000,00
49	(PE) Atualização do audioguia para pessoas com deficiência e estrangeiros	Novo audioguia implantado	R$ 180.000,00
50	(PE) Fornecimento de ônibus e lanche para grupos escolares e/ou de pessoas em situação de vulnerabilidade	50 ônibus e lanches para até 2.000 pessoas	R$ 70.000,00
51	Projeto Deficiente Residente – residência com pessoas cegas (1 curso de audiodescrição para narradores esportivos)	1 curso realizado	R$ 10.000,00
52	(PSISEM) Itinerância de exposições para interior e litoral paulista	02 exposições realizadas	R$ 700.000,00
53	(PSISEM) Ações para o projeto "Vale do Futuro", no Vale do Paraíba	02 ações realizadas	R$ 20.000,00
54	(PED) Renovação de sistema de ar condicionado (peças e mão de obra)	Sistema renovado (troca de peças)	R$ 220.000,00
55	(PED) Criação de *Facility Report* e plantas atualizadas das áreas destinadas a eventos e exposições	*Facility Report* elaborado	R$ 25.000,00
56	(PED) Adequação para atendimento à NR35 - Trabalho em altura (projeto e execução)	Edifício adequado à NR35	R$ 120.000,00
57	(PED) Atualização do CFTV	CFTV atualizado (projeto)	R$ 30.000,00
58	(PED) Melhoria no quadro de transferência manual gerador x rede (permite que geradores de eventos de terceiros sejam conectados à rede do Museu com mais segurança)	Instalação concluída	R$ 130.000,00
59	(PED) Instalação de painel trifásico para alimentação de bomba de incêndio com energia do estádio	Instalação concluída	R$ 60.000,00
60	(PED) Automação sistema de iluminação	Sistema automatizado	R$ 300.000,00

IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152

Assinado de forma digital por IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152
Dados: 2020.06.02 10:20:38 -03'00'

Rua Mauá 51. Luz. São Paulo - SP

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA
GABINETE DO SECRETÁRIO

Exercício:	2020	**UGE:**	UPPM
Organização Social:	IDBRASIL	**Objeto Cultural:**	MFutebol
Contrato de Gestão:	4/2016	**Aditamento:**	5º

Plano Orçamentario Previsto do Contrato 4/2016 - Relacionamento: MFUTEBOL

valores em R$

Conta	Nome	2020
	I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	
	RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	
1	Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão	**9.030.002**
1.1	Repasse Contrato de Gestão	**7.651.540**
1.2	Movimentação de Recursos Reservados	178.462
1.2.1	Constituição Recursos de Reserva	
1.2.2	Reversão de Recursos de Reservas	542.000
1.2.3	Constituição Recursos de Contingência	-363.538
1.2.4	Reversão de Recursos de Contingências	
1.2.5	Constituição Recursos Reserva - Outros (destinados a despesas tributárias com ISS)	
1.2.6	Reversão de Recursos Reservados (Outros)	
1.3	Outros Receitas	**1.200.000**
1.3.1	Saldos anteriores para utilização no exercício	1.200.000
1.3.2	Outros saldos	
2	Recursos de Investimento do Contrato de Gestão	
2.1	Investimento do CG	
3	Recursos de Captação	**1.521.387**
3.1	Recursos de Captação voltados a Custeio	1.521.387
3.1.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.482.800
3.1.2	Captação de Recursos Incentivados	-
3.1.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	38.587
3.2	Recursos de Captação voltados a Investimentos	-
	II - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	
	RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO	
4	Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho	**12.182.389**
4.1	Receita de Repasse Apropriada	9.030.002
4.2	Receita de Captação Apropriada	**3.085.387**
4.2.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.482.800
4.2.2	Captação de Recursos Incentivados	1.564.000
4.2.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	38.587
4.3	Total das Receitas Financeiras	**67.000**
5	Total de Receitas para realização de metas condicionadas	**5.000.000**
5.1	Receitas para realização de metas condicionadas	5.000.000

	DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	
6	Total de Despesas	**-12.182.389**
6.1	Subtotal Despesas	**-12.182.389**
6.1.1	Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	**-7.240.398**
6.1.1.1	Diretoria	**-830.739**
6.1.1.1.1	Área Meio	-443.764
6.1.1.1.2	Área Fim	-386.975
6.1.1.2	Demais Funcionários	**-6.266.611**
6.1.1.2.1	Área Meio	-1.253.840
6.1.1.2.2	Área Fim	-5.012.771
6.1.1.3	Estagiários	**-75.357**
6.1.1.3.1	Área Meio	-22.119
6.1.1.3.2	Área Fim	-53.238
6.1.1.4	Aprendizes	**-67.691**
6.1.1.4.1	Área Meio	-22.392
6.1.1.4.2	Área Fim	-45.299
6.1.2	Prestadores de serviços - área meio (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas)	**-1.596.229**
6.1.2.1	Limpeza	-395.398
6.1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	-898.006
6.1.2.3	Jurídica	-90.000
6.1.2.4	Informática	-27.000
6.1.2.5	Administrativa / RH	-30.216
6.1.2.6	Contábil	-75.130
6.1.2.7	Auditoria	-20.000
6.1.2.8	Outras Despesas (Prestadores diversos : coleta de lixo, transporte de valores, locação impressoras, consultorias diversas, etc.)	-60.479
6.1.3	Custos Administrativos e Institucionais	**-849.400**
6.1.3.1	Locação de imóveis	-
6.1.3.2	Utilidades públicas	-655.000
6.1.3.2.1	Água	-90.000
6.1.3.2.2	Energia Elétrica	-515.000
6.1.3.2.3	Gás	-
6.1.3.2.4	Internet	-20.000
6.1.3.2.5	Telefonia	-30.000
6.1.3.2.6	Outros (especificar)	-
6.1.3.3	Uniformes e EPIs	-5.000
6.1.3.4	Viagens e Estadas	-5.000
6.1.3.5	Material de consumo, escritório e limpeza	-44.400
6.1.3.6	Despesas tributárias, financeiras e tarifas com cartão de crédito/débito	-50.000
6.1.3.7	Despesas diversas (publicação DO, associações - ABRAOSC, ICOM - taxi, confecção de ingressos, cartório, correio, xerox, motoboy, etc.)	-70.000
6.1.3.8	Treinamento de funcionários	-15.000
6.1.3.9	Outras Despesas	
6.1.3.10	Renovação estações de trabalho e atualização de software	-
6.1.3.11	Manutenção Telefonia / Rádios / Nobreak	-5.000

6.1.4	Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	**-389.702**
6.1.4.1	Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	-339.252
6.1.4.2	Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	-10.450
6.1.4.3	Equipamentos / Implementos	-
6.1.4.4	Seguros (predial, incêndio, etc.)	-40.000
6.1.4.5	Outras Despesas	-
6.1.5	Programas de Trabalho da Área Fim	**-2.106.660**
6.1.5.1	Programa de Acervo	**-98.028**
6.1.5.1.1	Ações do CRFB	-
6.1.5.1.2	Banco de Dados (manutenção atualização)	-10.450
6.1.5.1.3	Direitos Autorais (renovação / novas licenças/ECAD)	-62.578
6.1.5.1.4	Ações de Preservação / Conservação de Acervo	-25.000
6.1.5.2	Programa de Exposições e Programação Cultural	**-1.679.000**
6.1.5.2.1	Exposições Temporárias e Itinerantes (recurso incentivado)	-1.242.000
6.1.5.2.2	Manutenção / atualização exposição de longa duração (tecnologia / cenografia)	-115.000
6.1.5.2.3	Programação Cultural (recurso incentivado)	-322.000
6.1.5.3	Programa Educativo	**-17.500**
6.1.5.3.1	Projeto Museu Amigo do Idoso	-
6.1.5.3.2	Projeto Deficiente Residente	-7.500
6.1.5.3.3	LAIE-Laboratório de Acessibilidade	-
6.1.5.3.4	Jogos Atividades Materiais Educativos	-5.000
6.1.5.3.5	Ação de formação, participação eventos / seminário	-
6.1.5.3.6	PAMF (manutenção de maquetes, ações diversas)	-5.000
6.1.5.3.7	Despesas Diversas	-
6.1.5.4	Programa Apoio ao SISEM	-
6.1.5.4.1	Intercâmbio Educativo	-
6.1.5.4.2	Ações para professores / Educadores	-
6.1.5.4.3	Ações para Memória e Esporte	-
6.1.5.5	Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional	**-100.382**
6.1.5.5.1	Site - Manutenção / Publicações Virtuais	-91.382
6.1.5.5.2	Peças Gráficas	-4.000
6.1.5.5.3	Aplicativo / Audioguias	-5.000
6.1.5.5.4	Produção de Peças de Comunicação (vinhetas, spots etc)	-
6.1.5.6	Programa de Gestão Executiva Transparência e Governança	**-211.750**
6.1.5.6.1	Plano Museológico / Estratégico	-135.000
6.1.5.6.2	Pesquisa de Público	-4.000
6.1.5.6.3	Compliance	-36.000
6.1.5.6.4	Outras - (Projeto Conviver)	-
6.1.5.6.5	Serviços Voluntários	-36.750
7	**Superávit/Déficit do exercício**	**-**

MDF revisão COVID-19 versão 21.04.2020 corte/reabertura em 1º julho

IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152

Assinado de forma digital por IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152
Dados: 2020.06.02 18:52:53 -03'00'

ANEXO TÉCNICO IV

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016

PERÍODO: 01/07/2016 a 31/12/2020

ANO: 2020

UGE: UPPM - UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Referente ao Museu do Futebol

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA
GABINETE DO SECRETÁRIO

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

A Secretaria de Cultura e Economia Criativa se obriga por esse contrato a repassar à Organização Social IDBRASIL, Cultura, Educação e Esporte- Organização Social de Cultura, o montante de **R$ 38.608.530,24 (trinta e oito milhões seiscentos e oito mil quinhentos e trinta reais e vinte e quatro centavos))** para o desenvolvimento das metas e obrigações previstas neste contrato de gestão, entre o período de 2016 (a partir de julho) e 2020, obedecendo ao cronograma de desembolso a seguir:

Ano	Total Ano (R$)	Programa Trabalho	Natureza Despesa	Fonte	Data Limite	Parcela	Total Parcela (R$)
2020	**7.651.540,00**	13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/12/2020	12	728.718,65
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/11/2020	11	728.718,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/10/2020	10	728.718,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/09/2020	9	728.718,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/08/2020	8	728.718,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/07/2020	7	364.359,05
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/06/2020	6	364.359,05
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/05/2020	5	364.359,05
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/04/2020	4	728.717,95
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/03/2020	3	492.636,75
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/02/2020	2	846.758,75
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/01/2020	1	846.758,75
TOTAL GERAL:							**R$ 7.651.540,00**
Ano	**Total Ano (R$)**	**Programa Trabalho**	**Natureza Despesa**	**Fonte**	**Data Limite**	**Parcela**	**Total Parcela (R$)**
2019	**8.744.617,00**	13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	31/12/2019	7	240.472,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/12/2019	6	410.555,25
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/11/2019	5	410.556,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/10/2019	4	410.556,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/08/2019	3	2.424.159,25
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/05/2019	2	2.424.159,25
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/02/2019	1	2.424.159,25
TOTAL GERAL:							**R$ 8.744.617,00**
Ano	**Total Ano (R$)**	**Programa Trabalho**	**Natureza Despesa**	**Fonte**	**Data Limite**	**Parcela**	**Total Parcela (R$)**

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA
GABINETE DO SECRETÁRIO

2018	**8.744.617,00**	13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/12/2018	8	677.008,62
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/10/2018	7	2.119.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/08/2018	6	1.150.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/07/2018	5	400.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/06/2018	4	1.538.608,38
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/05/2018	3	700.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/03/2018	2	1.160.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/02/2018	1	1.000.000,00
TOTAL GERAL:							**R$ 8.744.617,00**

Ano	Total Ano (R$)	Programa Trabalho	Natureza Despesa	Fonte	Data Limite	Parcela	Total Parcela (R$)
2017	**8.634.777,00**	13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/12/2017	9	500.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/11/2017	8	1.000.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/10/2017	7	1.634.777,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/07/2017	6	2.000.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/06/2017	5	500.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/05/2017	4	1.000.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/03/2017	3	500.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/02/2017	2	500.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	10/01/2017	1	1.000.000,00
TOTAL GERAL:							**R$ 8.634.777,00**

Ano	Total Ano (R$)	Programa Trabalho	Natureza Despesa	Fonte	Data Limite	Parcela	Total Parcela (R$)
2016	**4.832.979,24**	13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/10/2016	2	2.000.000,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	20/07/2016	1	2.331.177,00
		13.391.121.457.320.000	33.90.39-75	Fonte 1 - Tesouro	27/06/2016	0	501.802,24
TOTAL GERAL:							**R$ 4.832.979,24**

IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152

Assinado de forma digital por IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE:10233223000152
Dados: 2020.06.02 10:34:42 -03'00'