

Exercício:	2018	UGE:	UPPM
Organização Social:	INCI	Objeto Cultural:	IMIGRACAO
Contrato de Gestão:	11/2016	Aditamento:	3

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

Ações/Mensurações do Contrato

1º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	1	Governança / (PGTG) Atualização do Plano Museológico	1.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° Plano Museológico atualizado				
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	2.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos				
	3	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	3.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 21,21% de captação em relação ao repasse	212.270,78	17.889,54	38.935,48	269.095,80
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de público - índice de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	5	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de pesquisas aplicadas			1	1
			5.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos na pesquisa de perfil de público participante dos cursos, oficinas e			80,00	80,00
6	Governança / (PGTG) Manual Interno do Museu (MIM)	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado					

2º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Mai	Junho	Total
P	1	Governança / (PGTG) Atualização do Plano Museológico	1.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° Plano Museológico atualizado				

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	2.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos			1	1
	3	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	3.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 21,21% de captação em relação ao repasse	26.392,12	46.046,53	372.423,24	444.861,89
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de público - índice de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	5	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de pesquisas aplicadas			1	1
			5.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos na pesquisa de perfil de público participante dos cursos, oficinas e			80,00	80,00
	6	Governança / (PGTG) Manual Interno do Museu (MIM)	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado				

3º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	1	Governança / (PGTG) Atualização do Plano Museológico	1.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° Plano Museológico atualizado				
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	2.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos			2	2
	3	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	3.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 21,21% de captação em relação ao repasse	89.583,84	57.508,81	71.381,83	218.474,48
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de público - índice de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	5	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de pesquisas aplicadas			1	1

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	5	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos na pesquisa de perfil de público participante dos cursos, oficinas e			80,00	80,00
	6	Governança / (PGTG) Manual Interno do Museu (MIM)	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado				

4º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total	
P	1	Governança / (PGTG) Atualização do Plano Museológico	1.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° Plano Museológico atualizado			1	1	
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	2.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos			1	1	
	3	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	3.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 21,21% de captação em relação ao repasse	45.591,23	210.694,10	24.801,70	281.087,03	
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de público - índice de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00	
	5		Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de pesquisas aplicadas			1	1
				5.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos na pesquisa de perfil de público participante dos cursos, oficinas e			80,00	80,00
6	Governança / (PGTG) Manual Interno do Museu (MIM)	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado			1	1		

Ações/Mensurações do Objeto Cultural IMIGRACAO

1º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
-----------------	----	---------------	----	---------------------	-------------------	---------	-----------	-------	-------

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	7	Preservação / (PA) Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	7.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações de pesquisa realizadas com o acervo			2	2
			7.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças dos acervos pesquisadas			5	5
			7.3	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites			10	10
			7.4	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas			1	1
	8	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	8.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	9	Difusão / (PEPC) 23ª Festa do Imigrante	9.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes na 23ª Festa do Imigrante				
			9.3	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos				
	10	Criação / (PEPC) Programa de Residência Artística elaborado visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	10.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de programa de residência implantado				
	11	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	11.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	12.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar			1	1
			12.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros			22	22
	13	Formação / (PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	13.1	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas			312	312
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas			1.067	1.067
	14	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			7	7
			14.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			96	96
15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos				
	16	Difusão / (PCDI) Campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos.	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de campanha realizada				
	17	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	17.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / N° de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:				
	21	Difusão / (PEPC) Vitrines de Acervo	21.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Vitrines do Acervo			1	1
	22	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos - Férias no Museu/ Aniversário de São Paulo/ Viva!/ Semana Nacional de Museus/ Virada Cultura/ Aniversário do Museu/ Primavera de Museus/ Dia do Nordeste/ Dia das Crianças/ Dia da Consciência Negra/ Dia do Imigrante	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de eventos realizados			5	5
	23	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no museu			34.459	34.459
	24	Difusão / (PE) Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar				
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros				
	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	25.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			25.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de público Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação			20	20
			25.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			43	43
	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			9	9
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			129	129
27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			19	19	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabili	27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			448	448
	28	Formação / (PE) Programa Museu e Família	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			38	38
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			252	252
	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de oficinas realizadas				
			29.2	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidades atendidas			1	1
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas				
			29.4	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			109	109
	30	Governança / (PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	30.1	Meta-Produto	Organizações - N° Absoluto / N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu				
	31	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projeto/desenho do novo site elaborado				
	32	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	32.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			212	212
	33	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	33.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais			133.789	133.789
	34	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	34.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais			4.864	4.864
	35	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	35.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas			50	50
			35.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
36	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	36.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólios desenvolvidos			2	2	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
P	37	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	38	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias virtuais	38.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	39	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	39.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado				
	40	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	40.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	41	Governança / (PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
	42	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público imigrante)	42.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			42.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			10	10
	43	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público do entorno)	43.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			3	3
			43.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			22	22
	44	Formação / (PE) Projeto Férias no Museu	44.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			5	5
			44.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	202			202
	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			22	22
			45.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			113	113
	46	Formação / (PE) Atendimento a grupos de visita autônoma	46.1	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de pessoas atendidas			1.184	1.184
C	18	Governança / (PED) Finalização projeto de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudio guia para cegos e surdos)	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Projeto de de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudio guia para cegos e surdos) finalizado				
	19	Difusão / (PCDI) Festivais típicos (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais)	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Festival típico (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais) realizado				

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Janeiro	Fevereiro	Março	Total
C	20	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessoria de imprensa	20.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Assessoria de Imprensa Contratada				

2º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	7	Preservação / (PA) Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	7.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações de pesquisa realizadas com o acervo			2	2
			7.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças dos acervos pesquisadas			5	5
			7.3	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites			1	1
			7.4	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas			1	1
	8	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	8.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	9	Difusão / (PEPC) 23ª Festa do Imigrante	9.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes na 23ª Festa do Imigrante			20.000	20.000
			9.3	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos			3	3
	10	Criação / (PEPC) Programa de Residência Artística elaborado visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	10.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de programa de residência implantado				
	11	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	11.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	12.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar				
			12.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros				
	13	Formação / (PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	13.1	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas			134	134
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas			2.747	2.747

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	14	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			3	3
			14.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			85	85
	15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias			1	1
			15.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos		1		1
	16	Difusão / (PCDI) Campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos.	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de campanha realizada				
	17	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	17.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / N° de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:				
	21	Difusão / (PEPC) Vitrines de Acervo	21.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Vitrines do Acervo			1	1
	22	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos - Férias no Museu/ Aniversário de São Paulo/ Viva!/ Semana Nacional de Museus/ Virada Cultura/ Aniversário do Museu/ Primavera de Museus/ Dia do Nordeste/ Dia das Crianças/ Dia da Consciência Negra/ Dia do Imigrante	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de eventos realizados			7	7
	23	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no museu			59.815	59.815
	24	Difusão / (PE) Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar			1	1
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros			90	90
	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	25.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
25.3			Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de público Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação			50	50	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros	25.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			27	27
	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
	27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			16	16
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			207	207
	28	Formação / (PE) Programa Museu e Família	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			26	26
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			178	178
	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de oficinas realizadas			1	1
			29.2	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidades atendidas			2	2
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas			40	40
			29.4	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			403	403
	30	Governança / (PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	30.1	Meta-Produto	Organizações - N° Absoluto / N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu			1	1
	31	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projeto/desenho do novo site elaborado				
	32	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	32.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			716	716
33	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	33.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais			187.978	187.978	
34	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	34.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais			7.565	7.565	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
P	35	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	35.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas			129	129
			35.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	36	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	36.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólios desenvolvidos				
	37	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	38	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias virtuais	38.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	39	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	39.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado				
	40	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	40.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	41	Governança / (PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
	42	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público imigrante)	42.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			42.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			30	30
	43	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público do entorno)	43.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			3	3
			43.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			2	2
	44	Formação / (PE) Projeto Férias no Museu	44.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			44.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			16	16
			45.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			108	108
46	Formação / (PE) Atendimento a grupos de visita autônoma	46.1	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de pessoas atendidas			4.366	4.366	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Abril	Maio	Junho	Total
C	18	Governança / (PED) Finalização projeto de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos)	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Projeto de de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos) finalizado				
	19	Difusão / (PCDI) Festivais típicos (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais)	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Festival típico (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais) realizado				
	20	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessoria de imprensa	20.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Assessoria de Imprensa Contratada				

3º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	7	Preservação / (PA) Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	7.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações de pesquisa realizadas com o acervo			2	2
			7.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças dos acervos pesquisadas			5	5
			7.3	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites			6	6
			7.4	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas			1	1
	8	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	8.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	9	Difusão / (PEPC) 23ª Festa do Imigrante	9.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes na 23ª Festa do Imigrante				
			9.3	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos				
	10	Criação / (PEPC) Programa de Residência Artística elaborado visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	10.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de programa de residência implantado				
	11	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	11.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	12.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar			1	1

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Progra	12.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros			245	245
	13	Formação / (PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	13.1	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas			89	89
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas			1.802	1.802
	14	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			2	2
			14.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			40	40
	15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias			2	2
			15.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos				
	16	Difusão / (PCDI) Campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos.	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de campanha realizada			0	0
	17	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	17.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / N° de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:			1	1
	21	Difusão / (PEPC) Vitrines de Acervo	21.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Vitrines do Acervo			1	1
	22	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos - Férias no Museu/ Aniversário de São Paulo/ Viva!/ Semana Nacional de Museus/ Virada Cultura/ Aniversário do Museu/ Primavera de Museus/ Dia do Nordeste/ Dia das Crianças/ Dia da Consciência Negra/ Dia do Imigrante	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de eventos realizados			9	9
	23	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no museu	17.898	13.047	17.894	48.839
	24	Difusão / (PE) Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar				
24.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	25.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas		1	2	3
			25.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de público Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação			100	100
			25.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				86
	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			1	1
			26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			32	32
	27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			14	14
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			366	366
	28	Formação / (PE) Programa Museu e Família	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			25	25
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			195	195
	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de oficinas realizadas				
			29.2	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidades atendidas				
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas				
			29.4	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				14.469
	30	Governança / (PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	30.1	Meta-Produto	Organizações - N° Absoluto / N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu				
	31	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projeto/desenho do novo site elaborado				
	32	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	32.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			227	227

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	33	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	33.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais			172.532	172.532
	34	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	34.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais			11.289	11.289
	35	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	35.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas			95	95
			35.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)				
	36	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	36.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólios desenvolvidos				
	37	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	38	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias virtuais	38.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	39	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	39.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado				
	40	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	40.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado				
	41	Governança / (PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado				
	42	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público imigrante)	42.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			42.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
	43	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público do entorno)	43.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			3	3
			43.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			15	15
	44	Formação / (PE) Projeto Férias no Museu	44.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			4	4
44.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			116	116	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Julho	Agosto	Setembro	Total
P	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			12	12
			45.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			92	92
	46	Formação / (PE) Atendimento a grupos de visita autônoma	46.1	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de pessoas atendidas			4.040	4.040
C	18	Governança / (PED) Finalização projeto de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos)	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Projeto de de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos) finalizado				
	19	Difusão / (PCDI) Festivais típicos (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais)	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Festival típico (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais) realizado				
	20	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessoria de imprensa	20.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Assessoria de Imprensa Contratada				

4º Trimestre

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	7	Preservação / (PA) Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	7.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações de pesquisa realizadas com o acervo			2	2
			7.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças dos acervos pesquisadas			5	5
			7.3	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites			1	1
			7.4	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas			1	1
	8	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	8.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições			1	1
	9	Difusão / (PEPC) 23ª Festa do Imigrante	9.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes na 23ª Festa do Imigrante				
			9.3	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos				

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	10	Criação / (PEPC) Programa de Residência Artística elaborado visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	10.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de programa de residência implantado			1	1
	11	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	11.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	12.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar				
			12.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros				
	13	Formação / (PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	13.1	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas				
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas			1.807	1.807
	14	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			2	2
			14.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			30	30
	15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias			1	1
			15.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos			1	1
	16	Difusão / (PCDI) Campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos.	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de campanha realizada			1	1
	17	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	17.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / N° de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:			1	1
	21	Difusão / (PEPC) Vitrines de Acervo	21.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Vitrines do Acervo			1	1

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	22	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos - Férias no Museu/ Aniversário de São Paulo/ Viva!/ Semana Nacional de Museus/ Virada Cultura/ Aniversário do Museu/ Primavera de Museus/ Dia do Nordeste/ Dia das Crianças/ Dia da Consciência Negra/ Dia do Imigrante	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de eventos realizados			7	7
	23	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no museu			37.124	37.124
	24	Difusão / (PE) Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar			1	1
24.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros			76	76	
	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	25.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			2	2
25.3			Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de público Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação					
25.4			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			73	73	
	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
26.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido					
	27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			14	14
27.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			155	155	
	28	Formação / (PE) Programa Museu e Família	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			25	25
28.2			Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			238	238	
	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de oficinas realizadas				
29.2			Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidades atendidas					

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas				
			29.4	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			23.329	23.329
	30	Governança / (PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	30.1	Meta-Produto	Organizações - N° Absoluto / N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu			1	1
	31	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projeto/desenho do novo site elaborado			1	1
	32	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	32.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia			308	308
	33	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	33.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais			132.655	132.655
	34	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	34.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais			9.862	9.862
	35	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	35.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas			86	86
			35.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)			80,00	80,00
	36	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	36.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólios desenvolvidos			1	1
	37	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	38	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias virtuais	38.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições				
	39	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	39.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado	1			1
40	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	40.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado	1			1	
41	Governança / (PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado			1	1	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
P	42	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público imigrante)	42.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			2	2
			42.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			40	40
	43	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público do entorno)	43.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	1	1	1	3
			43.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			19	19
	44	Formação / (PE) Projeto Férias no Museu	44.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas				
			44.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido				
	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas			18	18
			45.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido			135	135
	46	Formação / (PE) Atendimento a grupos de visita autônoma	46.1	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de pessoas atendidas			4.136	4.136
	C	18	Governança / (PED) Finalização projeto de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudio guia para cegos e surdos)	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Projeto de de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudio guia para cegos e surdos) finalizado			
19		Difusão / (PCDI) Festivais típicos (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais)	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Festival típico (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais) realizado				
20		Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessoria de imprensa	20.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Assessoria de Imprensa Contratada				

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Dados Adicionais

Ações/Mensurações do Contrato

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	1	Governança / (PGTG) Atualização do Plano Museológico	1.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° Plano Museológico atualizado	
	2	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	2.1	Meta-Produto	Projetos - N° Absoluto / N° de projetos inscritos	
	3	Governança / (PGTG) Recursos financeiros captados via Leis de Incentivo e Editais	3.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / 21,21% de captação em relação ao repasse	Refere-se à captação de recursos financeiros como um todo, não apenas ao vinculados a leis de incentivo e editais.
	4	Governança / (PGTG) Pesquisa de público - índice de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)	
	5	Governança / (PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com cursos, oficinas e workshops	5.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de pesquisas aplicadas	
			5.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos na pesquisa de perfil de público participante dos cursos, oficinas e	
6	Governança / (PGTG) Manual Interno do Museu (MIM)	6.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de Manual Interno do Museu atualizado		

Ações/Mensurações do Objeto Cultural IMIGRACAO

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	7	Preservação / (PA) Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	7.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações de pesquisa realizadas com o acervo	
			7.2	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de peças dos acervos pesquisadas	
			7.3	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites	
			7.4	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas	
	8	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio	8.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	9	Difusão / (PEPC) 23ª Festa do Imigrante	9.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes na 23ª Festa do Imigrante	
			9.3	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos	
	10	Criação / (PEPC) Programa de Residência Artística elaborado visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	10.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de programa de residência implantado	
	11	Difusão / (PSISEM) Exposições Itinerantes	11.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	
	12	Difusão / (PE) Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	12.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	
			12.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros	
	13	Formação / (PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	13.1	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de visitas ofertadas	
			13.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	
	14	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	14.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			14.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	
	15	Formação / (PE) Elaborar materiais educativos	15.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias	
			15.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de eventos	
	16	Difusão / (PCDI) Campanha de marketing e publicidade institucional do Museu em canais digitais, eletrônicos e impressos.	16.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de campanha realizada	A meta foi remanejada para o 4º trimestre devido ao período eleitoral, conforme ofício CDE 058/2018, de 06 de agosto, enviado à UPPM.
	17	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	17.1	Dado Extra	Ações - N° Absoluto / N° de programas pessoas físicas implantados ou mantidos:	
21	Difusão / (PEPC) Vitrines de Acervo	21.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de Vitrines do Acervo		

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	22	Difusão / (PEPC) Eventos temáticos - Férias no Museu/ Aniversário de São Paulo/ Viva!/ Semana Nacional de Museus/ Virada Cultura/ Aniversário do Museu/ Primavera de Museus/ Dia do Nordeste/ Dia das Crianças/ Dia da Consciência Negra/ Dia do Imigrante	22.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de eventos realizados	A meta foi superada devido a articulação da equipe com potenciais parceiros para realização de eventos não previstos, como os comemorativos aos 110 anos da imigração japonesa. Tal superação alcança novos públicos e não onera o contrato de gestão.
	23	Difusão / (PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes presenciais no museu	
	24	Difusão / (PE) Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	24.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de ações dentro do Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	
			24.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público escolar participante das ações extramuros	O número de público escolar atendido pelo projeto "Territórios educativos" superou a meta prevista para o trimestre, pois, além da segunda série da escola parceira, foi possível atender também a terceira série em um dos encontros. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
	25	Formação / (PE) Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	25.2	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	O número de ações previstas para o projeto "Encontros de formação" superou a meta devido à realização de uma parceria com a ONG Cidade Escola Aprendiz, que convidou o Núcleo Educativo a realizar a oficina "Identidades, memória e participação social em um território que educa".
			25.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° mínimo de público Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação	
			25.4	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	O número de público atendido pelo projeto "Encontros de formação" superou a meta do quarto trimestre devido à realização de uma parceria com a ONG Cidade Escola Aprendiz, que convidou o Núcleo Educativo a realizar a oficina "Identidades, memória e participação social em um território que educa".
	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	26	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	26.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	
	27	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	27.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			27.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	
	28	Formação / (PE) Programa Museu e Família	28.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	O número de ações previstas para o programa "Museu e famílias" no quarto trimestre excedeu o previsto, pois foi possível realizar ações todos os finais de semana, mesmo com os cancelamentos devido às eleições. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
			28.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	O número de público atendido pelas ações do programa "Museu e famílias" no quarto trimestre excedeu o previsto, pois foi possível realizar ações todos os finais de semana, mesmo com os cancelamentos devido às eleições. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
	29	Formação / (PSISEM) Realizar ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	29.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° de oficinas realizadas	
			29.2	Dado Extra	Cidades - N° Absoluto / Quantidade de cidades atendidas	
			29.3	Dado Extra	Capacidade/Vagas - N° Absoluto / N° de vagas ofertadas	
			29.4	Dado Extra	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	O número mínimo previsto foi superado, pois o Museu Histórico Sorocabano, que recebeu a exposição Migrações à Mesa em Sorocaba, fica dentro do Parque Zoológico Municipal Quinzinho de Barros, facilidade que incentiva o público a fazer a visita dupla. Os números de visitação contemplam tanto o público do Parque Zoológico quanto o do Museu Histórico.
	30	Governança / (PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	30.1	Meta-Produto	Organizações - N° Absoluto / N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	31	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de projeto/desenho do novo site elaborado	
	32	Difusão / (PCDI) Inserções na mídia	32.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de inserções na mídia	A meta foi superada devido ao intenso trabalho de assessoria de imprensa realizado pela equipe. Importante ressaltar que, devido à temática contemporânea do MI, há bastante procura da mídia para os mais variados assuntos. Tal superação não onera o contrato de gestão.
	33	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	33.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de visitantes virtuais	
	34	Difusão / (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	34.1	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais	A meta foi amplamente superada devido aos esforços da equipe de comunicação em criar conteúdos adaptados para cada mídia social e, principalmente, ações de interação com o público. Outro motivo importante que alavancou as mídias sociais em 2018 foi o lançamento da campanha institucional, focada no CPPR. Tal superação não onera o contrato de gestão.
	35	Governança / (PE) Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	35.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° mínimo de pesquisas aplicadas	O número de pesquisas coletadas excedeu o previsto, pois não houve empecilho para a aplicação de mais questionários após as visitas educativas.
			35.2	Meta-Resultado	Satisfação - % / Índice de satisfação (= ou > 80%)	
	36	Governança / (PCDI) Elaboração de estratégias para captação de recursos	36.1	Meta-Produto	Itens - N° Absoluto / N° de portfólios desenvolvidos	
	37	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias com acervo de terceiros	37.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	
	38	Difusão / (PEPC) Exposições temporárias virtuais	38.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / Quantidade de exposições	
	39	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	39.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / AVCB obtido OU renovado	
	40	Governança / (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	40.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Alvará obtido OU renovado OU protocolado	
41	Governança / (PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado Extra	Itens - N° Absoluto / Seguro renovado		

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	42	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público imigrante)	42.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	O número de ações previstas para o público imigrante superou o previsto para o quarto trimestre, pois foi possível realizar uma ação, previamente à visita, nas casas de acolhida atendidas pelo Núcleo Educativo. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
			42.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	O número de público imigrante atendido pelo programa "Museu e comunidades" durante o quarto trimestre foi superado, pois foi possível realizar ações com duas casas de acolhida, em visitas às casas e ao Museu. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
	43	Formação / (PE) Programa Museu e Comunidades (Público do entorno)	43.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			43.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	Mesmo com o cancelamento do mutirão de outubro, as ações do projeto "mUSEU A HORTA", voltadas principalmente ao público do entorno do Museu, tiveram boa procura nos meses de novembro e dezembro.
	44	Formação / (PE) Projeto Férias no Museu	44.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	
			44.2	Meta-Resultado	Público - N° Absoluto / N° mínimo de público atendido	
	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.1	Meta-Produto	Ações - N° Absoluto / N° mínimo de ações realizadas	O número de ações do programa "Público interno" superou o planejado, pois foi possível realizar mais ações do que o previsto. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social

Tipo Ação (C/P)	Nº	Função / Ação	Nº	Atributo Mensuração	Tipo / Mensuração	Justificativa OS
P	45	Formação / (PE) Programa Público Interno	45.2	Meta-Resultado	Público - Nº Absoluto / Nº mínimo de público atendido	No quarto trimestre, foi possível realizar mais ações dentro do programa "Público interno", o que contribuiu com a superação da meta de público atendido. Isso não representou, no entanto, oneração do contrato de gestão.
	46	Formação / (PE) Atendimento a grupos de visita autônoma	46.1	Dado Extra	Público - Nº Absoluto / Nº mínimo de pessoas atendidas	
C	18	Governança / (PED) Finalização projeto de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos)	18.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Projeto de de acessibilidade (maquete e piso táteis, legendas em braile e áudioguia para cegos e surdos) finalizado	
	19	Difusão / (PCDI) Festivais típicos (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais)	19.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Festival típico (eventos de médio porte em parceria com comunidades, consulados, embaixadas e câmaras setoriais) realizado	
	20	Governança / (PCDI) Contratação de serviço de assessoria de imprensa	20.1	Meta-Resultado	Captação - R\$ / Assessoria de Imprensa Contratada	

Os valores realizados foram fornecidos pela Organização Social