

RELATÓRIO DE ATIVIDADES ANUAIS E DO 4º TRIMESTRE
INCI – INSTITUTO DE PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DA HISTÓRIA DO CAFÉ
E DA IMIGRAÇÃO
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
ANO: 2019
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 011/2016
Museu da Imigração

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	03
QUADRO DE METAS	04
METAS TÉCNICAS	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	04
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	06
PROGRAMA EDUCATIVO	08
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP	13
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL.....	14
METAS ADMINISTRATIVAS	
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA.....	16
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA.....	18
METAS CONDICIONADAS	19
PLANILHA ORÇAMENTÁRIA	20
CHECK LIST GERAL	

ANEXO TÉCNICO II - PLANO DE TRABALHO: AÇÕES E MENSURAÇÕES

1. FUNÇÃO PRESERVAÇÃO - PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
1	[PA] Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	1.1	Meta-Produto	Nº de ações de pesquisa realizadas com o acervo	1º Trim	02	02
					2º Trim	02	02
					3º Trim	02	02
					4º Trim	02	02
					META ANUAL	08	08
					ICM	100%	100%
		1.2	Meta-Produto	Nº mínimo de peças dos acervos pesquisadas	1º Trim	05	07
					2º Trim	05	08
					3º Trim	05	06
					4º Trim	05	05
					META ANUAL	20	26
		1.3	Meta-Produto	Nº mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites	1º Trim	05	06
	2º Trim				05	09	
	3º Trim				05	09	
	4º Trim				05	06	
	META ANUAL				20	30	
	1.4	Meta-Produto	Nº mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas	1º Trim	01	01	
				2º Trim	01	01	
				3º Trim	01	01	
				4º Trim	01	01	
META ANUAL				04	04		
					ICM	100%	100%
					1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
2	[PA] Realizar seminário internacional sobre engajamento de comunidades	2.1	Meta-Produto	Nº de seminário realizado	META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
					1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
3	[PA] Realizar projeto de regularização de acervo	3.1	Meta-Produto	Nº de projeto realizado	4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
					1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
4	[PA] Requalificar o uso dos espaços de Reserva Técnica (Referência técnica RE-ORG)	4.1	Meta-Produto	Nº de Relatório de estudo de ocupação das Reservas Técnicas	3º trim	00	00
					4º trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
					1º trim	00	00
	4.2	Meta-Produto	Nº de Projeto Técnico de Reorganização da Reserva Técnica	2º trim	00	00	
				3º trim	01	01	
				4º trim	00	00	
				META ANUAL	01	01	
				ICM	100%	100%	
5	[PA] Realizar seminário sobre lugares de memória e direitos humanos	5.1	Meta-Produto	Nº de seminário realizado	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	01
					META ANUAL	01	01

	em parceria com os membros brasileiros da RESLAC				META ANUAL	01	02
					ICM	100%	200%

Justificativas:

Meta 1.2 - Por conta da natureza dos projetos de pesquisa em curso, necessitou-se analisar um número maior de itens para compreensão da história dos conjuntos em questão. No entanto, não houve custos extras, não onerando, assim, o contrato de gestão.

Meta 1.3 - A meta foi excedida devido a produção de artigos para o Blog do CPPR acontecer de forma orgânica, auxiliando os processos de pesquisa da equipe. Não há, no entanto, custos extras e não onera, portanto, o contrato de gestão

Meta 5.1 - Entre os dias 22 e 24 de outubro, aconteceu em São Paulo o XII Encuentro da Red de Sitios de Memoria Latinoamericanos y Caribeños (RESLAC), que reuniu 32 representantes de 23 instituições. Este evento foi organizado pela RESLAC, mas os membros brasileiros contribuíram com a organização dos locais dos encontros, refeições e suporte logístico. Assim, essa ação, que à princípio não compunha nosso planejamento anual, foi incorporada por se demonstrar estratégica. Como os custos com a primeira ação dessa meta não atingiram o inicialmente planejado, foi possível realizar mais essa ação.

2. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
6	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	6.1	Meta-Produto	Nº de vitrines do acervo	1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
					ICM	100%	100%
		6.2	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	01
					4º Trim	01	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		6.3	Meta-Produto	Nº de eventos realizados	1º Trim	04	06
					2º Trim	04	05
					3º Trim	06	08
					4º Trim	06	06
META ANUAL	20				25		
ICM	100%				125%		
6.4	Meta Resultado	Nº mínimo de visitantes presenciais no Museu	META ANUAL	140.000	193.179		
			ICM %	100%	138%		
7	[PEPC] Realizar Festa do Imigrante	7.1	Meta-Produto	Realizar Festa do Imigrante	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		7.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes na Festa do Imigrante	META ANUAL	20.000	20.000
					ICM	100%	100%
8	[PEPC] Programa de Residência visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	8.1	Meta-Produto	Programa de residência realizado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	01
					4º Trim	01	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
9	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	9.1	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	01
					3º Trim	01	00
					4º Trim	00	01
					META ANUAL	02	03
					ICM	100%	150%

Justificativas:

Meta 6.4 - A estimativa de público visitante para 2019 considerou o que havia sido acordado no Plano de Trabalho para os anos 2017-2021, firmado no Contrato de Gestão no. 011/2016, que por sua vez, considerou a média histórica verificada no Museu da Imigração desde a reabertura, em 2014. No entanto, desde 2018 temos verificado um aumento considerável de público visitante, que pode ser explicado, principalmente, pela maior

procura por eventos da programação cultural, visitas educativas e consultas ao CPPR. Este aumento, cabe dizer, foi projetado para o Plano de Trabalho de 2020.

Meta 9 - Por meio de parceria com o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), foi montada a exposição “Em casa, no Brasil” entre os dias 12 de novembro de 2019 e 6 de janeiro de 2020. A exposição, elaborada pela ONG Estou Refugiado e pelo ACNUR, é montada em uma das residências temporárias oferecidas a solicitantes de refúgio em diversas partes do mundo e traz relatos reais de pessoas que se encontram nessa condição no Brasil. Para a mediação no espaço, foi realizada uma contratação temporária, privilegiando pessoas que tivessem vivenciado a experiência de habitar aquela moradia temporária. Embora não fosse prevista, essa exposição foi importante por estabelecer uma relação imediata com a própria Hospedaria de Imigrantes e a exposição temporária “Sinta-se em casa” e por trazer ao público do Museu a discussão sobre acolhimento, refúgio e direitos humanos.

3. FUNÇÃO: FORMAÇÃO CULTURAL – PROGRAMA EDUCATIVO (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
10	[PE] Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	10.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	1º Trim	02	02
					2º Trim	00	02
					3º Trim	02	00
					4º Trim	00	02
					META ANUAL	04	06
					ICM	100%	150%
		10.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público escolar participante das ações extramuros	1º Trim	40	80
					2º Trim	00	30
					3º Trim	40	00
					4º Trim	00	114
					META ANUAL	80	224
					ICM	100%	280%
11	[PE] Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	11.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações do Projeto Territórios Educativos ações extra muros - Programa Público Escolar	1º Trim	00	00
					2º Trim	02	03
					3º Trim	00	03
					4º Trim	02	04
					META ANUAL	04	10
					ICM	100%	250%
		11.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público escolar participante das ações extramuros	1º Trim	00	00
					2º Trim	40	120
					3º Trim	00	200
					4º Trim	40	280
					META ANUAL	80	600
					ICM	100%	750%
12	[PE] Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	12.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	616	829
					2º Trim	2.268	2.409
					3º Trim	1.513	1.943
					4º Trim	1.513	1.829
					META ANUAL	5.910	7.010
					ICM	100%	118%
13	[PE] Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	13.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	01	02
					2º Trim	01	02
					3º Trim	01	03
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	08
					ICM	100%	200%
		13.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	12	25
					2º Trim	12	63
					3º Trim	12	119
					4º Trim	12	43
					META ANUAL	48	250
					ICM	100%	520%
14	[PE] Elaborar materiais educativos	14.1	Meta-Produto	Nº de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	02
					META ANUAL	03	04
					ICM	100%	133%
15	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	15.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	04	04
					2º Trim	00	10
					3º Trim	00	16
					4º Trim	04	04
					META ANUAL	08	34
					ICM	100%	425%
		15.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	60	62
					2º Trim	00	194
					3º Trim	00	205

					4º Trim	60	63
					META ANUAL	120	524
					ICM	100%	436%
16	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	16.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	02	02
					2º Trim	00	02
					3º Trim	02	05
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	04	09
		ICM	100%	225%			
		16.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	18	26
					2º Trim	00	27
					3º Trim	18	78
					4º Trim	00	00
META ANUAL	36				131		
ICM	100%	363%					
17	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	17.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	12	13
					2º Trim	12	21
					3º Trim	12	28
					4º Trim	12	12
					META ANUAL	48	74
		ICM	100%	154%			
		17.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	144	196
					2º Trim	144	398
					3º Trim	144	852
					4º Trim	144	219
META ANUAL	576				1.665		
ICM	100%	289%					
18	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público migrante)	18.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	01	04
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	11
					META ANUAL	02	15
		ICM	100%	750%			
		18.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	07	59
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	07	246
META ANUAL	14				305		
ICM	100%	2.178%					
19	[PE] Programa Museu e Família	19.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	10	31
					2º Trim	10	34
					3º Trim	10	23
					4º Trim	10	20
					META ANUAL	40	108
		ICM	100%	270%			
		19.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	200	454
					2º Trim	154	276
					3º Trim	154	401
					4º Trim	154	178
META ANUAL	662				1.309		
ICM	100%	197%					
20	[PE] Projeto Férias no Museu	20.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	04	04
					2º Trim	00	00
					3º Trim	04	04
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	08	08
		ICM	100%	100%			
		20.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	55	113
					2º Trim	00	00
					3º Trim	55	113
					4º Trim	00	00
META ANUAL	110				226		
ICM	100%	205%					

21	[PE] Programa Público Interno	21.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	12	14
					2º Trim	12	27
					3º Trim	12	33
					4º Trim	12	12
					META ANUAL	48	86
					ICM	100%	179%
		21.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	55	88
					2º Trim	55	239
					3º Trim	55	233
					4º Trim	55	58
					META ANUAL	220	618
ICM	100%	280%					
22	[PE] Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	22.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim	25	47
					2º Trim	95	136
					3º Trim	65	119
					4º Trim	65	86
					META ANUAL	250	388
					ICM	100%	155%
		22.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	00	00
					2º Trim	(=ou> 80%)	(=ou> 80%)
					3º Trim	00	00
					4º Trim	(=ou> 80%)	(=ou> 80%)
					META ANUAL	02	02
ICM	100%	100%					

Justificativas:

Meta 10.1 - No primeiro semestre foi necessário incluir os professores como público-alvo do projeto, o que reverberou em mais duas ações com a EE Padre Anchieta. Na segunda edição, os professores também foram incluídos e foi testado um novo formato do projeto. Houve também uma mudança do terceiro para o quarto trimestre, formalizada por meio de ofício, que permitiu a participação da EMEF Henrique Pegado. Nenhuma dessas modificações onerou o contrato de gestão.

Meta 10.2 - Na primeira edição do ano, ao realizarmos mais atividades, foi possível contar com mais público. Um número maior de alunos pôde ser atendido no segundo semestre em um formato que conta com ações mais enxutas, preparando o terreno para uma adaptação do projeto em 2020. Nas ações do quarto trimestre, foram atendidos os professores e todos os alunos do 8º ano da EMEF Henrique Pegado em ações mais pontuais e com apoio de material educativo, o que permitiu participação de mais pessoas por ação. O contrato de gestão não foi onerado por essas adaptações.

Meta 11.1 - Em 2019, foi possível realizar quatro ações do projeto *Territórios educativos* na primeira edição com a EE Maestro Heitor Villa-Lobos, que atendeu os estudantes do 9º ano B, por indicação dos professores. Em seguida, no terceiro trimestre, por meio de avaliação, foi diagnosticado que o projeto precisava de mais dois encontros na mesma edição: uma preparação para a saída no território e um encerramento na escola, com avaliação em formato de grupo focal. O período de cumprimento das ações do projeto *Territórios educativos* foi alterado do quarto para o terceiro trimestre, por meio de ofício. O contrato de gestão não foi onerado por essas modificações.

Meta 11.2 - O número mínimo de público do projeto *Territórios educativos* foi superado, pois, além de realizamos o projeto com três turmas da EE Maestro Heitor Villa-Lobos, foi possível realizar mais ações em relação ao que foi previsto, sem, com isso, onerar o contrato de gestão.

Meta 12.2 - A busca pelo agendamento de visitas com público escolar em julho, mês de férias, superou as expectativas. Em relação ao 4º trimestre, a meta foi superada, pois, além da procura pelo agendamento por escolas das redes públicas de ensino, os projetos extramuros do Programa Público Escolar tiveram ações que culminaram em visitas educativas, fato que se repetiu em trimestres anteriores, contribuindo para o aumento de público escolar agendado. O contrato de gestão não foi onerado por essas atividades.

Meta 13.1 - A meta foi superada, pois foi possível realizar ações em parceria com a Diretoria Regional de Ensino (DRE) Penha sem onerar o contrato de gestão.

Meta 13.2 - Devido à possibilidade de realizar mais de uma ação no primeiro, segundo e terceiro trimestres, também foi possível superar a meta prevista para o público deste projeto, sem, no entanto, onerar o contrato de gestão. A parceria com a DRE Penha também garantiu mais público por ação, devido à articulação da própria Secretaria Municipal de Educação.

Meta 14.1 - No quarto trimestre, foram elaborados materiais educativos para os dois projetos extramuros com público escolar, totalizando um produto a mais em relação ao previsto pelo plano de trabalho. O contrato de gestão, no entanto, não foi onerado.

Meta 15.1 - De maneira atípica, em 2019 a procura pelo agendamento por parte de instituições que atendem público idoso foi maior no segundo e terceiro trimestres, ocasionando uma inversão em relação ao que foi previsto pelo plano de trabalho. O contrato de gestão não foi onerado por essa circunstância.

Meta 15.2 - O número de público atendido neste perfil foi alto devido à maior quantidade de ações possíveis de serem realizadas ao longo do ano, em trimestres em que normalmente esse perfil de público aparece menos no agendamento de visitas.

Meta 16.1 - A meta foi superada, pois foi possível realizar ações no segundo e mais ações no terceiro trimestre, em relação ao previsto. No entanto, o contrato de gestão não foi onerado.

Meta 16.2 - O número de pessoas com deficiência atendidas foi mais alto em relação ao previsto pelo plano de trabalho devido à procura pelo agendamento no segundo e terceiro trimestres.

Meta 17.1 - Em 2019, o número de ações para público em situação de vulnerabilidade foi maior que o previsto devido: à regularidade das visitas do projeto *Zona de Contato*, em parceria com o Arsenal da Esperança; à possibilidade de realizar o projeto *Brás e Belenzinho pelo olhar das crianças*, em parceria com a Associação Multiplicando Esperança (AME+); e à consolidação da parceria com a Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania na realização do *Circuito Cultural PopRua*.

Meta 17.2 - O número de público atendido pelas ações voltadas a pessoas em situação de vulnerabilidade foi mais alto do que o previsto devido à continuidade e à consolidação de parcerias que possibilitaram mais ações do Programa Museu e Comunidades. Em relação ao quarto trimestre, manteve-se alta a quantidade de acolhidos do

Arsenal da Esperança que têm participado das visitas educativas do projeto *Zona de Contato*, o que contribuiu com o aumento do número de público atendido por ação. Outra atividade que trouxe público com este perfil, neste trimestre, foram as visitas trazidas pelo projeto *Circuito Cultural PopRua*, realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania.

Meta 18.1 - A meta de ações para público migrante foi superada, pois, além de ações em parceria com a ONG Migraflex no primeiro trimestre, foi possível direcionar recursos para a realização de atividades com centros de acolhida para imigrantes, tanto extramuros quanto no Museu, durante a Campanha Sonhar o Mundo, viabilizando inclusive o transporte do público participante. Estas ações, no entanto, não oneraram o contrato de gestão.

Meta 18.2 - Foi possível realizar mais ações em relação ao planejado, portanto, o número de público participante superou o previsto pelo plano de trabalho.

Meta 19.1 - Foi possível realizar ações voltadas a famílias e público espontâneo do Museu em todos os finais de semana, além de ações específicas em eventos integrados a programações mais amplas. Dessa forma, o número de ações previsto para o programa Museu e Família foi superado, sem, no entanto, onerar o contrato de gestão.

Meta 19.2 - A meta de público atendido por este programa, no ano de 2019, foi superada devido à regularidade de ações, como as do projeto *Ponto a ponto*, e à realização da atividade *Pintura para Bebês*, que tem atraído grande público.

Meta 20.2 - O número de público atendido durante as ações do projeto *Férias no museu* foi maior do que o esperado e, portanto, esta meta foi ultrapassada. No entanto, isso não representou oneração do contrato de gestão.

Meta 21.1 - Foi possível realizar mais ações voltadas ao público interno neste ano devido à regularidade das aulas de Libras, realizadas de abril a julho, e da ação desenvolvida para a Primavera de Museus no terceiro trimestre, que envolveu quase todos os colaboradores do museu. O contrato de gestão não foi onerado, pois as aulas de Libras foram viabilizadas pelo Prêmio de Modernização do IBRAM, vencido pelo MI por conta das ações de acessibilidade promovidas durante a Festa do Imigrante.

Meta 21.2 - O número de público atendido dentro das ações voltadas ao público interno foi superado, devido à regularidade das aulas de Libras, que foi estendida à equipe de segurança além dos funcionários do Núcleo Educativo, Bilheteria, Pesquisa, Comunicação e Recursos Humanos e também pelas ações desenvolvidas para a Primavera de Museus. No entanto, isso não representou oneração do contrato de gestão.

Meta 22.1 - O número de pesquisas aplicadas ao público escolar foi superado, pois foi possível aplicar questionários em todas as visitas educativas com este perfil.

4. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
23	[PSISEM]Ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP realizados no interior do Estado, região metropolitana e litoral	23.1	Meta-Produto	Nº de exposições itinerantes realizadas	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	02
					META ANUAL	02	03
					ICM	100%	150%
		23.2	Meta-Produto	Nº de oficinas realizadas	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	02	02
		23.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	01	01
					2º Trim	01	02
					3º Trim	01	02
					4º Trim	00	02
					META ANUAL	03	07
		23.4	Meta-Resultado	Nº mínimo de público beneficiário das ações	1º Trim	500	16
					2º Trim	20	2.596
					3º Trim	500	316
					4º Trim	00	227
META ANUAL	1.020				3.155		
24	[PSISEM]Estágio técnico	24.1	Meta Produto	Ofertar estágio não remunerado na área técnica	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		24.2	Meta-Resultado	Nº de estágios técnicos não remunerados ofertados	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%

Justificativas:

Meta 23.1 - Para o quarto trimestre estava prevista a montagem de uma exposição, mas nosso parceiro, o Palácio do Café, do Espírito Santo do Pinhal, possuía dois espaços expositivos livres e solicitou duas exposições para empréstimo. Assim, foram montadas a "Imigrantes do Café" e a "Cartas de Chamada de Atenção", sem custos extras além dos inicialmente previstos de transporte e montagem.

Meta 23.3 - No trimestre, os municípios de Espírito Santo do Pinhal e de São Paulo sediaram ações do SISEM: duas exposições e uma oficina, respectivamente. Embora não houvesse previsão para o trimestre, o cumprimento das ações aconteceu sem ônus para a equipe e para o Contrato de Gestão.

Meta 23.4 - No trimestre, houve 218 visitantes nas exposições montadas no Palácio do Café, em Espírito Santo do Pinhal, e 9 participantes da oficina "O Museu da Imigração e as migrações contemporâneas", em São Paulo. Embora não houvesse previsão para o trimestre, o cumprimento das ações aconteceu sem ônus para a equipe e para o Contrato de Gestão.

5. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
25	[PCDI] Atualizar o Plano de Comunicação e implantar ações para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu metropolitana e litoral	25.1	Meta-resultado	Nº de canais de comunicação mantidos 1 – Site institucional 2 – Facebook 3 – Instagram 4 – Twitter 5 – Youtube 6 – Pinterest 7 – Flickr	1º Trim	07	07
					2º Trim		07
					3º Trim		07
					4º Trim		07
					META ANUAL	07	07
					ICM	100%	100%
26		26.1	Meta-produto	Nº de parcerias/projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	00
					Meta Anual	01	01
					ICM%	100%	100%
		26.2	Meta - produto	Nº de site implantado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	00
					Meta Anual	01	00
					ICM%	100%	0%
27		27.1	Meta - Produto	Nº mínimo de inserções na mídia	Meta Anual	650	1.534
					ICM%	100%	236%
28		28.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais	Meta Anual	400.000	645.525
					ICM%	100%	161%
29		29.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais	Meta Anual	15.000	48.992
					ICM%	100%	326,61
30	[PCDI] Contribuir para a elaboração de novas estratégias para captação de recursos	30.1	Dado- extra	Nº de programas pessoas físicas implantados ou mantidos: - Programa de Doação - Amigos do Museu	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					Meta Anual	02	02
					ICM%	100%	100%
31		31.1	Meta-Produto	Nº de portfólios desenvolvidos	1º Trim	00	01
					2º Trim	00	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	02	00
					Meta Anual	02	02
					ICM%	100%	100%
32	[PCDI] Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	32.1	Meta-Produto	Nº de campanhas realizadas	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM%	100%	100%

JUSTIFICATIVAS:

26.2 – O novo site do Museu da Imigração está em fase de homologação. Já está com o layout das páginas internas definido e com o conteúdo definitivo de todos os menus e submenus. A empresa vencedora da chamada

pública apresentou certa dificuldade no entendimento das orientações previstas no anexo do edital. A equipe teve que realizar diversas reuniões de alinhamento o que ocasionou o atraso de um mês na entrega final do projeto.

27.1 – O número de inserções na mídia foi amplamente superado devido a pertinência do tema da imigração e refúgio que, inclusive, foi pauta da novela da Globo. O interesse da mídia aumentou em relação ao assunto e o Museu foi cenário e porta voz para diversas gravações. A superação da meta demonstra o intenso trabalho de assessoria de imprensa e não onera o Contrato de Gestão.

28.1 - O acesso ao site foi maior do que o previsto devido a intensa procura do público por informações referentes à programação do Museu, principalmente durante o período da Festa do Imigrante. Cresceu também a procura em relação ao acervo digital, que foi amplamente divulgado durante o exercício de 2019. Tal superação não onera o Contrato de Gestão.

29.1 – O número de seguidores foi amplamente superado devido a evidência do tema da imigração durante o ano. Além da novela da Globo, que tratou sobre as experiências dos refugiados, a emissora também realizou um evento no MI com a presença de Pedro Bial. Esse evento colaborou para a crescente das mídias sociais, bem como a procura por informações relacionadas ao banco de dados digital e a Festa do Imigrante.

6. GOVERNANÇA - PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA (2019) - MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
33	[PGTG] Implantação do Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico	33.1	Meta Produto	Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico implantado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM %	100%	100%
34	[PGTG] Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais	34.1	Meta Produto	Nº de projetos inscritos	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	04
					META ANUAL	03	06
ICM%	100%	200%					
35	[PGTG] Captar recursos financeiros	35.1	Meta Resultado	22,16% de captação em relação ao repasse	Previsão Anual		Realizado
					META ANUAL	1.400.000	1.239.866
					ICM	100%	89%
36	[PGTG] Realizar pesquisa de satisfação de público geral realizada a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC	36.1	Meta Produto	Nº de relatórios entregues	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
ICM %	100%	100%					
37	[PGTG] Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	37.1	Meta Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	Previsão Trimestral		Realizado
					META ANUAL	>ou =80%	>ou =80%
					ICM %	>ou =80%	>ou =80%
38	[PGTG] Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público participante dos cursos, oficinas e workshops	38.1	Meta Produto	Nº de pesquisas realizadas	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
	ICM %	100%	100%				
	38.2	Meta Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	Previsão Anual		Realizado	
META ANUAL				>ou =80%	>ou =80%		
					ICM %	100%	100%

Justificativas:

Meta 34 - A meta de inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais foi superada devido ao amadurecimento do setor que agora conta com um profissional dedicado à captação de recursos e elaboração de projetos.

Meta 35: O não atingimento da captação total prevista para o ano não comprometeu a execução de quaisquer das metas e/ou ações pactuadas, visto que muitas das obrigações previstas no Plano de Trabalho foram executadas com otimização dos recursos disponíveis, ou com recursos captados ainda em 2018, garantindo o equilíbrio orçamentário durante este exercício.

7. FUNÇÃO: GOVERNANÇA – PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA MUSEU (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
39	(PED) Renovação do AVCB	39.1	Dado extra	AVCB renovado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM %	100%	100%
40	(PED) Renovação de Alvará de Funcionamento	40.1	Dado extra	Alvará renovado	Previsão Trimestral		
					1º Trim	00	00
					2º Trim	01	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	00
					ICM %	100%	0%
41	(PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado extra	Seguros renovados	Previsão Trimestral		
					1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
ICM %	100%	100%					

Justificativa:

Meta 40: O INCI segue em trâmite com as instâncias responsáveis para obtenção do alvará de funcionamento, ainda não emitido. Uma assessoria especializada foi contratada no segundo semestre de 2019 para auxílio em questões como o desmembramento do terreno (visto que o Museu da Imigração divide a construção com outra instituição – Arsenal da Esperança), o que viabilizaria e agilizaria a obtenção de licenças prévias necessárias ao processo.

METAS CONDICIONADAS 2019

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Mensuração	Atributo da Mensuração	Previsão	Realizado
01	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	9	Meta-Produto	Nº de exposição temporária com acervo próprio realizada e	Previsão	Realizado
					Anual	0
					ICM	0
02	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	9	Meta-Produto	Nº de exposição temporária com acervo de terceiro realizada	Previsão	Realizado
					Anual	0
					ICM	0
03	(PCDI) Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	32	Meta-Produto	Nº de campanhas realizadas	Previsão	Realizado
					Anual	0
					ICM	0
					Anual	0
					ICM	0