



**RELATÓRIO ATIVIDADES 2016 (INCLUINDO O 4º TRIMESTRE)  
DA CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL  
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA  
UNIDADE DE FORMAÇÃO CULTURAL  
CONTRATO DE GESTÃO Nº 01/2016 – FÁBRICAS DE CULTURA SETOR A**

## ÍNDICE

I – APRESENTAÇÃO .....	2
DESTAQUES .....	4
II – METAS DE GESTÃO TÉCNICA .....	6
BIBLIOTECA .....	6
SAÍDAS PEDAGÓGICAS .....	7
ATELIÊS DE CRIAÇÃO .....	8
FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO DE EQUIPE .....	10
TRILHAS DE PRODUÇÃO .....	11
PROJETO ESPETÁCULO .....	12
WORKSHOPS E CURSOS DE FÉRIAS .....	13
FÁBRICA ABERTA .....	14
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO .....	17
III – ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO.....	20
INFORMAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO ORÇAMENTÁRIO .....	21
III – CONCLUSÃO .....	26

## I - APRESENTAÇÃO

A Catavento Cultural e Educacional é a organização Social de Cultura que administra as Fábricas de Cultura do Setor A, que engloba as Fábricas de Vila Curuçá, Sapopemba, Itaim Paulista, Cidade Tiradentes e Parque Belém, todas com recursos do contrato de gestão nº 01/2016, firmado com a Secretaria de Estado da Cultura por intermédio da sua Unidade de Formação Cultural.

Em 2016 cada uma das 5 Fábricas de Cultura, administradas pela Catavento, contou com uma extensa programação de atividades, atendendo ao público de terça a sexta-feira no horário das 9h às 17h, e aos sábados, domingos e feriados das 10h às 17h, além de oferecer cursos noturnos dois dias por semana, exposições de filmes e shows e eventos aos finais de semana.

Além dos cursos nas linguagens artes, dança, circo, música, multimeios, teatro e xadrez, a programação de 2016 foi composta por Saraus Culturais, Biblioteca pelo Bairro, Projeto Musicando, Projeto Espetáculo, Formaturas Culturais, Encontros com o Autor, Encontros com o Profissional, Seminários Culturais, Ação Social CIEE, participação em feiras e espetáculos teatrais e de dança (contratados, via PROAC e também de grupos locais).

Mostras de talentos, festivais, shows, formaturas, gravações de áudio e vídeo, além de diversas manifestações culturais, proporcionaram o uso, pela comunidade, da estrutura das Fábricas estabelecendo uma relação de pertencimento.

Nas férias oficinas culturais e workshops foram promovidos para que os alunos experimentassem as atividades oferecidas e escolhessem os cursos de sua preferência. O retorno é marcado por um acolhimento composto por intervenções artísticas integrando alunos, veteranos e novos, para que se conheçam e saibam mais sobre o programa.

Abaixo quadro resumo de índices, informações e metas que compõe este relatório:

CONFORMIDADE	2016
Índice de liquidez seca (Ativo Circulante- Estoque/Passivo Circulante)	1,02
Relação entre receitas/despesas	1,00
Orçamento previsto para RH (R\$)	15.892.405
Total despendido com RH (R\$)	17.823.037
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	416.220
Total despendido com diretoria (R\$)	299.646
Número de empregados CLT (em 31/12/2016)	309
Número de demissões em 2016	110
Total despendido com rescisões em 2016 (R\$)	1.101.289
Percentual limite para gastos de RH (2)	67,3%
Percentual limite para gastos de Diretoria (3)	1,1%

EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2016
Nº de ações com metas previstas	84
Nº de ações com metas <u>integralmente</u> cumpridas	81
Nº metas condicionadas	-
Nº de metas condicionadas <u>integralmente</u> cumpridas	-
Índice de satisfação do público/aluno(5)	>=80%
Número de municípios com ações previstas no Plano de Trabalho (6)	1
Número de municípios atingidos com ações do Plano de Trabalho	15

PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS - 2016	2016	
	PREVISTO	REALIZADO
Ação/público/etc		
Ateliê de criação nº de atividades	375	375
Ateliê de criação nº de matriculados	8.140	13.431
Trilha de produção nº de atividades	191	191
Trilha de produção nº de matriculados	3.773	7.301
Projeto espetáculo nº de apresentação	30	40
Projeto espetáculo nº de matriculados	250	519
Fábrica aberta nº de atividades	4.749	6.106
Fábrica aberta nº de público	160.340	228.737
Público total das Fábricas de Cultura (VI. Curuçá, Sapopemba, Itaim Paulista, Cidade Tiradentes e Parque Belém)	513.740	578.551

Vale ressaltar que, mesmo diante do quadro econômico atual e de todos os esforços no sentido de reduzir gastos, não houve prejuízo na qualidade dos serviços prestados e, como resultado, tivemos o reconhecimento dos moradores das regiões onde as Fábricas de Cultura estão inseridas.

### PRINCIPAIS DESAFIOS

O grande desafio em 2016 foi implementar ações de economia tais como: readequação da classe de consumo de energia elétrica, nova revisão dos postos de segurança e limpeza, redução das despesas com transporte e shows, cortes de pessoal, entre outros. As medidas garantiram a continuidade do programa sem prejuízo de sua qualidade e repercussão social, apesar de recurso global disponível 30% menor, sem considerar a inflação.

É importante destacar também que a Organização Social Catavento tem investido em ações no âmbito da captação e tem trabalhado, desde abril, para aumentar a participação de outras fontes de recursos além do Contrato de Gestão, com vistas ao financiamento e fomento das operações das Fábricas de Cultura da Zona Leste, buscando a formatação de parcerias com empresas, instituições filantrópicas, companhias de teatro e de dança, editoras, proponentes aprovados no ProAC, entre outras ações que permitiram melhor utilização e maior visibilidade do programa.

## DESTAQUES de 2016 (incluindo 4º trimestre)

Das diversas atividades das Fábricas de Cultura de Vila Curuçá, Sapopemba, Itaim Paulista, Parque Belém e Cidade Tiradentes, em 2016, destacamos:

### Formação Cultural



Fábrica de Cultura Itaim Paulista

- **Formaturas Culturais**

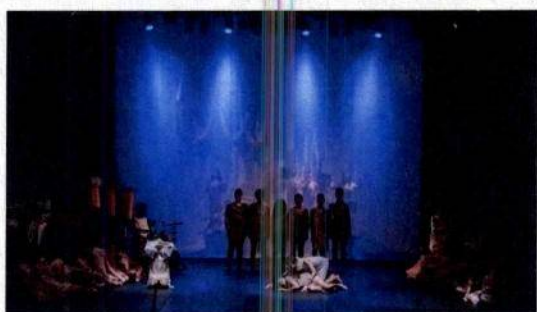
As Fábricas realizaram as Formaturas Culturais dos Ateliês de Criação e Trilhas de Produção de Longa Duração. Os eventos evidenciaram o entusiasmo e envolvimento dos alunos, educadores e familiares, criando assim, um elo muito forte entre comunidade e Fábricas de Cultura.

- **Encontro com Autor: Moreira de Acopiara**

O cordelista Moreira de Acopiara esteve na Biblioteca da Fábrica de Cultura Parque Belém e, além de falar de técnicas de cordel, também realizou a contação de algumas poesias de sua obra.



Biblioteca Fábrica de Cultura Parque Belém



Cenas do espetáculo “Daquilo que mora em mim”

- **Projeto Espetáculo 2016**

No 4º trimestre as Fábricas de Cultura apresentaram o resultado do Projeto Espetáculo 2016. “Faltou Você”, “Daquilo que mora em mim”, “Poéticas do esquecimento”, “Amar Cidades” e “O Tempo das Asas” foram apresentados, respectivamente, pelas Fábricas de Cultura Vila Curuçá, Sapopemba, Itaim Paulista, Parque Belém e Cidade Tiradentes. Além da “entrega” dos espetáculos as equipes compartilharam a preparação, o trabalho em equipe, o bate papo com o público, o conviver e respeitar o espaço do outro, criando assim uma rede de troca de saberes.

**Fábrica Aberta**

- Espetáculo Teatral “As Paparutas” - inspirada na festa popular que acontece na Ilha do Paty, situada em São Francisco do Conde – BA, “As Paparutas” encontram-se para dançar e cantar com pratos típicos da região. A peça é escrita pelo artista Lázaro Ramos em parceria com Luiz Antônio Pillar, que assina a direção, e Maria Gal, idealizadora e produtora do projeto.



- **Eventos de difusão juvenil:** O concurso “Corte Mais Chavoso”, promovido na Fábrica de Cultura de Sapopemba elegeu o corte mais interessante e simultâneo, conforme a moda na periferia de São Paulo com a participação de cabelereiros e Mc’s.

- Gravações no estúdio de som.



Banda Filhos de Maria



Grupo de pagode Gr D'Arrepiar

- **Ação Social CIEE** – encaminhamento de jovens ao primeiro emprego. Área Captação.



Detalharemos nos quadros seguintes as metas realizadas em 2016.

II - QUADROS DE METAS DE ATIVIDADES TÉCNICAS  
METAS DE GESTÃO TÉCNICA  
BIBLIOTECA

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016		VILA CURUÇA		SAPOEMBÁ		ITAIM PAULISTA		CIDADE TIRADENTES		PARQUE BELÉM		ICM% Realizado	ICM% Previsto		
			Previsto	Realizado	ICM%	Realizado	ICM%	Realizado	ICM%	Realizado	ICM%	Realizado	ICM%	Realizado			ICM%	Realizado
1	Encontro de leitores e autores	Nº de Encontros	1º trim	2	2	200%	1	1	100%	2	2	100%	1	1	100%	-	-	
			2º trim	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	-	-	
			3º trim	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	-	-	
			4º trim	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>
2	Encontro de leitores e autores	Indicador de Resultado	1º trim	15	63	420%	15	52	347%	15	69	460%	15	36	240%	-	-	
			2º trim	30	69	230%	30	124	413%	30	66	220%	30	66	220%	-	-	
			3º trim	30	35	117%	30	59	197%	30	71	237%	30	116	387%	30	53	177%
			4º trim	30	61	203%	30	66	220%	30	72	240%	30	55	183%	30	104	347%
			<b>META ANUAL</b>	<b>105</b>	<b>228</b>	<b>217%</b>	<b>105</b>	<b>261</b>	<b>249%</b>	<b>105</b>	<b>273</b>	<b>260%</b>	<b>105</b>	<b>273</b>	<b>260%</b>	<b>60</b>	<b>157</b>	<b>262%</b>
3	Encontro de leitores	Indicador de Produto	1º trim	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	-	-	
			2º trim	12	12	100%	12	13	108%	12	13	108%	12	13	108%	-	-	
			3º trim	12	13	108%	12	13	108%	12	13	108%	12	13	108%	-	-	
			4º trim	12	14	117%	12	14	117%	12	14	117%	12	14	117%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>108%</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>110%</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>113%</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>113%</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>104%</b>
4	Encontro de leitores	Indicador de Resultado	1º trim	40	144	360%	40	55	138%	40	179	448%	40	72	180%	-	-	
			2º trim	120	379	316%	120	448	373%	120	374	312%	120	295	246%	-	-	
			3º trim	120	359	299%	120	181	151%	120	128	107%	120	161	134%	120	471	393%
			4º trim	120	218	182%	120	200	167%	120	151	126%	120	232	193%	120	292	243%
			<b>META ANUAL</b>	<b>400</b>	<b>975</b>	<b>244%</b>	<b>400</b>	<b>884</b>	<b>221%</b>	<b>400</b>	<b>832</b>	<b>208%</b>	<b>400</b>	<b>760</b>	<b>190%</b>	<b>240</b>	<b>763</b>	<b>318%</b>
5	Contação de Histórias	Indicador de Produto	1º trim	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	-	-	
			2º trim	12	12	100%	12	12	100%	12	13	108%	12	13	108%	-	-	
			3º trim	12	13	108%	12	13	108%	12	13	108%	12	13	108%	-	-	
			4º trim	12	14	117%	12	14	117%	12	14	117%	12	14	117%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>108%</b>	<b>40</b>	<b>44</b>	<b>110%</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>108%</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>108%</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>104%</b>
6	Contação de Histórias	Indicador de Resultado	1º trim	40	99	248%	40	82	205%	40	153	383%	40	168	420%	-	-	
			2º trim	120	379	316%	120	332	277%	120	361	301%	120	361	301%	-	-	
			3º trim	120	446	372%	120	339	283%	120	238	198%	120	218	182%	120	203	169%
			4º trim	120	361	301%	120	331	276%	120	331	276%	120	235	196%	120	107	89%
			<b>META ANUAL</b>	<b>400</b>	<b>1.385</b>	<b>344%</b>	<b>400</b>	<b>882</b>	<b>221%</b>	<b>400</b>	<b>860</b>	<b>215%</b>	<b>400</b>	<b>766</b>	<b>191%</b>	<b>240</b>	<b>310</b>	<b>229%</b>
7	Oficinas/Saraus/Atividades Temáticas/ Literárias/ Rodas de Leitura/Leituras Públicas/ Atividades de internet, entre outras.	Indicador de Produto	1º trim	18	18	100%	18	18	100%	18	20	111%	18	18	100%	-	-	
			2º trim	54	54	100%	54	54	100%	54	59	109%	54	59	109%	-	-	
			3º trim	54	55	102%	54	57	106%	54	57	106%	54	57	106%	-	-	
			4º trim	54	54	100%	54	56	104%	54	51	94%	54	55	102%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>180</b>	<b>182</b>	<b>101%</b>	<b>180</b>	<b>185</b>	<b>103%</b>	<b>180</b>	<b>195</b>	<b>108%</b>	<b>180</b>	<b>189</b>	<b>105%</b>	<b>88</b>	<b>89</b>	<b>101%</b>
8	Atividades de internet, entre outras.	Indicador de Resultado	1º trim	180	377	209%	180	180	100%	180	402	223%	180	435	242%	-	-	
			2º trim	540	1.499	278%	540	1.232	228%	540	979	179%	540	1.206	223%	-	-	
			3º trim	540	782	145%	540	1.540	285%	540	958	177%	540	1.445	268%	440	847	195%
			4º trim	540	950	176%	540	1.416	262%	540	718	133%	540	1.115	206%	440	581	137%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1.800</b>	<b>3.608</b>	<b>200%</b>	<b>1.800</b>	<b>4.913</b>	<b>273%</b>	<b>1.800</b>	<b>3.007</b>	<b>167%</b>	<b>1.800</b>	<b>4.201</b>	<b>233%</b>	<b>880</b>	<b>1.428</b>	<b>167%</b>
9	TOTAL DE ATIVIDADES	Indicador de Produto	1º trim	27	29	107%	27	27	100%	27	29	107%	27	28	104%	-	-	
			2º trim	80	80	100%	80	81	101%	80	87	109%	80	87	109%	-	-	
			3º trim	80	83	104%	80	84	105%	80	83	104%	80	85	106%	-	-	
			4º trim	80	84	105%	80	85	106%	80	91	114%	80	84	105%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>267</b>	<b>276</b>	<b>103%</b>	<b>267</b>	<b>277</b>	<b>104%</b>	<b>267</b>	<b>290</b>	<b>109%</b>	<b>267</b>	<b>284</b>	<b>106%</b>	<b>140</b>	<b>143</b>	<b>102%</b>
10	AQUISIÇÃO DE ACERVO	Indicador de Resultado	1º trim	270	683	253%	270	914	339%	270	803	297%	270	711	263%	-	-	
			2º trim	810	2.201	272%	810	2.034	251%	810	1.684	208%	810	1.928	238%	-	-	
			3º trim	810	1.622	200%	810	2.119	262%	810	1.395	172%	810	1.940	240%	-	-	
			4º trim	810	1.590	196%	810	1.078	133%	810	1.627	201%	810	1.627	201%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>2.700</b>	<b>6.095</b>	<b>226%</b>	<b>2.700</b>	<b>7.080</b>	<b>262%</b>	<b>2.700</b>	<b>4.960</b>	<b>184%</b>	<b>2.700</b>	<b>6.206</b>	<b>230%</b>	<b>1.420</b>	<b>2.658</b>	<b>187%</b>
11	AQUISIÇÃO DE ACERVO	Ítem adquiridos para Acervo	1º trim	45	45	100%	45	45	100%	45	45	100%	45	45	100%	-	-	
			2º trim	55	55	100%	55	55	100%	55	55	100%	55	55	100%	-	-	
			3º trim	55	157	285%	55	156	284%	55	156	284%	55	156	284%	-	-	
			4º trim	55	11	20%	55	7	13%	55	7	13%	55	7	13%	-	-	
			<b>META ANUAL</b>	<b>210</b>	<b>268</b>	<b>128%</b>	<b>210</b>	<b>263</b>	<b>125%</b>	<b>210</b>	<b>263</b>	<b>125%</b>	<b>210</b>	<b>263</b>	<b>125%</b>	<b>110</b>	<b>163</b>	<b>148%</b>

As atividades foram realizadas adequadamente em todas as Fábricas. A superação de número de público, trimestral e anual, (aprendizes e espontâneos) nas atividades, em todas as Fábricas, justifica-se devido à alta adesão as programações temáticas e as atividades desenvolvidas. Informamos que o público em cada ação oferecida é bastante oscilante, dificultando uma melhor ponderação de estimativa. Justificamos que, em relação ao público de contação de histórias da Biblioteca do CFC Parque Belém, a do 4º trimestre não foi atingida devido ao baixo público, especificamente, no mês de dezembro. Contudo, a meta anual foi superada como nas demais Fábricas. Não houve impacto no orçamento uma vez que os gastos para realização de cada ação (pessoal e materiais) é fixo, independente do número de público.

**AQUISIÇÃO DE ACERVO:** Conforme informado no relatório do 3º trimestre de 2016, os livros adquiridos e as doações recebidas contemplaram a meta anual. Não realizamos nenhuma aquisição neste quarto trimestre, porém recebemos a doação de 39 ítems de 04 editoras, sendo: 10 ítems da Editora Cortez; 07 ítems da Ateliê Editorial; 10 ítems da Autêntica Editora e 12 ítems da Editora Martin Claret. Os livros foram distribuídos entre as Fábricas nas quantidades informadas no quadro de metas, considerando a necessidade de reposição de cada Biblioteca e interesse do seu público.

**SÁIDAS PEDAGÓGICAS**

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇÁ		ICM% Realizado	SAPOPEMBA		ICM%	ITAIM PAULISTA		ICM% Realizado	CIDADE TIRADENTES		ICM%	PARQUE BELÉM		ICM%
				Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado	
12	Quantidade de Saídas		1º trim	3	3	100%	3	3	100%	3	3	100%	3	3	100%	-	-	-
			2º trim	8	4	50%	8	4	50%	8	4	50%	8	4	50%	-	-	-
			3º trim	8	5	63%	8	5	63%	8	4	50%	8	4	50%	7	4	57%
			4º trim	6	6	100%	6	3	50%	6	3	50%	6	3	50%	5	3	60%
			<b>META ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>72%</b>	<b>25</b>	<b>14</b>	<b>56%</b>	<b>25</b>	<b>14</b>	<b>56%</b>	<b>25</b>	<b>14</b>	<b>56%</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>58%</b>
13	Indicador de Resultado	Nº de Participantes [Mínimo]	1º trim	100	105	105%	100	121	121%	100	102	102%	100	120	120%	-	-	-
			2º trim	300	158	53%	300	156	52%	300	153	51%	300	150	50%	-	-	-
			3º trim	300	195	65%	300	151	50%	300	152	51%	300	162	54%	250	152	61%
			4º trim	200	162	81%	200	108	54%	200	108	54%	200	121	61%	150	100	67%
			<b>META ANUAL</b>	<b>900</b>	<b>620</b>	<b>69%</b>	<b>900</b>	<b>536</b>	<b>60%</b>	<b>900</b>	<b>515</b>	<b>57%</b>	<b>900</b>	<b>533</b>	<b>61%</b>	<b>400</b>	<b>252</b>	<b>63%</b>

Conforme comunicado anteriormente via OFÍCIO CATAVENTO DE Nº 127/2016, a meta de Saídas Pedagógicas (quantidade de saídas e número de participantes) foi readequada diante do novo cenário econômico desfavorável, das reduções de verba e da necessária redução de custos, priorizando assim a manutenção dos Ateliês, Trilhas e Projeto Espetáculo.



Escola de Samba Acadêmicos do Tucuruvi - CFC Vila Curuçá;



Teatro Sesi - CFC Sapopemba;



OSESP - CFC Itaim Paulista;



Sesc Pinheiros - CFC Cidade Tiradentes;



MASP - CFC Parque Belém



**ATELIÉS DE CRIAÇÃO**

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇÁ		SAPOPEMBA		ITAIM PAULISTA		CIDADE TIRADENTES		PARQUE BELÉM		ICM% Realizado
				Previsto	Realizado	ICM%	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	ICM%	Previsto	Realizado	
14	Total de Vagas		1º Sem.	1.500	1.515	101%	1.230	1.256	102%	1.370	1.378	101%	935	101%
			2º Sem.	1.500	1.520	101%	1.230	1.256	102%	1.370	1.388	101%	935	101%
			<b>META ANUAL</b>	<b>3.000</b>	<b>3.035</b>	<b>101%</b>	<b>2.460</b>	<b>2.512</b>	<b>102%</b>	<b>2.740</b>	<b>2.766</b>	<b>101%</b>	<b>1.870</b>	<b>1.870</b>
15	Indicador de Resultado [Mínimo]	Nº de Matriculados	1º Sem.	1.015	1.735	171%	930	1.659	178%	980	1.632	167%	770	172%
			2º Sem.	1.015	1.762	174%	930	1.395	150%	980	1.393	142%	770	118%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2.030</b>	<b>3.497</b>	<b>172%</b>	<b>1.860</b>	<b>3.054</b>	<b>164%</b>	<b>1.960</b>	<b>3.025</b>	<b>154%</b>	<b>1.540</b>	<b>2.511</b>
16	ATELIÉS DE CRIAÇÃO	Indicador de Produto	1º Sem.	48	48	100%	43	43	100%	46	46	100%	33	100%
			2º Sem.	48	48	100%	43	43	100%	46	46	100%	33	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>	<b>86</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>	<b>92</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>	<b>66</b>
17	Indicador de Produto	% de turmas com carga horária de 6hs semanais	1º Sem.	94%	92%	98%	93%	93%	100%	94%	94%	100%	97%	100%
			2º Sem.	94%	94%	100%	93%	93%	100%	94%	94%	100%	97%	97%
			<b>META ANUAL</b>	<b>94%</b>	<b>94%</b>	<b>100%</b>	<b>93%</b>	<b>93%</b>	<b>100%</b>	<b>94%</b>	<b>94%</b>	<b>100%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>
18	Indicador de Produto	% de turmas com carga horária de 4hs semanais	1º Sem.	6%	8%	133%	7%	7%	100%	6%	6%	100%	3%	100%
			2º Sem.	6%	6%	100%	7%	7%	100%	6%	6%	100%	3%	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>100%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>

Informamos que as metas previstas foram projetadas levando-se em conta às séries históricas de Matrículas Ativas (aprendizes vigentes), ou seja: Matrículas Totais - (Evasões + Cancelamentos). Atendendo a nova orientação da Secretaria de Cultura, o número "Realizado" deve considerar as Matrículas Totais ( Matrículas Ativas + Evasões + Cancelamentos). Neste sentido, é natural que o número de matriculados supere consideravelmente as projeções. Para o próximo adiantamento de contrato propusemos o alinhamento das metas para o seu adequado acompanhamento.



Atelié de Artes Plásticas - CFC Vila Curuçá



Atelié de Circo - CFC Sapopemba



Atelié de Violão - CFC Itaim Paulista



Atelié de Teatro - CFC Cidade Tiradentes



Atelié de Teclado - CFC Parque Belém

**ATELIÊS DE CRIAÇÃO - ABERTURA POR LINGUAGEM**

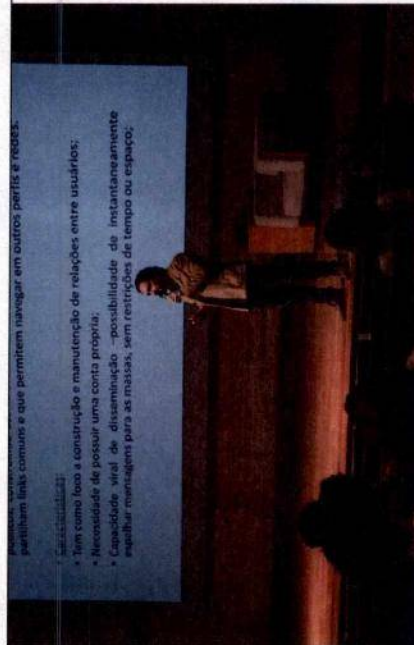
Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇA		SAPOEMBA		ITAIM PAULISTA		CIDADE TIRADENTES		PARQUE BELÉM	
			Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS ÀS ARTES VISUAIS	Total de Vagas [Mínimo]	1º Sem.	50	170	50	110	50	230	50	75	-	-
		2º Sem.	50	170	50	110	50	230	50	75	50	110
	Indicador de Resultado	1º Sem.	40	191	40	147	40	251	40	104	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	40	199	40	132	40	220	40	101	40	135
	Indicador de Produto	1º Sem.	2	6	2	4	2	8	2	3	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	2	6	2	4	2	8	2	3	2	4
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS AO CIRCO	Indicador de Produto	1º Sem.	50	125	50	100	50	100	50	100	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	50	100	50	100	50	100	50	100	50	150
	Indicador de Resultado	1º Sem.	40	163	40	138	40	137	40	141	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	40	117	40	116	40	117	40	118	40	198
	Indicador de Produto	1º Sem.	2	5	2	4	2	4	2	4	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	2	4	2	4	2	4	2	4	2	6
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS À DANÇA	Indicador de Produto	1º Sem.	60	465	60	320	60	420	60	330	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	60	495	60	320	60	455	60	330	60	185
	Indicador de Resultado	1º Sem.	50	482	50	390	50	478	50	469	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	50	511	50	326	50	456	50	422	50	217
	Indicador de Produto	1º Sem.	2	11	2	8	2	11	2	10	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	2	12	2	8	2	12	2	10	2	5
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS AO MULTIMEIOS	Indicador de Produto	1º Sem.	20	75	20	50	20	25	20	25	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	20	75	20	50	20	25	20	25	20	90
	Indicador de Resultado	1º Sem.	15	87	15	59	15	34	15	42	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	15	114	15	63	15	24	15	37	15	114
	Indicador de Produto	1º Sem.	1	3	1	2	1	1	1	1	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	1	3	1	2	1	1	1	1	1	3
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS À MÚSICA	Indicador de Produto	1º Sem.	60	510	60	561	60	493	60	305	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	60	510	60	561	60	493	60	305	60	400
	Indicador de Resultado	1º Sem.	50	625	50	780	50	622	50	424	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	50	601	50	618	50	501	50	379	50	507
	Indicador de Produto	1º Sem.	2	17	2	21	2	18	2	11	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	2	17	2	21	2	18	2	11	2	13
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS AO TEATRO	Indicador de Produto	1º Sem.	50	120	50	90	50	85	50	75	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	50	120	50	90	50	60	50	75	50	90
	Indicador de Resultado	1º Sem.	40	134	40	115	40	80	40	113	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	40	165	40	116	40	51	40	107	40	134
	Indicador de Produto	1º Sem.	2	4	2	3	2	3	2	3	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	2	4	2	3	2	2	2	3	2	3
ATELIÊS DE CRIAÇÃO RELACIONADOS AO XADREZ	Indicador de Produto	1º Sem.	20	50	20	25	20	25	20	25	-	-
	Total de Vagas [Mínimo]	2º Sem.	20	50	20	25	20	25	20	25	20	25
	Indicador de Resultado	1º Sem.	15	53	15	30	15	30	15	32	-	-
	Nº de Matriculados [Mínimo]	2º Sem.	15	55	15	24	15	24	15	22	15	39
	Indicador de Produto	1º Sem.	1	2	1	1	1	1	1	1	-	-
	Total de Turmas [Mínimo]	2º Sem.	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

**FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO DE EQUIPE**

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016		VILA CURUÇÁ	ICM% Previsto	SAPOEMBA	ICM% Previsto	ITAIM PAULISTA	ICM% Previsto	CIDADE TIRADENTES		ICM% Previsto	PARQUE BELÉM			
			1º trim	2º trim							3º trim	4º trim		1º trim	2º trim	3º trim	4º trim
19		% de Educadores' dos Ateliês/Trilhas/ Projeto Espetáculo Capacitados	80%	98%	80%	123%	80%	94%	80%	97%	121%	80%	96%	-	-	-	
			80%	96%	80%	120%	80%	99%	80%	98%	123%	80%	85%	-	-	-	
			80%	80%	80%	100%	80%	75%	80%	66%	83%	80%	75%	80%	77%	96%	
			80%	95%	80%	119%	80%	92%	80%	95%	119%	80%	97%	80%	91%	114%	
20	FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO DE EQUIPE	Indicador de Produto % de profissionais das equipes pedagógicas capacitados	80%	92%	80%	115%	80%	90%	80%	89%	111%	80%	88%	80%	84%	105%	
			80%	100%	80%	125%	80%	100%	80%	96%	120%	80%	100%	-	-	-	
			80%	90%	80%	113%	80%	85%	80%	100%	100%	125%	80%	85%	-	-	-
			80%	83%	80%	104%	80%	100%	80%	91%	114%	80%	100%	80%	91%	114%	
21		Indicador de Produto Nº de Atividades de Formação	80%	55%	80%	69%	80%	88%	80%	88%	110%	80%	88%	80%	100%	125%	
			80%	82%	80%	103%	80%	93%	80%	94%	117%	80%	93%	80%	96%	119%	
			4	4	4	100%	4	4	4	4	100%	4	4	-	-	-	
			7	4	7	57%	7	4	7	4	57%	7	4	4	4	4	
			6	4	6	67%	6	4	6	67%	6	4	4	6	4		
			7	3	7	43%	7	3	7	3	43%	7	3	7	3		
			24	15	24	63%	15	24	15	24	63%	15	24	15	13	7	

% DE CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS: Os indicadores de % de Educadores e % Equipes Pedagógicas capacitadas foram calculados da seguinte forma: Soma das presenças reais nas formações / Nº de educadores x Nº de formações. A meta de "% de profissionais das equipes pedagógicas capacitados" deste trimestre não foi atingida na Fábrica de Cultura Vila Curuçá, pois dois funcionários não puderam participar das reuniões - um deles devido cumprimento de férias e outro por afastamento médico. Contudo, a meta anual foi atingida adequadamente.

Nº DE ATIVIDADES DE FORMAÇÃO: A Superintendência de Formação Cultural oferece formação para todos os educadores do Programa, bem como para toda equipe pedagógica envolvida. Conforme comunicado anteriormente via OFÍCIO CATAVENTO DE Nº 127/2016, foram realizadas menos formações do que as previstas no trimestre e no ano, devido às adequações no orçamento diante do novo cenário econômico desfavorável e das reduções de verba. A OS optou por esta estratégia para que houvesse o menor impacto possível no atendimento aos aprendizes.



Palestra com Prof. Dr. Marcus Abílio Gomes Pereira



Palestra com Juçara Marçal



Formação por Fábrica - CFC Parque Belém

TRILHAS DE PRODUÇÃO Nº	Apêix	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VALORES CURVA		ICM% Realizado	SARACAPARA		ICM% Realizado	FORM PAULISTA		ICM% Realizado	GRUPO PROJETOS		ICM% Realizado	PARQUE BELEM	ICM%	
				Previsão	Realizado		Previsão	Realizado		Previsão	Realizado		Previsão	Realizado				
22		Nº de Turmas	1º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	-	-	
			2º trim	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	2	2	100%	-	-	
23		Indicador de Produto	1º trim	3	3	100%	3	3	100%	3	3	100%	3	3	100%	1	1	100%
			2º trim	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	1	1	100%
24		Indicador de Produto	1º trim	15	25	167%	15	30	200%	15	25	167%	15	25	167%	2	2	100%
			2º trim	30	45	150%	30	50	167%	30	50	167%	30	50	167%	2	2	100%
25		Indicador de Produto	1º trim	15	25	167%	15	30	200%	15	25	167%	15	25	167%	15	20	133%
			2º trim	30	45	150%	30	50	167%	30	50	167%	30	50	167%	15	20	133%
26		Indicador de Produto	1º trim	10	18	180%	10	18	180%	10	18	180%	10	18	180%	30	40	133%
			2º trim	20	46	230%	20	43	215%	20	43	215%	20	43	215%	30	40	133%
27		Indicador de Produto	1º trim	30	22	73%	30	25	83%	30	30	100%	30	27	90%	10	12	120%
			2º trim	20	40	200%	20	48	240%	20	48	240%	20	48	240%	10	19	190%
28		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	20	21	105%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	20	21	105%
29		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
30		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
31		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
32		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
33		Indicador de Produto	1º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%
			2º trim	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%	188	188	100%

TRILHA DE PRODUÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Informamos que as Trilhas com menor carga horária foram inseridas no Plano de Trabalho das Fábricas de Cultura da Zona Leste neste novo contrato. Devido a não existência de série histórica, a meta foi subestimada em número de vagas e matriculados. Durante 2016, acompanhamos a adesão das comunidades nesta nova proposta e foram sugeridas adequações para o próximo adiantamento de contrato. Informamos que todas as Trilhas de Produção executadas até 2015 previam carga horária semestral superior. Em relação ao indicador de "Público Presente", justificamos que não havia série histórica para balizar este dado e também que o público pode variar de forma significativa entre as Fábricas.

TRILHAS DE PRODUÇÃO DE LONGA DURAÇÃO: Informamos que as metas previstas para as Trilhas de Longa Duração (reelaboradas a partir da proposta dos Ateletis de Criação realizados nos anos anteriores) foram projetadas levando-se em conta as séries históricas de Matrículas Ativas (aprendizes vigentes), ou seja Matrículas Totais - (Evasões + Cancelamentos). Neste sentido, é natural que o número de matriculados supere consideravelmente as projeções. Para o próximo adiantamento de contrato alinhamos as metas para o seu adequado acompanhamento. Informamos que nossas Trilhas de Produção de Longa Duração aconteceram durante todo o semestre. Em relação ao indicador de "Público Presente", justificamos que não havia série histórica para balizar este dado e também que o público pode variar de forma significativa entre as Fábricas. Para este motivo, observamos que, em algumas das Fábricas a meta do 2º semestre e anual foram atendidas (FC Vila Curupá e FC Parque Belem), em Sapopemba, a meta do 2º semestre não foi atingida porém, a anual foi atingida adequadamente. As Fábricas de Itaim Paulista e Cidade Tiradentes não atingiram tanto meta semestral quanto a anual. Para 2017, tanto nas Trilhas de Longa quanto nas Trilhas de Curta Duração, a meta de "Público Presente" não foi considerada como um indicador de resultado, tendo em vista não representar diretamente o trabalho pedagógico com os aprendizes, além de estar suscetível à questões logísticas, climáticas e familiares que não podem ser previstas.

PROJETO ESPETÁCULO

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇA		SAPOPEMBA		ITAIM PAULISTA		CIDADE TIRADENTES		PARQUE BELÉM		ICM%*		
				Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto		Realizado	
34	Nº de Turmas		1ª Sem.	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	-	-		
			2ª Sem.	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	-	-		
			<b>META ANUAL</b>	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	
35	Carga Horária Semanal	Indicador de Produto	1ª Sem.	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	-	-		
			2ª Sem.	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	-	-		
			<b>META ANUAL</b>	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	10hs	10hs	100%	
36	Nº de Ações	Indicador de Produto	1ª Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
			2ª Sem.	6	7	117%	6	10	167%	6	7	117%	6	9	150%	
			<b>META ANUAL</b>	6	6	100%	6	10	167%	6	7	117%	6	9	150%	
37	Nº de Matrícula	Indicador de Resultado	1ª Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
			2ª Sem.	900	1.888	210%	900	1.961	218%	900	1.929	214%	900	2.070	230%	
			<b>META ANUAL</b>	900	1.888	210%	900	1.961	218%	900	1.929	214%	900	2.070	230%	
38	Nº de Vagas	Indicador de Produto	1ª Sem.	80	80	100%	80	80	100%	80	80	100%	-	-		
			2ª Sem.	80	80	100%	80	80	100%	80	80	100%	80	80	100%	
			<b>META ANUAL</b>	80	80	100%	80	80	100%	80	80	100%	80	80	100%	
39	Nº de Matrícula	Indicador de Resultado	1ª Sem.	50	96	192%	50	112	224%	50	93	186%	-	-		
			2ª Sem.	50	99	198%	50	115	230%	50	97	194%	50	114	228%	
			<b>META ANUAL</b>	50	99	198%	50	115	230%	50	97	194%	50	114	228%	
				<b>META ANUAL</b>	50	99	198%	50	115	230%	50	114	228%	50	94	188%

**NÚMERO DE MATRICULADOS:** Informamos que as metas previstas foram projetadas levando-se em conta as séries históricas de Matrículas Ativas (aprendizes vigentes), ou seja: Matrículas Totais - (Evasões + Cancelamentos). Atendendo a nova orientação da Secretaria de Cultura, o número "realizado" deve considerar as Matrículas Totais ( Matrículas Ativas + Evasões + Cancelamentos). Neste sentido, é natural que o número de matriculados supere consideravelmente as projeções. Para o próximo aditamento de contrato alinhamos as metas para o seu adequado acompanhamento.

**Nº DE APRESENTAÇÕES E PÚBLICO PRESENTE:** A superação do número de apresentações em todas as Fábricas e, em especial nas de Sapopemba, Cidade Tiradentes e Parque Belém, justifica-se devido à realização de mais sessões nas próprias unidades que otimizarão os recursos já previstos e não impactaram em custos adicionais. Já a superação da meta de público, em todas as Fábricas, justifica-se devido à realização das sessões extras e, principalmente, à grande adesão do público.



Estrelas dos Espetáculos 2016 - CFC Vila Curuça



CFC Sapopemba



CFC Itaim Paulista



CFC Cidade Tiradentes



CFC Parque Belém

**WORKSHOPS E CURSOS DE FÉRIAS**

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇA		ICM%*	SAPOPEMBA		ICM%*	CIDADE TIRADENTES		ICM%*	PARQUE BELEM		ICM%*
				Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado	
40	WORKSHOP	Nº de Workshops [Mínimo]	1º Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º Sem.	80	225	281%	80	299	374%	80	214	268%	80	130	163%
			<b>META ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>225</b>	<b>281%</b>	<b>80</b>	<b>299</b>	<b>374%</b>	<b>80</b>	<b>214</b>	<b>268%</b>	<b>80</b>	<b>130</b>	<b>163%</b>
41	WORKSHOP	Indicador de Resultado	1º Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º Sem.	1.550	1.821	117%	2.100	1.673	80%	1.800	1.997	108%	2.000	1.206	60%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1.550</b>	<b>1.821</b>	<b>117%</b>	<b>2.100</b>	<b>1.673</b>	<b>80%</b>	<b>1.800</b>	<b>1.997</b>	<b>108%</b>	<b>2.000</b>	<b>1.206</b>	<b>60%</b>
42	WORKSHOP	Indicador de Produto	1º Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º Sem.	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>
43	CURSOS DE FÉRIAS	Nº de Cursos	1º Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º Sem.	80	90	113%	80	105	131%	80	80	100%	80	100	125%
			<b>META ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>90</b>	<b>113%</b>	<b>80</b>	<b>105</b>	<b>131%</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>	<b>80</b>	<b>100</b>	<b>125%</b>
44	CURSOS DE FÉRIAS	Indicador de Resultado	1º Sem.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º Sem.	50	73	146%	50	68	136%	50	55	110%	50	69	138%
			<b>META ANUAL</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>146%</b>	<b>50</b>	<b>68</b>	<b>136%</b>	<b>50</b>	<b>55</b>	<b>110%</b>	<b>50</b>	<b>69</b>	<b>138%</b>

As metas de Workshops e Cursos de Férias são contabilizadas nos meses de janeiro e julho de cada ano. Em dezembro, foram divulgadas as atividades de férias de janeiro de 2017.

Material de divulgação dos Cursos de Férias (workshops) e das Oficinas de Férias (cursos de férias)

**FÁBRICA ABERTA**

Nº	Ações	Indicador de Produto	PERÍODO 2016	VILA CURUÇÁ			SAPOEMBMA			ITAIM PAULISTA			CIDADE TIRADENTES			PARQUE BELÉM		
				Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%
45	DISPONIBILIZAR ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS	Nº de Disponibilizações	1º trim	130	132	102%	130	148	114%	130	132	102%	130	132	102%	-	-	-
			2º trim	250	254	102%	250	383	153%	250	362	145%	250	254	102%	-	-	-
			3º trim	250	428	171%	250	484	194%	250	322	129%	250	252	101%	75	306	408%
			4º trim	250	287	115%	250	481	192%	250	256	102%	250	260	104%	75	130	173%
			<b>META ANUAL</b>	<b>880</b>	<b>1.101</b>	<b>125%</b>	<b>880</b>	<b>1.496</b>	<b>170%</b>	<b>880</b>	<b>1.072</b>	<b>122%</b>	<b>880</b>	<b>898</b>	<b>102%</b>	<b>150</b>	<b>436</b>	<b>291%</b>
46	EVENTOS (ENCONTROS DE TROCA, DIFUSÃO JUVENIL, EVENTOS DE PROMOÇÃO DA DIFUSÃO POR MEIOS DE OUTROS PROGRAMAS DO GOVERNO E DA INICIATIVA PRIVADA)	Indicador de Produto	1º trim	9	9	100%	9	12	133%	9	10	111%	9	10	111%	-	-	-
			2º trim	30	30	100%	30	30	100%	30	32	107%	30	30	100%	-	-	-
			3º trim	30	30	100%	30	30	100%	30	30	100%	30	30	100%	20	29	145%
			4º trim	27	27	100%	27	27	100%	27	27	100%	27	27	100%	18	23	128%
			<b>META ANUAL</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>	<b>96</b>	<b>99</b>	<b>103%</b>	<b>96</b>	<b>99</b>	<b>103%</b>	<b>96</b>	<b>97</b>	<b>101%</b>	<b>38</b>	<b>52</b>	<b>137%</b>
47	Público Presente [Mínimo]	Indicador de Resultado	1º trim	1.100	3.138	285%	1.400	5.488	392%	1.900	3.628	191%	550	2.231	406%	-	-	-
			2º trim	6.200	7.084	114%	7.200	8.414	117%	10.200	7.511	74%	2.950	7.010	238%	-	-	-
			3º trim	6.200	5.668	91%	7.200	7.200	100%	10.200	9.774	96%	2.950	3.975	135%	2.800	5.848	209%
			4º trim	6.200	14.826	239%	7.200	14.885	207%	10.200	13.097	128%	2.950	17.337	588%	2.800	9.539	341%
			<b>META ANUAL</b>	<b>19.700</b>	<b>30.716</b>	<b>156%</b>	<b>23.000</b>	<b>35.987</b>	<b>156%</b>	<b>32.500</b>	<b>34.010</b>	<b>105%</b>	<b>9.400</b>	<b>30.554</b>	<b>325%</b>	<b>5.600</b>	<b>15.387</b>	<b>275%</b>
48	APRESENTAÇÕES (ESPETÁCULOS DE TEATRO, DANÇA, ENCONTRO COM PROFISSIONAIS E SEMINÁRIOS)	Indicador de Produto	1º trim	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	4	4	100%	-	-	-
			2º trim	10	9	90%	10	9	90%	10	9	90%	10	9	90%	-	-	-
			3º trim	10	11	110%	10	11	110%	10	13	130%	10	11	110%	8	8	100%
			4º trim	7	7	100%	7	7	100%	7	6	86%	7	7	100%	5	5	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>103%</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>
49	Público Presente [Mínimo]	Indicador de Resultado	1º trim	570	735	129%	570	868	152%	570	730	128%	380	909	239%	-	-	-
			2º trim	4.380	3.041	69%	4.920	3.297	67%	6.250	2.547	41%	2.810	3.190	114%	-	-	-
			3º trim	4.380	3.442	79%	4.920	5.540	113%	6.250	3.103	50%	2.810	2.722	97%	900	1.580	176%
			4º trim	4.380	5.142	117%	4.500	4.507	100%	6.240	7.204	115%	2.810	2.964	105%	900	900	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>13.710</b>	<b>12.360</b>	<b>90%</b>	<b>14.910</b>	<b>14.212</b>	<b>95%</b>	<b>19.310</b>	<b>13.584</b>	<b>70%</b>	<b>8.810</b>	<b>9.785</b>	<b>111%</b>	<b>1.800</b>	<b>2.480</b>	<b>138%</b>
50	EXIBIÇÃO DE FILMES	Indicador de Produto	1º trim	15	15	100%	15	15	100%	15	16	107%	15	16	107%	-	-	-
			2º trim	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	-	-	-
			3º trim	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	15	15	100%
			4º trim	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	35	35	100%	15	15	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>120</b>	<b>121</b>	<b>101%</b>	<b>120</b>	<b>121</b>	<b>101%</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>
51	Público Presente [Mínimo]	Indicador de Resultado	1º trim	230	577	251%	230	909	395%	230	600	261%	230	582	253%	-	-	-
			2º trim	520	951	183%	520	1.440	277%	520	1.874	360%	520	1.546	297%	-	-	-
			3º trim	520	1.634	314%	520	1.284	247%	520	1.289	248%	520	1.583	304%	220	450	205%
			4º trim	520	1.793	345%	520	1.559	300%	520	848	163%	520	848	163%	220	481	219%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1.790</b>	<b>4.955</b>	<b>277%</b>	<b>1.790</b>	<b>5.192</b>	<b>290%</b>	<b>1.790</b>	<b>4.611</b>	<b>258%</b>	<b>1.790</b>	<b>4.559</b>	<b>255%</b>	<b>440</b>	<b>931</b>	<b>212%</b>
52	FESTIVAIS	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	-	-	-
			3º trim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	100%
			4º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>
53	Público Presente [Mínimo]	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			2º trim	400	1.102	276%	400	471	118%	400	589	147%	400	1.209	302%	-	-	-
			3º trim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	400	462	116%
			4º trim	400	1.793	448%	400	400	100%	400	1.102	276%	400	1.102	276%	400	1.184	296%
			<b>META ANUAL</b>	<b>800</b>	<b>2.895</b>	<b>362%</b>	<b>800</b>	<b>871</b>	<b>109%</b>	<b>800</b>	<b>1.691</b>	<b>211%</b>	<b>800</b>	<b>2.311</b>	<b>289%</b>	<b>800</b>	<b>1.646</b>	<b>206%</b>

**Item 45** - Disponibilidade de espaço e equipamento: Meta superada na Fábrica de Cultura Curuçá 15%, Sapopemba 92%, Itaim Paulista 2%, Belém 73% e Cidade Tiradentes 4% no 4º trimestre, devido à grande procura da comunidade local para a realização de ensaios e gravações musicais em nosso estúdio de som. Desta maneira a meta anual também foi superada. É importante destacar que esta ação não compromete o orçamento, visto que o equipamento e espaços estão disponíveis para utilização.

**Item 46** - Apresentações CFC Pq. Belém - Meta superada em 28% no 4º trimestre em decorrência da grande procura dos grupos locais para realizações de suas apresentações aos finais de semana. Meta não compromete a previsão orçamentária, pois tratam-se de apresentações espontâneas, sem pagamento de cachê.

**Público Presente:** A meta de público presente dos itens 47, 49 (Fábricas Cidade Tiradentes e Pq. Belém), 51 e 53 foram superadas devido a grande procura das comunidades nos eventos realizados. A redução de público apresentada nas Fábricas de Vila Curuçá, Sapopemba e Itaim Paulista, no item 49, ocorreu principalmente pela redução dos eventos que aconteciam no período noturno.

**FÁBRICA ABERTA**

Nº	Ações	PERÍODO 2016	Previsto	Realizado		ICM%
54	PROMOVER FESTIVAIS	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-
			2º trim	1	-	0%
		Nº de Eventos	3º trim	1	-	0%
			4º trim	2	1	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>
55	PROMOVER FESTIVAIS	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-
			2º trim	1.500	-	0%
		Público Presente [Mínimo]	3º trim	1.500	-	0%
			4º trim	3.000	1.484	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>6.000</b>	<b>1.484</b>	<b>0%</b>
56	PALESTRA DE INCLUSÃO AO MERCADO DE TRABALHO	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Quantidade de Palestras oferecidas	3º trim	-	-	-
			4º trim	1	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
57	PALESTRA DE INCLUSÃO AO MERCADO DE TRABALHO	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Aprendizes Beneficiados (mínimo)	3º trim	-	-	-
			4º trim	250	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>250</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
58	REALIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TEATRO E DANÇA	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Quantidade de Espetáculos	3º trim	1	4	0%
			4º trim	1	4	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>0%</b>
59	REALIZAÇÃO DE ESPETÁCULOS DE TEATRO E DANÇA	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Público Presente [Mínimo]	3º trim	250	4.805	0%
			4º trim	250	2.732	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>500</b>	<b>7.537</b>	<b>0%</b>
60	WORKSHOPS/ PALESTRAS	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Nº de Eventos	3º trim	2	2	0%
			4º trim	3	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0%</b>
61	WORKSHOPS/ PALESTRAS	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Público Presente [Mínimo]	3º trim	500	125	0%
			4º trim	750	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1.250</b>	<b>125</b>	<b>0%</b>
62	PREMIAÇÃO PARA OS FESTIVAIS	Indicador de Produto	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Quantidade de Prêmios	3º trim	-	-	-
			4º trim	2	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
63	PREMIAÇÃO PARA OS FESTIVAIS	Indicador de Resultado	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
		Apresentações de aprendizes premiados	3º trim	-	-	-
			4º trim	2	-	0%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

Estas metas foram condicionadas a parcerias e captações que ocorrem ao longo de 2016. Pelo princípio da economicidade realizamos as metas para Fábrica aberta (itens 46 ao 53) também através de Captação. Desta maneira, estas metas não se realizaram em sua integralidade pois não houve parcerias suficientes para realização das mesmas.



**ESTIMATIVA DE PÚBLICO**

Nº	FÁBRICA DE CULTURA	INDICATIVO DE RESULTADO	1º trimestre 2016			2º trimestre 2016			3º trimestre 2016			4º trimestre 2016			META ANUAL 2016		
			Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%	Previsto	Realizado	ICM%
64	CFC VILA CURUÇÁ	Atendimento (Biblioteca)	700	1.587	227%	2.400	2.384	99%	2.400	1.990	83%	2.300	3.489	152%	7.800	9.450	121%
65		Atendimento (Formação)	9.000	9.373	104%	21.900	20.238	92%	21.900	21.246	97%	18.800	18.625	99%	71.600	69.482	97%
66		Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	1.900	5.130	270%	11.500	12.178	106%	11.100	10.744	97%	11.500	21.761	189%	36.000	49.813	138%
67	CFC SAPOPEMBA	Atendimento (Biblioteca)	600	1.319	220%	2.500	2.137	85%	3.000	1.670	56%	2.500	1.580	61%	8.700	6.706	77%
68		Atendimento (Formação)	9.300	10.408	112%	22.000	23.937	109%	22.000	20.795	95%	20.000	17.594	88%	73.300	72.734	99%
69		Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	2.200	8.169	371%	13.040	13.622	104%	12.640	14.024	111%	12.620	21.351	169%	40.500	57.166	141%
70	CFC ITAIM PAULISTA	Atendimento (Biblioteca)	1.500	1.986	132%	3.400	4.112	121%	4.900	3.649	74%	3.900	3.038	78%	13.700	12.785	93%
71		Atendimento (Formação)	9.300	10.055	108%	21.800	21.791	100%	21.800	20.759	95%	21.500	16.727	78%	74.400	69.332	93%
72		Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	2.700	5.452	202%	17.370	12.521	72%	16.970	14.166	83%	17.360	22.251	128%	54.400	54.390	100%
73	CFC CIDADE TIRADENTES	Atendimento (Biblioteca)	1.400	2.444	175%	3.400	5.232	154%	5.300	5.339	101%	4.600	4.534	99%	14.700	17.549	119%
74		Atendimento (Formação)	6.900	8.070	117%	16.400	18.139	111%	16.000	17.969	112%	14.900	15.855	106%	54.200	60.033	111%
75		Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	1.160	4.396	379%	6.680	12.955	194%	6.280	8.281	132%	6.680	17.355	260%	20.800	42.987	207%
76	CFC PARQUE BELÉM	Atendimento (Biblioteca)	-	-	-	-	-	-	1.500	2.022	135%	2.000	1.459	73%	3.500	3.481	99%
77		Atendimento (Formação)	-	-	-	-	-	-	16.500	17.361	105%	15.000	14.838	99%	31.500	32.199	102%
78		Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	-	-	-	-	-	-	4.320	8.340	193%	4.320	12.104	280%	8.640	20.444	237%

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO**

Nº	Ações	Indicador de Produtos	PERÍODO 2016	SETOR A		
				Previsto	Realizado	ICM%
79	CAMPANHA COM MATERIAIS IMPRESSOS	Nº de Cartazes / Flyers / Folders distribuídos	1º trim	22.560	19.087	85%
			2º trim	68.200	41.494	61%
			3º trim	66.050	58.784	89%
			4º trim	87.370	53.372	61%
			<b>META ANUAL</b>	<b>244.180</b>	<b>172.737</b>	<b>71%</b>
80	CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DE MÍDIAS DIGITAIS	Nº de Campanhas	1º trim	121	135	112%
			2º trim	263	360	137%
			3º trim	259	270	104%
			4º trim	262	313	119%
			<b>META ANUAL</b>	<b>905</b>	<b>1.078</b>	<b>119%</b>
81	PRODUÇÃO DE CD DE ÁUDIO	Nº de CD's produzidos	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
			3º trim	-	-	-
			4º trim	2.000	2.000	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>2.000</b>	<b>2.000</b>	<b>100%</b>
82	PRODUÇÃO DE DVD de Vídeo	Nº de DVD's produzidos	1º trim	-	-	-
			2º trim	-	-	-
			3º trim	-	-	-
			4º trim	1.200	1.200	100%
			<b>META ANUAL</b>	<b>1.200</b>	<b>1.200</b>	<b>100%</b>

**Ação n° 79:** Meta realizada em 61% no 4º trimestre/71% no anual, como estratégia de redução de custos na produção de cartazes, efetuamos mais campanhas de divulgação em mídias digitais.

**Ação n° 80:** Meta superada em 19% no 4º trimestre pois, devido redução orçamentária foram realizadas maiores divulgações nas mídias digitais, alcançando um público mais diversificado para as atividades das Fábricas de Cultura.

PERFIL DO PÚBLICO E QUALIDADE DE SERVIÇOS PRESTADOS

Nº	Ação	Indicador de Produtos	PERÍODO 2016	VILA CURUÇA		ICM%	SAPOPEMBA		ICM%	ITAIM PAULISTA		ICM%	CIDADE TIRADENTES		ICM%	PARQUE BELÉM		ICM%	
				Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		Previsto	Realizado		
83	Pesquisa Qualitativa de Público e Qualidade dos Serviços Prestados	Nº de Pesquisas [Quant. De Questionários]	1º trim	100	266	266%	100	331	331%	100	348	348%	100	310	310%	-	-	-	
			2º trim	200	234	117%	200	208	104%	200	281	141%	200	302	151%	-	-	-	
			3º trim	200	202	101%	200	281	141%	200	321	161%	200	202	101%	200	249	125%	-
			4º trim	200	218	109%	200	374	187%	200	312	156%	200	322	161%	200	273	137%	-
			<b>META ANUAL</b>	<b>700</b>	<b>920</b>	<b>131%</b>	<b>700</b>	<b>1.194</b>	<b>171%</b>	<b>700</b>	<b>1.262</b>	<b>180%</b>	<b>700</b>	<b>1.136</b>	<b>162%</b>	<b>400</b>	<b>522</b>	<b>131%</b>	-
84	Pesquisas	Indicador de Resultados Relatório com os Resultados das Pesquisas	1º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	-	-	-	
			2º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	
			3º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	
			4º trim	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	1	1	100%	
			<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	-

A pesquisa qualitativa é aplicada em um determinado período dentro de cada trimestre, em que as pessoas podem, espontaneamente, responder. A Organização Social zela para que não sejam realizadas menos pesquisas do que o mínimo previsto, contudo não exclui da sua tabulação nenhuma das pesquisas respondidas.

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS**

<b>Ação</b>	<b>Indicador</b>	<b>Meta 2016</b>	<b>Realizado 2016</b>
CAPTAÇÃO DE RECURSOS	CAPTAR RECURSOS	<b>R\$ 25.127.831</b>	<b>R\$ 25.354.148</b>
		1,93% sobre Repasse	1,73%
		<b>R\$ 484.967</b>	<b>R\$ 437.964</b>
		<b>ICM %</b>	<b>90%</b>

**Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado - Exercício 2016**  
**Contrato de Gestão CG 01/2016 - FÁBRICAS DE CULTURA SETOR A**  
**CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL - ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**

RECEITAS	Orçamento Previsto Anual	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	Realizado 3º trimestre	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	Realizado 4º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 4º Trimestre	% Realizado Ano 2016
<b>1. Repasse do Contrato de Gestão</b>	24.286.855	3.402.826	6.046.711	12.404.610	1.000.000	1.500.000	1.000.000	3.500.000	25.354.148	14%	104%
Saldo do Exercício anterior	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>2. Captação de recursos (patrocínio, leis de incentivo, convênios, doação, etc.)</b>	485.737	-	180.392	124.794	106.385	551	25.841	132.778	437.964	27%	90%
<b>3. Receitas financeiras</b>	900.387	41.292	137.008	230.042	95.075	79.984	66.752	241.811	650.153	27%	72%
<b>TOTAL DE RECEITAS VINCLADAS AO CG</b>	<b>25.672.979</b>	<b>3.444.118</b>	<b>6.364.111</b>	<b>12.759.446</b>	<b>1.201.460</b>	<b>1.580.535</b>	<b>1.092.594</b>	<b>3.874.589</b>	<b>26.442.265</b>	<b>15%</b>	<b>103%</b>
DESPESAS vinculadas ao Contrato de Gestão	Despesas Previstas	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	Realizado 3º trimestre	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	Realizado 4º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 4º Trimestre	% Realizado Ano 2016
<b>1. Gestão Operacional</b>	19.266.370	2.311.833	6.415.262	5.827.169	2.061.243	1.481.988	2.352.331	5.895.562	20.449.825	31%	106%
<b>1.1 Recursos Humanos</b>	15.892.405	2.156.737	5.646.963	4.987.219	1.783.578	1.193.731	2.054.810	5.032.119	17.823.037	82%	112%
1.1.1 Salários, encargos e benefícios, inclusive seguros	15.892.405	2.156.737	5.646.963	4.987.219	1.783.578	1.193.731	2.054.810	5.032.119	17.823.037	82%	112%
1.1.1.1 Dirigentes - CLT	416.220	39.198	270.955	10.507	-	-	-	-	299.646	0%	72%
1.1.1.1.1 Área Fim	416.220	39.198	184.133	-	-	-	-	-	223.331	0%	54%
1.1.1.1.2 Área Meio	-	-	86.822	-	-	-	-	-	76.315	-	-
1.1.1.2 Demais Empregados - CLT	15.375.111	2.103.360	5.343.399	4.954.168	1.772.346	1.181.211	2.037.206	4.990.763	17.391.690	32%	113%
1.1.1.2.1 Área Fim	14.461.346	1.788.515	4.476.907	4.541.979	1.679.509	1.087.446	1.883.268	4.650.222	15.457.523	32%	107%
1.1.1.2.2 Área Meio	913.765	314.844	866.492	412.190	92.837	93.765	153.939	340.540	1.934.067	37%	212%
1.1.3 Estagiários	16.889	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%
1.1.3.1 Área Fim	16.889	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%
1.1.3.2 Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.4 Monitores Aprendizes	84.184	14.179	32.609	43.557	11.232	12.520	17.604	41.356	131.701	49%	156%
1.1.4.1 Área Fim	84.184	14.179	32.609	43.557	11.232	12.520	17.604	41.356	131.701	49%	156%
1.1.4.2 Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>1.2 Prestadores de serviços de área meio</b>	3.373.965	155.096	768.299	839.950	277.665	288.256	297.521	863.443	2.626.788	26%	78%
1.2.1 Limpeza	1.256.453	107.023	298.317	335.924	111.975	111.975	111.975	335.924	1.077.187	27%	86%
1.2.2 Vigilância / portaria / segurança	1.634.110	27.538	394.414	384.887	137.901	137.901	137.901	413.704	1.220.544	25%	75%
1.2.3 Assessoria jurídica	47.913	-	5.250	7.630	2.940	2.940	2.940	8.820	21.700	18%	45%
Informática	25.000	-	6.490	7.327	2.521	2.521	2.521	7.563	21.379	30%	86%
Assessoria administrativa / RH	154.601	11.113	34.761	37.275	11.568	16.960	16.274	44.802	127.951	29%	83%
Assessoria Contábil	144.919	9.100	27.300	31.200	10.400	15.600	15.650	41.650	109.250	29%	75%
Auditoria Independente	110.968	-	-	34.650	-	-	9.900	9.900	44.550	9%	40%
1.2.7 Outros	-	322	1.767	-	360	360	360	1.080	4.226	-	-
<b>2 Custos Administrativos Institucionais</b>	1.598.515	97.652	390.723	399.979	131.951	160.476	141.388	433.813	1.322.166	27%	83%
2.1 Locação de imóveis/veículos	342.104	8.197	71.827	60.504	22.856	23.002	22.394	68.252	208.779	20%	61%
2.2 Utilidades públicas	569.005	48.664	190.721	181.113	54.572	58.307	69.655	182.534	603.031	32%	106%
2.3 Material de consumo, escritório e limpeza	301.498	28.062	38.355	52.630	19.729	16.049	24.015	59.792	178.839	20%	59%
2.4 Viagens e Estadas	-	-	115	-	-	-	7	7	123	-	-
2.5 Ações de capacitação interna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.6 Ações de desenvolvimento institucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.7 Ajuda de custo para conselheiros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.8 Despesas tributárias e financeiras	312.150	5.274	46.789	44.899	14.285	55.141	15.460	84.886	181.848	27%	58%
2.9 Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	73.758	5.344	17.970	19.168	10.209	6.163	6.197	22.569	65.052	31%	88%
2.10 Uniformes e EPis	-	-	4.197	65	-	-	3.525	-	7.787	-	-
2.11 Equipamentos e mobiliário	-	-	18.096	-	-	-	-	-	18.096	-	-
2.12 Outros	-	2.112	2.653	41.601	10.300	1.815	132	12.247	58.612	-	-
<b>3 Edificações</b>	456.168	16.113	80.897	171.080	41.793	45.406	50.719	137.918	405.918	30%	89%
3.1 Conservação e manutenção de edificações	428.167	13.353	74.003	142.345	39.731	38.737	46.934	125.402	355.103	29%	83%
3.2 Projetos / obras civis / benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.3 Sist. Segurança / AVCB / Automação predial	-	-	7.108	6.133	1.600	1.600	1.600	4.800	18.041	-	-
3.4 Seguros predial, incêndio, multirrisco	28.001	2.222	2.222	181.113	-	2.418	1.703	4.121	4.121	15%	15%
3.5 Equipamentos e Implementos	-	-	-	14.060	-	2.189	-	2.189	16.249	-	-
3.6 Outras despesas / Adequação das áreas de trabalho	-	538	1.918	8.541	462	462	481	1.406	12.405	-	-
<b>4 Programas de Trabalho da Área Fim</b>	2.477.260	96.032	592.356	495.848	255.789	212.921	225.658	694.368	1.876.603	28%	76%
4.1 Biblioteca	101.116	6.942	7.792	18.440	12.775	1.100	9.541	23.416	56.590	23%	56%
4.1.1 Aquisição de acervo	54.447	6.942	4.593	8.727	6.507	-	1.365	7.872	28.135	14%	52%
4.1.2 Programação Cultural	46.669	-	2.400	5.480	6.000	600	6.000	12.600	20.480	27%	44%
4.1.3 Outras despesas (eventos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.1.4 Investimentos	-	-	799	4.233	267	500	2.177	2.944	7.975	-	-
<b>Serviço Educativo</b>	1.199.573	61.909	208.260	285.043	108.578	114.305	150.273	373.156	928.369	31%	77%
Projeto Espetáculo	278.776	3.864	9.978	26.217	21.202	24.869	23.848	69.919	109.978	25%	39%
Ateliês e Trilhas	327.433	4.866	19.352	23.240	5.000	5.251	5.000	15.251	62.710	5%	19%
4.2.4 Outras despesas (lanches, materiais e transportes)	588.764	51.893	142.900	196.326	65.439	72.083	110.074	247.596	638.714	42%	108%
4.2.4.1 Lanches	412.135	39.950	135.763	158.647	50.218	58.959	65.879	175.056	509.417	42%	124%
4.2.4.2 Materiais	66.197	11.943	7.136	37.679	1.221	14.24	25.195	30.540	87.298	46%	132%
4.2.4.3 Transporte (Saídas pedagógicas)	110.433	-	-	-	14.000	9.000	19.000	42.000	42.000	38%	38%
4.2.5 Projetos Especiais	4.600	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%
4.2.6 Programação Cultural na Comunidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.2.7 Investimentos	-	1.286	36.030	39.261	16.937	12.103	11.351	40.390	116.967	-	-
<b>4.3 Programação Cultural: Fábrica Aberta e Teatro</b>	1.176.571	27.180	376.304	192.964	134.436	97.516	65.844	297.796	893.645	25%	76%
4.3.1 Eventos esporádicos	19.687	982	-	982	-	-	-	-	-	0%	0%
4.3.2 Programação Cultural (Fábrica Aberta)	561.478	15.625	280.273	139.430	109.266	65.905	40.456	215.627	650.955	38%	116%
4.3.3 Outras despesas (transporte e lanches)	595.407	10.574	91.634	53.136	24.920	31.611	25.388	81.918	237.262	14%	40%
4.3.4 Investimentos	-	-	4.397	780	251	-	-	251	5.427	-	-
<b>5 Programa de Comunicação</b>	174.586	12.269	49.436	48.396	13.243	16.665	11.424	41.332	151.433	24%	87%
5.1 Site, redes sociais e materiais gráficos	174.586	12.269	49.436	48.396	13.243	16.665	11.424	41.332	151.433	24%	87%
5.2 Assessoria de imprensa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.3 Publicidade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.4 Outras despesas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>6 Provisão para Conta de Reserva</b>	1.457.211	204.159	-	-	-	-	-	-	204.159	0%	14%
<b>7 Provisão para Conta de Contingência</b>	242.869	479.361	-	586.036	-	-	-	-	1.065.398	0%	439%
<b>TOTAL DE DESPESAS VINCLADAS AO CG</b>	<b>25.672.979</b>	<b>3.217.419</b>	<b>7.528.584</b>	<b>7.528.507</b>	<b>2.504.019</b>	<b>1.917.456</b>	<b>2.781.518</b>	<b>7.202.993</b>	<b>25.477.502</b>	<b>28%</b>	<b>99%</b>
<b>Depreciação</b>	-	264.880	585.220	678.766	193.844	182.879	187.622	564.345	2.093.211	-	-
<b>Baixa de Imobilizado</b>	-	-	1.568	283	-	-	-	-	1.852	-	-
<b>Gratuidades - Serviços Voluntários</b>	-	-	957	2.239	545	440	729	1.713	4.909	-	-
Reembolsos e descontos obtidos	-	-	5	21.263	2	14.034	4.154	18.191	39.459	-	-
Outras Receitas Operacionais	-	31.970	-	-	-	-	-	-	31.970	-	-
<b>Total de Despesas do Plano de Trabalho 2016</b>	<b>25.672.979</b>	<b>3.217.419</b>	<b>7.528.584</b>	<b>7.528.507</b>	<b>2.504.019</b>	<b>1.917.456</b>	<b>2.781.518</b>	<b>7.202.993</b>	<b>25.477.502</b>	-	-
<b>Total de Receitas do Plano de Trabalho 2016</b>	<b>25.672.979</b>	<b>3.476.088</b>	<b>6.364.116</b>	<b>12.780.709</b>	<b>1.201.463</b>	<b>1.584.570</b>	<b>1.096.747</b>	<b>3.892.780</b>	<b>26.514.694</b>	-	-

Observações: As divergências entre o Relatório Orçado X Realizado e o Relatório Síntetico de RH são compostas pelas provisões trabalhistas de 13º salário e Férias.

## Informações e Análises do Acompanhamento Orçamentário de 2016

Apresentamos abaixo comentários quanto à execução orçamentária do exercício de 2016:

### RECEITAS DO CONTRATO DE GESTÃO

#### 1) Receitas Financeiras e não financeiras

Em 2016 estruturamos a área de Captação da OS, que trabalhou fortemente estreitando laços com os parceiros já existentes, além de já estar captando através de novas parcerias, ação esta que já gerou para as Fábricas de Cultura do Setor A em 2016 uma receita com captação de R\$ 438 mil.

	2016		
	Previsto	Realizado	D%
Repasses	24.286.855	25.354.148	104%
Captação*	485.737	437.964	90%

\*Patrocínio, leis de incentivo, convênios, parcerias e etc.

Diante da atual conjuntura econômica a OS tem priorizado a ampliação e a diversificação de fontes de receitas, sempre focando na continuidade operacional do Contrato de Gestão e na realização das metas propostas.

### DESPESAS ATRELADAS À EXECUÇÃO DO CONTRATO DE GESTÃO

#### 2) Recursos Humanos

	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
<b>RECURSOS HUMANOS - TOTAL</b>	<b>15.892.405</b>	<b>17.823.037</b>	<b>112%</b>
Dirigentes - CLT	416.221	299.646	72%
Demais Empregados - CLT	15.375.111	17.391.690	113%
Estagiários	16.889	-	0%
Monitores Aprendiz	84.184	131.701	156%

Em 2016 a OS Catavento procedeu com uma forte readequação de quadro de funcionários, que ocorreu entre os meses de janeiro a abril/2016. Desta maneira a execução das atividades regulares das Fábricas de Cultura Setor A foram priorizadas, o orçamento previsto não foi impactado com uma variação superior a 25% e os índices pactuados conforme cláusula segunda, item 9 do contrato de gestão foram preservados.

### 3) Prestadores de Serviços

	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
<b>PRESTADORES DE SERVIÇOS</b>	<b>3.373.965</b>	<b>2.626.788</b>	<b>78%</b>
Limpeza	1.256.453	1.077.187	86%
Vigilância/Portaria/Segurança	1.634.110	1.220.544	75%
Jurídica	47.913	21.700	45%
Informática	25.000	21.379	86%
Administrativa/RH	154.601	127.951	83%
Contábil	144.919	109.250	75%
Auditoria	110.968	44.550	40%
Outros	-	4.227	-

Acima destacamos as rubricas que mais impactam o grupo de custos com prestadores de serviços, e assim como todas as frentes passíveis de economia, a OS Catavento manteve sua gestão focada em preservar ao máximo as metas pactuadas para o exercício de 2016, que são o objetivo fim do programa.

Nos grandes contratos como de limpeza e segurança, que representam maior custo dentre as rubricas apresentadas acima, conseguimos renegociar esses contratos com uma redução de custos a partir do remanejamento de alguns postos de trabalho sem prejuízo a operação.

Fazendo frente ao princípio constitucional da economicidade nas despesas públicas, a OS preservou o orçamento não apresentando alteração expressiva inferior a 75% do estimado inicialmente para o grupo de despesas apresentado acima.

### 4) Custos Administrativos

	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
<b>CUSTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>1.598.515</b>	<b>1.322.166</b>	<b>83%</b>
Locação de veículos	342.103	208.779	61%
Utilidades Públicas - Água, telefone, internet, energia	569.005	603.031	106%
Viagens e Estadias	-	123	-
Material de consumo, escritório e limpeza	301.498	178.839	59%
Despesas Tributárias e financeiras	312.150	181.848	58%
Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	73.758	65.052	88%
Uniformes e EPIs	-	7.787	-
Equipamentos e Mobiliários	-	18.096	-
Outros	-	58.612	-

No grupo de custos administrativos, a OS Catavento envidou esforços para redução dos custos com locação de veículos, que comparado com o ano de 2015 conseguimos uma redução média de 40%. Os esforços para economia das utilidades públicas permaneceram constantes, porém em 2016 as contas de luz e água sofreram reajustes de em média 15% e 10% respectivamente.

As despesas tributárias, que se refere basicamente ao IR sobre aplicação financeira, apresentou uma variação inferior a 75% do estimado inicialmente, pois o montante aplicado foi significativamente impactado pelo maior fracionamento dos repasses durante o exercício.

Dentre todas as variações apresentadas, a OS Catavento fez frente ao princípio constitucional da economicidade nas despesas públicas, preservando o orçamento não apresentando alteração expressiva inferior a 75% do estimado inicialmente para o grupo de despesas apresentado acima.

## 5) Edificações

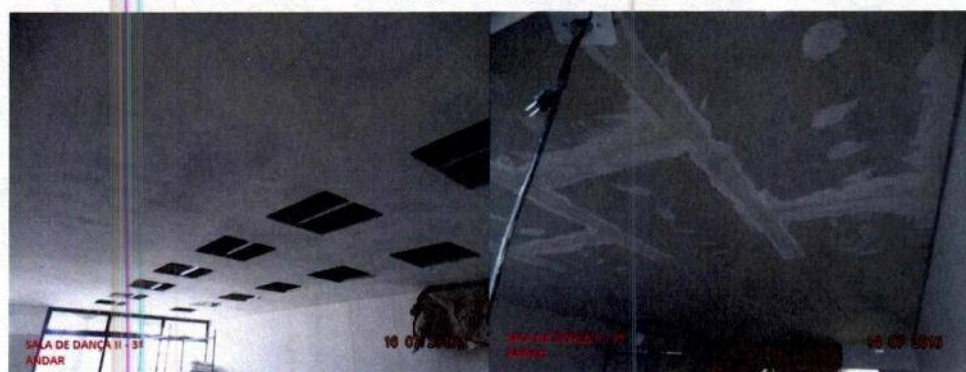
	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
<b>EDIFICAÇÕES</b>	456.168	405.918	89%

Em 2016, houve várias ações para conservação e manutenção da estrutura das Fábricas, sempre como:

- ➔ Fábrica de Cultura Itaim Paulista: Substituição de lâmpadas, instalação de plugues tomada e pintura;
- ➔ Fábrica de Cultura Vila Curuçá: Manutenção preventiva da cabine primária, substituição de lâmpadas, instalação de plugues de tomada e instalação e impermeabilização do Forro de gesso;



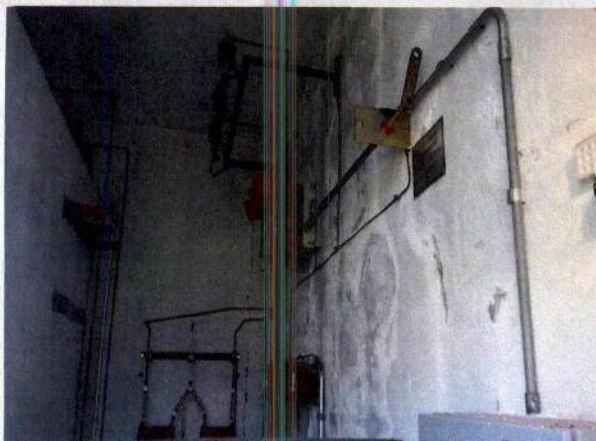
Forro dos corredores



Forro das Salas de Dança

- ➔ Fábrica de Cultura Parque Belém: Impermeabilização, repintura interna e manutenção nas cabines de energia da Fábrica e do Café Concerto.





Antes e Depois – Cabine de Energia da Fábrica



Antes e Depois – Cabine de Energia do Café Concerto

Fora as ações mencionadas acima, preservamos as manutenções preventivas de ar condicionado e elevadores.

Desta maneira, a OS Catavento fez frente ao princípio constitucional da economicidade nas despesas públicas, preservando o orçamento não apresentando alteração expressiva inferior a 75% do estimado inicialmente.

#### 6) Programas de Trabalho

	2016		
	Previsto	Realizado	Δ%
<b>PROGRAMAS DE TRABALHO - ÁREA FIM - TOTAL</b>	<b>2.477.260</b>	<b>1.878.604</b>	<b>76%</b>
Biblioteca	101.116	56.590	56%
Serviço Educativo	1.199.573	928.369	77%
Fábrica Aberta e Teatro	1.176.571	893.645	76%

Ao longo de 2016 e conforme informado a UGE através do ofício CATAVENTO DE nº 127/2016, a OS Catavento realizou inúmeras ações para redução do custo de operação das Fábricas de Cultura do Setor A, essas reduções foram necessárias, pois a OS tentou ao máximo preservar o atendimento dos aprendizes nos ateliês e ainda compensar a perda de receita financeira devido ao maior fracionamento dos repasses.

As ações de redução que impactaram as rubricas foram:

- ➔ Redução do atendimento no período noturno;
- ➔ Redução do valor de cachês pagos para espetáculos e eventos de finais de semana;
- ➔ Redução da formação continuada;
- ➔ Redução das saídas pedagógicas.

Apesar das reduções aplicadas conforme mencionada acima, o atendimento ao público das Fábricas de Cultura, não sofreu reduções expressivas, ou seja, o objetivo da OS de manter o máximo da operação possível foi alcançado.

FÁBRICA DE CULTURA	INDICATIVO DE RESULTADO	2015	2016	Variação%
		Realizado	Realizado	
CFC VILA CURUÇÁ	Atendimento (Biblioteca)	9.673	9.450	-2%
	Atendimento (Formação)	85.290	69.482	-19%
	Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	60.790	49.813	-18%
CFC SAPOEMBA	Atendimento (Biblioteca)	10.398	6.706	-36%
	Atendimento (Formação)	100.700	72.734	-28%
	Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	68.381	57.166	-16%
CFC ITAIM PAULISTA	Atendimento (Biblioteca)	16.681	12.785	-23%
	Atendimento (Formação)	94.054	69.332	-26%
	Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	80.638	54.390	-33%
CFC CIDADE TIRADENTES	Atendimento (Biblioteca)	17.236	17.549	2%
	Atendimento (Formação)	66.305	60.033	-9%
	Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	56.367	42.987	-24%
CFC PARQUE BELÉM	Atendimento (Biblioteca)	3.623	3.481	-4%
	Atendimento (Formação)	31.653	32.199	2%
	Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)	31.206	20.444	-34%

É importante destacar que a OS Catavento preservou o orçamento não apresentando alteração expressiva inferior a 75% do estimado inicialmente para o total de despesas previstas para execução dos programas. Isso foi possível graças ao forte trabalho da área de Captação que trouxe, em 2016, diversas parcerias para as Fábricas de Cultura que realizaram diversas atividades como: Espetáculos, Peças Teatrais, materiais para execução dos ateliês (colãs/sapatilhas) e livros para reposição do acervo das bibliotecas.

## CONCLUSÃO

As metas para 2016, constantes no Plano de Trabalho, Anexo II do Contrato de Gestão nº 01/2016, foram em sua maioria integralmente cumpridas, sendo todas executadas dentro da previsão orçamentária para o exercício, conforme demonstrado acima.

Finalizando, vale destacar que, em que pese às serias dificuldades econômicas as quais enfrenta o Brasil e, conseqüentemente, seus reflexos nos repasses financeiros da SEC, isso impactou diretamente nos rendimentos de aplicação financeira, fluxo de caixa e resultados do contrato de gestão.

Como resultado das significativas reduções feitas desde 2015 para a execução do Plano de Trabalho de 2016, a OS Catavento conseguiu manter o caixa necessário para fazer frente às despesas de janeiro/2017.

Nossa gestão financeira, sempre optou por uma posição conservadora, clara e transparente junto a UGE, o que foi decisivo para o sucesso do nosso principal objetivo que foi minimizar os impactos da crise e da conseqüente redução orçamentária imposta, preservando o funcionamento normal das Fábricas Cultura do Setor A.

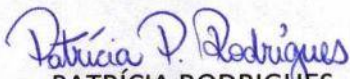
São Paulo, 22 de fevereiro de 2017.



ALBERTO DE LIMA  
DIRETOR EXECUTIVO



GISELE SILVA  
SUPERINTENDENTE ADM. FIN.



PATRICIA RODRIGUES  
PRESTAÇÃO DE CONTAS