



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2º QUADRIMESTRE 2025

FÁBRICAS DE CULTURA - SETOR A

UGE: DIRETORIA DE DIFUSÃO, FORMAÇÃO E LEITURA
CONTRATO DE GESTÃO 02/2020



Fábrica de
Cultura 4.0



RELATÓRIO DE ATIVIDADES DO 2º QUADRIMESTRE DE 2025

APRESENTAÇÃO

Durante o segundo quadrimestre de 2025, as **Fábricas de Cultura Setor A**, pertencentes à Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo e administradas pela Organização Social Catavento Cultural e Educacional, seguiram com as atividades previstas no Contrato de Gestão nº 02/2020, firmado com a Diretoria de Difusão, Formação e Leitura. As unidades Vila Curuçá, Sapopemba, Itaim Paulista, Parque Belém, Cidade Tiradentes, São Bernardo do Campo e Santos desenvolveram ações nas áreas de Formação Cultural, Fábrica Aberta, Captação de Recursos, Comunicação e Desenvolvimento Institucional e Edificações.

No período, importante destacar que não ocorreram ações para a Fábrica de Cultura de Ribeirão Preto, pois o equipamento encontra-se em fase de preparação para início das obras, onde foi elaborado o projeto executivo que prevê as instalações necessárias ao perfeito funcionamento de uma Fábrica de Cultura.

A área de **Formação Cultural** registrou no primeiro semestre 12.668 matrículas em 419 cursos regulares. Entre as novidades, destacou-se o curso de guitarra em Sapopemba, ampliado para Cidade Tiradentes diante da procura. O semestre encerrou-se com 409 apresentações de mostras de processo e formaturas, que mobilizaram 25.433 espectadores. Em julho, as oficinas de férias ofereceram 1.900 atividades para 9.800 participantes, incluindo 2.000 vagas destinadas ao Recreio nas Férias. Em Santos, as atividades ocorreram no prédio da Vila Nova Criativa, permitindo contato da comunidade com linguagens que serão ofertadas no próximo semestre, enquanto a Cadeia Velha passa por obras do restauro do seu telhado. Vale destacar que a edificação tem 100 anos e nunca teve manutenção em seu telhado.

O segundo semestre iniciou em agosto com 408 cursos e mais de 10.700 vagas, recebendo aprendizes e familiares em atividades artísticas e de acolhimento. Entre os destaques do período esteve o FabriTec, realizado em São Bernardo do Campo, que reuniu 3.000 participantes em 16 horas de atividades sobre tecnologia e economia criativa. As Fábricas também marcaram presença na Gamescom Latam 2025, no Anhembi, com jogos desenvolvidos por aprendizes, pitches e oficinas de ocarina e Hama Beads. Na Formação Continuada, equipes participaram da 36ª Bienal e de capacitação em inteligência artificial com a Caramelo Biônico, contrapartida ao patrocínio da IBM.

O Projeto Espetáculo promoveu encontros com Bel Santos Mayer, reforçando o tema “Literaturas do Brasil: o que eu não consigo dizer só com palavras”. O Musicando recebeu três master classes em Sapopemba, voltadas a orquestras e banda sinfônica, que em agosto se apresentou no SP2B, no Auditório Ibirapuera, para 800 pessoas. Complementando as ações, o workshop “Moda de Poder: Vista seu Super Poder”, de Gabi Maretti, atendeu 41 pessoas em São Bernardo e Cidade Tiradentes, e o Encontro de Moda das Fábricas, em Belém, reuniu desfiles, palestras com o SEBRAE e roda de conversa com estilistas.

Ao final do período, a Formação iniciou sua participação no projeto CultSP na Estrada, da Secretaria da Cultura, que promoverá a interiorização de ações já consolidadas na capital. As atividades começaram no Guarujá com cursos livres e o atendimento de um caminhão maker, que levou experiências de inovação e tecnologia.

A programação do **Fábrica Aberta**, da área de **Promoção e Articulação**, também foi intensa e somou milhares de atendimentos no período. O CultSP na Estrada levou atividades a Guarujá em julho e agosto, com contações de histórias e apresentações como “Histórias para todas as infâncias”, “Sobre as Ondas Pocket”, “Palhaça Meleca em O Mergulho”, “Com a Pulga Atrás da Orelha”, “Contrapeso e Pixushow – Circo Bem Bolado”, “Little Star – Trupe de Circo” e “Varieté Latino Americana”, reunindo aproximadamente 2.000 participantes. Já em agosto, as unidades celebraram os 60 anos da Jovem Guarda, com cinema, exposições, atividades de artes visuais e o projeto Colorindo nas Fábricas, que juntos somaram mais de 3.500 atendimentos. Espetáculos de dança e teatro também marcaram presença, como “Frida Kahlo Viva la Vida” (Cidade Tiradentes), “DePassagem”, “Vanilla Show” e “Pedra no Sapato” (São Bernardo do Campo) e “O Mundo Mágico de Pantrucas” (Sapopemba), assistidos por mais de 1.200 pessoas.

As unidades também receberam encontros com profissionais como Bruna Kherlakian (fotografia), Flávia Brunetti (moda e redes sociais) e Rosângela de Paula (cultura afro-brasileira e tropicalismo). Já o especial Rock nas Fábricas de Cultura apresentou a exposição “O Rock que Habla Español” da fotógrafa Malu Campello, a palestra de Clemente Tadeu do Nascimento e a apresentação musical “Violões em Fúria” em Vila Curuçá, com público superior a 600 pessoas. As ações itinerantes incluíram o projeto Minha Primeira Historinha, realizado em CEIs e EMEIs, e o Rolê Lovers, que levou públicos a exposições e musicais no centro da capital, como o espetáculo “Sonho Encantado de Cordel” e a mostra “Andy Warhol Pop Art”, envolvendo mais de 1.000 beneficiários diretos.

As exposições itinerantes celebraram o Mês do Rock em julho, com mostras em espaços como Biblioteca Affonso Taunay, Rádio Kiss FM e Mercado Municipal, e os 60 anos da Jovem Guarda em agosto, com a exposição “Arte do Grafite”, que reuniu 18 grafiteiros em locais como o Teatro Sérgio Cardoso, Mercado Municipal e Roda Rico. No conjunto, essas exposições itinerantes alcançaram público superior a 15.000 visitantes.

No programa de **Gestão Administrativa**, a área de **Captação de Recursos e Parcerias** apresentou avanços importantes. O projeto CIEE em Movimento percorreu cinco unidades e beneficiou 89 jovens. O Programa Guri realizou apresentações em Vila Curuçá, Sapopemba e Belém, reunindo 336 espectadores. Projetos contemplados em editais também enriqueceram a programação: o espetáculo “Prelúdio de uma vida inteira”, pelo VAI, reuniu 255 pessoas em Vila Curuçá e Itaim Paulista; o projeto “Visuais Plurais e Roda de Conversa”, pelo PNAB, envolveu 317 participantes em Itaim Paulista; e o projeto “Evolução Sonora: Black Music e Tecnologia”, também pelo PNAB, promoveu oficinas em Santos para 22 pessoas com o DJ Mamuth. Houve ainda continuidade da captação pela

Lei de Incentivo à Cultura, com aporte de R\$ 105.574,83 em junho, referente ao Plano Biannual de Atividades 2024/2025, patrocinado pela IBM Brasil.

A área de **Comunicação e Desenvolvimento Institucional** registrou crescimento consistente no ambiente digital. Entre maio e agosto de 2025, as oito contas conquistaram 16.600 novos seguidores no Instagram e 364 no Facebook. As publicações alcançaram 3.823.537 pessoas, somaram 1.405.857 impressões, ultrapassaram 3.402.434 visualizações de vídeos e geraram 246.276 interações. O YouTube registrou 900 novos inscritos e 95.636 visualizações, enquanto o site www.fabricadecultura.org.br contabilizou 62.936 acessos únicos. Além disso, houve 481 inserções espontâneas em veículos de imprensa como Globo, Folha de S. Paulo e CNN.

O Programa de Edificações realizou diversas melhorias e manutenções nas unidades. Em Vila Curuçá houve substituição de bombas de recalque, readequação da sala de estúdio visual e pintura do estacionamento.

Em Sapopemba foram instalados projetor a laser, barra fixa em sala de balé, adequação estrutural no muro, substituição de espelho e implantação do Espaço Brincar.

No Itaim Paulista ocorreram a implantação de um novo jardim, a instalação de iluminação no teatro e a implantação do Espaço Brincar.

O Parque Belém recebeu revitalização do hall de entrada, reposição de fitas antiderrapantes e instalação de válvula de retenção.

Em Cidade Tiradentes destacaram-se a impermeabilização externa do teatro, reforma da entrada, instalação de suportes técnicos e grades no sistema de ar-condicionado, revitalização de salas, barras fixas em sala de balé e implantação do Espaço Brincar.

Já em São Bernardo do Campo foram instalados refletores no auditório e realizada a manutenção das tampas da caixa d'água.

Em Santos, foi dado início as obras de restauro do telhado e melhorias na infraestrutura do prédio (Cadeia Velha) onde estava instalada a Fábrica de Cultura, destacando-se a instalação de pisos elevados termoplásticos nas salas de aula. Devido ao fechamento do espaço para as obras, as atividades foram transferidas para dois novos espaços: Vila Criativa – Vila Nova e Casa das Culturas de Santos. Na Vila Criativa – Vila Nova foram realizadas algumas adaptações do espaço como: a subdivisão do primeiro andar em 4 espaços, com instalação de divisórias e esquadrias de vidro, o fechamento de alguns espaços para criação de áreas de depósitos e a manutenção do espaço como um todo, com a instalação de fitas antiderrapantes nos degraus e substituição de tampas de privada. Na Casa das Culturas não foi necessário realizar obras de adaptação, apenas ações de manutenção.

Por fim, em Ribeirão Preto foram executadas manutenções em telhados e calhas, ajustes na fiação elétrica e o desenvolvimento do projeto de implantação da unidade 4.0, incluindo soluções para as infiltrações na edificação.

A seguir, apresentaremos os resultados do 2º quadrimestre de 2025, com base na 3ª versão do 7º Termo de aditamento, enviado à Diretoria de Difusão, Formação e Leitura em 16 de junho de 2025.

QUADRO DE METAS

BIBLIOTECA/BIBLIOTECH

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|---|-----|------------------------|---|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 1 | Encontro de leitores, Oficinas, Saraus, Mediação de Leitura, Rodas de Conversa, Encontro com contadores de histórias, entre outros... [Híbrida] | 1.1 | Meta-Produto | Nº de Encontros | 1º quadrimestre | 658 | 672 | 102% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 628 | 642 | 102% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 628 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 1.914 | 1.314 | 69% |
| | | 1.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 6.875 | 9.030 | 131% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 6.300 | 8.041 | 128% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 6.300 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 19.475 | 17.071 | 88% |
| 2 | Aquisição de acervo | 2.1 | Meta-Produto | Itens adquiridos para Acervo Físico | 1º quadrimestre | 140 | 140 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 210 | 210 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 210 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 560 | 350 | 63% |
| | | 2.2 | Meta-Produto | Itens adquiridos para Acervo Digital | 1º quadrimestre | 574.000 | 574.000 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 574.000 | 574.000 | 100% |
| | | 2.3 | Meta-Resultado | Assinaturas Volantes e Equipamentos Logados | 1º quadrimestre | 735 | 735 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 735 | 735 | 100% |

Meta 1 - Encontro de leitores, Oficinas, Saraus, Mediação de Leitura, Rodas de Conversa, Encontro com contadores de histórias, entre outros... [Híbrida]_ Mensuração 1.2 - Público Presente [Mínimo]

FC CURUÇÁ, BELÉM e SANTOS: A superação da meta representa a adesão dos nossos aprendizes e frequentadores às atividades ofertadas pelas Bibliotechs. Importante citar que a superação não afetou a qualidade dos serviços prestados para os usuários e não onerou o orçamento das Fábricas, uma vez que as atividades foram realizadas pela equipe regular.

FC ITAIM PAULISTA: A superação da meta representa a adesão dos nossos aprendizes e frequentadores às atividades ofertadas pelas Bibliotechs. Importante citar que a

superação não afetou a qualidade dos serviços prestados para os usuários e não onerou o orçamento das Fábricas uma vez que as atividades foram realizadas pela equipe regular. Nas atividades realizadas online, no mês de julho, a “Atividade de internet: aventuras com vovós literárias”, contando com 51 participantes online e 1.204 visualizações.

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: A superação da meta representa a adesão dos nossos aprendizes e frequentadores às atividades ofertadas pelas Bibliotechs. Importante citar que a superação não afetou a qualidade dos serviços prestados para os usuários e não onerou o orçamento das Fábricas uma vez que as atividades foram realizadas pela equipe regular. Destacamos a atividade da Biblioteca pelo bairro, realizada no mês de maio, que contou com 200 participantes presenciais.

SAÍDAS PEDAGÓGICAS

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------|-----|------------------------|------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 3 | Saídas Pedagógicas | 3.1 | Meta-Produto | Quantidade de Saídas | 1º quadrimestre | 28 | 30 | 107% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 46 | 46 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 46 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 120 | 76 | 63% |
| | | 3.2 | Meta-Resultado | Nº de Participantes [Mínimo] | 1º quadrimestre | 840 | 911 | 108% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.380 | 1.569 | 114% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 1.380 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 3.600 | 2480 | 69% |

ATELIÊS DE CRIAÇÃO

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------|-----|------------------------|---|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 4 | ATELIÊS DE CRIAÇÃO | 4.1 | Meta-Produto | Total de Vagas | 1º quadrimestre | 6.131 | 6.131 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 6.131 | 6.091 | 99% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 12.262 | 12.222 | 100% |
| | | 4.2 | Meta-Resultado | Nº de Matriculados [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 6.131 | 6.304 | 103% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 6.131 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 12.262 | 6.304 | 51% |
| | | 4.3 | Meta-Produto | Total de Turmas com carga horária de 6 horas semanais | 1º quadrimestre | 232 | 232 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 232 | 233 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 464 | 465 | 100% |

Meta 4 – Ateliê de Criação _ Mensuração 4.2 - Nº de Matriculados [Mínimo]

FC SANTOS: A Fábrica de Cultura Santos, desde o início do mês de julho deste ano, iniciou o processo de obras e restauração do imóvel, e por essa razão, foram realizadas 02 parcerias com outros espaços na cidade, a Casa das Culturas de Santos (gerido pela Fundação Arquivo e Memória de Santos) e a Vila Criativa – Vila Nova (gerido pela Secretaria Municipal de Empreendedorismo, Economia Criativa e Turismo de Santos), para que os cursos, atividades da Bibliotech e demais ações de difusão possam ser

realizadas durante o período de obras, buscando gerar o menor impacto possível na dinâmica dos cursos e atividades ofertadas na unidade, sendo necessário, contudo, readequar a quantidade geral de vagas de alguns cursos para caberem nas dimensões de salas destes espaços.

FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO DE EQUIPE

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------------------------|-----|------------------------|---------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 5 | Formação e aperfeiçoamento de equipe | 5.1 | Meta-Produto | Nº de Atividades de Formação [Mínimo] | 1º quadrimestre | 28 | 28 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 28 | 28 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 28 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 84 | 56 | 67% |

PROJETO ESPETÁCULO

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------|-----|------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 6 | Projeto Espetáculo | 6.1 | Meta-Produto | Nº de Turmas | 1º quadrimestre | 7 | 7 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 7 | 7 | 100% |
| | | 6.2 | Meta-Produto | Nº de Vagas | 1º quadrimestre | 340 | 340 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 340 | 340 | 100% |
| | | 6.3 | Meta-Resultado | Nº de Matriculados [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 340 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 340 | - | - |
| | | 6.4 | Meta-Produto | Nº de Apresentações | 1º quadrimestre | 0 | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 56 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 56 | - | - |
| | | 6.5 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 0 | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 8.235 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 8.235 | - | - |

TRILHAS DE PRODUÇÃO

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|---|-----|------------------------|------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 7 | Trilha de Produção Curta Duração (mínimo de 16 hs/semestre) | 7.1 | Meta-Produto | Nº de Turmas [Presencial + Online] | 1º quadrimestre | 21 | 21 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 35 | 35 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 28 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 84 | 56 | 67% |
| | | 7.2 | Meta-Produto | Nº de Vagas [Mínimo] | 1º quadrimestre | 350 | 379 | 108% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 560 | 609 | 109% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 455 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 1.365 | 988 | 72% |
| | | 7.3 | Meta-Resultado | | 1º quadrimestre | 350 | 395 | 113% |

| | | | | | | | |
|--|--|--|-----------------------------|-------------------|--------------|--------------|------------|
| | | | Nº de Matriculados (mínimo) | 2º quadrimestre | 560 | 617 | 110% |
| | | | | 3º quadrimestre | 455 | - | - |
| | | | | META ANUAL | 1.365 | 1.012 | 74% |

Meta 7 - Trilha de Produção Curta Duração (mínimo de 16 hs/semestre)_ Mensuração 7.3 - Nº de Matriculados (mínimo)

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: A meta-resultado mínima de número de matriculados dos cursos de curta duração foi ultrapassado na Fábrica de Cultura São Bernardo do Campo no 2º quadrimestre. Uma vez que os cursos ofertados tiveram alta procura, como o de dança de salão por exemplo, para atender a lista de espera destes cursos, os aprendizes que não compareceram nas primeiras aulas foram cancelados, para que mais aprendizes pudessem ser contemplados. Esta estratégia faz com que na superação da meta não haja impactos no orçamento, uma vez que seu custo está vinculado a meta-produto, oferta de vagas, e não as metas-resultado.

TRILHAS DE PRODUÇÃO

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|---|-----|------------------------|-----------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 8 | Trilha de Produção Longa Duração (mínimo de 32 hs/semestre) | 8.1 | Meta-Produto | Nº de Turmas | 1º quadrimestre | 177 | 177 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 177 | 175 | 99% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 354 | 352 | 99% |
| | | 8.2 | Meta-Produto | Nº de Vagas [Mínimo] | 1º quadrimestre | 4693 | 4693 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 4693 | 4592 | 98% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 9386 | 9285 | 99% |
| | | 8.3 | Meta-Resultado | Nº de Matriculados (mínimo) | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 4693 | 5927 | 126% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 4693 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 9386 | 5927 | 63% |

Meta 8 - Trilha de Produção Longa Duração (mínimo de 32 hs/semestre)_ Mensuração 8.3 - Nº de Matriculados (mínimo)

FC ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES, PARQUE BELÉM, SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: As unidades superaram a meta prevista para o período, visto que os cursos ofertados tiveram alta procura e para atender a lista de espera destes cursos, os aprendizes que não compareceram nas primeiras aulas tiveram suas matrículas canceladas, para que os aprendizes da lista de espera pudessem ser contemplados, dando sequência no número de matriculados das turmas, sempre respeitando a quantidade de vagas disponíveis. Esta estratégia faz com que na superação da meta não haja impactos no orçamento.

MOSTRA DE PROCESSOS

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|---------------------|-----|------------------------|-------------------------|-----------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 9 | Mostra de Processos | 9.1 | Meta- Produto | Número de apresentações | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 409 | 409 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 409 | - | - |

| | | | | | | | |
|--|-----|-----------------|---------------------------|-------------------|---------------|---------------|-------------|
| | | | | META ANUAL | 818 | 409 | 50% |
| | 9.2 | Meta- Resultado | Público presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | 2º quadrimestre | 22.045 | 24.842 | 113% |
| | | | | 3º quadrimestre | 21.855 | - | - |
| | | | | META ANUAL | 43.900 | 24.842 | 57% |

Meta 9 - Mostra de Processos_Mensuração 9.2 - Público presente [Mínimo]

FC CURUÇÁ, ITAIM PAULISTA, SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: A superação nas unidades expressa o interesse dos aprendizes e do público geral em contemplar as apresentações e participações ativamente das atividades das Fábricas. A superação não impactou em custos adicionais para as Fábricas, uma vez que seu custo está vinculado a meta-produto, número de apresentações. Consideramos que a previsão desta meta é feita analisando-se a série histórica e que oscilações podem acontecer por fatores adversos e externos à Fábrica (chuva, clima, festividades, por exemplo), não impactando, contudo, o atingimento de um público relevante e muito envolvido em todas as unidades.

OFICINAS DE FÉRIAS

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|-------------------|------|------------------------|------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 10 | Oficina de Férias | 10.1 | Meta-Produto | Nº de Workshops [Mínimo] | 1º quadrimestre | 1.260 | 1.590 | 126% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.427 | 1.932 | 135% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 2.687 | 3.522 | 131% |
| | | 10.2 | Meta-Resultado | Nº de Participantes [Mínimo] | 1º quadrimestre | 6.900 | 8.557 | 124% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 7.310 | 9.820 | 134% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 14.210 | 18.377 | 129% |

Meta 10 - Oficina de Férias_Mensuração 10.1 - Nº de Workshops [Mínimo]

FC SAPOPEMBA, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES, SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: As unidades superaram a meta prevista para o 2º quadrimestre, devido a escala de férias dos educadores.

Vale ressaltar que todos os anos, diante dos resultados alcançados no mesmo período do ano anterior, a previsão para o próximo plano de trabalho é readequada, objetivando uma previsão cada vez mais assertiva e exequível.

A superação não impactou em custos adicionais para as Fábricas, pois as oficinas de férias são realizadas pelos educadores regularmente contratados, como parte de suas atribuições relacionadas a serviços educativos.

Meta 10 - Oficina de Férias_Mensuração 10.2 - Nº de Participantes [Mínimo]

FC SAPOPEMBA, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES e SÃO BERNARDO DO CAMPO: A meta foi superada indicando o interesse do público nas atividades ofertadas. A superação da meta não impactou em custos adicionais para a OS.

FC SANTOS: Na unidade de Santos, devido ao início das obras de restauração do prédio iniciadas em julho, as atividades de workshop das oficinas de férias foram impactadas, uma vez que esta meta ocorre exatamente no período de férias escolares (nos meses de julho e início de agosto no 2º quadrimestre). Por este motivo, a meta mínima não foi alcançada.

FÁBRICA ABERTA

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--|------|------------------------|---------------------------|-------------------|----------------|-----------------|-------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 11 | Disponibilizar Espaços E Equipamentos | 11.1 | Meta-Produto | Nº de Disponibilizações | 1º quadrimestre | 3.340 | 3.773 | 113% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 3.270 | 3.810 | 117% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 3.200 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 9.810 | 7.583 | 77% |
| 12 | Eventos (Encontros De Troca, Difusão Juvenil, Etc.) | 12.1 | Meta-Produto | Nº de Eventos | 1º quadrimestre | 1.080 | 1.449 | 134% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.080 | 1.584 | 147% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 965 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 3.125 | 3.033 | 97% |
| | | 12.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 109.300 | 115.886 | 106% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 109.300 | 184.709 | 169% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 93.100 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 311.700 | 300.595 | 96% |
| 13 | Difusão/Fábrica Aberta - Apresentações (Espetáculos De Teatro, Dança, Encontro Com Profissionais E Seminários) | 13.1 | Meta-Produto | Nº de Eventos | 1º quadrimestre | 140 | 177 | 126% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 140 | 171 | 122% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 105 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 385 | 348 | 90% |
| | | 13.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 31.310 | 31.171 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 31.310 | 32.741 | 105% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 25.110 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 87.730 | 63.912 | 73% |
| 14 | Exibição De Filmes | 14.1 | Meta-Produto | Nº de Filmes Exibidos | 1º quadrimestre | 336 | 347 | 103% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 324 | 313 | 97% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 312 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 972 | 660 | 68% |
| | | 14.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 13.800 | 12.870 | 93% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 13.380 | 13.422 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 13.020 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 40.200 | 26.292 | 65% |
| 15 | Festivais | 15.1 | Meta-Produto | Nº de Eventos | 1º quadrimestre | 7 | 14 | 200% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 0 | 8 | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 6 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 13 | 22 | 169% |
| | | 15.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 2.100 | 2.635 | 125% |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | 1.581 | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 1.800 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 3.900 | 4.216 | 108% |

Meta 11 - Disponibilizar Espaços E Equipamentos Mensuração 11.1 - Nº de disponibilizações

FC ITAIM PAULISTA e PARQUE BELÉM: As unidades apresentaram o ICM acima do previsto em decorrência do número de ensaios dos grupos artísticos que solicitaram a

realização de ensaios, bem como a procura das instituições de ensino do entorno para a realização de eventos como homenagem ao dia dos pais e encontros pedagógicos. Essa superação não compromete o orçamento anual, por trata-se de uma atividade de disponibilização dos espaços onerosos das unidades.

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: No 2º quadrimestre, a unidade de São Bernardo do Campo apresentou resultado inferior à meta estabelecida para o período, pois apesar das ações realizadas com grupos artísticos e instituições de ensino do entorno, como ensaios, eventos comemorativos e encontros pedagógicos, que contribuíram para o uso qualificado do espaço, não foram suficientes para cumprimento da meta em sua totalidade. A equipe está comprometida e empenhada em ampliar essas iniciativas no 3º quadrimestre, a fim de atingir o resultado anual previsto.

FC SANTOS: A meta foi superada na unidade de Santos devido ao aumento de agendamentos de grupos locais para ensaios e gravações no estúdio. Essa demanda não compromete o orçamento anual, por trata-se de uma atividade de disponibilização dos espaços onerosos da unidade.

Meta 12 - Eventos (Encontros De Troca, Difusão Juvenil, Etc.)_ Mensuração 12.1 - Nº de Eventos

FC CURUÇÁ: Durante o segundo quadrimestre, foram realizadas na unidade da FC Vila Curuçá diversas atividades lúdicas e de tecnologia, tais como colorindo e tarde de games, com a finalidade de ocuparmos as horas de menor fluxo da unidade, tais como final de espetáculo, sessões de cinema, entradas e saída dos ateliês, entre outras. Essas ações não impactam o orçamento anual, pois trata-se de ações que não são despendidos valores para pagamentos de artistas.

FC ITAIM PAULISTA e SÃO BERNARDO DO CAMPO: A superação do ICM em questão, se deve às parcerias estabelecidas com grupos artísticos locais, por meio das quais realizamos uma variedade de eventos para atender ao público da região, respeitando sua diversidade cultural. É importante destacar que essa superação não afeta o orçamento anual, uma vez que as apresentações artísticas são realizadas por meio dessas parcerias, sem a necessidade de pagar cachês aos grupos artísticos.

FC CIDADE TIRADENTES e SANTOS: O ICM foi superado por meio de parcerias com grupos artísticos locais, que possibilitaram a realização de eventos alinhados à diversidade cultural da região. Essas ações não geraram custos ao plano orçamentário, pois foram realizadas sem pagamento de cachês, reforçando o compromisso da unidade com a valorização da cultura local.

Meta 12 - Eventos (Encontros De Troca, Difusão Juvenil, Etc.)_Mensuração 12.2 - Público Presente [Mínimo]

FC CURUÇÁ, SAPOEMBA, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES e SÃO BERNARDO DO CAMPO: As unidades apresentaram ICM acima do previsto devido à diversidade das programações. Por ser uma meta de resultado, essa superação não compromete o orçamento anual por se tratar de uma ação voltada a público.

FC SANTOS: Devido parcerias realizadas com grupos artísticos locais, programação diversificada, bem como assertividade com as divulgações dos eventos propostos, justificamos a superação da meta acima do previsto. Por tratar-se de uma meta baseada em resultados, essa superação não compromete o orçamento anual estabelecido.

Meta 13 - Difusão/Fábrica Aberta - Apresentações (Espetáculos De Teatro, Dança, Encontro Com Profissionais E Seminários)_Mensuração 13.1 - Nº de Eventos

FC CURUÇÁ: Durante o segundo quadrimestre, foram realizadas na FC Vila Curuçá diversas apresentações em dinâmica de parceria, no qual não foram despendidos valores para pagamento de cachês para os grupos artísticos, não comprometendo o orçamento anual. Dentre essas apresentações estão o Núcleo Luz, Espetáculo Flor: Rir Lágrimas, apresentação financiada pelo programa VAI e o Espetáculo Prelúdios de uma vida inteira, Coletivo Corpo Solo, formado por artistas da zona leste de São Paulo.

FC ITAIM PAULISTA: Além dos espetáculos contratados por meio de pessoa jurídica, a unidade recebeu apresentações fruto de parcerias, com cachês reduzidos (via RPA). Participaram coletivos artísticos já frequentes na programação, como “Circo Curtição” e “Saltimbancos”. Essa estratégia gerou custos menores que os previstos, justificando o ICM excedente sem impacto orçamentário, pois os valores pagos foram inferiores aos programados para companhias teatrais.

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: Durante o segundo quadrimestre, foram realizadas na FC São Bernardo do Campo algumas apresentações em dinâmica de parceria, no qual não foram despendidos valores para pagamento de cachês para os grupos artísticos, não comprometendo o orçamento anual. Dentre essas apresentações estão duas apresentações do Espetáculo “O Varal” da Cia Navega Jangada, incentivada pela Lei Paulo Gustavo.

Meta 13 - Difusão/Fábrica Aberta - Apresentações (Espetáculos De Teatro, Dança, Encontro Com Profissionais E Seminários)_Mensuração 13.2 - Público Presente [Mínimo]

FC CURUÇÁ: Com a superação da meta de eventos, consequentemente superamos a meta de público, o que demonstra boa aderência das ações pelos frequentadores. Por ser uma meta de resultado, essa superação não compromete o orçamento anual.

Meta 14 - Exibição De Filmes_Mensuração 14.1 - Nº de Filmes Exibidos

FC CURUÇÁ: A meta foi superada pela realização de sessões extras de cinema em horários alternativos, atendendo instituições parceiras. A ação não impacta o orçamento, pois utilizamos filmes do acervo, bem como a equipe regular contratada da Fábrica.

Meta 14 - Exibição De Filmes_Mensuração 14.2 - Público Presente [Mínimo]

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: Devido a superação da meta de exibição de filmes, a meta de público também foi superada. A ação teve forte adesão da comunidade local, que respondeu positivamente à iniciativa, contribuindo significativamente para o desempenho alcançado. Informamos que por tratar-se de uma ação resultado, essa superação não afeta o orçamento anual.

Meta 15 – Festival_Mensuração 15.1 - Nº de Eventos

FC SAPOPEMBA: A superação da meta se deve à demanda dos grupos artísticos da região. Para ampliar os repertórios e atendimentos, foram promovidos festivais adicionais, como o Festival dia do Orgulho Nerd em maio e Festival Tik Tok de dancinhas em junho. Essa superação não compromete o orçamento anual, pois foram ações realizadas em parceria, sem pagamento de cachês adicionais.

FC ITAIM PAULISTA: A superação da meta se deve à demanda dos grupos artísticos da região. Para ampliar os repertórios e atendimentos, foi promovido o festival dia do Orgulho Nerd em maio. Essa superação não compromete o orçamento anual, pois refere-se a uma ação realizada em parceria, sem pagamento de cachês adicionais.

FC CIDADE TIRADENTES: A superação da meta se deve à demanda dos grupos artísticos da região. Para ampliar os repertórios e atendimentos, foram promovidos festivais adicionais, como o Festival Ritmão Minha Quebrada e Festival Gospel, ambos durante o mês de maio. Essa superação não compromete o orçamento anual, pois foram ações realizadas em parceria, sem pagamento de cachês adicionais.

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: A superação da meta se deve à demanda dos grupos artísticos da região. Para ampliar os repertórios e atendimentos, foi promovido o festival “TEA - A Arte que ultrapassa Diagnóstico”, com a Rede ABC Inclusiva, APAE & Convidados. Essa superação não compromete o orçamento anual, pois foram ações realizadas em parceria, sem pagamento de cachês adicionais.

FC SANTOS: A superação da meta se deve à demanda dos grupos artísticos da região. Para ampliar os repertórios e atendimentos, foram promovidos festivais adicionais, como o Festival Funk ZNO e Festival de jogos para todos. Essa superação não compromete o orçamento anual, pois foram ações realizadas em parceria, sem pagamento de cachês adicionais.

Meta 15 – Festival_Mensuração 15.2 - Público Presente [Mínimo]

FC SAPOPEMBA, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES, SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: A superação da meta de público nas unidades, justifica-se à realização dos festivais mencionados (15.1), ao engajamento da unidade nas divulgações e à participação espontânea do público do entorno.

FÁBRICA ABERTA - ITINERÂNCIA

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | | | |
|----|---------------------------------------|------|------------------------|---------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
| 16 | Excursão Educacional (Fábrica Aberta) | 16.1 | Meta-Produto | Nº de Saídas | 1º quadrimestre | 28 | 27 | 96% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 28 | 32 | 114% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 28 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 84 | 59 | 70% |
| | | 16.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 1.232 | 1.113 | 90% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.232 | 1.283 | 104% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 1.232 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 3.696 | 2.396 | 65% |
| 17 | Contação de Histórias Itinerantes | 17.1 | Meta-Produto | Nº de Eventos | 1º quadrimestre | 42 | 42 | 100% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 42 | 45 | 107% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 42 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 126 | 87 | 69% |
| | | 17.2 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 3.360 | 4.797 | 143% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 3.360 | 4.386 | 131% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 3.360 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 10.080 | 9.183 | 91% |

Meta 16 - Excursão Educacional (Fábrica Aberta)_Mensuração 16.1 - Nº de Saídas

FC SAPOPEMBA, ITAIM PAULISTA e CIDADE TIRADENTES: Com a oferta de ingressos de contrapartidas das cias de teatro, museus e espaços de iniciativas culturais, as unidades superaram a meta, devidos as oportunidades que surgiram ao longo do quadrimestre, tendo como exemplo a exposição “Andy Warhol: Pop Art!”. Essa superação não compromete o orçamento anual dessa ação, por se tratar de ingressos cedidos pela cia.

Meta 16 - Excursão Educacional (Fábrica Aberta)_Mensuração 16.2 - Público Presente [Mínimo]

FC SAPOPEMBA e CIDADE TIRADENTES: Com a superação da meta produto (16.1), apresentamos consequentemente o ICM acima do previsto em seu resultado. Por ser uma meta de resultado, essa superação não compromete o orçamento anual.

FC PARQUE BELÉM: Justificamos o ICM abaixo do previsto, em virtude da disponibilização de ingressos cortesia para o Musical Wicked, no qual foram fornecidos somente 15 ingressos, impossibilitando que atingíssemos o percentual mínimo.

Meta 17 - Contação de Histórias Itinerantes_Mensuração 17.1 - Nº de Eventos

FC PARQUE BELÉM: Em junho/2025, para manter a parceria com instituições de ensino do entorno, a unidade em questão realizou duas contações de histórias adicionais. A ação justificou o ICM acima do previsto, sem impacto no orçamento anual, pois havia previsão de valores extras para essa atividade.

Meta 17 - Contação de Histórias Itinerantes_Mensuração 17.2 - Público Presente [Mínimo]

FC CURUÇÁ, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES e SANTOS: Justificamos a apresentação acima percentual, devido às atividades realizadas dentro das instituições de ensino, envolvendo diversas salas de aula durante as ações. Consideramos essas ações de suma importância, pois promovem o desenvolvimento cognitivo e social das crianças, melhorando suas capacidades de comunicação. Por tratar-se de uma meta baseada em resultados, essa superação não compromete o orçamento anual estabelecido.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO

| Nº | Ação | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--|------|------------------------|---|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 18 | Pesquisa Qualitativa de Público e Qualidade dos Serviços Prestados | 18.1 | Meta Produto | Nº de Pesquisas [Quant. De Questionários] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.750 | 2.431 | 139% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 1.750 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 3.500 | 2.431 | 69% |
| | | 18.2 | Meta-Resultado | Relatório com os Resultados das Pesquisas | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 7 | 7 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 7 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 14 | 7 | 50% |

Meta 18 - Pesquisa Qualitativa de Público e Qualidade dos Serviços Prestados _ Mensuração 18.1 - Nº de Pesquisas [Quant. De Questionários]

FC CURUÇÁ, SAPOPEMBA, ITAIM PAULISTA, CIDADE TIRADENTES, PARQUE BELÉM, SÃO BERNARDO DO CAMPO e SANTOS: A Fábrica de Cultura Vila Curuçá

superou a meta de número de pesquisas e evidencia a adesão do público frequentador das Fábricas nas ações de avaliação do Programa. Consideramos positiva a superação de alcance das pesquisas, pois é uma ferramenta que auxilia na reflexão dos procedimentos e planejamento adotados, no embasamento de decisões de gestão, programação e oferta de atividades.

ESPAÇO COWORKING

| Nº | Ações | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | SÃO BERNARDO DO CAMPO | | |
|----|--|------|------------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------|--------------|------------|
| | | | | | 2025 | Previsto | Realizado | ICM% |
| 19 | Gestão financeira, captação de recursos, elaboração de projetos culturais, produção técnica de eventos, business canvas, storytelling, aplicação de UX, marketing cultural, branding e comunicação; estratégias e utilização publicitária das redes sociais, entre outros. | 19.1 | Meta-Resultado | Número de disponibilizações | 1º quadrimestre | 800 | 826 | 103% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 800 | 948 | 119% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 800 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 2.400 | 1.774 | 74% |
| | | 19.2 | Meta-Produto | Nº de Atividades | 1º quadrimestre | 8 | 9 | 113% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 8 | 8 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 8 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 24 | 17 | 71% |
| | | 19.3 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 80 | 85 | 106% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 80 | 117 | 146% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 80 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 240 | 202 | 84% |

Meta 19 - Gestão financeira, captação de recursos, elaboração de projetos culturais, produção técnica de eventos, business, canvas, storytelling, aplicação de UX, marketing cultural, branding e comunicação; estratégias e utilização publicitária das redes sociais, entre outros_ Mensuração 19.3 – Público Presente [Mínimo]

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: A meta mínima de público presente no Espaço Coworking foi superada devido à crescente ampliação dos nossos aprendizes e frequentadores na utilização do espaço disponibilizado. A superação não impactou em custos adicionais para OS.

LAB MAKER

| Nº | Ações | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | SÃO BERNARDO DO CAMPO | | |
|----|---|------|------------------------|----------------------------------|-------------------|-----------------------|------------|-------------|
| | | | | | 2025 | Previsto | Realizado | ICM% |
| 20 | Modelagem e impressão 3D; IOT Maker, Manutenção de equipamentos, Pintura digital, Grafite, Arte Urbana, Stencil e Lambe-Lambe; Desenho; Escultura; Ilustração, desenho técnico, entre outros. | 20.1 | Meta-Produto | Nº de Atividades | 1º quadrimestre | 32 | 33 | 103% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 32 | 34 | 106% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 32 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 96 | 67 | 70% |
| | | 20.2 | Meta-Resultado | Nº de Disponibilizações [Mínimo] | 1º quadrimestre | 224 | 392 | 175% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 224 | 477 | 213% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 224 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 672 | 869 | 129% |

Meta 20 - Modelagem e impressão 3D; IOT Maker, Manutenção de equipamentos, Pintura digital, Grafite, Arte Urbana, Stencil e Lambe-Lambe; Desenho; Escultura; Ilustração, desenho técnico, entre outros_ Mensuração 20.2 - Nº de Disponibilizações [Mínimo]:

FC SÃO BERNARDO DO CAMPO: A superação da meta de disponibilizações nas ações de Lab Maker justifica-se pela contínua ampliação da frequência do público neste espaço, uma vez que a linguagem maker vem se consolidando e se tornando ainda mais conhecida pelos frequentadores da Fábrica de Cultura, assim como parte dos aprendizes passaram a ter mais autonomia para desenvolver seus protótipos na sala.

A superação da meta não ocasionou em custos adicionais, pois além dos insumos ofertados no Lab Maker que são correspondentes a meta, os frequentadores também levam seu próprio insumo para realizar seus projetos no espaço.

PROJETOS ESPECIAIS

FÁBRICA DE CULTURA ITINERANTE - INTERIOR E GRANDE SÃO PAULO

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | PREVISTO | REALIZADO | ICM% |
|------|-------------------------------|----------------------------------|------------------------|--|-------------------|--------------|--------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 21 | Fábrica de Cultura Itinerante | 21.1 | Meta-Produto | Nº de cidade atendidas [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1 | 1 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 5 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 6 | 1 | 17% |
| | | 21.2 | Meta-Produto | Nº AÇÕES DE DIFUSÃO (Shows Musicais, Espetáculos Teatrais/Dança, Contações de histórias, etc.) | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 66 | 69 | 105% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 276 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 342 | 69 | 20% |
| | | 21.3 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | 4.067 | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 0 | 4.067 | - |
| | | 21.4 | Meta-Produto | Nº de oficinas - FORMAÇÃO CULTURAL | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 104 | 104 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 520 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 624 | 104 | 17% |
| | | 21.5 | Meta-Produto | Vagas disponíveis [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1.040 | 1.040 | 100% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 5.200 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 6.240 | 1.040 | 17% |
| | | 21.6 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | 1.080 | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 0 | 1.080 | - |
| 21.7 | Meta-Produto | Nº de cursos - FORMAÇÃO CULTURAL | 1º quadrimestre | - | - | - | | |
| | | | 2º quadrimestre | 2 | 2 | 100% | | |
| | | | 3º quadrimestre | 10 | - | - | | |
| | | | META ANUAL | 12 | 2 | 17% | | |
| 21.8 | Meta-Produto | Vagas disponíveis [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - | | |
| | | | 2º quadrimestre | 30 | 30 | 100% | | |
| | | | 3º quadrimestre | 150 | - | - | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------|--------------------|---------------------------|-------------------|--|-------------------|------------|------------|-----------|
| | | | | META ANUAL | 180 | 30 | 17% | |
| | | 21.9 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | 18 | |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | |
| | | | | META ANUAL | 0 | 18 | - | |
| 22 | Fábrica nas Férias | 22.1 | Meta-Produto | Nº de cidade atendidas [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | |
| | | | | | 2º quadrimestre | 1 | 0 | 0% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 1 | 0 | 0% |
| | | 22.2 | Meta-Produto | Nº AÇÕES DE DIFUSÃO (Shows Musicais, Espetáculos Teatrais/Dança, Contações de histórias, etc.) | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 23 | 0 | 0% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 23 | 0 | 0% |
| | | 22.3 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | 0 | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 0 | 0 | - |
| | | 22.4 | Meta-Produto | Nº de oficinas - FORMAÇÃO CULTURAL | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 104 | 0 | 0% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| META ANUAL | 104 | | | | 0 | 0% | | |
| 22.5 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - | | |
| | | | 2º quadrimestre | 1.040 | 0 | 0% | | |
| | | | 3º quadrimestre | - | - | - | | |
| | | | META ANUAL | 1.040 | 0 | 0% | | |
| 23 | Fundação Casa | 23.1 | Meta-Produto | Número de polos Fundação CASA atendidos | 1º semestre | 2 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º semestre | 2 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 4 | 0 | 0% |
| | | 23.2 | Meta-Produto | Quantidade de cursos | 1º semestre | 4 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º semestre | 8 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 12 | 0 | 0% |
| | | 23.3 | Meta-Produto | Nº de vagas [Mínimo] | 1º semestre | 40 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º semestre | 80 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 120 | 0 | 0% |
| | | 23.4 | Meta-Resultado | Nº de alunos(as) matriculados(as) [Mínimo] | 1º semestre | 40 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º semestre | 80 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 120 | 0 | 0% |

Meta 21 - Fábrica de Cultura Itinerante Mensuração 21.3 - Público Presente [Mínimo], 21.6 - Público Presente [Mínimo] e 21.9 - Público Presente [Mínimo]

Informa-se que as metas não foram previamente provisionadas, tendo em vista que se tratou da primeira realização dessa ação, inexistindo, portanto, série histórica que pudesse servir de referência. Ressalta-se, contudo, que os resultados obtidos foram positivos. Para o próximo plano de trabalho, em continuidade ao projeto, será possível estabelecer estimativas mais adequadas de público.

Meta 22 - Fábrica nas Férias

O projeto CultSP na Estrada tem como meta a realização da atividade “Almoço nas Férias”, no período de recesso escolar no mês de julho; contudo a escola selecionada pela unidade gestora não realizou adesão ao recreio nas férias, impossibilitando assim a realização da atividade de ativação no almoço.

Meta 23 - Fundação Casa

Após a formalização de parceria entre a Secretaria de Justiça e Cidadania (Fundação Casa) e a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, as atividades puderam ser iniciadas no dia 15 de julho, por esta razão, não foram apresentados dados referentes ao 1º semestre. Neste caso, os resultados serão apresentados no 2º semestre.

METAS CONDICIONADAS

TRILHAS DE PRODUÇÃO

| Nº | Ações Condicionada | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|---------------------------------|------|------------------------|------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 24 | Trilha De Curta Duração Min 16H | 24.1 | Meta Produto | Número de Turmas | 1º quadrimestre | 14 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 14 | 2 | 14% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 14 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 42 | 2 | 5% |
| | | 24.2 | Meta-Resultado | Número de Matriculados | 1º quadrimestre | 210 | 0 | 0% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 210 | 50 | 24% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 210 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 630 | 50 | 8% |

Meta 24 - Trilha De Curta Duração Min 16H

_FC SAPOPEMBA: A realização da meta ocorreu em detrimento da parceria com o CIEE para oferta de 2 cursos na Fábrica, e que diante da disponibilidade e infraestrutura da instituição, foram ofertadas somente em uma unidade.

FC CURUÇÁ, ITAIM, TIRADENTES, BELÉM, SÃO BERNARDO DO CAMPO E SANTOS: Ressalta-se que as metas são condicionadas a captação de recursos e/ou parcerias, e para o período não houve captações com esta finalidade nas unidades de Vila Curuçá, Itaim Paulista, Cidade Tiradentes, Parque Belém, São Bernardo do Campo e Santos.

PROJETO ESPETÁCULO

| Nº | Ações Condicionada | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------|------|------------------------|---------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 25 | Projeto Espetáculo | 25.1 | Meta Produto | Nº de Apresentações | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 14 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 14 | 0 | 0 |

ESPAÇO COWORKING

| Nº | Ações Condicionada | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | SÃO BERNARDO DO CAMPO | | |
|----|--|------|------------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------|-----------|-----------|
| | | | | | 2025 | Previsto | Realizado | ICM% |
| 26 | Gestão financeira, captação de recursos, elaboração de projetos culturais, produção técnica de eventos, business canvas, storytelling, aplicação de UX, marketing cultural, branding e comunicação; estratégias e utilização publicitária das redes sociais, entre outros. | 26.1 | Meta-Resultado | Número de disponibilizações | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | - | - | - |
| | | 26.1 | Meta-Produto | Nº de Atividades | 1º quadrimestre | 8 | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 8 | 0 | 0% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 8 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 24 | 0 | 0% |
| | | 26.3 | Meta-Resultado | Público Presente [Mínimo] | 1º quadrimestre | 80 | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 80 | 0 | 0% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 80 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 240 | 0 | 0% |

Ressalta-se que as metas são condicionadas a captação de recursos e/ou parcerias, e para o período não houve captações com esta finalidade.

EXPOSIÇÕES ITINERANTES - FÁBRICA ABERTA

| Nº | Ações Condicionada | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Fábrica Aberta | | |
|----|--|------|------------------------|------------------|-------------------|----------------|-----------|------------|
| | | | | | 2025 | Previsto | Realizado | ICM% |
| 27 | **Exposições Itinerantes - exposições realizadas em espaços públicos e privados. | 27.1 | Meta-Produto | Nº de Exposições | 1º quadrimestre | 20 | 17 | 85% |
| | | | | | 2º quadrimestre | 20 | 25 | 125% |
| | | | | | 3º quadrimestre | 20 | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 60 | 42 | 70% |

Meta 27.1 - Exposições Itinerantes - exposições realizadas em espaços públicos e privados

Devido ao aumento do portfólio de nossas telas temáticas - com a inclusão da coleção da jovem guarda, como também, o aumento dos locais que possuímos parceria - entre eles a Roda Rico – apresentamos o ICM acima do previsto referente as exposições itinerantes/atividades extramuros. Ressaltamos que tal superação de meta não afeta o planejamento orçamentário anual, dada organização de valores previstos para essa atividade.

FORMAÇÃO E APERFEIÇOAMENTO DE EQUIPE

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--------------------------------------|------|------------------------|---------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2024 | | | |
| 28 | Formação e aperfeiçoamento de equipe | 28.1 | Meta-Produto | Nº de Atividades de Formação [Mínimo] | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | 28 | 10 | 36% |
| | | | | | 3º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | META ANUAL | 28 | 10 | 3 |

No 2º quadrimestre, mediante a parceria com a IBM, foram realizadas duas formações continuadas por unidades, especificamente com as equipes das bibliotecas, com o tema “Introdução a inteligência artificial”.

BIBLIOTECH

| Nº | Ações Pactuadas | Nº | Atributo da Mensuração | Mensuração | PERÍODO | Total Previsto | Total Realizado | Total ICM% |
|----|--|------|------------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------|------------|
| | | | | | 2025 | | | |
| 29 | Nº de atividades | 29.1 | Meta-Produto | Nº de Atividades | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 70 | 0 | 0 |
| | | | | | META ANUAL | 70 | 0 | 0 |
| 30 | Nº de semana temática na bibliotech | 30.1 | Meta-Produto | Nº de semana temática | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 7 | 0 | 0 |
| | | | | | META ANUAL | 7 | 0 | 0 |
| | Nº de atendimento da semana temática na bibliotech | 30.2 | Meta-Resultado | Nº de público | 1º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 2º quadrimestre | - | - | - |
| | | | | | 3º quadrimestre | 700 | 0 | 0 |
| | | | | | META ANUAL | 700 | 0 | 0 |

QUADROS CONSOLIDADOS DE ATIVIDADES ONLINE

RESULTADOS ONLINE BIBLIOTECAS

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|----------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Bibliotechs) | Nº de Participantes (online) | 1º quadrimestre | 2.890 |
| | | 2º quadrimestre | 2.605 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | META ANUAL | 5.495 |
| | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 54.502 |
| | | 2º quadrimestre | 72.445 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | META ANUAL | 126.947 |

RESULTADOS ONLINE ATELIÊS DE CRIAÇÃO

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Ateliês de Criação) | Nº de Participantes (online) | 1º quadrimestre | 2.006 |
| | | 2º quadrimestre | 1.467 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 3.473 |
| | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 91.962 |
| | | 2º quadrimestre | 89.440 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 181.402 |

RESULTADOS ONLINE TRILHAS DE LONGA DURAÇÃO

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Trilhas de longa duração) | Nº de Participantes (online) | 1º quadrimestre | 1.000 |
| | | 2º quadrimestre | 683 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 1.509 |
| | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 38.240 |
| | | 2º quadrimestre | 33.633 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 60.398 |

RESULTADOS ONLINE PROJETO ESPETÁCULO

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Projeto Espetáculo) | Nº de Participantes (online) | 1º quadrimestre | 0 |
| | | 2º quadrimestre | 0 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 0 |
| | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 0 |
| | | 2º quadrimestre | 0 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 0 |

RESULTADOS ONLINE OFICINAS DE FÉRIAS

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Oficinas de férias) | Nº de Participantes (online) | 1º quadrimestre | 1.031 |
| | | 2º quadrimestre | 492 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 1.523 |
| | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 28.098 |
| | | 2º quadrimestre | 26.930 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 55.028 |

RESULTADOS ONLINE MOSTRA DE PROCESSOS

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO | TOTAL REALIZADO |
|------------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------|
| | | 2025 | |
| (Mostra de Processos) | Nº de Visualizações (online) | 1º quadrimestre | 0 |
| | | 2º quadrimestre | 168.646 |
| | | 3º quadrimestre | 0 |
| | | META ANUAL | 168.646 |

QUADRO CONSOLIDADO - ESTIMATIVA DE PÚBLICO

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO 2025 | Total |
|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------|---------------|
| | | | |
| Atendimento (Biblioteca) (A) | Nº de atendimentos ¹ | 1º quadrimestre | 37.372 |
| | | 2º quadrimestre | 35.359 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 72.731 |

| | | | |
|---|--|------------------------|----------------|
| | Nº de atendimentos - Participação Virtual ² | 1º quadrimestre | 2.890 |
| | | 2º quadrimestre | 2.818 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 5.708 |
| | Nº de visualizações em conteúdo digital ³ | 1º quadrimestre | 54.502 |
| | | 2º quadrimestre | 72.625 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 127.127 |
| Atendimento (Formação) (B) | Nº de atendimentos ¹ | 1º quadrimestre | 116.360 |
| | | 2º quadrimestre | 124.684 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 241.044 |
| | Nº de atendimentos - Participação Virtual ² | 1º quadrimestre | 4.180 |
| | | 2º quadrimestre | 6.141 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 10.321 |
| | Nº de visualizações em conteúdo digital ² | 1º quadrimestre | 158.300 |
| | | 2º quadrimestre | 303.121 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 461.421 |
| Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta) (C) | Número de Atendimentos ¹ | 1º quadrimestre | 168.472 |
| | | 2º quadrimestre | 238.122 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 406.594 |
| | Nº de atendimentos - Participação Virtual ² | 1º quadrimestre | 5.116 |
| | | 2º quadrimestre | 27.014 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 32.130 |
| | Número de visualizações em conteúdo digital ³ | 1º quadrimestre | 508.959 |
| | | 2º quadrimestre | 402.297 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 911.256 |

A - Atendimento Biblioteca

¹ **Número de atendimentos:** Soma da frequência de público que entrou nas bibliotecas em cada quadrimestre. Este dado é retirado de um controle mensal que fazemos por unidade que é preenchido na MAPA – Matriz de Parametrização, plataforma online;

² **Número de atendimentos – Participação virtual:** Consolidação de todos os participantes das atividades virtuais da biblioteca, considerando Meta-Resultado (1.4);

³ **Número de visualizações em conteúdo digital:** Consolidação de todas as visualizações da biblioteca, considerando Meta-Resultado (1.5)

B - Atendimento Formação

¹ **Número de atendimentos:** Soma da frequência de público que participou das atividades de Formação Cultural em cada quadrimestre. Este dado é retirado de um controle mensal que fazemos por Fábrica de Cultura que é preenchido na MAPA – Matriz de Parametrização, plataforma online;

² **Número de atendimentos – Participação virtual:** Consolidação de todos os participantes virtuais das atividades de Formação, considerando Meta-Resultado e Dado Extra dos quadros de Ateliê de Criação (4.6 e 4.9), Trilha de Longa Duração (8.6 e 8.9), Trilha de Curta (7.7 e 7.9), Projeto Espetáculo (6.8 e 6.11), Oficinas de Férias (10.4), Mostra de Processos (9.6) e Espaço Coworking (20.5 - apenas em SBC);

³ **Nº de visualizações em conteúdo digital:** Consolidação de todas as visualizações das atividades de Formação, considerando Meta-Resultado e Dado Extra, quando houver, dos quadros de Ateliê de Criação (4.7 e 4.10), Trilha de Longa Duração (8.7 e 8.10), Trilha de Curta (7.10), Projeto Espetáculo (6.9 e 6.12), Oficinas de Férias (10.5), Mostra de Processos (9.4 e 9.7) e Espaço Coworking (20.6 - apenas para unidade de SBC).

C - Atendimento (Difusão - Fábrica Aberta)

¹ **Número de Atendimentos:** soma-se as ações: 12.2, 13.2, 14.2 e 15.2

²Nº de atendimentos - *Participação Virtual*: soma-se as ações: 12.4, 13.4 e 15.4

³Número de visualizações em conteúdo digital: soma-se as ações: 12.5, 13.5 e 15.5

QUADRO CONSOLIDADO - MATRICULADOS

| Ações Pactuadas | Mensuração | PERÍODO 2025 | Total |
|-----------------------|---------------------------------|------------------------|--------------|
| Matriculados Formação | Nº de Matriculados ¹ | 1º quadrimestre | 395 |
| | | 2º quadrimestre | 12.836 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 13231 |
| | Nº de Cursos ² | 1º quadrimestre | 21 |
| | | 2º quadrimestre | 444 |
| | | 3º quadrimestre | - |
| | | RESULTADO ANUAL | 465 |

¹**Número de matriculados**: Soma dos matriculados de Ateliês de Criação, Trilha de Curta Duração, Trilha de Longa Duração e Projeto Espetáculo. No entanto, em cada quadrimestre são prestadas contas de diferentes metas, e, por essa razão, só podem ser consolidados ao final de sua duração. Segue a descrição detalhada:

1º quadrimestre: Soma dos matriculados apenas de Trilhas de Curta Duração.

2º quadrimestre: Soma dos matriculados de Ateliês de Criação (turmas do 1º semestre), Trilhas de Curta Duração (quadrimestral) e Trilhas de Longa Duração (turmas do 1º semestre). Os Ateliês e Trilhas de Longa são as turmas com duração de um semestre, portanto, são iniciadas no começo do ano e se encerram em junho. Por essa razão, somente ao final do 2º quadrimestre é possível apresentar o número de matriculados.

3º quadrimestre: Soma dos matriculados de Ateliês de Criação, Trilhas de Longa Duração (turmas do 2º semestre), Trilhas de Curta Duração (3º quadrimestre) e Projeto Espetáculo (turma anual). Neste semestre, são apresentados os matriculados de todas as metas, uma vez que temos a conclusão das turmas quadrimestrais, semestrais e anuais. Ao final do ano, temos o consolidado geral.

Legenda:

1º quadrimestre: consolidação da meta 7.3.

2º quadrimestre: somam-se as metas 4.2 (1º semestre); 7.3 e 7.6 (2º quadrimestre) e 8.3 (1º semestre).

3º quadrimestre: somam-se as metas 4.2 (2º semestre); 6.3 (3º quadrimestre - anual) 7.3 (3º quadrimestre) e 8.3 (2º semestre).

²**Número de cursos**: Soma dos cursos ofertados nos Ateliês de Criação, Trilha de Curta Duração, Trilha de Longa Duração e Projeto Espetáculo. No entanto, em cada quadrimestre são prestadas contas de diferentes metas. No caso dos cursos, estes são ofertados no começo de cada período, e, por essa razão, são apresentados no início dos quadrimestres e semestres. Segue a descrição detalhada:

1º quadrimestre: Soma dos cursos ofertados nos Ateliês de Criação, Trilhas de Longa Duração (1º semestre), Trilhas de Curta Duração (1º quadrimestre) e Projeto Espetáculo (turma anual). Neste semestre temos a abertura de todas as metas que apresentam abertura de cursos.

2º quadrimestre: Soma dos cursos ofertados nos Ateliês de Criação e Trilha de Longa Duração (2º semestre) e Trilhas de Curta Duração (2º quadrimestre). Os Ateliês e Trilhas de Longa são as turmas com duração de um semestre, portanto, são iniciadas no começo e no meio do ano. Por essa razão, somente nos 1º e 2º quadrimestres são apresentados os números de cursos ofertados.

3º quadrimestre: Soma dos cursos ofertados somente nas Trilhas de Curta Duração.

Legenda:

1º quadrimestre: somam-se as metas 4.3 (1º semestre); 6.1 (1º quadrimestre - anual); 7.1 e 7.5 (1º quadrimestre) e 8.1 (1º semestre).

2º quadrimestre: somam-se as metas 4.3 (2º semestre); 7.1 e 7.5 (2º quadrimestre) e 8.1 (2º semestre).

3º quadrimestre: 7.1 (3º quadrimestre).

Jacques Kann
Diretor Executivo

Aline Canciani
Diretora de Fábricas – Formação

Renato Barreiros
Diretor de Fábricas – Difusão