





Programa de serviço educativo e projeto especial	14	-	14	46	-	46	Programa de Gestão Executiva	176	-	176	33	15	48
Programa Acervo: Conservação e Documentação	30	107	137	60	14	74	Perdas	-	-	-	3	-	-
							<b>sub total - programas</b>	<b>717</b>	<b>470</b>	<b>1.187</b>	<b>857</b>	<b>1.581</b>	<b>2.438</b>
							<b>Total</b>	<b>912</b>	<b>582</b>	<b>1.494</b>	<b>1.103</b>	<b>1.638</b>	<b>2.741</b>

A seguir apresentamos a composição das despesas gerais com programas das principais atividades da Entidade: (Em milhares de Reais)

2020	Programa Exposição e Programa Cultural		Programa Edificação/Conservação/Manutenção/Segurança		Programa de Comunicação		Programa de serviço educativo e projeto especial		Programa Acervo: Conservação e Documentação		Programa de Gestão Executiva		Total		
	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	MDF	MLP	
2020															
2019															
16. Gastos - Sinistro - MLP			2020	2019					84	-	84	17	-	17	
(Em milhares de Reais)			MLP	MLP											
Utilidade pública			5	67											
Obras e serviços emergenciais - outros gastos			-	5											
17. Despesas Leis de incentivo			2020	2019					347	-	347	279	-	279	
(Em milhares de Reais)			MDF	MLP	Total	MDF	MLP	Total							
Programa de exposição - Locação de equipamentos	143	-	143	148	-	148									
Programa de exposição - Produto Produção (Expografia/Conteúdo/Design/Impressões)	192	-	192	175	-	175									
Programa de exposição - Cenografia	163	-	163	172	-	172									
Programa de exposição - Direitos	143	-	516	1.544	-	56	8	46	60	14	36	15	857	1.581	2.438
Sub total - programa de exposição			1.117	-	1.117	883	-	883							
Despesas administrativas			88	-	88	130	-	130							
Serviços de terceiros - captação de recursos			17	-	17	16	-	16							
Despesas financeiras			4	-	4	8	-	8							
Sub total - administrativas e gerais			109	-	109	154	-	154							
			1.226	-	1.226	1.037	-	1.037							

**Relatório do Auditor Independente sobre as Demonstrações Financeiras - Aos Conselheiros e Administradores do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte - São Paulo - SP - Opinião:** Examinamos as demonstrações financeiras do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte ("Entidade"), que compreendem o balanço patrimonial em 31/12/2020 e as respectivas demonstrações do resultado, do resultado abrangente, das mutações do patrimônio líquido, e dos fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, bem como as correspondentes notas explicativas, incluindo o resumo das principais políticas contábeis. Em nossa opinião, as demonstrações financeiras acima referidas apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte em 31/12/2020, o desempenho de suas operações e os seus fluxos de caixa para o exercício findo nessa data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil aplicáveis às pequenas e médias empresas, combinadas com os aspectos contábeis contidos na Interpretação Técnica ITG 2002 (R1) - Entidade sem Finalidade de Lucros. **Base para opinião:** Nossa auditoria foi conduzida de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria. Nossas responsabilidades, em conformidade com tais normas, estão descritas na seção a seguir, intitulada "Responsabilidades do auditor pela auditoria das demonstrações financeiras". Somos independentes em relação à Entidade, de acordo com os princípios éticos relevantes previstos no Código de Ética Profissional do Contador e nas normas profissionais emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade, e cumprimos com as demais responsabilidades éticas de acordo com essas normas. Acreditamos que a evidência de auditoria obtida é suficiente e apropriada para fundamentar nossa opinião. **Responsabilidades da administração e da governança pelas demonstrações financeiras:** A administração da Entidade é responsável pela elaboração e adequada apresentação das demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil aplicáveis às Entidades sem Finalidade de Lucros (ITG 2002 R1) e pelos controles internos que ela determinou como necessá-

rios para permitir a elaboração de demonstrações financeiras livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro. Na elaboração das demonstrações financeiras, a administração é responsável pela avaliação da capacidade de a Entidade continuar operando, divulgando, quando aplicável, os assuntos relacionados com a sua continuidade operacional e o uso dessa base contábil na elaboração das demonstrações financeiras, a não ser que a administração pretenda liquidar a Entidade ou cessar suas operações, ou não tenha nenhuma alternativa realista para evitar a encerramento das operações. Os responsáveis pela governança da Entidade são aqueles com responsabilidade pela supervisão do processo de elaboração das demonstrações financeiras. **Responsabilidades do auditor pela auditoria das demonstrações financeiras:** Nossos objetivos são obter segurança razoável de que as demonstrações financeiras, tomadas em conjunto, estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro, e emitir relatório de auditoria contendo nossa opinião. Segurança razoável é um alto nível de segurança, mas, não, uma garantia de que a auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria sempre detectam as eventuais distorções relevantes existentes. As distorções podem ser decorrentes de fraude ou erro e são consideradas relevantes quando, individualmente ou em conjunto, possam influenciar, dentro de uma perspectiva razoável, as decisões econômicas dos usuários tomadas com base nas referidas demonstrações financeiras. Como parte da auditoria realizada de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria, exercemos julgamento profissional e mantemos ceticismo profissional ao longo da auditoria. Além disso: Identificamos e avaliamos os riscos de distorção relevante nas demonstrações financeiras, independentemente se causada por fraude ou erro, planejamos e executamos procedimentos de auditoria em resposta a tais riscos, bem como obtemos evidência de auditoria apropriada e suficiente para fundamentar nossa opinião. O risco de não detecção de distorção relevante resultante de fraude é maior do que o proveniente de erro,

já que a fraude pode envolver o ato de burlar os controles internos, conluio, falsificação, omissão ou representações falsas intencionais. Obtemos entendimento dos controles internos relevantes para a auditoria para planejarmos procedimentos de auditoria apropriados às circunstâncias, mas, não, com o objetivo de expressarmos opinião sobre a eficácia dos controles internos da Entidade. Avaliamos a adequação das políticas contábeis utilizadas e a razoabilidade das estimativas contábeis e respectivas divulgações feitas pela administração. Concluimos sobre a adequação do uso, pela administração, da base contábil de continuidade operacional e, com base nas evidências de auditoria obtidas, se existe incerteza relevante em relação a eventos ou condições que possam levantar dúvida significativa em relação à capacidade de continuidade operacional da Entidade. Se concluirmos que existe incerteza relevante, devemos chamar atenção em nosso relatório de auditoria para as respectivas divulgações nas demonstrações financeiras ou incluir modificação em nossa opinião, se as divulgações forem inadequadas. Nossas conclusões estão fundamentadas nas evidências de auditoria obtidas até a data de nosso relatório. Todavia, eventos ou condições futuras podem levar a Entidade a não mais se manter em continuidade operacional. Avaliamos a apresentação geral, a estrutura e o conteúdo das demonstrações financeiras, inclusive as divulgações e se as demonstrações financeiras representam as correspondentes transações e os eventos de maneira compatível com o objetivo de apresentação adequada. Comunicamos-nos com os responsáveis pela governança a respeito, entre outros aspectos, do alcance planejado, da época da auditoria e das constatações significativas de auditoria, inclusive as eventuais deficiências significativas nos controles internos que identificamos durante nossos trabalhos. São Paulo, 24/02/2021.

**GF Auditores Independentes**  
CRC ZSP 025248/O-6  
Vladimir Ortiz Pereira  
Contador - CRC 210264/O-1

**APRESENTAÇÃO:** Em cumprimento ao disposto no item 22 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório desta Organização Social de Cultura (OS), relativo ao exercício de 2020, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro, detalhando as ações do 4º trimestre, período de 1 de outubro a 31 de dezembro, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. No ano de 2020, o Museu do Futebol completou doze anos de funcionamento em meio a pandemia de Covid-19. Foi um ano de muitos desafios e incertezas, demandando diversos ajustes e adaptações, incluindo o fechamento da Museu para visitação pública no período de 16 de março a 14 de outubro. Em 2020 o IDBrasil passou, ainda, por mudanças em sua direção. Eric Alexander Klug deixou a organização a partir de abril de 2020. Em 29 de outubro assumiu a direção executiva Renata Vieira da Motta. Entre esses períodos, assumiu interinamente a direção executiva a Diretora Administrativa e Financeira, Vitória Boldrin. Houve também mudança na direção técnica do Museu do Futebol, que foi assumida interinamente por Marília Bonas no período de julho a outubro de 2020 e pela diretora executiva Renata Vieira da Motta a partir de 29 de outubro. Daniela Alfonsi, diretora desde 2014, deixou a instituição em junho de 2020. No mês de abril, logo após a determinação de fechamento dos equipamentos culturais, houve uma redução de cerca de 14% no valor do repasse, além de perda de receita operacional, gerada pela queda de locações e bilheteria, demandando uma rápida reorganização orçamentária e do plano de trabalho. O plano de trabalho então proposto e repactuado com a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria, a UPPM, considero o cenário de reabertura do Museu ao público a partir de julho de 2020, sem medidas de distanciamento. O equilíbrio foi possível com as medidas MP 936 e MP 927 que possibilitaram tanto a suspensão de contratos dos funcionários ligados diretamente ao atendimento presencial do público, como a redução de jornada/salário de outros funcionários, além da redução geral de outros custos, principalmente com readequação temporária de postos de trabalhos de segurança e limpeza. Nesse contexto inédito, o Museu se reinventou e promoveu ações digitais de grande impacto social através das redes sociais e outras plataformas online. Zelando pela saúde e segurança de seus funcionários, o Museu manteve-se funcionando, grande parte do ano, em regime híbrido de trabalho para alguns dos funcionários em regime de teletrabalho para a maior parte da equipe. A equipe dedicada diretamente à manutenção predial permaneceu em atuação presencial. Foram realizadas conversas com profissionais de saúde que estão na linha de frente do combate à Covid-19 com o intuito de informar e orientar os funcionários, foram estabelecidos protocolos de segurança e foi desenvolvida uma cartilha explicativa de como proteger a si mesmo e ao outro, visando a reabertura do Museu - como ocorreu em outubro. Apesar das dificuldades geradas pelo distanciamento no período de pandemia, destaca-se a realização de inúmeras ações online que contribuíram para o cumprimento da função social do museu, bem como a elaboração e desenvolvimento da exposição temporária **Pelé 80 - O Rei do Futebol**, que contou com parcerias e patrocinadores para sua viabilização. Dessa forma, o IDBrasil, em 2020, trabalhou garantindo a segurança e saúde do corpo de funcionários, mantendo a excelência no tocante à manutenção das relações com o público, fortalecimento de parcerias e continuidade de práticas de promoção da cultura. No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança**, o trabalho de prospecção de patrocinadores, parceiros e clientes para cessões onerosas (locações) dos espaços para eventos é realizado sistematicamente pelo IDBrasil, capitaneado pela equipe de Desenvolvimento Institucional, e vem buscando maximizar as oportunidades que essas frentes representam na geração de receitas para o equipamento, economicidade de recursos e potencial de realização de ações. Como resultado do ano, celebrou-se a conquista de novos patrocinadores (Toriba, Evonik, Aché, Globo, Tiviti) e renovações dos patrocínios com EMS e Pinheiro Neto Advogados. Esses patrocínios foram efetivados por meio das leis de incentivo à cultura e ao esporte na esfera federal. O aporte da Globo, diferentemente dos demais, foi por meio de verba direta, ou seja, sem o uso de leis de incentivo. Quanto às parcerias, foram firmados acordos com as agências Getty Images, Agência Estado e Infogloblo, que envolveram descontos para o licenciamento de imagens para a exposição temporária "Pelé 80 O Rei do Futebol". Também foram firmadas outras parcerias para a cessão de acervos para a exposição e estabelecido acordo de cooperação mútua com a Concessionária Allegra Pacaembu, vencedora da licitação para gestão do Estádio do Pacaembu. Como resultado das inscrições em editais e prêmios, o Museu do Futebol inscreveu, ao longo de 2020, 9 projetos/planos anuais. Especificamente no quarto trimestre, foi contemplado com o "Prêmio por Histórico de Museus de São Paulo", do Edital ProAC Expresso Lei Aldir Blanc no 44/2020. Como forma de diversificação das fontes de receita por meio de contribuições junto a pessoas físicas, o projeto do Museu foi selecionado pelo edital Matchfunding BNDES+ para a realização de uma campanha de financiamento coletivo (crowdfunding). Somando-se os aportes realizados por empresas ao longo do ano, com o uso de benefícios fiscais de leis de incentivo e verba direta, obteve-se o montante de R\$ 1.436.228,08. Com relação à captação por meio de editais e prêmios, foi conquistado o valor de R\$ 40.000,00 pelo "Prêmio por Histórico de Museus de São Paulo" e arrecadados R\$ 98.748,00 na campanha do BNDES+. No que diz respeito à cessão onerosa de espaços para eventos no Museu, a receita em 2020 somou R\$ 106.100,00. É importante ressaltar que, por decorrência da pandemia Covid-19, a realização de eventos presenciais sofreu significativa redução. O **Programa de Acervo: conservação, documentação e pesquisa**, desenvolveu, ao longo de 2020, uma série de quatro webinários sobre o campo da pesquisa em museus, apresentando diferentes visões e propostas de ação pra o campo e contou com 3.760 visualizações

simultâneas ao longo da realização dos mesmos. Para além do evento, foram publicados 16 artigos no Medium do Centro de Referência do Futebol Brasileiro / CRFB, em que alguns contaram com a participação de especialistas do universo do futebol, totalizando 15.969 acessos únicos ao site durante o ano de 2020. Em 2020, o Banco de Dados recebeu o maior número de visitantes já registrados na série histórica. Batendo recorde de número de acessos a cada mês, o Banco de Dados recebeu 19.669 acessos únicos, com destaque ao mês de outubro com 3.999 acessos, enquanto no mesmo mês, em 2019, foram registrados 552 acessos. Apesar do fechamento do Museu do Futebol, como parte dos esforços para impedir a propagação da Covid-19, a equipe da Biblioteca e Mídiateca do CRFB permaneceu com os atendimentos à distância, através de e-mail, telefone e mídias sociais e, inclusive, criando mais um canal, a Sala Virtual de Pesquisa, através da ferramenta Google Meets, com agendamentos prévios. Dessa forma, foram realizados 344 atendimentos não presenciais em 2020. Destaca-se, ainda, a realização do projeto de pesquisa "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+", que tem por objetivo a ampliação das referências patrimoniais a respeito do futebol LGBT, mapeando pessoas, instituições, lugares e eventos dedicados à promoção do acesso ao futebol. Neste ano, foram mapeadas 23 novas referências e 100 itens foram catalogados, publicados e estão disponíveis no Banco de Dados do CRFB. No início de 2020, o **Programa de Exposições e Programação Cultural** apresentou 10 eventos com público presencial em sua sede, entre os meses de janeiro a início de março, uma vez que após o dia 17 de março, o Museu do Futebol seguiu as orientações da Secretaria da Cultura e Economia Criativa e suspendeu suas atividades presenciais temporariamente devido à pandemia do Novo Coronavírus. Com o ocorrido, a equipe passou a produzir ações online diversificadas em diferentes plataformas. Assim, foi iniciada, no mês de março, uma programação semanal para exibição online de filmes sobre futebol denominada **#cinemanarede**, em parceria com o Cinefoot, Acervo da Bola e Federação Paulista de Futebol. Durante os meses seguintes, bate-papos com convidados especiais antecederam essas sessões de filmes. Foram conversas com os diretores, roteiristas, atletas e outros profissionais envolvidos com o esporte. Essa programação contou um número total de 6.556 visualizações simultâneas nas redes sociais do Museu, desde a implantação desse projeto até o mês de novembro, quando houve a última exibição do ano. Como nos anos anteriores, o Museu apoiou o Festival Cinefoot, que apresentou uma edição inédita sobre mulheres no futebol. **Cinefoot Mulheres** reuniu filmes e grandes nomes que contam a história do futebol feminino. Além disso, o Museu exibiu em suas redes sociais as sessões de abertura, de encerramento e duas mesas de debate. O Programa de Exposições e Programação Cultural também realizou as ações **Sonhar o Mundo**, proposta pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo / SISEM, e **Jornada do Patrimônio**, proposta pela Secretaria Municipal de Cultura e Município da cidade de São Paulo. Em outubro, após 7 meses fechado por conta da pandemia, o Museu do Futebol foi reaberto ao público no 4º trimestre, juntamente à inauguração da exposição temporária **"Pelé 80 - O Rei do Futebol"**. A exposição apresenta a história do maior jogador da história do futebol brasileiro, celebrando os seus 80 anos. A mostra teve grande repercussão de mídia e de público. Em 23 de outubro, o Governador João Dória e o Secretário Sergio Sá Leitão visitaram a exposição e participaram do lançamento do livro **"Pelé 80 anos: de casaca e chuteiras"**, do jornalista Silvestre Gorgulho. Todos os espaços expositivos foram adaptados para funcionar com segurança e enquanto durar a pandemia. A capacidade do Museu foi reduzida e o acesso passou a ser feito mediante aquisição antecipada de ingresso com hora marcada. O uso de máscara é obrigatório e há totens de álcool gel em diferentes pontos estratégicos do percurso. Os equipamentos interativos foram adaptados para funcionar com comandos a partir do celular dos visitantes, evitando toques em botões e telas nos equipamentos do Museu. Em 2020, o **Programa Educativo** precisou se reinventar. Durante os 7 meses em que o Museu do Futebol permaneceu fechado, a equipe do Núcleo Educativo se viu diante do desafio de transformar sua interação com o público. Do presencial para o modo online, a resposta do Programa foi rápida: menos de duas semanas após o fechamento do Museu surgiu o novo **Revivendo Memórias #emcasa**. Os idosos com Alzheimer que antes frequentavam o Museu a cada trimestre, passaram a ser atendidos semanal e regularmente. E não apenas eles, mas idosos sem Alzheimer, pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade social, bem como seus cuidadores, de todo o Brasil, tiveram a oportunidade de dialogar com a equipe de educadores nos 306 encontros realizados ao longo do ano. Foram 259 participantes de abril a dezembro que foram atendidos, em sua maioria, recorrentes vezes. Paralelamente aos atendimentos, a equipe de educadores também foi responsável pela criação de mais de 22 novas atividades, todas virtuais, utilizadas nos encontros com os participantes do projeto, reforçando o engajamento constante da equipe na criação e proposição de atividades e jogos que subsidiaram o trabalho de mediação realizado bem como a busca por novas tecnologias e ferramentas para esta forma de mediação. A experiência adquirida com o **Revivendo Memórias #emcasa** e o retorno da equipe que havia sido suspensa durante o período de fechamento possibilitaram a estruturação de um projeto nos mesmos moldes do *RM*, mas voltado para escolas e instituições de educação: o **Interações Educativas** surge no final de 2020 para consolidar esta frente de atendimento virtual. Os pilotos realizados em novembro e dezembro indicaram a viabilidade da realização desse projeto enquanto as visitas presenciais de escola não retornam à normalidade no próximo ano. As ações extramuros deste período foram voltadas às mulheres. Mulheres trans, cis, travestis, todas em situação de vulnerabilidade social, participaram de duas interações online com a equipe de educadores com o objetivo de proporcionar um momento de conhecimento e de troca afetiva entre as participantes. E, para encerrar 2020 e, também, um ciclo de 10 anos, o Programa realizou a

...continuação

última edição do projeto *Deficiente Residente*, cujo foco este ano foi a deficiência visual. A residente cega Cristiana Cerchiari abordou os desafios e possibilidades de um museu que se busca sempre mais acessível. De maneira inédita, coroados o encerramento do projeto, todos os núcleos participaram do projeto que também foi adaptado aos moldes atuais, com encontros remotos. Ainda que, por conta da pandemia, duas das metas, com público presencial tenham sido atingidas apenas parcialmente, o Programa Educativo registra sua atuação nas mais diferentes frentes de contato com o público buscando estabelecer o diálogo, o afeto, a empatia e a escuta nas ações educativas desenvolvidas ao longo do ano, destacando-se no cenário de insegurança em que nos vimos imersos em 2020. No âmbito do **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, a eclosão da pandemia do novo coronavírus em março de 2020 e o consequente fechamento do Museu do Futebol por sete meses - com retorno em outubro sob medidas restritivas - provocou mudanças radicais na forma como se desenvolveram as atividades de comunicação da instituição. Mesmo nesse contexto, a equipe do IDBrasil conseguiu manter em alta a reputação do MF junto ao público e à imprensa, adaptando rapidamente suas necessidades para o período que também provocou a suspensão dos campeonatos de futebol em todo o mundo, afetando toda a cadeia esportiva e cultural associada à modalidade. A divulgação da programação cultural e educativa online, assim como a difusão de conteúdos produzidos pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro garantiram que o Museu fosse mencionado em 2.892 matérias na imprensa. Deste total, foram 83 em emissoras de televisão - média de uma a cada quatro ou cinco dias, mesmo considerando os sete meses de fechamento. Os preparativos para reabertura do Museu em outubro, com adaptação dos interativos para funcionar sem toque e a sinalização de distanciamento social em linguagem bem-humorada também foram destaque na imprensa. O destaque absoluto é a abertura da exposição Pelé 80 - O Rei do Futebol, que foi trabalhada junto a veículos nacionais e internacionais, ganhando espaço tanto na inauguração quanto na data de aniversário de 80 anos de Edson Arantes do Nascimento, em 23 de outubro. Nas redes sociais, o Museu do Futebol conquistou 21.206 novos seguidores ao longo do ano no Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Spotify, contando agora com uma audiência de 152.938 usuários. A alta se deu especialmente no segundo trimestre, quando a realização de parcerias com clubes para transmissão simultânea da programação cultural online - especialmente no caso dos filmes do programa Cinema na Rede - conseguiu atrair torcedores para as redes do museu. O maior crescimento proporcional foi registrado no YouTube, que aumentou a base de assinantes do canal em 75%. Em 2020, o IDBrasil implementou uma nova meta no Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, a fim de fazer frente às novas dinâmicas de produção de conteúdo na internet: o número de ações com influenciadores digitais. Ao longo do ano, foram realizadas cinco ações que tiveram dois objetivos principais: aproximar o Museu dos produtores independentes de conteúdo para internet e mobilizar um público mais amplo para ações específicas. Para divulgar a campanha de *matchfunding* BNDES **Minha voz faz História**, por exemplo, a equipe de Comunicação do IDBrasil acionou uma longa lista de influenciadoras de futebol feminino (incluindo jogadoras), enviando informações e peças de divulgação para que elas pudessem repercutir a ação junto a seus próprios seguidores. O ano foi também de requalificação do site do Museu do Futebol, com sua reconstrução na plataforma WordPress. Agora, o principal meio de comunicação do MF com seu público está atualizado em uma plataforma mais dinâmica, que apresenta design responsivo para visualização em dispositivos móveis (o que é tendência mundial de comportamento de consumo de informação na internet), nova forma de organização dos dados pensada para facilitar a vida do usuário, além de permitir a inclusão de funcionalidades futuras com maior rapidez, eficiência e economicidade de recursos. De fato, o site já está sendo adaptado para incorporar o banco de dados do Centro de Referência do Futebol Brasileiro neste início de 2021. A pandemia teve impacto negativo sobre o número de acessos aos sites do Museu do Futebol, que fecharam o ano com 198.788 visitantes únicos (na somatória dos números apurados mês a mês). O número foi suficiente para cumprir a meta readequada para 2020, mas é bastante inferior ao número de acessos de anos anteriores. Da análise dos dados de acesso, depreende-se que este fato foi decorrência do fechamento do museu em março e sua retomada em outubro sob restrições (redução da capacidade máxima de visitantes), uma vez que a redução de acessos se deu fundamentalmente na página com informações sobre horário de funcionamento e ingressos. No campo do Desenvolvimento Institucional, foram firmadas diversas parcerias ao longo do ano, incluindo aquelas com veículos de comunicação e outras plataformas de divulgação, parcerias de cooperação técnica e parcerias para descontos especiais para aquisição de produtos e serviços. As parcerias com veículos de comunicação e outras plataformas de divulgação estão descritas neste Programa e as demais parcerias e patrocínios firmados ao longo do ano estão relacionados no Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança. No total, foram firmadas 6 parcerias com veículos de comunicação e outras plataformas, a saber: Rádio CBN, Revista Piauí, Portal UOL, site Guia da Semana, Metrô ACEESP.

**PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA**

No quarto trimestre, os destaques do programa couberam à conquista de novos patrocinadores: Aché, Globo e Tivit e à renovação dos patrocínios de EMS e Pinheiro Neto Advogados, bem como ao recebimento do “Prêmio por Histórico de Museus de São Paulo”, Edital ProAC Expresso Lei Aldir Blanc, e ao sucesso da campanha de financiamento coletivo realizada pelo *Matchfunding* BNDES+. O volume de captação de recursos financeiros atingiu 176% da meta mínima prevista para o ano e ressalta-se que esses recursos têm se tornado cada vez mais vitais para a promoção de atividades ao público e manutenção da estrutura da instituição.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão	
						Trimestral	Realizada
1	(PGTG) Inscrição de projetos/ planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Dado Extra	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	2
					3º Tri	2	4
					4º Tri	-	3
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	Valor mínimo de 17,2% de captação em relação ao repasse	1º Tri	555.500	636.315
					2º Tri	-	65.670
					3º Tri	278.800	199.938
					4º Tri	648.500	1.710.783
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>1.482.800</b>	<b>2.612.706</b>
3	(PGTG) Pesquisa de Público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%	94,6%
					2º Tri	-	N/A
					3º Tri	> ou = 80%	N/A
					4º Tri	> ou = 80%	92,2%
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>&gt; ou = 80%</b>	<b>93,4%</b>
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol * meta com recursos do exercício de 2019	4.1	Meta-Resultado	Plano entregue ao Comitê de Gestão Museológica da UPPM/SEC	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º Tri	-	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

**PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA**

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão	
						Trimestral	Realizada
5	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos – ação virtual	5.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	10
					3º Tri	1	4
					4º Tri	1	4
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
5.2	Dado-extra	Número de participantes	1º Tri	-	-		
			2º Tri	-	-		
			3º Tri	-	3760*		
			4º Tri	-	-		
			<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>3760</b>		
6	(PA) Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros	6.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2	2
					2º Tri	4	5
					3º Tri	3	5
					4º Tri	3	4
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>12</b>	<b>16</b>
7	(PA) Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebol) e (PA) Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebol)	7.1	Meta-Produto	Número mínimo de referências mapeadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	5	10
					3º Tri	10	10
					4º Tri	5	3
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>20</b>	<b>23</b>
7.2	Meta-Produto	Número mínimo de itens publicados no Banco de Dados	1º Tri	-	-		
			2º Tri	-	-		
			3º Tri	50	50		
			4º Tri	50	50		
			<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		
8	(PA) Realização de projeto extramuros “Futebol: uma caixa de surpresas”	8.1	Meta-Produto	Número mínimo de ações realizadas	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º Tri	2	1
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
8.2	Dado-extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	-	20		
			2º Tri	-	-		
			3º Tri	-	-		
			4º Tri	-	-		
			<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>20</b>		
9	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições culturais, de ação social e/ou voltadas à memória do esporte para intercâmbio de acervos	9.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º Tri	1	1
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

\*número de visualizações simultâneas durante os quatro módulos da série de webinários

**PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

O Museu foi aberto ao público em 101 dias no ano de 2020, sendo a previsão original, sem pandemia, abertura em 305 dias. O público visitante no 4º trimestre foi de 6.191 pessoas, contando a partir do dia 15 de outubro (reabertura) e contabilizado até 30 de dezembro - 10% do público recebido em período equivalente no 1º trimestre, de 2 de janeiro

a 15 de março, quando ainda não havia as restrições impostas pela pandemia. Após sete meses sem público presencial, o Museu reabriu de quinta a domingo das 13h às 18h. A venda de ingressos teve adaptação conforme os protocolos de acesso relacionados à prevenção da Covid-19 e, dessa forma, os ingressos passaram a ser adquiridos pela internet, possibilitando assim a escolha das datas e horários. Adaptações se fizeram necessárias para controle de visitantes no espaço expositivo, limitado a 10 pessoas a cada meia hora. No 4º trimestre de 2020 consolidou-se o resultado desafiador para o Programa de Exposições, que foi a montagem da exposição temporária *“Pelé 80 - o Rei do Futebol”*, durante a pandemia. Foi necessário um planejamento extenso e diversas conversas virtuais com os integrantes do grupo de trabalho para que a montagem da exposição ocorresse de maneira segura e efetiva para todos os envolvidos, além das ações para adaptação de diversos recursos tecnológicos, para possibilitar o acesso do visitante sem toque de tela nos equipamentos, dado que a exposição havia sido concebida antes da pandemia. Junto à exposição, preparou-se uma extensa programação cultural online para aprofundar e ampliar aspectos da exposição para o público. Por meio das redes sociais do museu, foram debatidas questões como racismo no esporte, aspectos da técnica de Pelé e sua carreira internacional.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão	
						Trimestral	Realizada
10	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute e/ou similares - ação virtual	10.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	1
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	2
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
11	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	11.1	Dado-extra	Número de Número de recebidos	1º Tri	-	60.027
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	6.191
					<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>66.218</b>
12	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: debates e palestras	12.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	5
					4º Tri	3	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
		12.2	Dado-extra	Número de público recebido	1º Tri	-	167
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	1.444
					4º Tri	-	-
					<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>1.611*</b>
13	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: encontros de colecionadores e/ou encontros para troca de figurinhas	13.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	1	6
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	1	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
		13.2	Dado-extra	Número de público recebido	1º Tri	-	376
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>376</b>
14	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: transmissões de filmes <i>online</i> - ação virtual	14.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	8	13
					3º Tri	2	8
					4º Tri	-	2
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>12</b>	<b>25</b>
		14.2	Meta-resultado	Número mínimo de visualizações alcançadas	1º Tri	500	1.276
					2º Tri	1000	5.280
					3º Tri	500	4.379
					4º Tri	-	86
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>2.000</b>	<b>11.021</b>
15	(PEPC) Realização de exposição temporária “Pelé 80” (Lei Rouanet)	15.1	Meta-produto	Número de exposições realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
16	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural - Projeto “Com a Bola Toda” - (Lei do Esporte)	16.1	Meta-produto	Número de dias com programação esportiva	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	4	-
					4º Tri	4	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>8</b>	<b>-</b>
		16.2	Dado-extra	Número de público participante	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
17	(PEPC) Modernização dos equipamentos de projeção das áreas expositivas do Museu	17.1	Meta-produto	Contratação de novos projetores e monitores efetuada.	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

**PROGRAMA EDUCATIVO**

No quarto trimestre de 2020, o Programa Educativo realizou 102 atendimentos do projeto *Revivendo Memórias #emcasa*, incluindo 78 novos participantes. Com isso, o projeto chega à marca de 306 atendimentos desde o seu início, em abril. A proposta acolhedora e personalizada a cada um de seus participantes nos atendimentos foi a marca do projeto que superou muito as expectativas de seu planejamento inicial. Com a experiência adquirida do *Revivendo Memórias #emcasa* e visando oferecer a oportunidade de uma visita virtual também para escolas e instituições sociais, o Programa estruturou e inaugurou mais um projeto: o *Interações Educativas*. Com um roteiro previamente elaborado, a equipe de educadores realizou um piloto e alguns atendimentos à distância para as instituições interessadas com o objetivo de consolidar mais uma frente de atendimento ao público escolar enquanto as visitas presenciais não retornam à normalidade. As ações extramuros, mais uma vez adaptadas ao contexto da pandemia, foram realizadas de maneira on-line. No quarto trimestre, foram atendidas mulheres cis, trans e travestis, em situação de vulnerabilidade social, oriundas de abrigos e casas de acolhida e participantes do projeto Arte, Cultura e Costura, liderado pelo Instituto Tomie Ohtake. Fechando o ano, foi realizada a quarta e última edição da segunda temporada do projeto *Deficiente Residente*, cujo foco neste ano foi a deficiência visual (cegueira). Adaptado aos moldes atuais, com encontros virtuais, a residente Cristiana Cerchiari realizou 10 encontros ao longo do mês de dezembro com todos os núcleos do museu, um feito inédito do projeto, nos quais ela pôde falar de suas experiências como pessoa cega, trazendo o que há de mais recente no que diz respeito às tecnologias, comportamentos, comunicação, eventos, programação cultural e legislação voltadas às pessoas cegas.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão	
						Trimestral	Realizada
18	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	18.1	Dado Extra	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Tri	-	985
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>985</b>
19	(PE) Visitas educativas para público específico	19.1	Dado Extra	Número de público específico atendido em visitas educativas	1º Tri	-	1.677
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					<b>Dado Anual ICM%</b>	<b>-</b>	<b>1.677</b>
20	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: deficiência visual	20.1	Meta-produto	Receber 1 residente (pessoa cega) por 3 meses	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
21	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	21.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de ações extramuros realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	3
					4º Tri	2	2
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
22	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	22.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de atividades oferecidas	1º Tri	40	41
					2º Tri	-	-
					3º Tri	40	-
					4º Tri	40	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>120</b>	<b>41</b>
		22.2	Dado Extra	Número de visitantes atendidos nas	1º Tri	-	805
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					<b>Meta Anual ICM%</b>	<b>100%</b>	<b>34%</b>



...continuação

		atividades oferecidas		4º Tri	-	-	-	
		Dados Anuais					<b>805</b>	
		ICM %						
23 (PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	23.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	50	57	-	
				2º Tri	-	-	-	
				3º Tri	50	-	-	
				4º Tri	50	-	-	
				Meta Anual		150	57	-
				ICM %		100%	38%	-
	23.2	Dado Extra	Número de visitantes/público atendido	1º Tri	-	1.033	-	
				2º Tri	-	-	-	
				3º Tri	-	-	-	
				4º Tri	-	-	-	
				Dados Anuais		-	1.033	-
				ICM %		-	-	-
24 (PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	24.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2	2	-	
				2º Tri	-	-	-	
				3º Tri	-	-	-	
				4º Tri	-	-	-	
				Meta Anual		2	2	-
				ICM %		100%	100%	-
	24.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	1º Tri	20	96	-	
				2º Tri	-	-	-	
				3º Tri	-	-	-	
				4º Tri	-	-	-	
				Meta Anual		20	96	-
				ICM %		100%	100%	-
25 (PE) Projeto Educativo "Revivendo Memórias" - público de pessoas com Alzheimer e idosos - Ação virtual	25.1	Meta-Produto	Número mínimo de encontros online	1º Tri	-	-	-	
				2º Tri	10	91	-	
				3º Tri	5	113	-	
				4º Tri	5	102	-	
				Meta Anual		20	306	-
				ICM %		100%	100%	-

**PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP**

Nº Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada		
26 (PISEM) Realização de palestras/cursos e oficinas - ação virtual	26.1	Meta-Produto	Número mínimo de palestras/cursos/oficinas realizadas online	1º Tri	-	-		
				2º Tri	2	3		
				3º Tri	1	-		
				4º Tri	-	-		
				Meta Anual		3	3	-
				ICM %		100%	100%	-
	26.2	Dado extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	-	-		
				2º Tri	-	907		
				3º Tri	-	-		
				4º Tri	-	-		
				Dados Anuais		-	907	-
				ICM %		-	-	-
27 (PISEM) Realização de Encontro da Rede Memória e Esporte - online - ação virtual	27.1	Meta-Produto	Número de encontros online realizados	1º Tri	-	-		
				2º Tri	-	-		
				3º Tri	1	-		
				4º Tri	-	1		
				Meta Anual		1	1	-
				ICM %		100%	100%	-

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL**

Nº Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada			
28 (PCDI) Parcerias com veículos de comunicação e/ou outras plataformas	28.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)	1º Tri	1	1			
				2º Tri	2	2			
				3º Tri	2	2			
				4º Tri	1	1			
				Meta Anual		6	6	-	
				ICM %		100%	100%	-	
	29 (PCDI) Criação de novo site institucional	29.1	Meta-Produto	Site publicado	1º Tri	-	-		
					2º Tri	-	-		
					3º Tri	1	1		
					4º Tri	-	-		
					Meta Anual		1	1	-
					ICM %		100%	100%	-
30 (PCDI) Ações com influenciadores digitais	30.1	Meta-Produto	Número de ações realizadas	1º Tri	-	-			
				2º Tri	1	2			
				3º Tri	2	1			
				4º Tri	1	2			
				Meta Anual		4	5	-	
				ICM %		100%	125%	-	
31 (PCDI) Inserções na mídia	31.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500	815			
				2º Tri	150	560			
				3º Tri	500	473			
				4º Tri	500	1.044			
				Meta Anual		1.650	2.892	-	
				ICM %		100%	100%	-	

**APRESENTAÇÃO:** Em cumprimento ao disposto no item 21 da cláusula segunda do Contrato de Gestão CG08-2016\_MLP, apresentamos o relatório dessa Organização Social de Cultura (OS), relativo ao exercício de 2020, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de agosto, detalhando as ações do 3º trimestre, período de 1 de julho a 31 de agosto, data de encerramento do contrato, para o Museu da Língua Portuguesa. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. O IDBrasil iniciou o ano participando do Edital de Convocação Pública para o gerenciamento do Museu da Língua Portuguesa (Resolução SC nº 26/2019, de 13/12/2019), tendo sido classificado em primeiro lugar, com a nota 9,52. A decisão final do Governador do Estado de São Paulo, ratificando o IDBrasil como vencedor do Edital para gerenciamento do Museu da Língua Portuguesa foi anunciada no Diário Oficial de 26/06/2020, tendo sido celebrado o novo Contrato de Gestão em 01 de setembro deste mesmo ano. Antes do término do primeiro trimestre a pandemia do Coronavírus impactou todos os museus da pasta, assim como outras instituições, com a determinação do Governo do Estado de São Paulo da suspensão de abertura das instituições ao público, e em seguida o decreto que estabeleceu a quarentena, com restrição de atividades da população, como forma de evitar a contaminação ou propagação do vírus. Pensada inicialmente por um período de 30 dias, a partir de 17 de março, a suspensão se estendeu pelos meses seguintes, com flexibilizações de acordo com o Plano São Paulo estabelecido pelo Governo do Estado. Embora ambas as medidas governamentais ainda estivessem em vigor quando do término deste relatório, a equipe do IDBrasil continuou realizando seu trabalho remotamente em regime de teletrabalho, mantendo presencialmente uma equipe de segurança e limpeza, bem como funcionários que zelam pelas ações de manutenção. Acompanhando as determinações do Governo do Estado e os protocolos sanitários, foram realizadas ações para a entrega da obra, com vistoria ocorrida em 08 de junho; verificação dos itens do check-list; testes de automação. Em agosto se iniciou a operação assistida e um treinamento preliminar da equipe do IDBrasil para operação dos sistemas instalados na obra. A se destacar no âmbito das ações do CONVÊNIO a realização de três dias de intensa programação *online* para as comemorações do Dia da Língua Portuguesa no mês de maio, com atividades realizadas nas redes digitais do Museu, com grande atração de público. Outro evento de destaque foi o lançamento no dia 16 de julho do projeto "A Palavra no Agora", uma plataforma na internet dedicada a ajudar as pessoas a lidar com os sentimentos decorrentes da pandemia, a partir de exercícios de escrita, sugestões de textos literários e rede de apoio. O projeto contou com a colaboração voluntária da Profa. Dra. Maria Helena Franco (Laboratório de Estudos do Luto - LELU, da PUC-SP), do Professor Fabio de Paula (Faculdade Cásper Libero) e da Professora Mariana Valente (InternetLab). Nos dois primeiros meses o site do projeto recebeu 17.450 visitantes e a contribuição de 236 textos, de várias partes do país e algumas do exterior, como Inglaterra e Luxemburgo. Para o lançamento do projeto foi realizada uma conversa *online*, no Instagram do Museu da Língua Portuguesa, com a participação da Profa Maria Helena Franco, a escritora Aline Bei e Marília Bonas, diretora técnica do MLP. Durante o 3º trimestre foram efetuadas reuniões entre o IDBrasil e os parceiros da reconstrução, com o apoio da Fundação Roberto Marinho (FRM), marcando o início da interlocução da OS como gestora do Museu no período 2020/2025. Durante o trimestre o IDBrasil participou igualmente de reuniões com a UPPM onde foram tratados assuntos como patrimonialização dos bens móveis a serem incorporados ao MLP, organização dos checklists da obra e da museografia. No mês de julho foi realizada a 20ª reunião do Comitê Técnico de Reconstrução, onde foi aprovado o 14º Relatório Trimestral desenvolvido pela FRM; foram dados informes sobre os 1º e 2º relatórios de atividades da MROSC; e informes do status da expografia da exposição de longa duração, entre outros assuntos. Outras reuniões de trabalho aconteceram entre a diretoria do IDBrasil e os técnicos da UPPM para alinhamento de questões relativas ao novo Contrato de Gestão. Assim como reuniões e visitas técnicas entre as partes do CONVÊNIO, sobre museografia e sobre o Sistema de Acessibilidade. Como membro da Comissão para Promoção do Conteúdo da Língua Portuguesa (CPLP) da Câmara Brasileira do Livro, o IDBrasil participou da organização do IV Seminário "A língua portuguesa na Educação, na Literatura e na Comunicação", atuando na concepção das mesas-redondas e escolha dos autores e demais especialistas convidados. Neste ano de 2020 o Seminário será realizado no mês de novembro, totalmente online. No Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, o IDBrasil finalizou o período de janeiro a agosto de 2020 (referente ao encerramento do Contrato nº 08/2016) registrando um total de 179.088 seguidores nas redes sociais do Museu da Língua Portuguesa, crescimento total de 11% na audiência, o que corresponde ao número total de 17.319. Trata-se de um número significativo, considerando que

32 (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	32.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000	57.859		
				2º Tri	30.000	46.796		
				3º Tri	60.000	46.049		
				4º Tri	50.000	48.084		
				Meta Anual		190.000	198.788	-
				ICM %		100%	100%	-
	32.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.500	5.927		
				2º Tri	5.000	8.192		
				3º Tri	5.000	4.484		
				4º Tri	4.500	2.603		
				Meta Anual		19.000	21.206	-
				ICM %		100%	100%	-

**PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA**

Nº Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada			
33 (PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	33.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	1	-			
				4º Tri	-	1			
				Dados Anuais		1	1	-	
				ICM %		-	-	-	
	34 (PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	34.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	1	1		
					2º Tri	-	-		
					3º Tri	-	-		
					4º Tri	-	-		
					Dados Anuais		1	1	-
					ICM %		-	-	-
35 (PED) Renovação de Seguros	35.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	-			
				2º Tri	1	1			
				3º Tri	-	-			
				4º Tri	-	-			
				Dados Anuais		1	1	-	
				ICM %		-	-	-	
36 (PED) Elaboração do Plano de Segurança do Museu do Futebol	36.1	Meta-Produto	Plano entregue	1º Tri	-	-			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	1	-			
				4º Tri	-	1			
				Meta Anual		1	1	-	
				ICM %		100%	100%	-	
37 (PED) Modernização do sistema de climatização.	37.1	Meta-Produto	Modernização do sistema contratada (peças e mão de obra)	1º Tri	-	-			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	-	-			
				4º Tri	1	1			
				Meta Anual		1	1	-	
				ICM %		100%	100%	-	

**PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

Nº Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada			
44 (PEPC) Realizar exposição temporária "Futebóis"	42.1	Meta-Produto	Exposição Realizada	1º Tri	-	-			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	-	-			
				4º Tri	-	-			
				Meta Anual		1	-	-	
				ICM %		100%	-	-	
	45 (PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural - Programa Férias no Museu (julho e dezembro)	43.1	Meta-Produto	Programa de Férias realizados	1º Tri	-	1		
					2º Tri	-	-		
					3º Tri	-	-		
					4º Tri	-	-		
					Meta Anual		2	1	-
					ICM %		100%	50%	-
46 (PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural - eventos diversos conforme descritivo de Programação Cultural	44.1	Meta-Produto	Eventos Diversos realizados	1º Tri	-	3			
				2º Tri	-	2			
				3º Tri	15	-			
				4º Tri	15	-			
				Meta Anual		30	5	-	
				ICM %		100%	16%	-	
47 (PEPC) Projeto básico de expografia, tecnologia e conteúdo para renovação da exposição de longa duração	47.1	Meta-Produto	Projetos básicos criados (expografia/ conteúdo/ tecnologia)	1º Tri	-	-			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	-	-			
				4º Tri	-	-			
				Meta Anual		3	-	-	
				ICM %		100%	-	-	
48 (PEPC) Ocupações da Sala Osmar Santos - conforme Descritivo de exposições e programação cultural	48.1	Meta-Produto	Ocupações Realizadas	1º Tri	1	1			
				2º Tri	-	-			
				3º Tri	1	-			
				4º Tri	1	-			
				Meta Anual		3	1	-	
				ICM %		100%	33,3%	-	

o Museu permaneceu fechado, tendo sido realizadas apenas ações pontuais. Especificamente no trimestre (julho e agosto), foram conquistados 2.172 seguidores. Ainda que tenha sido suspensa por causa da eclosão da pandemia do novo coronavírus, o anúncio da retomada do programa Escola, Museu e Território, em março, alavancou a divulgação do MLP na imprensa. Logo após o primeiro dia de atividades, o programa acabou suspenso, assim como foram fechados todos os equipamentos culturais do Brasil, como forma de prevenção à transmissão da Covid-19. Em razão desta nova realidade, as novas ações do MLP se desenvolveram especificamente no ambiente digital, com grande sucesso. Em maio, as comemorações do Dia Internacional da Língua Portuguesa foram realizadas ao longo de três dias (3, 4 e 5), com uma extensa programação de *lives* realizadas pela Fundação Roberto Marinho, com apoio do IDBrasil, causando uma grande procura às redes sociais e sites do Museu. O número de visitantes únicos nos websites do Museu da Língua Portuguesa também superou a meta, totalizando 105.294 (soma dos registros mensais de visitantes únicos, com apuração via Google Analytics) - sendo 34.631 apenas em julho e agosto. Dois fatores contribuíram para a superação da meta: em primeiro lugar, também as comemorações do Dia Internacional da Língua Portuguesa, em maio, com uma grande concentração de visitas ao site oficial do Museu na semana de realização do evento, já que as *lives* foram transmitidas em post criado em [www.museudalinguaportuguesa.org.br](http://www.museudalinguaportuguesa.org.br). Com a ocorrência da pandemia do coronavírus, o IDBrasil deu início em agosto ao projeto A Palavra na Agora, que funciona na URL [www.noagora.museudalinguaportuguesa.org.br](http://www.noagora.museudalinguaportuguesa.org.br). O projeto consiste na disponibilização de um espaço virtual em que são compartilhados exercícios livres de escrita com o intuito de auxiliar a população a lidar com os efeitos complexos do isolamento social e da pandemia, notadamente o luto. As pessoas que desejarem podem encaminhar seus textos por email na publicação do site, que também oferece resenhas enviadas pelo público, trechos literários e uma área de referências para iniciativas de apoio. A grande repercussão do projeto em seu lançamento fez com que o número de acessos ao "Palavra no Agora" fosse maior do que o site principal do Museu da Língua Portuguesa nos meses de julho e agosto. Importante ressaltar que a iniciativa se materializou por meio de parcerias e esforço da equipe interna e não representou qualquer custo para o contrato de gestão. O Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança, depois de concluídas as etapas da obra de reconstrução do Museu, em que todos os novos e velhos sistemas instalados foram testados e estão prontos para operação, a equipe está recebendo treinamento na forma de operação assistida, onde os profissionais que executaram a reconstrução estão apresentando os sistemas instalados, sua operação e forma de manutenção. O treinamento permite que dúvidas sejam sanadas e cria um espaço para diálogo e sugestões de melhorias ainda cabíveis nesta fase da obra, uma vez que as equipes continuam fazendo pequenos ajustes e é importante este tipo de interação. Após esta fase, terá início a organização e catalogação do material recebido e formatação de termos de referência para contratação das empresas especializadas nos sistemas instalados.

**METAS DE GESTÃO TÉCNICA**

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL**

Nº Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada		
1 (PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	1.1	Meta Resultado	Número de novos seguidores nas redes sociais (facebook/twitter/instagram/eyoutube/spotify)	1º tri	5.000	5.208		
				2º tri	5.000	9.939		
				3º tri*	5.000	2.172*		
				4º tri	-	-		
				Meta Anual		15.000	17.319	-
				ICM %		100%	115,5%	-
	1.2	Meta Resultado	Número de visitantes do website	1º tri	19.000	26.400		
				2º tri	19.000	44.263		
				3º tri*	19.000	34.631*		
				4º tri	-	-		
				Meta Anual		57.000	105.294	-
				ICM %		100%	184,7%	-

\*Apenas julho e agosto.

em diversas áreas - em especial as de acervo, exposições/programação cultural e infraestrutura. O trabalho realizado pela equipe do IDBrasil nestas frentes - condicionado às entregas de conteúdo por parte da Fundação Roberto Marinho - é aqui detalhado, com relatórios de atividades a partir do material preliminarmente disponibilizado às equipes da instituição. Nesse cenário, foi considerada oportuna a postergação de contratação de pessoal, em especial de equipes voltadas ao atendimento de público. No exercício de 2020 houve mudança na direção da OS; a partir de 29 de outubro assumiu a direção executiva do IDBrasil Renata Vieira da Motta, anteriormente assumida interinamente pela diretora administrativa e financeira Vitória Boldrin, desde a saída de Eric Alexander Klug em abril de 2020. No Programa de Gestão Executiva Transparência e Governança, o trabalho de prospecção de patrocinadores foi realizado ativamente pelo IDBrasil ao longo do quarto trimestre, buscando maximizar as oportunidades que essa frente representa na geração de receitas ao equipamento a fim de incrementar as ações do Museu ao longo de 2021. Como



...continuação

resultado do trabalho, capitaneado pela equipe de Desenvolvimento Institucional, celebrou-se a conquista de novos patrocinadores, a saber: Volvo, Booking.com, Mattos Filho Advogados, Faber-Castell, Verde Asset Management e Bain&Company, e um novo aporte financeiro do Itaú, empresa patrocinadora da reconstrução do Museu da Língua Portuguesa. Todos os aportes foram por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura e somaram R\$ 2.932.000,00. No Programa de Acervo: conservação, documentação e pesquisa, todas as metas foram cumpridas a partir do material preliminar disponibilizado pela Fundação Roberto Marinho. Dentre as ações realizadas, ressalta-se a elaboração da Política de Direitos Autorais como um passo essencial da Organização Social na gestão e uso transversal dos conteúdos de que o MLP dispõe em suas atividades. No âmbito da exposição de longa duração, foram elaborados o Inventário e o Guia de Conteúdo, fundamentais para a apropriação das equipes do novo repertório da exposição, bem como para lançar as bases de sua organização, assim que todos os materiais forem entregues pela FRM ao IDBrasil. Já em relação à estruturação do Programa de Inovação, destacamos a parceria com a professora e pesquisadora Regina Brito (Mackenzie). O Programa de Exposições e Programação Cultural foi um dos mais impactados pela pandemia e consequente adiamento da abertura da instituição. No entanto, destaca-se, no 4º trimestre, a produção executiva da exposição temporária "Língua Solta", inicialmente prevista para abrir ao público em 25/01/2021. A produção da exposição - que conta com 150 obras de arte, oriundas de 89 coleções institucionais, particulares e de artistas - neste contexto excepcional, é digna de destaque. Destacamos também o desenho prospectivo de membros do Conselho de Orientação Cultural - que segue anexo. O Programa Educativo realizou em uma ação transversal com o RH o acolhimento dos novos funcionários por meio de um encontro online do Projeto Conviver, que contou, também, com a participação dos funcionários da equipe do IDBrasil que já trabalhavam com o Museu da Língua Portuguesa. No âmbito do presente contrato de gestão, assinado em setembro, o trabalho desenvolvido pelo Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional do Museu da Língua Portuguesa teve continuidade com o intuito de manter a presença da instituição ativa na imprensa e, especialmente, na internet. Com as obras de implantação do MLP em sua fase final, sob a responsabilidade da Fundação Roberto Marinho, coube ao IDBrasil manter em alta o diálogo com o público que aguarda a reinauguração do museu, adiada em função da pandemia de coronavírus. Os sites institucionais registraram 51.936 visitantes únicos de setembro a dezembro. Além do site oficial publicado no endereço www.museudalinguaportuguesa.org.br, o resultado soma também os acessos à página do projeto A Palavra no Agora (noagora.museudofutebol.org.br), criada em resposta à pandemia, como forma de apoio emocional às pessoas por meio de exercícios de leitura e escrita. Nas redes sociais, os perfis do MLP terminaram o ano contando 188.678 seguidores no Facebook, Instagram, Twitter, Spotify e YouTube, sendo 9.590 novos seguidores, atraídos pelo conteúdo do museu entre setembro e dezembro. Os perfis oficiais estão sendo utilizados como os principais canais de contato com o público que aguarda a reabertura do museu, e têm um papel importante na construção da mensagem de que a instituição continua ativa enquanto as obras estão em andamento. Esse resultado foi alcançado com uma agenda consistente de postagens em todas as redes: no período, foram feitas 473 publicações, meta nova, sugerida pelo IDBrasil justamente para garantir a constância na divulgação de conteúdos. Em paralelo, o MLP foi mencionado em 297 matérias publicadas pela imprensa nacionalmente, a maioria em veículos web. Do ponto de vista estruturante, a equipe do IDBrasil elaborou o Plano Estratégico de Comunicação do MLP, estabelecendo as premissas que deverão nortear o trabalho nas fases de pré-operação e operação, já considerando as incertezas, nos próximos meses, com relação ao desenvolvimento da pandemia do novo coronavírus. Também foi elaborado o Manual de Relacionamento com a Imprensa e Influenciadores, que será oportunamente compartilhado com toda a equipe do MLP.

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No quarto trimestre, os destaques do período couberam à conquista de novos patrocinadores, e um novo aporte ao MLP por parte do Itaú, todos por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura. Houve, ainda, a inscrição de plano anual no ProAC/ICMS, ainda fase de aprovação, e no Edital da Vale, não selecionado entre os finalistas. O volume de captação de recursos financeiros atingiu 583% da meta mínima prevista para o ano e ressalta-se que esses recursos têm se tornado cada vez mais vitais para a promoção de atividades ao público e manutenção da estrutura da instituição.

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
1	(PGTG) Captação de Recursos financeiros	1.1	Meta-Produto	Nº de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados.	3º Tri - 4º Tri - <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	2 2 4 400%
2	(PGTG) Captação de Recursos financeiros	2.1	Meta-Resultado	% do repasse do exercício no contrato de gestão/Receitas operacionais e Captação	3º Tri - 4º Tri 5,3% <b>Meta Anual</b> 5,3% <b>ICM %</b> 100%	- 30,4% 30,4% 586,4%
3	(PGTG) Criação OU ativação do Comitê de Patrons	3.1	Meta-Produto	Comitê criado OU ativado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
4	(PGTG) Gestão de Recursos Humanos	4.1	Meta-Produto	Projeto Conviver Implantado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Encontros de Escuta dos funcionários realizados (convocatória e foto)	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Política interna de contratação dos moradores do território elaborada	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, todas as metas previstas foram cumpridas. O desenvolvimento dessas ações impacta significativamente para a implantação do Centro de Referência, pois tratam de elaboração de documentos entendidos como fundamentais para embasar o trabalho do CR. Dentre eles, destacam-se o desenvolvimento do projeto de estruturação do LAB\_Língua Portuguesa, da Política de Direitos Autorais e do Plano de Gestão da Informação, que visa estruturar a área de documentação do MLP.

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
5	(PA) Estabelecimento de parcerias visando a implantação e desenvolvimento das linhas de pesquisa	5.1	Meta-Produto	Nº mín. de novas parcerias estabelecidas com instituições	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
6	(PA) Plano de Gestão da Informação	6.1	Meta-Produto	Plano de Gestão da Informação elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Inventário da Exposição de longa duração elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Guia de conteúdo da Exposição de longa duração elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
7	(PA) Organização e controle do acervo da nova Exposição de Longa Duração	7.1	Meta-Extra	Política de Direitos Autorais e Conexos para uso dos acervos da Exposição de longa duração elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Política de Direitos Autorais e Conexos para uso dos acervos da Exposição de longa duração elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Política de Direitos Autorais e Conexos para uso dos acervos da Exposição de longa duração elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
8	(PA) Projeto de estruturação do Lab_Língua Portuguesa	8.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
9	(PEPC) Conselho de Orientação Cultural (COC)	9.1	Meta-Produto	Conselho implantado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%

					Meta Anual	1	1
					ICM %	100%	-
10	(PEPC) Programação cultural - Pós FLIP - debates	10.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	3º Tri - 4º Tri 2 <b>Meta Anual</b> 2 <b>ICM %</b> 100%	- 2 2 100%	- - - -
11	(PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	11.1	Meta-Resultado	Público	3º Tri - 4º Tri - <b>Meta Anual</b> - <b>ICM %</b> -	- - - -	- - - -
12	(PEPC) Jornada do Patrimônio	12.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	3º Tri 2 4º Tri - <b>Meta Anual</b> 2 <b>ICM %</b> 100%	2 - 2 100%	- - 2 -
13	(PEPC) Manual de manutenção Integrada	13.1	Meta-Produto	Manual de manutenção Integrada elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%	- - - -
14	(PEPC) Facility Report	14.1	Meta-Produto	Facility Report elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%	1 - 1 100%
15	(PEPC) Aquisição de "enxoval" de iluminação para área de exposições temporárias	15.1	Meta-produto	Equipamentos contratados	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%	- - - -

PROGRAMA EDUCATIVO

No 4º trimestre de 2020 as ações estiveram voltadas para a seleção e formação da equipe de coordenação do Programa Educativo, com a contratação do Assistente do Educativo, Assistente de Conteúdo e Formação, e do Supervisor de Educadores e Orientadores. A nova equipe, depois do período de formação, debruçou-se sobre a preparação da formação da equipe de orientadores e educadores no início de 2021 e a concepção e produção dos materiais de apoio para a formação. Foi realizado em conjunto com o RH o primeiro encontro do Projeto Conviver, com a equipe do Museu.

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
16	(PE) Programa de formação Projeto Conviver - Consciência Funcional	16.1	Meta-Produto	Número de encontros realizados	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
17	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	17.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos	3º Tri 7.000 4º Tri 21.000 <b>Meta Anual</b> 28.000 <b>ICM %</b> 100%	15.981 35.955 51.936 100%
18	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	18.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais	3º Tri 2.000 4º Tri 6.000 <b>Meta Anual</b> 8.000 <b>ICM %</b> 100%	3.532 6.058 9.590 100%
19	(PCDI) Posts nas redes sociais	19.1	Meta-Produto	Nº mínimo de posts publicados	3º Tri 90 4º Tri 360 <b>Meta Anual</b> 450 <b>ICM %</b> 100%	104 369 473 100%
20	(PCDI) Inserções na mídia	20.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de inserções na mídia	3º Tri 50 4º Tri 200 <b>Meta Anual</b> 250 <b>ICM %</b> 100%	130 167 297 100%
21	(PCDI) Plano de Comunicação	21.1	Meta-Produto	Plano elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- - 1 100%
22	(PCDI) Manual de relacionamento com a imprensa e uso das redes sociais	22.1	Meta-Produto	Manual elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- - 1 100%
23	(PCDI) Treinamento de porta-vozes	23.1	Meta-Produto	Treinamento realizado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- - 1 100%
24	(PCDI) Ações com influenciadores	24.1	Meta-Produto	Ações realizadas	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- - 1 100%

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

Nº	Ações pactuadas	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
25	(PED) Alvará de Funcionamento de Local de Reunião (essa ação depende da CPTM entregar o TAACB, que é condicionante para assinatura do contrato)	25.1	Dado Extra	Alvará obtido OU renovado OU protocolado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
26	(PED) Seguros	26.1	Dado Extra	Seguro renovado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
27	(PED) Plano de Gestão e Manutenção	27.1	Meta-Produto	Plano de Gestão e Manutenção elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Plano de Emergência e Evacuação em caso de incêndio	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
28	(PED) Plano de Emergência e Evacuação em caso de incêndio	28.1	Meta-Produto	Treinamento de brigadistas realizado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
				Manual de Normas e Procedimentos de Segurança Patrimonial	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
29	(PED) Plano de Emergência e Evacuação em caso de incêndio	28.2	Meta-Produto	Treinamento de brigadistas realizado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
29	(PED) Manual de Normas e Procedimentos de Segurança Patrimonial	29.1	Meta-Produto	Manual elaborado	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
30	(PED) Inspeção para controle de pragas e cupins	30.1	Dado Extra	Inspeção realizada	3º Tri 1 4º Tri 3 <b>Meta Anual</b> 4 <b>ICM %</b> 100%	1 3 4 100%
31	(PED) Manutenção da certificação LEED	31.1	Dado Extra	Cumprimento das condições da certificação (relatório)	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%
32	(PED) Obtenção do AVCB	32.1	Dado extra	Obtenção do AVCB	3º Tri - 4º Tri 1 <b>Meta Anual</b> 1 <b>ICM %</b> 100%	- 1 1 100%

Fundação Butantan

CNPJ 61.189.445/0001-56

AVISO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

Processo: 001.0708.002.695/2020 - Pregão Eletrônico SRP nº 013/2021 - Oferta de Compra: 895000801002021OC00021 - Objeto: Constituição de Sistema de Registro de Preços - SRP para AQUISIÇÃO DE MATERIAIS DE ESCRITÓRIO, item nº 01, em favor da empresa LGA COMERCIAL E DISTRIBUIDORA LTDA, inscrita no CNPJ nº 17.336.461/0001-32, e os itens nºs 02, 05, 07, 08, 10 e 11, em favor da empresa DISTRIBUIDORA DE SUPRIMENTOS ÉTICA LTDA - ME, inscrita no CNPJ nº 04.708.626/0001-08, em conformidade com as especificações técnicas constantes do Termo de Referência - Anexo I do Edital, visando aquisições futuras pela Fundação Butantan - Com base na documentação encartada no processo supra, a comissão informa que encontra-se disponível no site www.fundacaobutantan.org.br/editais/pregao-eletronico, a Ata de Registro de Preços, pelo prazo de 12 (doze) meses, referente aos itens nºs 01, 02, 05, 07, 08, 10 e 11 para download.

FUSAM - Fundação de Saúde e Assistência do Município de Caçapava

CNPJ nº 50.453.703/0001-43

EDITAL DE LICITAÇÃO

Levamos ao conhecimento dos interessados que se encontra aberta a seguinte modalidade: **Processo nº 040/2021 - Pregão Presencial nº 012/2021 - SRP nº 008/2021 - Objeto - Registro de Preços para Eventual Serviço de Esterilização de Materiais Cirúrgicos e Hospitalares - Abertura dos Envelopes: 25/03/2021 às 9h30min; Processo nº 048/2021 - Pregão Presencial nº 013/2021 - Objeto - Aquisição de Máquina PPF2 sem Válvula - Abertura dos Envelopes: 26/03/2021 às 9h30min; Processo nº 049/2021 - Pregão Presencial nº 014/2021 - Objeto - Aquisição de Material de Elétrica - Abertura dos Envelopes: 29/03/2021 às 9h30min** - Edital completo está disponível no site [www.fusam.com.br](http://www.fusam.com.br). Caçapava, 12/03/2021. **Fernando Luiz Pirino Zanetti** - Presidente da FUSAM.



Progresso e Desenvolvimento de Guarulhos S.A. - PROGURU

CNPJ/MF nº 51.370.575/0001-37 - NIRE 35.300.004.345

Extrato da Ata de Reunião do Comitê Estatutário

(artigo 10 da Lei nº 13.303/16)

Às dezoito horas do dia nove de dezembro de dois mil e vinte, reuniram-se na sede da Progresso e Desenvolvimento de Guarulhos S/A - PROGURU, sítio à Rua Arminda de Lima nº 788, Vila Progresso, Guarulhos, SP, os membros do COMITÊ ESTATUTÁRIO, a saber: Driele Siqueira Eugenio, Sidnei Aparecido Jacob e Roberto Olympio da Silva, sob a presidência da primeira. A Senhora Presidente do Comitê Estatutário esclareceu aos presentes que a reunião se realizava em obediência a Resolução nº 37/2018, a fim de apreciar os seguintes assuntos: **1) Atualização das cartidões dos Conselheiros.** Guarulhos, 09 de dezembro de 2020.

