

POP ANEXO 1

QUADRO DE METAS TÉCNICAS

PROGRAMAS DE DIFUSÃO REVELANDO SÃO PAULO (4 EDIÇÕES NO ANO)

REVELANDO SÃO PAULO - EDIÇÃO ENTRE SERRAS E ÁGUAS - ATIBAIA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
10	Promover a Participação de Municípios e Expositores no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	30	101
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	30	101
			ICM%		336
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	5%	14%
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	5%	14%
			Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	80
		2º Trim.		-	
		3º Trim.		-	
4º Trim.	-				
ANUAL	80	222			
ICM%		277			
11	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	30.000	60.000
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	30.000	60.000
			ICM%		200
12	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	75%	100%
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	75%	100%

REVELANDO SÃO PAULO - EDIÇÃO VALE DO RIBEIRA - IGUAPE					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
07	Promover a Participação de Municípios e Expositores no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	40	70
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	40	70
			ICM%		175
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	5%	5%
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	5%	5%
			Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-
		2º Trim.		40	176 *
		3º Trim.		-	
4º Trim.	-				
ANUAL	40	176			

			ICM%		440
08	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	20.000	30.000
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	20.000	30.000
			ICM%		150
09	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	75%	100%
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	75%	100%

REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALINHOS							
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada		
01	Promover a Participação de Municípios, Expositores no Festival.	Número mínimo de Municípios participantes.	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	100	102		
			4º Trim.	-			
			ANUAL	100	102		
					ICM%		102
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	5%	8,8 %		
			4º Trim.	-			
			ANUAL	5%	8,8%		
					ICM%		8,8
		Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	150	183		
4º Trim.	-						
ANUAL	150		183				
			ICM%		122		
02	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	300.000	40.000 *		
			4º Trim.	-			
			ANUAL	300.000	40.000		
						ICM%	
03	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	75%	100%		
			4º Trim.	-			
			ANUAL	75%	100%		
04	Mapeamento das expressões culturais tradicionais e popular	Organização e catalogação	1º Trim.	-			
			2º Trim.	-			
			3º Trim.	75%	100%		
			4º Trim.	-			
			ANUAL	75%	100%		

REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALE DO PARAÍBA - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS					
Nº	AÇÃO	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META CONTRATADA	META REALIZADA
		Número mínimo de	1º Trim.	-	

04	Promover a Participação de Municípios e Expositores no Festival.	Municípios Participantes.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	80	111
			4º Trim.	-	
			ANUAL	80	111
			ICM%		138,75
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	5%	18%
			4º Trim.		
			ANUAL	5%	18%
		Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	80	118
			4º Trim.	-	
ANUAL	80		118		
	ICM%		147,5		
05	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	100.000	150.000
			4º Trim.	-	
			ANUAL	100.000	150.000
			ICM%		150
06	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	75%	100%
			4º Trim.	-	
			ANUAL	75%	100%

*

PROGRAMAS DE DIFUSÃO - MAPA CULTURAL PAULISTA (EDIÇÃO 2015-2016)

ANALISE GERAL

O MCP acontece desde 1995, sendo parte da construção da Abaçai desde então. E quando essa se constituiu Organização Social de Cultura, o Programa foi devidamente outorgado no Contrato de Gestão. E desde sua formação, sempre ocorreu nos moldes de uma gestão bienal, devido ao volume quantitativo de artistas participantes, bem como, jurados, curadores e demais corpo físico para sua realização. Contempla o Estado todo, em suas 16 regiões administrativas, é dividido em 4 fases, e objetiva o expoente da linguagem da arte contemporânea do Estado.

FASE MUNICIPAL - ANO 2015					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
15	Lançamento Edital; Inscrições; Encontro com dirigentes; Encontro com Artistas; Predefinição de cidades sedes;	Número de regiões	1º Trim.	03	03
			2º Trim.	13	13
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	16	16
			ICM%		100
16	Participação na Fase (Encontros, palestras e/ou	Número de pessoas	1º Trim.	100	141
			2º Trim.	100	102
			3º Trim.	-	-

	rodas de conversa)	participantes	4º Trim	-	-
			ANUAL	200	243
			ICM%		121,5

MAPA CULTURAL PAULISTA					
FASE REGIONAL (geral) ANO 2015 (Seleção, formação e divulgação do programa)					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
17	Seletiva das 7 expressões artísticas;	Número de eventos	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	41	47
			4º Trim.	50	44
			ANUAL	91	91
			ICM%		100
18	Participação na Fase (palestras e/ou rodas de conversa, e/ou oficinas de formação)	Número de municípios participantes	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	40	60
			4º Trim.	50	90
			ANUAL	90	150
			ICM%		166

Assim distribuídos:

FASE REGIONAL (específica) ANO 2015						
Nº	Ações	Indicador	Metas contratadas	Metas realizadas 3º trimestre	Metas realizadas 4º trimestre	2º semestre total
19	Participação em Artes Visuais	Número de Municípios Participantes	100	37	84	121
20	Participação em Canto e Coral	Número de Municípios Participantes	40	08	26	34
21	Participação em Dança	Número de Municípios Participantes	100	30	84	114
22	Participação em Literatura	Número de Municípios Participantes	80	54	86	140
23	Participação Música Instrumental	Número de Municípios Participantes	40	23	56	79
24	Participação em Teatro	Número de Municípios Participantes	100	26	77	103
25	Participação em Vídeo	Número de Municípios Participantes	40	15	33	48
26	Participação de Inscritos	Artistas/grupos	1000	1460	-	1.460
27	Participação Geral	Público	5000	4500	6157	10.657

*

PROGRAMAS DE APOIO A EVENTOS - LITORAL ENCENA

FESTIVAL DE TEATRO DE CARAGUATATUBA – LITORAL ENCENA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
42	Promover a Participação de Grupos Cênicos no Festival.	Número de Inscritos	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	90	128
			ANUAL	90	128
			ICM%		142
		Número de artistas	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	25	81
			ANUAL	25	81*
ICM%			324		
43	Participação no Festival.	Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	25.000	50.000
			ANUAL	25.000	50.000
			ICM%		200

ANÁLISE GERAL

O Programa Litoral Encena caminha ascendentemente como evento que envolve o Litoral Norte e a região da Serra da Mantiqueira. Realizado pelo Governo do Estado de São Paulo, pela Secretaria de Estado da Cultura, por meio da Abaçai Cultura e Arte e pela Prefeitura Municipal de Caraguatatuba, por meio da FUNDACC – Fundação Educacional e Cultural de Caraguatatuba, e assim, com o apoio de 11 prefeituras das demais cidades participantes, e Patrocínio parcial da Petrobras, o Litoral Encena – Mostra Nacional de Teatro de Rua, Teatro de Bonecos, Circo e Dança de Caraguatatuba, teve a fabulosa missão de fomentar a produção cênica no país, reunindo em si, o melhor nas linguagens do teatro de rua, do teatro de bonecos, do circo e da dança, de maneira ampla, democrática, descentralizada, buscando a variedade de linguagens e expressões, além da excelência técnica entre os grupos selecionados, ocupando, durante seu período de realização, praças, teatros, escolas e os mais diversos espaços alternativos, em zonas urbanas ou rurais durante 9 dias consecutivos e simultâneos.

*

PROGRAMAS DE APOIO A EVENTOS - FESTIVAIS DE MPB

ANALISE GERAL

Este Programa MPB é pontual, ocorrendo isoladamente nas cidades que os sediam. Alguns Festivais já se tornaram históricos, com um público cativo. Acontece em 4 edições, Batatais, no 1º trimestre; Botucatu (Botucanto), 2º trimestre, Avaré (Fampop) e Ilha Solteira no 4º trimestre respectivamente, de cada ano. Possui sempre um público flutuante em virtude da programação oferecida, das intempéries, e outros fatores que podem vir a prejudicar ou valorizar a maior ou menor presença, visto que acontece em espaços abertos, e com coberturas aloçadas. É um Programa que vem ascendente em termos de participação e divulgação. E as Pesquisas de Satisfação comprovam.

FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO BATATAIS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
48	Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	320	460
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	320	460
		ICM%		143	
		Número de artistas.	1º Trim.	24	20
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
ANUAL	24		24		
ICM%		100			
49	Participação no Festival	Público	1º Trim.	10.000	10.000
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	10.000	10.000
			ICM%		100

FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO PEREIRA BARRETO					
	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
52	Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	200	222
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	200	222
		ICM%		111	
		Número de artistas.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	24	24
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
ANUAL	24		24		
ICM%		100			
53	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	5.000	5.100
			3º Trim.	-	
			4º Trim.	-	
			ANUAL	5.000	5.100
			ICM%		102

FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO BOTUCATU					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
46	Promover a Participação de Talentos da MPB no	Número de Inscritos.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	300	-
			4º Trim.	-	405
			ANUAL	300	405
			ICM%		135

	Festival.		1º Trim.	-	
		Número de artistas.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	24	-
			4º Trim.	-	30
			ANUAL	24	30 *
			ICM%		125
47	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	10.000	-
			4º Trim.	-	10.250
			ANUAL	10.000	10.250
			ICM%		102

30* canções concorreram para as respectivas eliminatórias.

PROGRAMA FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO AVARÉ						
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada	
44	Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	400	747*	
			ANUAL	400	747	
				ICM%		186
		Número de artistas.	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	24	24*	
ANUAL	24		24			
		ICM%		100		
45	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	6.000	6100	
			ANUAL	6.000	6100	
					ICM%	

*OBS: Fase Nacional = 747 músicas de 17 estados. *24 classificados.

FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO ILHA SOLTEIRA						
Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada		
50	Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	200	250	
			ANUAL	200	250	
				ICM%		125
		Número de artistas.	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	24	25	
ANUAL	24		25			
		ICM%		104		
51	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-		
			2º Trim.	-		
			3º Trim.	-		
			4º Trim.	10.000	12.000	

			ANUAL	10.000	12.000
			ICM%		120

20 musicas classificadas, mais 5 suplentes. Publico

*

PROGRAMAS DE APOIO A EVENTOS - CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS

ANALISE GERAL

Este Programa CAFÉ COM VIOLAS é pontual. Acontece em 2 edições, Santa Fé do Sul e Batatais, no 3º trimestre de cada ano. Possui sempre um público flutuante em virtude da programação oferecida, das intempéries, e outros fatores que podem prejudicar ou valorizar a maior ou menor presença, visto que acontece em espaços abertos, e com coberturas alugadas. É um Programa que vem ascendente em termos de participação e divulgação. E as Pesquisas de Satisfação indicam esses resultados positivos.

CAFÉ COM VIOLAS – EDIÇÃO SANTA FÉ DO SUL					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
			1º Trim.	-	
54	Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	20	30
			4º Trim.	-	
			ANUAL	20	30
			ICM%		
55	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	4.000	6.000
			4º Trim.	-	
			ANUAL	4.000	6000
ICM%		150			

*

CAFÉ COM VIOLAS – EDIÇÃO BATATAIS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
			1º Trim.	-	
56	Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	10	8
			4º Trim.	-	
			ANUAL	10	8
			ICM%		100
57	Participação no Festival	Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	4000	4100
			4º Trim.	-	
			ANUAL	4000	4100
ICM%		102			

*

PROGRAMAS DE APOIO A AÇÕES INSTITUCIONAIS COMOS MUNICIPIOS ATM – ATENDIMENTO AOS MUNICIPIOS

ANALISE GERAL

Esclarecemos que o respectivo programa é contínuo e definido em comum acordo com o Gabinete da SEC.

A variação de atendimento aos municípios é flutuante, e a demanda grande, por conta de realização de pequenas apresentações, a um custo orçamentário pequeno. No entanto, o público beneficiado, bem como, os inscritos para formação são surpreendentes.

No ano de 2015 houve 9073 inscritos para formação, 539 profissionais envolvidos em 150 municípios.

ATENDIMENTO AOS MUNICÍPIOS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
60	Realizar Atendimento aos Municípios.	Número de Municípios.	1º Trim.	05	02
			2º Trim.	25	61
			3º Trim.	25	58
			4º Trim.	20	29
			ANUAL	75	150
			ICM%		161
61	Apoiar a Difusão das ações culturais junto ao público participante dos eventos	Público	1º Trim.	7.500	75.000
			2º Trim.	25.000	131.328
			3º Trim.	30.000	121.610
			4º Trim.	25.000	51455
			ANUAL	87.500	379393
			ICM%		374

*

ENCONTRO DE DIRIGENTES MUNICIPAIS DE CULTURA DO ESTADO DE SP							
Nº		Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada		
62	Promover a Participação de Dirigentes no Encontro	Número de Encontros	1º Trim.	-	03		
			2º Trim.	08	08		
			3º Trim.		-		
			4º Trim.				
			ANUAL	08	11		
					ICM%		137
		Número de Dirigentes.	1º Trim.	-	181		
			2º Trim.	200	419		
			3º Trim.				
			4º Trim.				
ANUAL	200		600				
			ICM%		300		

ANALISE GERAL

Os Pre-Encontros foram elaborados a partir da plataforma de diálogo tanto para o Mapa Cultural Paulista, como para o Revelando São Paulo.

Uma maneira de introduzir um novo modelo de aproximação junto aos municípios do interior e litoral. Esclarecer que ao longo do 2º trimestre ocorreriam encontros regionais, na tentativa de ampliar aproximação, saber escutar suas solicitações anteriores, e estar próximo aos municípios, evitando grandes deslocamentos, e maior concentração.

*

PROGRAMAS DE CULTURAS PARA ACESSORIA DE GÊNEROS E ETNIAS E HIP HOP

ANALISE GERAL - APOIO A PROJETOS DE CULTURA NEGRA

Trabalhamos por meio da Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias, na seleção de projetos a serem atendidos, e de comum acordo com a política cultural definida pela Secretaria de Estado da Cultura. Assim, esclarecemos que o fomento visa à valorização da cultura negra através de música e de intervenções literárias e/ou de dança e teatro. De modo que, quando as atividades são adiantadas ou postergadas, temos a justificativa clara abaixo de cada quadro. Transitam nos relatórios trimestrais, variações das ações previstas, por conta de oportunidades de parcerias e/ou situações que venham a favorecer a

antecipação ou postergação dessas ações, que, no entanto, sempre ocorrem, e muitas vezes, até acima das metas contratadas.

APOIA A PROJETOS DE CULTURA NEGRA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
63	Realizar a itinerância das exposições com recortes etnicorraciais	Número de Municípios Atendidos.	1º Trim.	-	04
			2º Trim.	01	04
			3º Trim.	02	-
			4º Trim.	04	04
			ANUAL	07	12
			ICM%		171
		Público	1º Trim.	-	3500
			2º Trim.	80	7.500
			3º Trim.	160	-
			4º Trim.	320	1050
			ANUAL	560	12050
ICM%			2151		
64	Apoiar e/ou realizar eventos	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	02	06
			3º Trim.	02	06
			4º Trim.	02	07
			ANUAL	07	20
			ICM%		285
		Público	1º Trim.	100	100
			2º Trim.	200	11.000
			3º Trim.	200	5200
			4º Trim.	200	6350
			ANUAL	700	22650
ICM%			3235		
65	Fomentar atividades culturais em Celebração à Consciência Negra e ao Samba Paulista pela capital e interior	Número de Municípios Atendidos.	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	04	04
			4º Trim.	16	22
			ANUAL	22	28
			ICM%		127
		Público	1º Trim.	2000	4000
			2º Trim.	2000	2000
			3º Trim.	5000	10800
			4º Trim.	10000	56850
			ANUAL	19000	73650
ICM%			387		
<p>ANÁLISE GERAL - APOIO A PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA OUTRAS ETNIAS Dentro do rol de projetos, Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias, na seleção de projetos a serem atendidos, e de comum acordo com a política cultural definida pela Secretaria de Estado da Cultura, e lembrando que essa ação cultural é fruto de um planejamento realizado em conjunto com o Conselho Estadual dos Povos Indígenas de São Paulo.</p>					
APOIO A PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA OUTRAS ETNIAS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
		Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	06
			2º Trim.	03	06
			3º Trim.	05	06

66	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Público	4º Trim.	01	03
			ANUAL	10	19
			ICM%		190
			1º Trim.	100	10035
			2º Trim.	300	5700
			3º Trim.	500	11800
			4º Trim.	100	2250
			ANUAL	1000	29785
		ICM%		2978	
ANALISE GERAL - APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT					
Esclarecemos que essa ação cultural é fruto de mecanismos de inclusão e de ações de visibilidade como as Paradas do Orgulho LGBT, que se multiplicam pelo interior. E de demandas oriundas de órgãos representativos.					
APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
67	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	02
			2º Trim.	02	10
			3º Trim.	03	05
			4º Trim.	02	01
			ANUAL	08	18
			ICM%		225
		Público	1º Trim.	200	15500
			2º Trim.	5.000	18.480
			3º Trim.	7.000	18.100
			4º Trim.	5.000	3500
ANUAL	17.200		55580		
		ICM%		323	
ANALISE GERAL - PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE					
Esclarecemos que essa ação cultural é fruto da 1ª campanha cultural voltada para pessoas com deficiência "Pela Arte se Inclui" e visa servir de inclusão dessas pessoas junto à sociedade como um todo, valorizando talentos e produções culturais. Desde que o tema esteja direta ou indiretamente ligado à inclusão e à autonomia das Pessoas com Deficiência, demandas de órgãos representativos.					
PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
68	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	-	01
			3º Trim.	01	02
			4º Trim.	02	05
			ANUAL	04	09
			ICM%		225
		Público	1º Trim.	100	30
			2º Trim.	-	30
			3º Trim.	100	1300
			4º Trim.	200	6900
ANUAL	400		8260		
		ICM%		2065	
CENTRO DE CULTURA, MEMÓRIA E ESTUDOS DA DIVERSIDADE SEXUAL					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada

69	Realizar Exposição pelo interior e litoral de São Paulo.	Número de Municípios atendidos.	1º Trim.	02	02
			2º Trim.	02	04
			3º Trim.	01	02
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	06	09
			ICM%		150
		Público	1º Trim.	200	200
			2º Trim.	200	-
			3º Trim.	100	700
			4º Trim.	100	278
ANUAL	600		1178		
ICM%			196		
70	Realizar Novas Exposições na sede do CCDS.	Número de Exposições	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	01	**
			3º Trim.	-	01
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	02	02
			ICM%		100
		Público	1º Trim.	5000	15399
			2º Trim.	5000	14916
			3º Trim.	5000	22823
			4º Trim.	5000	12.232
ANUAL	20000		65370		
ICM%			326		
71	Plano Museológico – Projeto de Pesquisa.	Módulo I	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	01	***
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	-	01
			ANUAL	01	01
			ICM%		100

PROGRAMAS DE CULTURAS PARA ACESSORIA DE HIP HOP

ANALISE GERAL – HIP HOP

Diferentemente do Programa Gêneros e Etnias, essa programa precisa de ajustes.

ENCONTRO PAULISTA DE HIP HOP					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
72	Realizar 03 eventos com atividades	Número de eventos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	01	-*
			3º Trim.	01	-*
			4º Trim.	01	03
			ANUAL	03	03
			ICM%		100
		Número de atividades	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	03	-*
			3º Trim.	03	-*
			4º Trim.	08	27
			ANUAL	14	27
			ICM%		100
		Público	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1600	-*
			3º Trim.	1600	-*
			4º Trim.	1800	6700
			ANUAL	5000	6700
ICM%			134		

CAPACITAÇÃO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS DE HIP HOP					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
73	Realizar capacitações para Elaboração de Projetos Culturais	Número de capacitações	1º Trim.	-	
			2º Trim.	03	03
			3º Trim.	02	05
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	05	08
		ICM%		160	
		Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	90	89
			3º Trim.	90	470
			4º Trim.	70	-
ANUAL	125		629		
ICM%		503			

PROGRAMAS DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA - METAS COMPLEMENTARES ANÁLISE GERAL

Esclarecemos que as metas foram realizadas integralmente porque todos os programas tiveram parcerias e contrapartidas com os municípios, divulgação na web e inserções de mídias espontâneas. De modo que o Programa de Imprensa responsável nas 3 ações de divulgação, tem indicado cada projeto/programa em execução.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
76	Estabelecer parceria institucional, pontual e contínua para ampliar a comunicação dos programas e projetos.	Relatório sobre a contrapartida oferecida pela instituição.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	3	3
ICM%		100			
	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
77	Divulgar em mídia espontânea os programas e projetos da Abaçai cultura e Arte em veículos de imprensa, internet, rádio e TV.	Clipping das matérias produzidas sobre os programas e projetos.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	4	4
ICM%		100			
	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
78	Ampliar e difundir a comunicação web para as redes sociais referentes aos programas e projetos relacionados	Relatório de postagens quanto à visibilidade viral, alcance e compartilhamento da informação.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	4	4
ICM%		100			

*

PROGRAMAS DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

ANÁLISE GERAL

Esclarecemos que dotação orçamentária prevista de 2015 seria de R\$12.761.926,00 sendo o referencial de recurso financeiro correspondente a R\$127.619,26 (1%). No entanto, recebemos o valor de R\$9.732.993,67 sendo o referencial de 1% = a R\$97.329,93. Como recebemos o valor total de R\$336.049,00 de Recursos Financeiros de outras parcerias, captamos o valor percentual abaixo discriminado, ou seja, 2,45% acima do previsto.


PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta Contratada %	Meta realizada %
79	Parceria com municípios e/ou convênios	Percentual de receitas captadas em relação ao Contrato de Gestão.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	1	
			4º Trim.	-	3,45
			ANUAL	1	3,45

POP RA ANEXO 3
ANEXO ADMINISTRATIVO

3.1 POP RA - GERENCIAL DE ORÇAMENTO

Previsto x Realizado



 <p style="text-align: center;">POP RT - ANEXO 3.1 Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado - exercício 2015 ABAÇAI CULTURA E ARTE</p>							
Contrato de Gestão 10/2011							
RECEITAS	Orçamento Anual	Repassado 1º trim	Repassado 2º trim	Repassado 3º trim	Repassado 4º trim	Repassado Anual	% Repassado
1. Repasse do Contrato de Gestão	12.761.926,00	3.675.129,00	3.028.932,34	3.028.932,33	0,00	9.732.993,67	76,27
2. Captação de Recursos Financeiros Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, livraria etc.)							
3. Receitas financeiras	0,00	79.969,68	129.808,78	158.411,60	101.377,85	469.567,91	
TOTAL DE RECEITAS VINCULADAS AO CG	12.889.545,00	3.675.129,00	3.028.932,34	3.028.932,33	0,00	9.732.993,67	75,51
DESPESAS vinculadas ao Contrato de Gestão	Despesas	Realizada 1º trim	Realizada 2º trim	Realizada 3º trim	Realizada 4º trim	Realizada Anual	% Realizada
1. Gestão Operacional							
1.1. Recursos Humanos	5.815.000,00	1.377.998,64	1.371.232,37	1.364.041,61	1.246.420,91	5.359.693,53	92,17
1.1.1. Salários, encargos e benefícios	5.815.000,00	1.375.538,64	1.371.232,37	1.364.041,61	1.246.420,91	5.359.693,53	92,17
1.1.1.1. Dirigentes	750.000,00	321.745,39	240.897,72	262.269,13	212.530,39	1.037.442,63	138,33
1.1.1.1.1. Área Meio	250.000,00	84.696,60	98.238,55	74.635,58	69.826,64	327.397,37	130,96
1.1.1.1.1. Área Fim	500.000,00	237.048,79	142.659,17	187.633,55	142.703,75	710.045,26	142,01
1.1.1.2. Demais Empregados	5.051.800,00	1.053.793,25	1.127.874,65	1.101.772,48	1.031.539,85	4.314.980,23	85,41
1.1.1.2.1. Área Meio	1.644.039,00	416.115,83	430.692,17	402.229,17	356.507,09	1.605.544,26	97,66
1.1.1.2.1. Área Fim	3.407.761,00	637.677,42	697.182,48	699.543,31	675.032,76	2.709.435,97	79,51
1.1.1.3. Estagiários	13.200,00	2.460,00	2.460,00	0,00	2.350,67	7.270,67	55,08
1.1.1.3.1. Área Meio	13.200,00	2.460,00	2.460,00	0,00	2.350,67	7.270,67	55,08
1.1.1.3.1. Área Fim		0,00	0,00				
1.2. Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas)	255.900,00	28.710,64	44.750,87	43.971,00	76.201,08	193.633,59	75,67
1.2.1. Jurídica	56.000,00	13.614,00	13.971,00	13.971,00	13.971,00	55.527,00	99,16
1.2.2. Informática	139.700,00	28.000,00	27.000,00	30.000,00	30.000,00	115.000,00	82,32
1.2.3. Auditoria	35.200,00	85,95	1.684,57	0,00	21.700,08	23.450,70	66,52
1.2.4. Demais (especificar)	25.000,00	15.030,69	2.095,20	0,00	10.530,00	27.655,89	110,62
1.3. Custos Administrativos e Institucionais	790.500,00	203.642,83	208.980,92	201.385,13	237.562,20	851.571,08	107,73
1.3.1. Locação de Imóveis / Condomínio	269.500,00	63.277,97	63.023,90	62.513,02	64.204,20	253.019,09	93,88
1.3.2. Utilidades Públicas	176.000,00	27.848,43	27.837,73	33.616,99	40.278,62	129.581,77	73,63
1.3.3. Jovem aprendiz	72.000,00	10.399,58	11.437,86	11.296,58	7.496,58	40.630,60	56,43
1.3.4. Viagens e Estadias	85.000,00	2.150,44	2.444,85	11.767,28	4.137,15	20.499,72	24,12
1.3.5. Material de Consumo Escritório e Limpeza	45.000,00	14.193,01	7.919,04	19.927,36	6.762,30	48.801,71	108,45
1.3.6. Despesas Diversas (Correo Motoboy Cartorio Publicação etc)	51.000,00	30.576,11	77.443,10	40.479,06	94.132,32	242.630,59	475,75
1.3.7. Locação Xerox	34.000,00	7.200,00	7.170,00	10.209,53	6.421,60	31.001,13	91,18
1.3.8. Despesas com TI	12.000,00	1.000,92	340,44	768,44	1.552,44	3.662,24	30,52
1.3.9. Dedetização e Outras Conservações	10.000,00	4.906,22	600,00	0,00	1.400,00	6.906,22	69,06
1.3.10. Equipamentos Compra de Imobilizado	30.000,00	12.059,34	10.713,24	10.723,35	11.176,99	44.672,92	148,91
1.3.11. Seguros (Predial, Incendio, etc)	6.000,00	2.030,81	50,76	83,52	0,00	2.165,09	36,08
2. REVELANDO SÃO PAULO - CAPITAL	1.000.000,00	0,00	0,00	420.667,30	622.302,91	1.042.970,21	104,30
2.1. Infraestrutura	690.000,00	0,00	0,00	172.965,20	314.196,66	487.162,86	70,60
2.2. Serviços / Produção	170.000,00	0,00	0,00	168.561,10	218.362,85	386.923,95	227,60
2.3. Despesas de Comunicação	80.000,00	0,00	0,00	61.400,00	24.713,40	86.113,40	107,64
2.4. Despesas Gerais	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
2.5. Logística	30.000,00	0,00	0,00	17.740,00	65.030,00	82.770,00	275,90
3. REVELANDO SÃO PAULO - VALE DO PARAIBA - SÃO JOSE DOS CAMPOS	507.619,00	0,00	20.166,16	231.850,73	6.187,36	260.204,25	51,26
3.1. Infraestrutura	224.200,00	0,00	2.785,53	139.525,55	8.187,36	150.498,44	67,13
3.2. Serviços / Produção	53.200,00	0,00	6.809,73	34.664,47	0,00	41.474,20	77,96
3.3. Despesas de Comunicação	57.000,00	0,00	10.570,90	34.052,13	0,00	44.623,03	78,29
3.4. Despesas Gerais	15.200,00	0,00	0,00	108,58	0,00	108,58	0,71
3.5. Logística	158.019,00	0,00	0,00	23.500,00	0,00	23.500,00	14,87
4. REVELANDO SÃO PAULO - VALE DO RIBEIRA - IGUAPE	200.000,00	0,00	179.391,32	6.425,01	1.000,00	186.816,33	93,41
4.1. Infraestrutura	98.000,00	0,00	94.229,81	0,00	0,00	94.229,81	96,15
4.2. Serviços / Produção	28.000,00	0,00	30.955,81	6.425,00	1.000,00	38.380,81	137,07
4.3. Despesas de Comunicação	40.000,00	0,00	36.813,10	0,00	0,00	36.813,10	92,03
4.4. Despesas Gerais	6.000,00	0,00	42,60	0,00	0,00	42,60	0,71
4.5. Logística	28.000,00	0,00	17.350,00	0,01	0,00	17.350,01	61,96
5. REVELANDO SÃO PAULO - EDIÇÃO ENTRE SERRAS E AGUAS - ATIBAIA	220.000,00	200.512,48	719,43	0,00	1.450,00	202.681,91	92,13
5.1. Infraestrutura	100.000,00	121.704,56	0,00	0,00	0,00	121.704,56	121,70
5.2. Serviços / Produção	30.000,00	24.840,62	719,43	0,00	1.450,00	26.650,05	88,83
5.3. Despesas de Comunicação	45.000,00	46.768,20	0,00	0,00	0,00	46.768,20	103,93
5.4. Despesas Gerais	15.000,00	209,10	0,00	0,00	0,00	209,10	1,39
5.5. Logística	30.000,00	7.350,00	0,00	0,00	0,00	7.350,00	24,50
6. MAPA CULTURAL PAULSTA	950.000,00	26.123,11	36.232,22	137.983,79	508.335,26	708.674,38	74,60
6.1. Serviços / Produção	48.000,00	11.221,29	24.601,51	0,00	0,00	35.822,80	74,63
6.2. Despesas de Comunicação	29.000,00	615,00	9.290,00	0,00	0,00	9.905,00	34,16
6.3. Logística	10.000,00	982,67	0,00	0,00	0,00	982,67	9,83
6.4. Despesas Gerais	16.966,00	13.304,15	720,65	833,00	0,00	14.857,80	87,57
6.5. Cache Artístico	843.000,00	0,00	1.620,06	137.150,79	505.301,26	644.072,11	76,40
6.6. Infraestrutura	3.034,00	0,00	0,00	0,00	3.034,00	3.034,00	100,00
7. ATENDIMENTO AOS MUNICIPIOS	500.000,00	18.000,00	162.877,70	225.899,70	105.860,00	512.637,40	102,53
7.1. Serviços / Produção	86.846,00	0,00	0,00	0,00	105.860,00	105.860,00	121,89
7.2. Infraestrutura	10.000,00	0,00	3.450,00	0,00	0,00	3.450,00	34,50
7.3. Despesas Gerais	10.000,00	4.000,00	-425,80	6.599,70	0,00	10.173,90	101,74
7.4. Cache Artístico	393.154,00	14.000,00	159.853,50	219.300,00	0,00	393.153,50	100,00
8. ENCONTRO DOS DIRIGENTES DE CULTURA	35.526,00	4.716,30	11.299,05	2.407,39	0,00	18.422,74	51,86
8.1. Serviços / Produção	7.000,00	3.116,30	0,00	2.407,39	0,00	5.523,69	78,91
8.2. Infraestrutura	20.000,00	0,00	6.874,05	0,00	0,00	6.874,05	34,37
8.3. Comunicação	5.000,00	0,00	4.425,00	0,00	0,00	4.425,00	88,50
8.4. Logística	2.000,00	1.600,00	0,00	0,00	0,00	1.600,00	80,00
8.5. Cache Artístico	1.526,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-

