

JULIANA MARIA MAY

**PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO MUSEU HISTÓRICO MUNICIPAL DE
SALETE – SC**

FLORIANÓPOLIS

2003

JULIANA MARIA MAY

**PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO MUSEU HISTÓRICO MUNICIPAL DE
SALETE – SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina de Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, área de concentração em Administração Geral.

Prof^a. Orientadora: Edinice Mei Silva

FLORIANÓPOLIS

2003

JULIANA MARIA MAY

**PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO MUSEU HISTÓRICO MUNICIPAL DE
SALETE - SC**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em julho de 2003.

Prof^o Sinésio Stefano Dubiela Ostroski

Coordenador de Estágio

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:


Profª Dra. Edinice Mei Silva

Orientadora


Profº Msc. Alexandre Marino Costa

Membro


Esp. Elizabete Neves Pires

Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais Césio (in memoriam) e Alice pelo seu amor, apoio, carinho e compreensão em todos momentos da vida.

Aos meus irmãos Gisele, Valberto Césio e Hemerson, cunhados Marcio e Elis, pela amizade, afeto e companheirismo.

Aos meus sobrinhos Ana Tereza, Pedro Antônio, Davi Francisco e Maria Vitória, pelos seus sorrisos, abraços e alegria de viver.

A Estefania, pela sua amizade, palavras de estímulo e força dada para enfrentar cada obstáculo.

Especialmente à orientadora Edinice, agradeço por sua dedicação, paciência e disponibilidade de ensinar.

À Sra. Elizabete pelo admirável apoio e importante colaboração na elaboração do trabalho.

Aos professores que contribuíram na formação acadêmica.

A todos que de alguma forma incentivaram e auxiliaram no desenvolvimento do presente estudo.

Com muito amor, aos meus pais

Césio (in memoriam) e Alice.

“Meta... a gente busca,
Caminho... a gente acha,
Desafio... a gente enfrenta,
Desejo... a gente mata,
Vida... a gente inventa,
E Sonho... a gente realiza!”

Alexandre Brito

“ Vou lá de qualquer jeito. Se tiver que morrer....

Morrerei e pronto. Mas se eu não for,

Morrerei muito mais.”

Raquel de Queiroz

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA PROBLEMA	11
1.2 JUSTIFICATIVA.....	12
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo geral	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 CONCEITO DE PROJETO	15
2.1.1 Tipos de projetos	17
2.1.2 Etapas do projeto	18
2.1.3 Estrutura do projeto	19
2.2 MUSEU	19
2.3 ASPECTOS ECONÔMICOS	23
2.3.1 Estudo de mercado.....	23
2.3.1.1 Mercado consumidor	25
2.3.1.2 Mercado concorrente	26
2.3.1.3 Mercado fornecedor.....	27
2.3.2 Ambiente organizacional.....	28
2.3.3 Localização	30
2.3.4 Tamanho	30
2.4 ASPECTOS TÉCNICOS	31
2.5 ASPECTOS FINANCEIROS	31
2.5.1 Investimento em capital fixo.....	32
2.5.2 Custos fixos e variáveis	33
2.5.2.1 <i>Tipos de despesas orçamentárias</i>	34
2.5.3 Receitas	35
2.6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	37

2.6.1	Estrutura organizacional	37
2.6.2	Recursos humanos	38
2.7	ASPECTOS JURÍDICOS.....	39
3	METODOLOGIA	41
4	ELABORAÇÃO DO PROJETO.....	42
4.1	HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE SALETE.....	42
4.2	CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	43
4.3	ASPECTOS ECONÔMICOS	44
4.3.1	Análise de mercado	44
4.3.2	Localização	49
4.3.3	Tamanho	50
4.4	ASPECTOS TÉCNICOS	52
4.4.1	Procedimento das atividades	52
4.4.2	Móveis e utensílios	55
4.4.3	Equipamentos.....	56
4.4.4	Layout	56
4.5	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	61
4.5.1	Estrutura organizacional	61
4.5.2	Distribuição das atividades	63
4.5.3	Horário de serviço.....	65
4.6	ASPECTOS JURÍDICOS.....	66
4.7	ASPECTOS CONTÁBEIS	67
4.8	ASPECTOS FINANCEIROS.....	68
4.8.1	Investimentos iniciais	68
4.8.1.1	<i>Despesas pré-operacionais</i>	68
4.8.1.2	<i>Investimento fixo</i>	69
4.8.1.3	<i>Custos fixos</i>	71
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
	REFERENCIAS	80

LISTA DE ANEXOS

Anexo A – Modelo de Projeto de Lei.....	82
Anexo B – Modelo de ficha de entrada do acervo.....	84
Anexo C – Modelo do termo de abertura fo livro tombo.....	86
Anexo D – Sistema estadual de incentivo à cultura	87
Anexo E – Sistema estadual de incentivo à cultura e outras providencias.....	91

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – População da região de Salete	46
Quadro 2 – Distribuição dos cargos.....	62
Quadro 3 – Despesas pré-operacionais.....	68
Quadro 4 – Móveis e utensílios.....	69
Quadro 5 – Equipamentos.....	70
Quadro 6 – Total dos investimentos.....	70
Quadro 7 – Custo de mão-de-obra (diretor).....	71
Quadro 8 – Custo de mão-de-obra (museólogo)	72
Quadro 9 – Custo de mão-de-obra (restaurador)	72
Quadro 10 – Custo de mão-de-obra (historiador).....	73
Quadro 11 – Custo de mão-de-obra (pedagogo).....	73
Quadro 12 – Custo de mão-de-obra (monitor).....	74
Quadro 13 – Custo de mão-de-obra (guarda)	74
Quadro 14 – Custo de mão-de-obra (faxineiro).....	75
Quadro 15 – Custo de mão-de-obra (jardineiro)	75
Quadro 16 – Valor total dos custos com mão-de-obra	76
Quadro 17 – Custos totais.....	76
Quadro 18 – Investimentos iniciais	77

RESUMO

MAY, J. M. Proposta de implantação do Museu Histórico Municipal de Salete – SC. 2003. (99). Trabalho de Conclusão de Estágio (graduação em Administração). Ciências da Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC.

Orientadora: Dr. Edinice Mei Silva.

O presente trabalho tem por objetivo a implantação de um museu no município de Salete – SC. O estudo realizado neste projeto concentrou-se na área de Administração Geral. No intuito de implantar o museu histórico municipal em Salete, estudou-se o aspecto econômico, técnico, administrativo, financeiro, jurídico e legal. Para completar a análise, buscou-se identificar os consumidores potenciais, concorrentes e fornecedores, a fim de desempenhar da melhor maneira possível as atividades museológicas. Posteriormente foi proposto a localização e layout do museu. Por fim, foram realizados estudos sobre despesas pré-operacionais; custo com o quadro de funcionários e suas respectivas atribuições de serviços; custo de investimento com móveis, equipamentos; e custo fixo, permitindo assim, constatar a viabilidade do projeto.

Palavras-chave: projeto, implantação e museu.

1 INTRODUÇÃO

A implantação de um museu decorre do envolvimento da comunidade, de autoridades políticas entre outros fatores, e gera em seus idealizadores grandes expectativas de sucesso.

No entanto, é preocupante a situação de desprezo sofrida por alguns museus após todo o processo de instalação, visto que os mesmos precisam exercer um grande esforço para realizar determinadas atividades. Tais dificuldades resultam da incapacidade financeira destes museus, decorrente da falta de apoio das instituições mantenedoras, que por sua vez deveriam manter e dar condições de funcionamento a estas instituições museológicas.

Por este motivo, a elaboração de um projeto é importante, pois permite aos seus idealizadores uma idéia precisa sobre a conveniência do investimento. O projeto por sua vez, é resultado de cálculos cuidadosos dos gastos inerentes em cada etapa de execução, bem como, os recursos necessários para a sua operação. Assim, o projeto possibilita ao empreendedor, uma garantia na suas tomadas decisões e conseqüentemente, minimiza os riscos e insucessos intrínsecos.

1.1 TEMA PROBLEMA

O presente projeto teve como objetivo a elaboração de uma proposta de implantação do Museu Histórico Municipal de Salete – SC, descrevendo assim, todos os passos necessários para concretizá-lo.

A escolha do tema deveu-se ao interesse em aplicar os conhecimentos

adquiridos na academia do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, e também por considerar o importante papel desempenhado pelo museu.

A importância relaciona-se com a formação cultural de tal sociedade, pois proporciona a comunidade local, bem como aos demais visitantes, a compreensão da história e a preservação do seu passado. Conforme Suaño (1986, p. 7) “trata-se de manter e preservar testemunhos materiais dessa época que nos sirvam como pontos constantes de partida para a reflexão e análise.”

Diante do que foi exposto e considerando o caráter limitado de estudos desta natureza, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: **“quais os recursos (aspectos econômicos, técnicos, financeiros, administrativos, jurídicos e legais, e contábeis) necessários para implantar o Museu Histórico Municipal de Saleté – SC?”**.

1.2 JUSTIFICATIVA

O Município de Saleté, para o qual destinou-se o presente trabalho, vive um momento de grande movimentação devido ao crescente número de empreendimentos concretizados nos últimos 2 anos, e às boas perspectivas de um incremento significativo de oferta de empregos.

Destaca-se aqui um dos maiores investimentos já executados no município, no valor estimado de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais) com a instalação de um complexo hoteleiro, o qual visa atender turistas nacionais e internacionais. Neste sentido, vem a oferecer a comunidade local, uma vasta oferta de emprego.

Assim sendo, a ampla oferta de emprego que ocorre no município decorrente dos novos empreendimentos e ampliação dos que já estão instalados, vem atraindo olhares, principalmente de saletenses que não residem no município.

A proposta de implantação de um Museu no município surge pela motivação da realização pessoal, que consiste em possibilitar à comunidade local o conhecimento do passado e a retomada da cidadania, permitindo ainda, a aquisição de novos conceitos e conhecimentos, tornando assim, a sociedade mais exigente, mais capacitada, criativa, integrada e crítica.

Da mesma forma, motivada pelo prefeito municipal de Saleté, que se manifestou receptivo e disposto a auxiliar no desenvolvimento do presente trabalho.

Portanto, a elaboração do projeto proporciona a aplicação dos conhecimentos adquiridos e ao mesmo tempo possibilita a realização pessoal, bem como contribui cientificamente, devido à limitação de bibliografia nesta área.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Apresentar ao município de Saleté – SC, uma proposta para a implantação do Museu Histórico Municipal.

1.3.2 Objetivos Específicos

A partir do objetivo geral, este estudo trabalho os seguintes objetivos

específicos:

- 1 Levantar aspectos históricos e geográficos do município de Saleté – SC.
- 2 Analisar os aspectos necessários para implantar o Museu Histórico

Municipal de Saleté, tais como:

- a) Aspectos econômicos;
- b) Aspectos técnicos;
- c) Aspectos financeiros;
- d) Aspectos administrativos.
- e) Aspectos jurídicos e legais;
- f) Aspectos contábeis.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO DE PROJETO

Encontra-se várias definições quando se trata de projetos. No entanto, é de suma importância centrar-se na elaboração de metodologias adequadas para a formulação e avaliação de projetos.

A palavra projeto no Brasil tem forte influência do inglês *project*, assumindo duas vertentes de terminologia, ou seja, *Design* para significar concepção ou especificações técnicas, e projetos/empreendimentos tendo como fases a criação, estudo de viabilidade, definição de requisitos, projetos, execução, instalação e testes e seu encerramento.

Para Prado (1998, p. 18) projeto é “um empreendimento único e não-receptivo, de duração determinada, formalmente organizado e que congrega e aplica recursos visando o cumprimento de objetivos pré-estabelecidos”.

Projeto para Woiler & Mathias (1996, p. 27) é o “conjunto de informações internas e/ou externas à empresa, coletadas e processadas com o objetivo de analisar-se (e, eventualmente implantar-se) uma decisão de investimento”.

Destaca ainda os autores acima, que as características básicas de um projeto são:

1. Sempre ter início e encerramento definidos;
2. Um plano organizado, isto é, uma abordagem metódica usada para que se atinjam os objetivos do produto;
3. Contar com recursos especialmente alocados à ele, com tempo, pessoal e verba;

4. Equipe capaz de levar a termo o trabalho proposto; e
5. Metas estabelecidas que busquem resultados em termos de qualidade e/ou desempenho (WOILER & MATHIAS, 1996).

A elaboração do projeto, por sua vez, consiste em fazer premissas como cálculos, estudos e perspectivas, com o intuito de proporcionar a concepção sobre vantagem ou não de realizar o empreendimento (MAGALHÃES, 1986).

No mesmo contexto, Buarque (1984, p. 25) ressalta que “o projeto é um conjunto ordenado de antecedentes, pesquisas, suposições e conclusões, que permitem avaliar a conveniência (ou não) de destinar fatores e recursos” para o investimento desejado.

Para o autor Aktouf (1996, p. 192) o projeto é:

um objetivo a realizar, através da combinação de recursos de natureza e origem variadas, dentro de restrições ligadas às especificações técnicas, aos custos e aos prazos, considerados na estreiteza das margens de erro, de liberdade e de excessos toleráveis.

“Projeto é uma série de atividades objetivando certos resultados, dentro de um orçamento e de um cronograma” (BRUCE & LANGDON, 2000, p. 6).

Assim, o projeto é importante não apenas porque descreve todas as etapas a serem realizadas, mas também por possibilitar a boa gestão, facilitando deste modo o acompanhamento e, principalmente, uma metodologia adequada de avaliação desses projetos, na busca de sua otimização.

2.1.1 Tipos de Projetos

Segundo Woiler & Mathias (1996), o projeto pode ser classificado de três diferentes maneiras, conforme o objetivo do mesmo.

Se o objetivo do projeto for no domínio macroeconômico, ou seja, associado aos setores econômicos como um todo, eles podem ser classificados como:

- a) Projeto agrícola;
- b) Projeto industrial;
- c) Projeto de serviços.

Porém, quanto ao âmbito microeconômico, tem-se a seguinte classificação:

- a) Projeto de implantação;
- b) Projeto de expansão ou de ampliação;
- c) Projeto de modernização;
- d) Projeto de realocização;
- e) Projeto de diversificação.

Ainda é possível, classificá-lo em função do uso que o mesmo terá para a empresa. Desta forma, classifica-se em:

- a) Projeto de viabilidade;
- b) Projeto final;
- c) Projeto de financiamento.

Desta forma, verifica-se que o projeto em estudo pode ser classificado no âmbito macroeconômico com sendo um projeto de serviço. Quanto ao aspecto microeconômico do estudo, classifica-se como projeto de implantação, propondo assim, a instalação de um museu no município de Saleté – SC.

2.1.2 Etapas do Projeto

O projeto engloba também um conjunto de etapas interativas. Magalhães (1986) classifica-as em cinco principais:

- a) **Seleção do que projetar:** aqui ocorre a confecção de uma idéia sumária sobre qual objetivo a ser cumprido e a maneira de conduzi-lo;
- b) **Anteprojetos:** esta fase tem por objetivo fornecer informações necessárias para decidir se convém ou não investir recursos no determinado empreendimento;
- c) **Estudo de viabilidade:** esta etapa é importantíssima, pois determina, a forma do projeto a realizar, fornecendo, de modo aproximado, os elementos básicos para uma tomada de decisão;
- d) **Montagem e execução:** consistem na fase de execução do investimento previstos, com a construção das obras civis, instalações de máquinas e equipamentos;
- e) **Funcionamento normal:** estando em dia o conjunto de condições até então citados, é possível entrar em funcionamento normal.

2.1.3 Estrutura do projeto

Wolter & Mathias (1996), consideram uma estrutura básica para a elaboração de um projeto que incluem aspectos:

- a) econômicos;
- b) técnicos;
- c) financeiros;
- d) administrativos;
- e) jurídicos e legais;
- f) do meio ambiente; e
- g) contábeis.

2.2 MUSEU

A instituição museu teve origem na Grécia antiga. O *mouseion*, ou casa das musas era um misto de instituição de pesquisa e templo direcionado ao saber filosófico. As musas, filhas de Zeus e Mnemosine, - divindade da memória, eram donas de imaginação criativa, memória absoluta e presciência, com danças, músicas narrativas, ajudavam os homens a esquecer a ansiedade e tristeza. O *mouseion* era um local privilegiado onde a mente repousava e o pensamento profundo e criativo, livre de problemas e aflições cotidianos, poderia dedicar-se às artes e às ciências (SUANO, 1986).

A Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura –

UNESCO – define como sendo uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e principalmente expõe os testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, com propostas de estudo, educação e deleite (MACHADO, 2001).

Já a Associação Americana de Museus apresenta uma definição de museu, como sendo uma instituição sem fins lucrativos, aberta e administrada para o bem público, preocupada não somente com as exposições temporárias, mas também com a finalidade de conservar, preservar, estudar, interpretar, colecionar e exibir para o público, para sua instrução e fruição, objetos e espécies de valor educativo e cultural, incluindo ainda material artístico, científico, historiador e tecnológico (COELHO, 1997).

Conforme Coelho (1997) o museu por sua vez, é resultado da criatividade comunitária, pois a participação ativa da comunidade em investigar, resgatar, preservar e difundir o patrimônio histórico e cultural constrói pouco a pouco uma base para criação e o desenvolvimento da instituição. Essas atividades então, promovem a identidade cultural, ou seja, representam as “relações entre os indivíduos e os grupos e entre estes e seu território de reprodução e produção, seu meio, seu espaço e seu tempo” (COELHO, 1997, p. 201).

Desta forma, o museu exerce um importante papel sobre a sociedade, por ser um espaço que possibilita a propagação do conhecimento e da informação, além de preservar e resgatar a identidade da comunidade local.

Há algum tempo os museus vêm recebendo maiores considerações, principalmente porque, segundo Andrade (2002), o homem está se preocupado cada vez mais em preservar sua história e sua memória. Além disso, ele proporciona ao

homem, o acesso ao seu passado através de relatos ou depoimentos de testemunhas oculares, documentos, textos, etc. Ou quando se defronta com as imagens que habitam um museu.

Pode-se dizer ainda, que o museu torna-se útil também por ser um local propício à:

Discussão de problemas culturais e de interesse social, de veiculação da produção cultural, de encontro do presente com o passado e com a multiplicidade de aspectos da sociedade brasileira contemporânea; (...) as instituições têm produzido uma série importante de publicações, (...) que registram essas atividades, o resultado de seminários e reuniões científicas, ou visam dar suporte às suas atividades educacionais e promocionais (ANDRADE, 2002).

Os museus em geral vêm sofrendo um acréscimo na demanda social devido à consciência da relevância do papel por eles exercido. E para desempenhar as suas atividade e cumprir com suas obrigações/finalidades, necessitam de recursos financeiros, econômicos, humanos, entre outros.

No entanto, as organizações sem fins lucrativos não recebem muita importância quanto ao seu gerenciamento e são freqüentemente ignoradas por não serem economicamente interessantes.

Porém, estas instituições chegam muito próximas as pequenas corporações, pois possuem folha de pagamento, vários empregados e um considerável orçamento. Assim sendo, necessitam de um planejamento, controle, organização, etc.

Entretanto, os museus e as empresas também apresentam suas diferenças. A principal é a visão sobre o lucro. As atividades dos museus são voltadas primordialmente para a coleta, conservação, restauração e interpretação dos objetos, ao passo que as empresas visam o lucro acima de tudo.

Contudo, os museus vêm se preocupado consideravelmente com o lucro, pois

tal resultado pode viabilizar os seus projetos.

Por sua vez, fatores não econômicos também devem ser avaliados. Tais fatores compreendem: número de visitantes; número de exposições temporárias; número de estudantes e pesquisa realizadas; memória voluntária, seleção de acervo; reconhecimento de sociedades profissionais e reconhecimento, principalmente, pela comunidade.

Obviamente que fatores econômicos são relativamente importantes, pois são eles que mantêm o museu em operação, principalmente por verificar um aumento cada vez mais considerável no orçamento devido, por exemplo: custo de operação e manutenção, reparação e seguro do acervo; custo dos equipamentos; e maior horário de funcionamento e salários, mesmo com o apoio dos voluntários.

Além disso, é essencial destinar os recursos para o local adequado, afim de aplicá-lo da melhor maneira possível. Assim, procura-se analisar os possíveis cortes de gastos; estudar como fazer para aumentar os rendimentos; comparar os gastos com outros museus, para verificar se estão de acordo com os demais. Enfim, é fundamental administrar a instituição de maneira eficaz, mesmo não tendo o lucro como foco principal de suas atividades.

Não obstante, a administração, ainda por melhor que seja, é apenas uma pequena dimensão de toda operação dos museus.

Segundo Weil (1997) a qualidade destas instituições depende também da qualidade educacional de seus programas e da importância de seu valor e do crédito depositado sobre seu acervo. Todavia, é improvável que um museu venha conseguir um bom nível de excelência a longo prazo se for mal administrado.

Assim sendo, pode-se dizer que a administração não é a única forma de constituir um bom museu, mas, certamente, é um dos pré-requisitos mais críticos.

2.3 ASPECTOS ECONÔMICOS

Nesta fase da estrutura básica para a elaboração de um projeto, são avaliados os bens, serviços e recursos em geral que incorporam o projeto, visando um retorno suficiente para compensar o investimento a ser realizado.

Desta forma, Buarque (1984) descreve que a avaliação econômica do projeto consiste em:

- a) Ajustar o orçamento do projeto a fim de transformá-lo em orçamento econômico através do uso de preços especiais diferentes do preço de mercado;
- b) Incluir no orçamento todos os benefícios e custos, que direta ou indiretamente, ocorrem devido a um determinado projeto.

Conforme Woiler & Mathias (1996), os aspectos econômicos envolvem:

- a) Estudo de mercado (consumidor, concorrente e fornecedor);
- b) Estudo da localização do empreendimento; e
- c) Tamanho do empreendimento.

2.3.1 Estudo de Mercado

Conforme Clemente (1998, p. 69), estudo de mercado consiste em “atividades orientadas para antever as vendas e os preços de certo produto com a finalidade de

estimar receitas futuras”.

No entanto, os projetos públicos não têm como objetivo a obtenção de lucro, e sim a oferta de algum bem ou serviço público que dificilmente seria ofertado pelo mercado, mas que é importante para o bem-estar da população.

Desta forma, o estudo de mercado para projetos públicos procura prever o resultado dos recursos aplicados em termos de contribuição para o bem-estar da população.

Assim, no caso de projetos públicos, o autor Clemente (1998, p. 70) conceitua estudo de mercado como “esforço para antever preços e quantidades a serem compradas ou vendidas e (...) as possibilidades de obter resultados compensadores”.

A realização do estudo de mercado por sua vez, pode ser segmentada de cinco maneiras: segmentação demográfica, geográfica, geodemográfica, psicográfica e comportamental.

A segmentação demográfica utiliza variáveis que descrevem a população; a segmentação geográfica utiliza variável geográfica como países ou regiões; a segmentação geodemográfica é a combinação de dados geográficos e demográficos; e a segmentação psicográfica as variáveis utilizadas são estilos de vida dos consumidores, interesses, atividades e opiniões e a segmentação comportamental é uma forma de agrupar pessoas dentro do mercado com base na utilização do produto, benefícios procurados ou lealdade à marca (NICKELS e WOOD, 1999).

2.3.1.1 Mercado Consumidor

Segundo Kotler (1988) o termo “mercado” e a palavra “público” assumem diferentes definições. Para o autor (1988, p.37), “mercado é uma *arena em potencial para troca de recursos*”, ou seja, para o funcionamento de uma organização é necessário que ela busque recursos através da troca de outros recursos. Tais recursos podem, por exemplo, ser financeiros, os quais serão adquiridos em um mercado financeiro. Já a necessidade de empregado será suprida no mercado de trabalho, e assim por diante.

Quanto ao público, Kotler (1988, p. 38) afirma que “é qualquer grupo que possua um interesse ou um impacto real ou potencial sobre a organização”. Contudo, se a organização começar a idealizar a troca de valores com aquele público, estará assim, encarando o mesmo como um mercado.

No caso do Museu, por se tratar de uma organização sem fins lucrativos, o consumidor, aqui denominado de visitante, representa o grupo que recebe serviços da organização, pelo qual, algumas vezes, paga emolumentos. Porém, nem sempre este valor é suficiente para pagar os custos gerados com o fornecimento do serviço. O déficit resultante então, deve ser superado pela arrecadação de dinheiro de outro público, ou seja, por meio de doadores.

Kotler (1988) menciona ainda que até mesmo as doações proporcionam a relação de troca, porém, sob a forma de sentimento, reduzindo assim, uma ou mais necessidades do público.

Portanto, para satisfazer o consumidor da melhor maneira possível, é fundamental conhecer as suas necessidades. E tal conhecimento pode ser adquirido através de técnicas administrativas, ou seja, efetuando um estudo de mercado.

Segundo Clemente (1998), o estudo de mercado consiste em verificar:

- a) A área geográfica do público consumidor;
- b) O consumo ou necessidade de consumo do produto/serviço a ser ofertado;
- c) As características socioeconômicas dos consumidores;
- d) Comportamento do consumidor;
- e) Como distribuir o produto.

Cabe ressaltar, que não basta apenas determinar o público, identificar as suas necessidades, se o museu não desenvolver serviço adequado, não torna-lo disponível e não comunicar ao público sobre a existência do mesmo.

2.3.1.2 *Mercado Concorrente*

Conforme o autor Connellan (1998, p. 29) concorrente “é literalmente qualquer um com quem o cliente trave contato e tente comparar com a sua empresa”.

Desta forma, a competitividade torna-se extremamente acirrada, visto a abrangência de tal mercado. Assim, na busca de maiores informações sobre determinado mercado, conforme Kotler (1998), o ideal seria a observação dos concorrentes, visando identificar seus pontos fracos e fortes e também seus consumidores alvo.

Conforme o mesmo autor, a concorrência ocorre em quatro níveis, que variam de acordo com o grau de substituição do produto:

- a) **Concorrência de marca:** empresa que oferece produtos similares aos mesmos consumidores, a preços similares;
- b) **Concorrência industrial:** são todas empresas que fabricam o mesmo produto ou classe de produto;
- c) **Concorrência de forma:** aqui os concorrentes são vistos de forma mais ampla, como sendo toda empresa que ofereça produtos que satisfaçam as mesmas necessidades;
- d) **Concorrência genérica:** esta é mais ampla, uma vez que envolve todas as empresas que concorrem pela mesma quantia monetária.

Assim, verifica-se que qualquer instituição comercial ou não pode ser considerada como concorrente, visto que os museus geralmente oferecem: propagação da cultura, informação, lazer, entre outros serviços tais como: vendas de produtos, agência dos correios, cafeteria etc.

2.3.1.3 *Mercado Fornecedor*

Conforme Kotler (1995), os fornecedores são como um elo de suma importância no sistema geral da empresa, envolvendo “oferta de valor” ao consumidor, uma vez que eles detêm os recursos necessários para a empresa produzir seus bens e serviços.

Assim, Cobra (1992) ressalva que deve-se ter cuidado com o mercado fornecedor, uma vez que este tem influência direta no desempenho do empreendimento, eventuais dificuldades podem afetar o andamento da organização,

por isso a necessidade de pesquisar, negociar e assim determinar os melhores fornecedores.

Cabe destacar a importância do mercado fornecedor para com os museus, visto que em muitos casos o acervo é composto de peças de grande valor afetivo. Assim, torna-se importante o bom relacionamento com a comunidade local e demais fornecedores.

Desta forma, para constituir o acervo é necessária a conscientização do fornecedor (comunidade) sobre a importância da peça para o Museu, visto que a mesma irá permitir a propagação do conhecimento, tanto da comunidade local, bem como para os demais visitantes da instituição.

Com relação ao mercado doador – fornecedor de recursos financeiros – é fundamental que o museu identifique os doadores em potencial, avalie suas motivações, desenvolva relacionamentos e mantenha-os informados, pois os mesmos também são alvos de outras organizações que buscam da mesma forma, fundos suficientes para o desenvolvimento de suas atividades.

2.3.2 Ambiente organizacional

O ambiente organizacional é constituído das seguintes variáveis que devem ser analisadas:

- a) **Condições tecnológicas:** a tecnologia e seu respectivo desenvolvimento merecem atenção, para que a empresa acompanhe as mudanças e continue no mercado no qual atua.
- b) **Condições legais:** refere-se as regras, políticas e determinações, que

ditam as condições das organizações.

- c) **Condições políticas:** aspecto relativo ao cenário político, pois o mesmo exerce influência sobre as organizações.
- d) **Condições econômicas:** ambiente econômico no qual a empresa opera, envolvendo um conjunto de fatores que influenciam o consumo dos seus produtos e/ou serviços.
- e) **Condições demográficas:** visam conhecer melhor o número de habitantes, faixa etária, sexo, religião, raça, com a finalidade de definir o mercado a ser atendido.
- f) **Condições ecológicas:** fatores relacionados com a preservação da natureza e do meio ambiente devem ser fonte de preocupação de todas as empresas, visto que o consumidor está cada vez mais informado e preocupado com tais aspectos.
- g) **Condições culturais:** diferenças culturais devem ser compreendidas e respeitadas, apesar de dimensão não mensurável.

Verifica-se que as organizações integram um sistema aberto e, portanto, influenciam o ambiente e sofrem as influências do mesmo, devido as constantes mudanças que ocorrem.

Deste modo, a melhor maneira para se manter sempre à frente do mercado, é a organização ter a possibilidade de utilizar a ferramenta de análise ambiental, pois através dela é possível entender melhor como funciona o mundo dos negócios, principalmente no setor em que atua ou que pretende ingressar.

2.3.3 Localização

A localização do empreendimento é de suma importância, visto que possibilita a empresa a maior diferença entre receita e custos (WOILER & MATHIAS, 1996).

Conforme Chiavenato (1995, p.77) a localização do empreendimento depende de vários fatores, que “variam se a empresa é produtora de bens ou prestadora de serviços, se é industrial ou comercial, etc”.

No caso do museu, a localização deve proporcionar maior facilidade ao acesso, visando uma demanda crescente de visitantes, ou seja, melhor custo x benefício.

2.3.4 Tamanho

O tamanho do empreendimento deve ser estudado em conjunto com os aspectos localizacionais e recursos necessários para atender à implementação do mesmo (Woiler & Mathias, 1996).

Desta forma, verifica-se a importância do estudo em conjunto, pois a localização do museu dependerá primordialmente dos recursos que a Prefeitura Municipal de Salete irá disponibilizar para a sua instalação, visando proporcionar espaço adequado para as exposições e para o desenvolvimento das demais atividades.

2.4 ASPECTOS TÉCNICOS

Os aspectos técnicos estão relacionados com os diversos processos a serem desenvolvidos pela organização, ao arranjo físico dos equipamentos no espaço etc (WOILER & MATHIAS, 1996).

Buarque (1984) esclarece que a elaboração do arranjo físico consiste numa lista de equipamentos necessários com dimensões e descrição do processo produtivo em cada uma de sua etapa.

Assim, cabe a esta fase do projeto, definir a obra de infra-estrutura, bem como a classificação dos equipamentos, móveis e utensílios necessários o desenvolvimento das atividades museológicas e de outros serviços a serem oferecidos no espaço físico do museu.

Porém, estes projetos são muito técnicos e devem ser elaborados por profissionais capacitados, pois os museus requerem espaços físicos específicos para o desenvolvimento de suas atividades.

2.5 ASPECTOS FINANCEIROS

Os aspectos financeiros por sua vez compreenderão o conteúdo relacionado à composição do capital, custos, receitas e outros (WOILER & MATHIAS, 1996).

Consiste ainda, conforme os mesmos autores, em avaliar o investimento total das atividades mais importantes agregadas ao projeto de viabilidade, uma vez que o total a ser investido é muito relevante em termos de viabilidade.

No entanto, é importante ressaltar que o presente trabalho será adaptado

para a proposta de implantação do museu em Saleté - SC.

2.5.1 Investimento em capital fixo

O cálculo dos investimentos fixos é de suma importância, pois permite verificar a viabilidade ou não do projeto. É nesta etapa então, de acordo com Buarque (1984), que alguns itens deverão ser calculados pelo projetista, tais como custo de instalação e recursos adicionais necessários ao pleno funcionamento de sua atividades.

Estes custos podem ser classificados da seguinte forma:

- a) Custo de aquisição do terreno em caso de construção de edifício próprio, incluindo gastos legais de escritura, impostos, taxas, registros, e outros gastos.
- b) Custos da construção de todas as edificações civis necessárias, ou custo de aluguel, se este for o caso.
- c) Custo das obras complementares à construção civil como esgotos e canalizações de água, luz, etc.
- d) Valores dos equipamentos e máquinas a serem adquiridas para uso direto ou indireto na empresa, incluindo os impostos, fretes e gastos com instalações.
- e) Aquisição de móveis, utensílios e veículos a serem utilizados.
- f) Estabelecer uma margem de erro ao orçamento, geralmente calculado como uma percentagem da soma dos investimentos fixos e que varia de

acordo com a experiência existente sobre este tipo de projeto.

No caso do museu, itens como impostos, taxas, registros serão adequados conforme as leis municipais. E por se tratar de um órgão vinculado à prefeitura municipal, o museu será isento de determinadas taxas.

2.5.2 Custos fixos e variáveis

É possível classificar os custos, de acordo com Sanvicente (1990) em função do volume de produção ou da utilização da capacidade produtiva. Assim, são classificados em:

- a) **Custos fixos:** variam de acordo com o volume de atividades ou das operações realizadas. Geralmente compreendem as imobilizações (equipamentos e instalações) cujo uso será feito por um longo período. São formados também pela estrutura administrativa e operacional que se forma para operar a empresa. Tais custos também são denominados de custos indiretos por não se identificarem com o produto.
- b) **Custos variáveis:** alteram de acordo e proporcionalmente ao volume de operações expresso em termos de uma medida comum da atividade da empresa. Inclui-se aqui os gastos com matérias-primas, energia, lubrificantes, água, vapor, a mão-de-obra direta, etc.

No entanto, os museus são instituições públicas e por este motivo assumem

denominações específicas para este setor. Assim, custos com manutenção do serviço, recursos materiais e humanos exigidos são denominadas no serviço público, de despesas de custeio.

As despesas públicas são definidas por Pereira (1999, p. 36) como sendo a “aplicação de determinada quantia em dinheiro, por parte da autoridade ou agente público competente com base numa autorização legislativa, para execução de um fim a cargo do governo”.

Anualmente os dirigentes das repartições específicas elaboram uma previsão das despesas que serão necessárias para atender à demanda prevista para o próximo exercício (ANGELICO, 1994).

Conforme o autor mencionado anteriormente, as previsões de custos devem ser ordenadas e classificadas segundo os padrões estabelecidos em lei, constituindo assim, o orçamento de custeio ou ainda denominado de orçamento administrativo.

O orçamento público por sua vez, conforme Pereira (1999, p.37) é definido como “o ato que contém a aprovação prévia das receitas e despesas públicas, para um determinado, que normalmente é de um ano” e apresenta-se como “plano, programas, projetos e atividades de trabalho (...) de forma a garantir adequada liberação desses recursos”.

Os valores que constam no orçamento são referentes às despesas orçamentárias e assumem diversas denominações, tais como: despesa fixada, prevista, autorizada, dotação, verba, autorização de despesa, entre outros.

2.5.2.1 Tipos de despesas orçamentárias

Conforme Angélico (1994), as despesas orçamentárias dependem de autorização legislativa e podem ser classificadas conforme sua categoria econômica.

Desta forma, a classificação legal da despesa orçamentária assume diversas denominações, conforme Angélico (1994). Porém, aqui serão abordadas apenas denominações que se relacionam com o presente trabalho. Assim, classifica-se em:

a) Despesa corrente

- ◆ **Despesa de custeio:** destinada à manutenção dos serviços criados anteriormente à lei do orçamento (pessoal, material de consumo, serviço de terceiros etc), incluindo os gastos com obras de conservação e adaptação de bens imóveis.
- ◆ **Transferências correntes:** são despesas orçamentárias para as quais não corresponde uma contraprestação direta de bens ou serviços, ou seja, são subvenções sociais destinadas a cobrir despesas de custeio de instituições públicas ou privadas, de caráter assistencial ou cultural, sem a finalidade lucrativa, por exemplo.

b) Despesas de capital

- ◆ **Investimento:** necessárias ao planejamento e execução de obras, aquisição de instalações, equipamentos, material permanente, incluindo aquisição de imóveis.

2.5.3 Receitas

Buarque (1984) designa as receitas como oriundas do fluxo de recursos

financeiros que se recebe em cada ano da vida útil do projeto, direta ou indiretamente de suas operações.

Porém, a receita no caso do museu irá integrar o orçamento público. Desta forma, irá assumir o caráter de receita pública.

Angélico (1994, p.44) define receita pública como sendo o “recolhimento de bens aos cofres públicos”.

Já Pereira (1999, p.35) em sentido mais amplo, define receita pública como o

Ingresso de dinheiro nos cofres públicos que se efetiva de maneira permanente no patrimônio do Estado e que não esteja condicionado a sua devolução ou correspondente baixa patrimonial, ou seja, caracteriza-se como um ingresso definitivo de recursos ao patrimônio público, sem qualquer compromisso ou obrigatoriedade, aumentando as disponibilidades do tesouro.

Por este motivo, os Museus sofrem grande limitações no desenvolvimento de suas atividades, visto que toda a receita advém de cofres públicos. E a disponibilização desses recursos financeiros para as instituições públicas, por meio de procedimentos específicos de órgão público, que por sua vez, resultam na demora do processo. Outra limitação observada nos museus deve-se ao orçamento público restrito.

Por este motivo, os museus vêm objetivando o lucro, apesar de assumir uma ótica diferente das empresas sobre o mesmo. O lucro neste caso serve para viabilizar os projetos e as atividades desenvolvidas no museu. Tal recurso pode ser obtido através da Associação de Amigos do Museu, instalação de lojinha, restaurante, casa de chá, franquia de correio, entre outros.

No entanto, há a possibilidade de conquistar fontes alternativas de receitas, tais como a venda de produtos, doação de pessoas físicas e jurídicas, através da Lei de Incentivo à Cultura (anexos D e E).

Esta Lei de Incentivo à Cultura, segundo pesquisa realizada pelo Ministério da

Cultura no ano de 2000, tem como os seguintes aspectos motivadores nas empresas: ganho de imagem institucional (65,04%); agregação de valor à marca da empresa (27,64%); reforço do papel social da empresa (23,58%); e benefícios fiscais (21,14%); os percentuais expressam respostas múltiplas e não excludentes.

2.6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Os aspectos administrativos tendem a representar a estrutura organizacional necessária para a aplicação e operação do empreendimento, alocando os respectivos custos, inclusive do treinamento das pessoas que irão compor o quadro (WOILER & MATHIAS, 1996).

Os autores Moreira, Coelho e Pinheiro (1997) apresentam os aspectos administrativos ligados à estrutura do empreendimento envolvendo o ato de planejar, organizar, coordenar, controlar, avaliar e acompanhar a execução das atividades.

2.6.1 Estrutura Organizacional

Qualquer organização realiza e sofre influência do meio na qual está inserida, pois conforme Ronson, Hinings e Greenwood *apud* Hall (1984), a estrutura organizacional não é imutável, ao contrário, ela modela o que ocorre na organização e é modelada pelo que nela ocorre.

Para Meyer e Rowan e Kamens, subscritos por Hall (1984), a estrutura é como um mito, criado pelas exigências sociais onde há diferentes categorias e procedimentos práticos definidos pelos conceitos do trabalho e da sociedade onde ocorrem impactos sobre os indivíduos que ficam acima ou além dessa determinação;

o que demonstra a relação entre a estrutura e a posição exercida pelo indivíduo na organização.

Também afirmam que um dos principais conceitos da estrutura organizacional é a divisão do trabalho, ou seja, a especialização das tarefas e dos papéis dos integrantes da empresa. Nesse sentido, dispõem sobre os fatores determinantes da estrutura organizacional destacando o tamanho dessa, sua tecnologia e estratégia.

Na opinião de Hampton (1983), deve-se identificar o tipo de estrutura através das condições particulares de estratégia e ambiente da organização, pois ao crescer e desenvolver atividades mais diversificadas torna-se necessário dividir as principais tarefas em responsabilidades departamentais.

O autor coloca que ao dividir a organização em responsabilidades departamentais contribui para uma administração eficiente tornando clara a autoridade e a responsabilidade, facilitando a comunicação e controle, melhorando a tomada de decisão e diferenciando as atividades.

Os museus por sua vez, conforme Moore (1997) possuem uma estrutura que indica aos funcionários quem é subordinado a quem, de forma que os indivíduos se encaixam na organização como um todo. Recentemente, essa tradicional estrutura hierarquia tem sofrido críticas por limiar as iniciativas individuais e promover a rivalidade entre os departamentos. No entanto, assim como as organizações, “os museus possuem uma estrutura organizacional formal e uma cultura de ambiente de trabalho informal e é essencial que se entenda isso para a eficiência do gerenciamento” (MOORE, 1997, p.04).

2.6.2 Recursos Humanos

A composição e a natureza dos funcionários que trabalham nos museus tem implicações profundas para o gerenciamento. Os museus necessitam de uma equipe profissional altamente qualificada, que trabalhe em projetos criativos, através de uma relação familiar com todos os indivíduos e grupos da comunidade. Um fator complicado para gerentes de museus no que diz respeito ao gerenciamento dos funcionários é que a grande parte das pessoas que trabalham para os museus são voluntários e necessitam de um tipo diferente de gerenciamento (MOORE, 1997).

As habilidades exigidas dos funcionários também estão se alterando rapidamente devido às influências sofridas do meio no qual a instituição se encontra. Por este motivo, na opinião de Moore (1997, p.05) os museus necessitam “cada vez mais de funcionários nas áreas de marketing, relações públicas, atendimento ao cliente, fornecimento e venda a varejo, levantamento de fundos e patrocínio”. Isto implica profundamente no recrutamento, desenvolvimento e treinamento dos funcionários.

Moore (1997) conclui, que provavelmente o maior desenvolvimento em termos de habilidades museológicas nos últimos anos tenha sido a preocupação a respeito do aperfeiçoamento dos funcionários não-profissionais, através de treinamento e oportunidade de promoção.

2.7 ASPECTOS JURÍDICOS

Os aspectos jurídicos e legais expressarão os aspectos relacionados as

exigências legais e/ou incentivos fornecidos pelos governos federal, estadual e municipal, impostos, incentivos fiscais e outros que irão favorecer instalação de um museu (WOILER & MATHIAS, 1996).

Assim sendo, o empreendedor deverá providenciar algumas formalidades para que a organização seja estabelecida: quais os documentos necessários para a sua abertura, forma jurídica, quais são os tributos federais, estaduais e municipais.

No entanto, ressaltamos que o museu irá atender exigências legais próprias para instituições com esta denominação, tais como: projeto de lei para a criação do museu, regimentos interno, livro tomo, entre outros.

3 METODOLOGIA

A metodologia de um projeto tem como finalidade a exposição dos procedimentos utilizados na realização do mesmo.

O objetivo geral do projeto consiste em propor a implantação de um museu no município de Saleté.

Diante de tal fato, aplicou-se a metodologia adaptada da elaboração de projeto implantação. Primeiramente, fez-se o levantamento bibliográfico dos poucos autores que abordam o assunto do presente projeto. A partir do material coletado, foi realizada uma revisão bibliográfica. Com base nesta bibliografia, deu-se início ao desenvolvimento do trabalho, o qual versou sobre os aspectos econômicos, técnicos, financeiros, administrativos, jurídicos e contábeis.

Posteriormente, foram coletados dados sobre clientes potenciais, fornecedores e concorrentes. Sendo estes dados fornecidos pela Secretaria de Educação, Cultura e Desporto, e Setor de Tributação da Prefeitura Municipal de Saleté, bem como através da consulta à Lista telefônica do município.

Os valores expostos nos aspectos financeiros foram coletados através de uma pesquisa de preço e dados fornecidos pelo Departamento de Pessoal da Prefeitura Municipal de Saleté.

Diante das informações apresentadas acima, é possível concluir que o trabalho tem características de um projeto de implantação, porém adaptado para uma organização sem fins lucrativos. Desta forma, é possível dizer que o presente trabalho apresenta caráter próprio.

4 ELABORAÇÃO DO PROJETO

Esta etapa do projeto tem como finalidade a apresentação dos dados coletados para a elaboração do presente estudo, bem como sua análise e aplicação.

Primeiramente, foram abordados fatos históricos do município. Na seguinte fase, fez-se a análise de mercado da organização, concorrentes e fornecedores. Em terceiro lugar, expôs o local no qual o propõe-se a instalação do museu.

Finalizando, foram abordados aspectos administrativos, jurídicos e financeiros, demonstrando assim, os recursos necessários para a implantação de um museu no município de Salete.

4.1 HISTÓRICO DO MUNICÍPIO DE SALETE

Salete foi colonizada a partir de 1925, sendo a população formada, basicamente, por descendentes europeus, alemães oriundos do sul do Estado de Santa Catarina, da região de Tubarão e os italianos procedentes de Nova Trento, Rodeio e Rio dos Cedros.

Denominado de Ribeirão Grande quando pertencia ao distrito de Taió, que por sua vez pertencia a Rio do Sul e este a Blumenau. Em 1936, passou a categoria de distrito pertencendo, então, ao já município de Taió.

Em 29 de dezembro de 1961, através da Lei nº 799, alcança a autonomia política, passando então, a ser o município de Salete. O nome de Salete foi atribuído em homenagem à Rainha dos Céus, Nossa Senhora da Salete que, em 1937, teve sua imagem colocada no Morro da Salete, onde foi construído um seminário, pelos

padres seculares, estando atualmente sob a custódia da Congregação Espírito Santo.

Apesar dos dados históricos expostos acima, até o presente momento, existe apenas um livro publicado relatando a história do Município. "História de Saleté", foi publicado em 1992 por Dante Bonin. Outros pequenos trabalhos foram realizados. O último publicado sob a coordenação de Lairton Fregúlia, o qual colaborou no desenvolvimento do presente estudo.

O Museu Histórico em Saleté por sua vez, tem a finalidade de resgatar a história da colonização do município, a representar a importância da atividade madeireira na economia e a forte influência religiosa.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

Razão Social: Museu Histórico Municipal De Saleté

Tipo de negócio: Cultura

Missão: Preservar, conservar e expor o acervo que registra a história do município de Saleté, propondo ainda, programas educativos e sociais que envolvam a comunidade e os visitantes.

Visão: Ser referência Regional da Preservação da Memória Histórica de um Povo.

Localização: Rua Dona Margarida, s/n – Saleté / SC.

Setor da economia: Órgão Público

Data da Constituição: 2004

4.3 ASPECTOS ECONÔMICOS

Conforme Woiler & Mathias (1996), os aspectos econômicos referem-se à análise de mercado no qual a organização pretende atuar; à escolha da sua localização; e, ao tamanho do futuro empreendimento.

4.3.1 Análise de mercado

A análise de mercado foi realizada através de dados secundários obtidos junto à Prefeitura Municipal de Salete e ao site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Utilizou-se ainda da Lista Telefônica do Município para buscar maiores informações sobre o mercado concorrente.

No entanto, cabe ressaltar que determinados eventos ou instituições classificadas como concorrentes, podem de certa forma, contribuir para o aumento na visitação do museu, atuando nesse caso como parceiro.

Classificar, porém, o público alvo, torna-se dificultoso visto a amplitude do mercado consumidor que atinge o consumidor comum, bem como o mercado organizacional – escolas, por exemplo.

Os dados do mercado fornecedor/parceiro foram obtidos pela autora do presente trabalho, através de observações e pesquisa de dados históricos, sendo estes, fornecidos pelo Sr. Laiton Fregúlia, Secretário Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de Salete.

Desta forma, apresenta-se a seguir análise dos mercados:

a) **Mercado consumidor (visitante)**

A definição do mercado consumidor, ou seja, o perfil do visitante vai ser traçado ao suceder a implantação do presente museu com o decorrer do tempo. Porém, torna-se necessário fazer um estudo de mercado para verificar os prováveis visitantes.

Nesse sentido, é possível dizer que qualquer pessoa é um consumidor (visitante) em potencial para o museu, dificultando assim, definir claramente um público-alvo da instituição. Desta forma, classificamos os possíveis visitantes como sendo a população da AMAVI – Associação dos Municípios do Alto Vale do Itajaí – especificamente os municípios que se encontram na região de Saleté. Tais municípios, compreendendo Saleté, possuem a seguinte população:

	População residente em 01/08/2000
Ibirama	15.786
Laurentino	5.062
Mirim Doce	2.739
Pouso Redondo	12.182
Rio do Campo	6.522
Saleté	7.164
Santa Terezinha	8.826
Taió	16.261
Witmarsum	3.250
TOTAL	77.792

Quadro 1: população da região de Saleté

Fonte: IBGE - Contagem da População - 2000.

A população de Saleté, conforme exposto acima, compreende 7.164 habitantes, sendo que deste total 3.464 são mulheres e 3.700 são homens. A população urbana é composta por 4.583 e a população rural compreende 2.581

habitantes.

O município de Salete possui 15 escolas (da rede estadual, municipal e particular), totalizando 2.070 alunos. Porém, dessas escolas apenas 09 são do ensino fundamental, compreendendo aproximadamente 79% do total, ou seja, 1635 alunos. Outro dado sobre a educação, é o grau de alfabetização dos saletenses, tal índice atinge 94,3% da população local.

Ressalta-se que a cidade não tem ensino superior. Por este motivo, cerca de 80 alunos se deslocam diariamente a Taió e Rio do Sul.

A análise do mercado consumidor do Museu Histórico Municipal “Emílio da Silva”, de Jaraguá do Sul, realizada com o intuito de fornecer um Planejamento estratégico para a instituição, permite ter noção que o grande público de um museu, em fase inicial, é composto principalmente por alunos do ensino básico e fundamental, e ainda, da população local. Observa-se então, a importância na conscientização da comunidade local e instituições de ensino sobre a importância do Museu na educação.

Assim, o Museu deve ter seriedade não apenas com a comunidade local, mas também com as instituições de ensino e seus respectivos responsáveis, pois cabe a eles a decisão de trabalhar em parceria com o museu. Tudo isso, porque tal decisão fica a cargo de uma pessoa ou um grupo, tornando assim processo decisório mais complexo.

Outro fator motivador para implantação de um museu, refere-se ao impulso que o município de Salete vem tendo no setor turístico e hoteleiro, principalmente com a construção do complexo hoteleiro, junto às instalações do Antigo Seminário do Espírito Santo.

O Hotel desfrutará de um edifício com 14 andares com aproximadamente

13.000 m² e 40m de altura. Abrigará 179 apartamentos, sendo que destes, serão suítes presidenciais com áreas 531m² e 338 m², respectivamente.

Completarão ainda o complexo hoteleiro: um centro de convenções para 500 pessoas, 2 restaurantes, 1 bar e café, 1 capela, 1 piscina semi-olímpica térmica e coberta, saunas, academias de ginástica, quadra de tênis, quadra poliesportiva coberta, 2 lagos, mini-campo de golf, campo de futebol para a escolinha de futebol Cafu, entre outros.

O projeto do Hotel está calculado em um investimento aproximado de R\$ 15 milhões e a conclusão das obras está prevista para 18 meses contados a partir de abril/2003.

Assim, tais investimentos vêm motivando desenvolvimento de outros setores econômicos do município, e atraindo mão-de-obra, e conseqüentemente, gerando maior renda para os habitantes.

b) Mercado concorrente

A concorrência, segundo Chiavenato (1994) compreende as empresas que competem entre si para obtenção dos recursos e para a conquista dos mercados para colocação de seus serviços e produtos.

Analisando a concorrência no setor turístico e cultural, percebe-se que praticamente todos os museus que prestam os mesmos serviços, destacando os que atendem diretamente a região de Salete e Alto Vale do Itajaí, são considerados como concorrentes do Museu Histórico Municipal de Salete (MHS). Inclui-se também outros concorrentes – conforme dados obtidos junto ao Setor Tributação da

Prefeitura Municipal de Salete – que oferecem entretenimento como: 28 bares e lanchonetes, 4 panifício e pizzaria; 3 restaurantes, hotel e derivados; 3 pesque-pague; 2 discoteca; entre outros.

No município são realizados eventos anuais, tais como: Torneio Futsal de Famílias, Festa Juninas, Festa Del'Polo, Festival de Dança, Festa da Padroeira Nossa Senhora da Salete, entre outros eventos religiosos. No entanto, observamos que os eventos acima listados podem ser considerados importantes colaboradores, visando aumentar o número de visitantes ao Museu. Para isso, será necessário trabalhar em parceria com os organizadores dos eventos, a fim de atender ambas as atrações.

c) ***Mercado fornecedor / parceiro***

De maneira geral, os fornecedores podem ser identificados como aqueles que contribuem com a formação do acervo:

- a) **Comunidade:** auxiliam no resgate da memória cultural do povo saletense, através de depoimentos, empréstimo ou doação do material que compõem o acervo;
- b) **Comércio e empresas:** com tendência a colaborar com o museu, através de patrocínio, ou empréstimo temporário de materiais utilizados no desenvolvimento das atividades.

Considerando a importância do comércio e das empresas como parceiras no

desenvolvimento das atividades realizadas pelo museu, buscaram-se dados sobre as atividades econômicas do município. Tais informações foram fornecidas pelo Setor de Tributação da Prefeitura Municipal de Salete, a qual apresentou os seguintes dados:

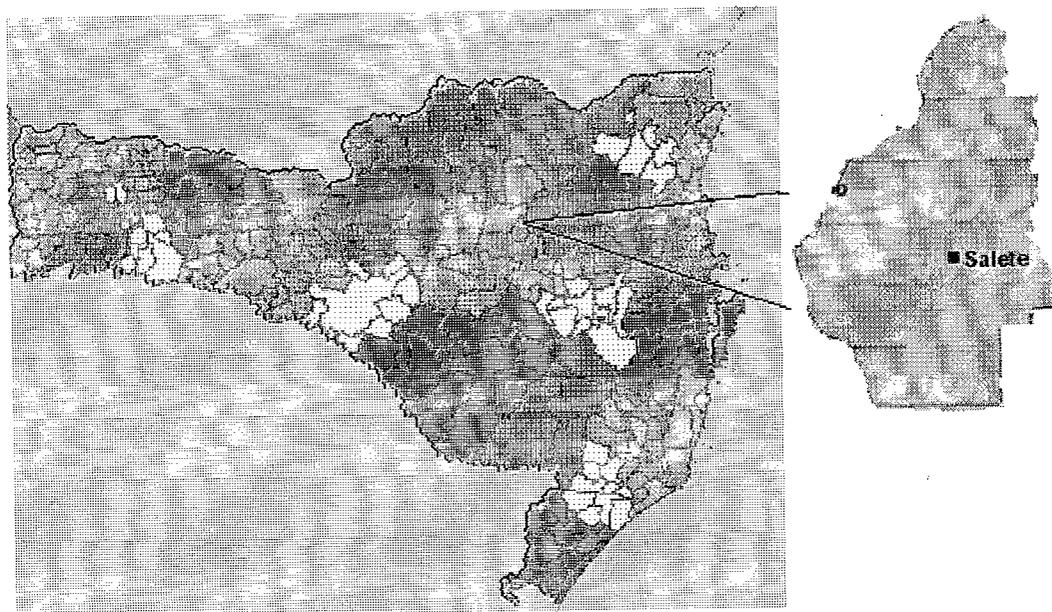
- a) 33,54% da economia do município é representada pela agricultura;
- b) Enquanto 66,46% da economia é distribuído da seguinte forma: 3,95% através das 138 micro empresas; 2,39% gerado pelas 23 empresas de pequeno porte; e 60,12% são obtidos pelas 49 empresas normais.

4.3.2 Localização

A localização do empreendimento é de suma importância para o seu sucesso de acordo com a literatura.

A Prefeitura Municipal de Salete contratou a empresa quatro Paredes – Arquitetos Associados para a elaboração de um projeto arquitetônico o qual abrigará Centro Cultura Salete, localizado no centro da cidade, na Rua Dona Margarida .

Diante disto, propõe-se a instalação de um museu neste local, minimizando assim, o custo relativo à aquisição de um novo terreno e construção do predial.



4.3.3 Tamanho

Conforme Pires (2002), o ideal é ter um espaço físico do Museu que será destinado às exposições, eventos, palestra, aulas, etc compreendendo os seguintes espaços:

1) **Entrada / recepção**

Deve ser um espaço amplo e acolhedor, no qual é feito o atendimento, controle e organização dos visitantes, principalmente quando compreende grupo com elevado número superior a 20 pessoas. É importante manter na recepção um livro para registrar os visitantes, devendo contar dados como: data, nome do visitante, cidade, profissão, grau de escolaridade e idade, pois estes dados servem para identificar o perfil dos visitantes do museu; e um local para guardar volumes dos visitantes.

2) **Setor administrativo**

Engloba todas as atividades relacionadas com a administração do museu, com salas para a diretoria e secretaria, onde serão recebidos os interessados nas ações do museu.

3) **Setor técnico**

Destinado ao trabalho de especialista em museologia que atuará no recebimento e avaliação do acervo e na elaboração da documentação museológica do mesmo, sendo negado o acesso do público a este setor.

Deve possuir ainda um laboratório onde serão realizados os trabalhos de higienização e conservação.

4) **Reserva técnica**

Neste local serão guardados os acervos que não estarão sendo expostos, mas que integram a coleção do museu. Necessita estar instalado em local seco e limpo longe do acesso de visitação pública, protegido contra roubos.

5) **Salas de exposição**

Local destinado à apresentação do acervo do museu. Deve existir de duas formas: sala de exposição permanente, destinada a exposição do acervo básico do museu; e sala de exposição temporária, destinada a exposição diversas, temáticas ou não. Tais espaços devem ser amplos e de fácil circulação.

6) **Biblioteca**

Espaço propício para o desenvolvimento de atividades de estudo e pesquisa. O acervo da biblioteca, de preferência, deve ser especializado na área de atuação do museu. Exemplo: história, artes plásticas, biologia, e outros.

7) **Auditório**

Sempre que possível, o museu deve dispor de um espaço equipado com cadeira, tela e projetores, quadro negro, videocassete, destinado ao desenvolvimento de atividades culturais complementares, tais como cursos, palestras, apresentação de vídeos, aulas, etc. O espaço deve ser independente, principalmente uma vez que pode ser utilizado em horários diversos.

4.4 ASPECTOS TÉCNICOS

Esta fase do projeto é destinada a descrever o processo operacional, classificando os equipamentos, móveis e utensílios necessários, projeto arquitetônico e o *layout* do museu.

4.4.1 Procedimento das atividades

Para que o acervo seja composto de peças com características históricas importantes e que venham a acrescentar conhecimento aos visitantes, é necessário o desenvolvimento de alguns procedimentos. Tais procedimentos são realizados por

etapas, as quais constituem o processo pela qual a peça passa desde a integralização ao acervo até a respectiva exposição.

No caso de doação das peças ao museu, o processo é constituído das seguintes etapas:

- a) **Visita:** após constatada a existência de uma peça que possa ser integrada ao acervo, o pesquisador faz a visita ao local para avaliar o valor histórico da mesma.
- b) **Busca do material:** se for constatado o valor histórico da peça, é realizada a coleta da peça, devendo ser fotografado o local em que a mesma se encontra.
- c) **Recebimento da peça:** a mesma será recebida pela setor técnica do museu, a qual é responsável pela uma análise do estado de conservação peça, higienização e fichamento, antes da mesma ser incorporada ao acervo.
- d) **Exposição:** consiste na exposição da peças nas salas temáticas ou em exposição temporária, servindo para a contextualização do assunto abordado. Cabe ressaltar, que se a exposição for temporária, a peça retornará para a reserva técnica. Anterior às exposições é imprescindível a realização de um projeto museográfico.

É importante lembrar que, caso a peça tenha caráter de permuta, empréstimo, ela será devolvida, após a exposição, para seus respectivos responsáveis.

Outra forma de compor o acervo ou de contextualizar as exposições, são as entrevistas realizadas com os colonizadores, descendentes ou ainda, com as

pessoas da comunidade que possam relatar fatos de valor histórico.

A incorporação das entrevistas ao acervo segue as etapas descritas abaixo:

- a) **Triagem:** inicialmente faz-se a triagem sobre qual assunto vai ser pesquisado no momento.
- b) **Roteiro:** faz-se um roteiro de perguntas a serem pesquisadas.
- c) **Mapeamento:** posterior a seleção do assunto a ser abordado na entrevista, realiza-se o mapeamento das prováveis pessoas que possam colaborar (funcionários, moradores, colonizadores, entre outros).
- d) **Entrevista:** selecionada a pessoa, é realizada a entrevista (gravada) conforme o roteiro previamente estabelecido.
- e) **Transcrição:** realiza-se a transcrição manual da entrevista.
- f) **Digitação:** com o intuito de preservar e facilitar o acesso a entrevista, ocorre a digitação da mesma.
- g) **Catálogo:** as fitas são catalogadas conforme normas específicas para este serviço.
- h) **Exposição:** as entrevistas são utilizadas para contextualizar as exposições, sejam elas permanentes ou não.

A oferta de serviço de um museu poderá ser expressa pelas visitas de grupos.

Processo este, realizado conforme as etapas descritas a seguir:

- a) **Agendamento:** primeiramente é realizado o agendamento das visitas, solicitado pela escola ou outra organização interessada.
- b) **Recebimento:** os alunos ou grupo de pessoas são recebidos pelo pedagogo, responsável pelas atividades a serem desenvolvidas na visita

ao museu.

- c) **Mostra de vídeo:** é realizada a amostra de vídeo (quando há disponível no acervo), o qual contextualizará as exposições que serão visualizadas a seguir.
- d) **Visita:** o pedagogo acompanha os alunos ou grupos às salas temática, abordando aspectos visualizados no vídeo e explanando sobre os assuntos em exposição.
- e) **Atividades:** em alguns casos poderá haver atividades de avaliação da visita a ser desenvolvida no próprio museu ou poderá ser coordenada pela professora responsável em sala de aula. Neste caso, a avaliação deverá ser encaminhada ao museu.
- f) **Avaliação:** servirá para verificar os itens positivos e negativos da visita, no intuito de proporcionar melhora nas atividades desenvolvidas pelo museu.

4.4.2 Móveis e utensílios

Os móveis foram escolhidos com o auxílio da especialista em museologia, Sra. Elizabete Neves Pires e da diretoria do Museu Histórico de Jaraguá do Sul “Emílio da Silva” – de maneira a suprir as necessidades do museu e possibilitar um ambiente agradável, objetivando assim, a desmistificação da visão de museu, que por sua vez é visto como um lugar onde são depositadas “velharias empoeiradas”.

Assim, tal necessidade compreende a aquisição de:

- a) 1 mapoteca;
- b) 1 estante;
- c) 1 arquivo para pasta suspensa;
- d) 4 mesas com gaveteiro de escritório;

- e) 1 mesa de computador;
- f) 1 balcão;
- g) 4 cadeiras giratórias;
- h) 5 cadeiras de atendimento;
- i) 2 armários de escritório;
- j) 20 cadeiras escolares;
- k) 1 quadro branco para pincel atômico.

4.4.3 Equipamentos

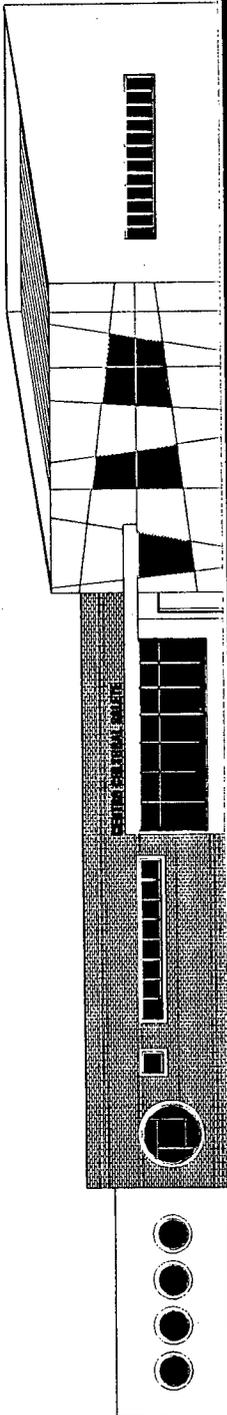
- a) 2 microcomputadores Athlon 1.7 Ghz ;
- b) 1 *scanner* Genius 19200 dpi;
- c) 1 impressora HP 3420;
- d) 1 aparelho de Fax;
- e) 1 gravador;
- f) 1 microfone;
- g) 1 caixa amplificadora;
- h) 1 televisor 20”;
- i) 1 vídeo cassete.

4.4.4 Layout

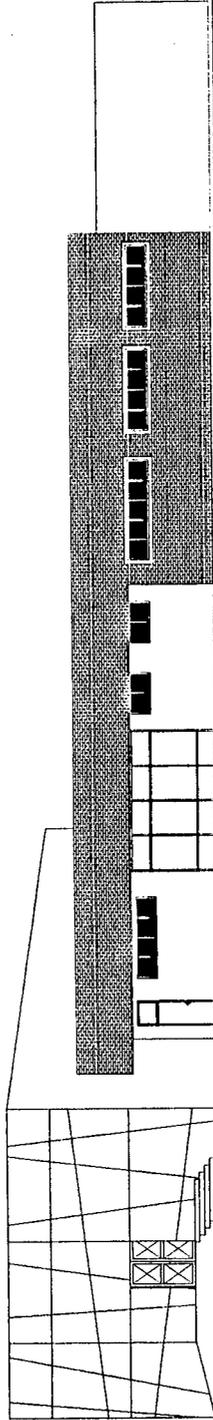
O *layout* do Museu foi elaborado de acordo com o tamanho ideal para o

funcionamento adequado do museu, priorizando a forma de exposição do acervo, disposição das salas de exposição permanente e temporária, bem como a preocupação com os deficientes físicos e circulação dos demais visitantes.

Desta forma, o *layout* apresenta-se da seguinte forma:



FACHADA PRINCIPAL



FACHADA PRINCIPAL

INSTITUCIÓN: _____ DIRECCIÓN: _____ CANTÓN: _____		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE GUATEMALA FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA ESCUELA DE ARQUITECTURA	
TÍTULO: _____ AUTOR: _____ FECHA: _____		ESCUELA DE ARQUITECTURA VALENTÍN GARCÍA MEX CENTRO CAYALUTÁN ARQUITECTOS ASOCIADOS	
CENTRO CULTURAL, SULETIL PREFECTURA MUNICIPAL DE SULETIL Calle Santa Beatriz - Zona - Suletil - SC		A - 03	
LUGAR DE OBRAS: _____ VALUACIÓN ESTIMADA: _____		PROYECTO ARQUITETÓNICO	

4.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Para Woiler & Mathias (1996), os aspectos administrativos se relacionam com a estrutura organizacional fundamental para que a empresa goze de um bom funcionamento.

O Museu a ser proposto neste estudo, apresenta uma estrutura simples, considerando que Kwasnicka (1995) afirma que, uma estrutura organizacional simples existe quando o número hierárquico é limitado e os contatos são imediatos com todos os membros da empresa. Contudo, independente da complexidade na qual se encontra a organização, é necessário definir funções e atribuições com seus respectivos horários.

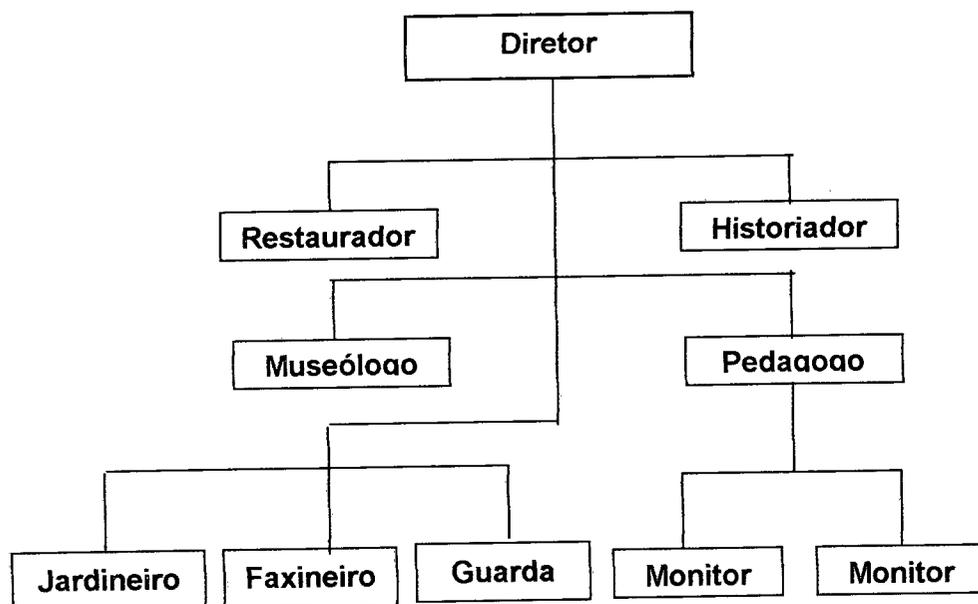
4.5.1 Estrutura organizacional

A estrutura organizacional ideal para o Museu, conforme orientação da museóloga Elizabete Neves Pires, deve apresentar um quadro formado por 10 pessoas, distribuídas da seguinte forma:

Cargo	Número de funcionários
Administrador	1
Museólogo	1
Restaurador	1
Historiador	1
Pedagogo	1
Monitor	2
Jardineiro	1
Guarda	1
Faxineiro	1

Quadro 2 - Distribuição dos cargos

Desta forma, tem-se como proposta para a organização, a estrutura descrita abaixo:



Com isso, a administração torna-se mais eficiente devido à facilidade de comunicação entre os funcionários e diretoria, possibilitando a tomada de decisão e atribuindo maior responsabilidade, minimizando a probabilidade de erros.

Quanto às condições físicas de trabalho, deseja-se uma área ampla, com boa iluminação, ventilação, distribuição de espaço e higiene adequados, pois para compreender realmente uma exposição deve-se pensar em um ambiente limpo, agradável, com cores, níveis de luz, estímulos visuais, som, drama da montagem e *design*, beleza e a originalidade dos objetos específicos, para que se desenvolva o papel da metáfora, da tradução e da narrativa construída.

4.5.2 Distribuição das atividades

Diretor (administrador)

- a) Elaborar o planejamento do museu;
- b) Acompanhar o desenvolvimento do plano de ação;
- c) Administrar os recursos financeiros;
- d) Captar verbas, doações, etc;
- e) Treinar os funcionários.

Museólogo

- a) Despertar, na comunidade local, o espírito de preservação da sua história;
- b) Conservar e estudar os objetos coletados;
- c) Colocar a disposição os objetos restaurados;
- d) Zelar pelos objetos e documentos históricos;

- e) Montar as exposições;
- f) Auxiliar na capacitação dos professores das escolas públicas e privadas;
- g) Contribuir para a implantação do museu;
- h) Elaborar projetos museográficos e museológicos;
- i) Ser responsável técnico pelo museu.

Historiador

- a) Visitar as comunidades em busca de material com valor histórico;
- b) Pesquisar o valor histórico das peças resgatadas;
- c) Fotografar as peças;
- d) Realizar entrevistas com os colonizadores ou descendentes dos mesmos ou ainda, com pessoas que possam acrescentar o acervo do museu;
- e) Colaborar na montagem das exposições;
- f) Auxiliar na capacitação dos professores das escolas públicas e privadas.

Restaurador

- a) Restaurar as peças danificadas;
- b) Fazer a conservação e manutenção do acervo.

Pedagogo

- a) Realizar a capacitação dos professores das escolas públicas e privadas;
- b) Desenvolver atividades educativas (dobraduras, pinturas, música, exibir vídeos, etc) e lúdicas com os alunos das escolas;
- c) Acompanhar os alunos, em grupo, na visita ao museu;
- d) Orientar a continuidade das atividades a serem desenvolvidas em sala de aula,

posterior a visita ao museu.

Monitor

- a) Digitador;
- b) Elaborar a relação de compra dos materiais de expediente;
- c) Emitir relatórios, ofícios, etc;
- d) Encaminhar relatórios para prefeitura;
- e) Realizar serviços de bancos.

Guarda

- a) Vigiar as dependências do museu;
- b) Cuidar contra roubo das peças do acervo.

Faxineiro

- a) Realizar a limpeza do museu;
- b) Realizar os serviços de cozinha.

Jardineiro

- a) Realizar o serviço de jardinagem do pátio.

4.5.3 Horário de Serviço

Tem-se como sugestão para o atendimento ao público os seguintes horários:
terça-feira à sexta-feira das 9:00hs às 12:00hs e 13:30hs às 18:30hs; aos sábados

das 10:00hs às 18:00hs; e aos domingos das 16:30hs às 19:30hs. As segundas-feiras serão destinadas ao expediente interno.

No entanto, algumas visitas, tais como os grupos de alunos, devem ser programadas com antecedência, devido à exigência de capacitação dos professores que acompanharão a visita.

A capacitação dos professores será realizada pelos profissionais do próprio Museu, visando possibilitar ao aluno um aprendizado maior, já que os mesmos terão conhecimento antecipado dos fatos. Ao chegarem ao museu, os alunos ao visualizarem os objetos expostos e irão assimilar com maior facilidade o que aprenderam em sala de aula.

4.6 ASPECTOS JURÍDICOS

Para instituir um museu, é necessária a aprovação de uma lei municipal que permita a criação do mesmo, que se estabeleça um decreto e regimento interno. No entanto, deverão estar de acordo com as leis do município.

Por ser uma instituição, o museu necessita de mecanismos que regulamentem e normatizem as ações e atividades exercidas, assegurando, desta forma, ao doador e/ou artista que os bens por eles entregues, tenham tratamento e manutenção adequada.

As peças podem então, ingressar no acervo do museu de diversas formas de peças, exigindo assim, uma documentação específica. Tais formas de ingresso e a documentação necessária estão listadas abaixo:

- a) **Doação:** termo de doação, que será usado no ato de entrega do objeto;
- b) **Coleta:** registro de coleta, a ser elaborado a partir de um programa de coleta de objetos em pesquisa de campo;
- c) **Empréstimo:** termo de empréstimo, usado para objetos que ficarão provisoriamente no museu;
- d) **Legado:** cópia do testamento necessário quando se trata de doações pós-morte;
- e) **Compra:** fatura ou recibo comercial, no caso de objetos adquiridos comercialmente;
- f) **Permuta:** termo de troca, usando para objetos permutados entre museus;
- g) **Transferência:** termo de transferência, usado para a transferência de acervo de um museu para o outro;
- h) **Custódia:** termo de custódia, usado para objetos colocados sob a guarda do museu por prazo determinado.

Outras formas de regulamentação são apresentadas em anexo, tais como: lei de criação, regimento interno, decreto, ficha de entrada da peça, livro tomo, entre outras, que deverão ser adaptadas de acordo com as leis e decretos municipais.

4.7 ASPECTOS CONTÁBEIS

A parte contábil do museu ficará a cargo da Prefeitura Municipal de Salete, sendo o Museu, responsável apenas em realizar a prestação das contas, conforme exigida pela instituição mantenedora.

4.8 ASPECTOS FINANCEIROS

4.8.1 Investimentos iniciais

Conforme Buarque (1984), o investimento inicial corresponde o montante dos valores necessários para a instalação do negócio. Os recursos que originam estes investimentos são as despesas pré-operacionais, custos relativos ao investimento fixo – aquisição de mobiliário. Máquinas e equipamentos entre outros; e os recursos exigidos para início do ciclo operacional – capital de giro.

4.8.1.1 Despesas pré-operacionais

As despesas pré-operacionais são todos os gastos efetuados antes do museu iniciar suas atividades. Tais despesas estão relacionadas no quadro abaixo:

Descrição	Valor Total (R\$)
Elaboração do projeto	2.000,00
Projeto arquitetônico	4.000,00
Construção predial	290.000,00
Total geral	296.000,00

Quadro 3 – Despesas pré-operacionais

Fonte: 4 Paredes - Arquitetos Associados

4.8.1.2 Investimento fixo

A etapa posterior ao cálculo das despesas pré-operacionais é a definição dos investimentos fixos, o qual abrange os itens de móveis e utensílios, máquinas e equipamentos necessários para o desenvolvimento das atividades designadas ao museu.

Descrição	Quantidade	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)
Mesas de escritório c/ 3 gavetas	4	150,00	600,00
Mapoteca	1	1.690,00	1.690,00
Arquivo de aço	1	895,00	895,00
Estante de aço	1	380,00	380,00
Mesa de computador	1	90,00	90,00
Balcão c/ 2 portas	1	139,00	139,00
Cadeiras giratórias	4	87,00	348,00
Cadeiras 1300 fixas	5	44,00	220,00
Armários de escritório	2	254,00	508,00
Cadeiras escolares	20	80,00	1.600,00
Quadro branco para pincel atômico	1	290,00	290,00
Total		4.099,00	6.760,00

Quadro 4 - Móveis e utensílios

Fonte: dados de pesquisa

Descrição	Quantidade	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)
Microcomputador Athlon 1.7 GHZ	2	1.790,00	3.580,00
Scanner Genius 19200 dpi	1	340,00	340,00
Impressora HP 3420	1	390,00	390,00
Aparelho de Fax Panasonic	1	500,00	500,00
Gravador de entrevista Aiwa	1	116,00	116,00
Microfone	1	110,00	110,00
Caixa amplificadora Frahm 200wts	1	378,00	378,00
Televisor Panasonic 20"	1	550,00	550,00
Vídeo cassete Panasonic	1	500,00	500,00
Total		4.674,00	6.464,00

Quadro 5 - Equipamentos

Fonte: dados de pesquisa

O quadro a seguir apresenta a distribuição do investimento fixo com seus respectivos valores de acordo com a necessidade apresentada, anteriormente, para a implantação do museu.

Descrição	Valor Total (R\$)
2 Linhas telefônicas	74,78
Móveis e utensílios	6.760,00
Equipamentos	6.464,00
Total Geral	13.298,78

Quadro 6 - Total dos investimentos fixos

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

4.8.1.3 Custos fixos

Os quadros abaixo descrevem detalhadamente o cálculo do custo da mão-de-obra de acordo com o cargo a ser exercido por cada funcionário. Tais valores foram calculados juntamente com o Departamento Pessoal da Prefeitura Municipal de Salete. Posterior a isto, apresenta-se resumidamente o custo total com a mão-de-obra.

Cargo: **diretor (administrador)**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	1.081,85	12.982,20
2- Vantagens (6%)	64,91	778,92
3- 13º Salário	95,56	1.146,72
4- 1/3 de férias	31,85	382,25
5- Encargos sobre (R\$ 2.675,77) Município (10%)	22,30	267,58
6- Encargos sobre (R\$ 2.675,77) funcionário (8%)	17,84	214,06
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	167,55	2.010,65
Total (1+2+7)	1.314,32	15.771,77

Quadro 7 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Salete

Cargo: **museólogo**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	1.081,85	12.982,20
2- Vantagens (6%)	64,91	778,92
3- 13º Salário	95,56	1.146,72
4- 1/3 de férias	31,85	382,25
5- Encargos sobre (R\$ 1.515,05) Município (10%)	22,30	267,58
6- Encargos sobre (R\$ 1.515,05) funcionário (8%)	17,84	214,06
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	167,55	2.010,65
Total (1+2+7)	1.314,32	15.771,79

Quadro 8 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: **restaurador**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	597,27	7.167,24
2- Vantagens (6%)	53,75	645,05
3- 13º Salário	54,25	651,02
4- 1/3 de férias	18,08	217,01
5- Encargos sobre (R\$ 1.515,05) Município (10%)	12,63	151,56
6- Encargos sobre (R\$ 1.515,05) funcionário (8%)	10,10	121,20
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	95,06	1.140,79
Total (1+2+7)	746,09	8.953,08

Quadro 9 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: **historiador**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	1.081,85	12.982,20
2- Vantagens (6%)	64,91	778,92
3- 13º Salário	95,56	1.146,72
4- 1/3 de férias	31,85	382,25
5- Encargos sobre (R\$ 2.675,77) Município (10%)	22,30	267,58
6- Encargos sobre (R\$ 2.675,77) funcionário (8%)	17,84	214,06
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	167,55	2.010,65
Total (1+2+7)	1.314,32	15.771,79

Quadro 10 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: **pedagogo**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	668,06	8016,72
2- Vantagens (6%)	40,08	481,00
3- 13º Salário	59,01	708,14
4- 1/3 de férias	19,67	236,05
5- Encargos sobre (R\$ 1.652,33) Município (10%)	13,77	165,23
6- Encargos sobre (R\$ 1.652,33) funcionário (8%)	11,02	132,19
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	103,47	1.241,61
Total (1+2+7)	811,61	9.739,33

Quadro 11 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: **monitor**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Bolsa	150,00	1.800,00
Total	150,00	1.800,00

Quadro 12 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: **guarda**

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	287,05	3.444,60
2- Vantagens (6%)	34,45	413,35
3- 13º Salário	26,79	321,50
4- 1/3 de férias	8,93	107,17
5- Encargos sobre (R\$ 750,17) Município (10%)	6,25	75,02
6- Encargos sobre (R\$ 750,17) funcionário (8%)	5,00	60,01
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	46,97	563,69
Total (1+2+7)	368,47	4.421,64

Quadro 13 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: faxineiro

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	336,32	4.035,84
2- Vantagens (6%)	30,27	363,23
3- 13º Salário	30,55	366,59
4- 1/3 de férias	10,18	122,20
5- Encargos sobre (R\$ 855,37) Município (10%)	7,13	85,54
6- Encargos sobre (R\$ 855,37) funcionário (8%)	5,70	68,43
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	53,56	642,75
Total (1+2+7)	420,15	5.041,82

Quadro 14 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo: jardineiro

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
1- Salário	336,32	4.035,84
2- Vantagens (6%)	30,27	363,23
3- 13º Salário	30,55	366,59
4- 1/3 de férias	10,18	122,20
5- Encargos sobre (R\$ 855,37) Município (10%)	7,13	85,54
6- Encargos sobre (R\$ 855,37) funcionário (8%)	5,70	68,43
7- Total dos encargos (3+4+5+6)	53,56	642,75
Total (1+2+7)	420,15	5.041,82

Quadro 15 - Custo mão-de-obra

Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Cargo	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
Administrador	1.314,32	15.771,79
Museólogo	1.314,32	15.771,79
Restaurador	746,09	8.953,03
Historiador	1.314,32	15.771,79
Pedagogo	811,61	9.739,33
Monitor (2)	300,00	3.600,00
Guarda	368,47	4.421,64
Faxineiro	420,15	5.041,82
Jardineiro	420,15	5.041,82
Total geral	7.009,43	84.113,01

Quadro 16 - Valor total dos custos com mão-de-obra Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

Descrição	Valor mês (R\$)	Valor anual (R\$)
Custo com mão-de-obra	7.009,43	84.113,01
Estimativa de gastos com energia elétrica e luz	120,00	1.440,00
Estimativa de gastos com material de limpeza	20,00	240,00
Estimativa de gasto com material de expediente	55,00	660,00
Estimativa de gastos com telefone	124,78	1.497,36
Propaganda e divulgação (5.000 <i>folders</i>)	76,17	914,00
Reserva (5%)	370,27	4.443,24
Total Geral	7.775,65	93.307,61

Quadro 17 - Custos totais Fonte: Prefeitura Municipal de Saleté

A reserva de 5% refere-se ao custo aproximado para o desenvolvimento das

atividades de restauração e manutenção do acervo.

Por fim, o cálculo dos investimentos inicial está definido da seguinte forma:

Descrição	Valor (R\$)
1. Despesas pré-operacionais	296.000,00
2. Investimento fixo	13.298,78
2.1 Móveis e utensílios	6.760,00
2.2 Equipamentos	6.464,00
2.3 Linha telefônica	74,78
3. Custo fixo	93.307,61
Total Geral	402.606,39

Quadro 18 - Investimentos iniciais

Como foi expresso anteriormente, as despesas pré-operacionais englobam todas as despesas efetuadas anterior ao funcionamento do museu, inclusive a construção predial.

No entanto, o recurso financeiro no valor de R\$ 290.000,00 (duzentos e noventa mil reais) para a construção do Centro Cultural Salete já foi solicitado ao Governo do Estado. Em contrapartida a Prefeitura Municipal de Salete doou o terreno de 62.830,25 m², avaliado em R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil reais).

Enquanto o investimento fixo é todo o capital despendido na aquisição do imobilizado, o custo fixo refere-se às despesas com a mão-de-obra.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo a verificação da viabilidade de implantação de um museu no município de Salete.

Diante deste fato, buscou coletar informações necessárias para analisar o mercado consumidor, fornecedor e concorrente. Tal estudo possibilitou verificar: os visitantes potenciais, bem como seus fornecedores e concorrentes, que por sua vez podem constituir-se como parceiros do museu.

Quanto aos aspectos econômico-financeiros, pode-se considerar um investimento alto. No entanto, considerando o orçamento anual de R\$ 5.100.000,00 (cinco milhões de reais) da Prefeitura Municipal de Salete e, analisando sob a ótica sócio-cultural e educativa verifica-se a possibilidade da execução do empreendimento, principalmente ao considerar o impulso que o município vem sofrendo no setor turístico.

É possível, diante do que foi estudado, apresentar algumas sugestões de atividades a serem desenvolvidas, tais como:

1. Realizar mensalmente exposições temporárias, sobre assuntos relacionados a algum fato histórico ou sobre a atualidade, apresentação de peças teatrais, receitas, entre outros.
2. Publicar um informativo sobre o museu com o intuito de realizar a divulgação do mesmo e ainda conseguir mobilizar os moradores para contribuir no resgate da memória do povo;
3. Publicar novos *folders* a serem divulgados na região da AMAVI e nos seus respectivos eventos;

4. Aluguel da cafeteria, do auditório para eventos / feiras, gerando receita para desenvolvimento de atividades educacionais.
5. Vendas de camisetas, bótons, e outros produtos relacionados ao museu, gerando receita para viabilizar os projetos educacionais.

Por fim, a proposta de implantação permite a identificação dos recursos necessários e a devida aplicação dos mesmos, no desenvolvimento de suas atividades, devendo, porém, ser constantemente atualizado, servindo assim como ferramenta de apoio na tomada de decisão de seus respectivos responsáveis.

REFERENCIAS

- ANDRADE, A. L. **O museu e sua função cultural.** Disponível em: <www.museunet.com> Acesso em 10 ago 2002.
- AKTOUF, O. **A administração entre a tradição e a renovação.** São Paulo: Atlas, 1996.
- AMES, P. J. **A challenge to modern museum management: meshing mission and market.** Apostila do curso de administração de museus. Prof. Maria Lucia de Niemeyer Matheus Loureiro. Fpolis, 1999.
- ANGÉLICO, J. **Contabilidade pública.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- BRUCE, A. & LANGDON, K. **Como gerenciar projetos.** São Paulo: Publifolha, 2000.
- BUARQUE, C. **Avaliação econômica de projetos: uma apresentação didática.** Rio de Janeiro: Campus, 1984.
- CHIAVENATO, I. **Vamos abrir um negócio?** São Paulo, Makrons Books, 1995.
- _____. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial.** 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994.
- COBRA, M. **Administração de marketing.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- COELHO, T. **Dicionário Crítico de Política Cultural.** São Paulo: Iluminuras Ltda, 1997.
- CONNELLAN, T. **Nos bastidores da Disney.** São Paulo: Futura, 1998.
- CLEMENTE, A. (organizador). **Projetos empresariais e públicos.** São Paulo: Atlas, 1998.
- FUNDAÇÃO CATARINENSE DE CULTURA. **Sistema Estadual de Incentivo à Cultura.** Disponível em: <www.fcc.sc.br>. Acesso em 25 maio 2003.
- HALL, R. H. **Organização: estrutura e processos.** Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1982.
- HAMPTON, D. R. **Administração contemporânea.** 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <www.ibge.org.br>. Acesso em: 15 abr 2003.
- KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- KOTLER, P. **Administração de marketing.** 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998

_____. **Marketing para organizações que não visam o lucro.** São Paulo: Atlas, 1988.

_____. **Princípios de Marketing.** 7. Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

MACHADO, M. B. **Os museus.** Disponível em: www.minc.gov.br/textos/olhar/osmuseus.htm Acesso em 10 abr 2001.

MAGALHÃES, F. C. **Técnica de elaboração de projetos.** São Luis, UFMA; Fortaleza BNB, 1986.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Disponível em: www.minc.gov.br. Acesso em: 20 maio 2003.

MOORE, K. Introduções. In: MOORE, K. (ed). **Museum Management.** London: Routledge, 1997.

MOREIRA, C.M.M, COELHO, C.U.F., PINHEIRO, A. S. **Habilidades gerenciais.** Rio de Janeiro: Senac nacional, 1997.

NICKELS, W.G., WOOD, M.B. **Marketing: relacionamento, qualidade, valor.** Rio de Janeiro: LTC – livros técnicos e científicos, 1999.

PEREIRA, M. J. **Finanças públicas: a política orçamentária no Brasil.** São Paulo: Atlas, 1999.

PIRES, E. N. **Instalação de Museus de Pequeno Porte.** Florianópolis. Trabalho não publicado.

PRADO, D. **Planejamento e controle de projeto.** Belo Horizonte, MG: Ed. Desenvolvimento Gerencial, 1998.

SANVICENTE, A. Z. **Administração financeira.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1990.

SUANO, M. **O que é museu.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

WEIL, S., CHEIT, E. F. **The Well-Managed Museum.** In: MOORE, K. (ed). **Museum Management.** London: Routledge, 1997.

WOILER, S., MATHIAS, W.F. **Projetos: planejamento, elaboração, análise.** São Paulo: Atlas, 1996.

ANEXO A

MODELO DE PROJETO DE LEI

A CÂMARA DE VEREADORES APROVA:

PROJETO DE LEI Nº

Autoriza o Executivo Municipal a desenvolver ações para implementar o Museu histórico Municipal de Salete .

ADEMIR NIEHUES, Prefeito Municipal de Salete, Estado de Santa Catarina.

FAZ SABER a todos os habitantes do Município que a Câmara de Vereadores aprova e sanciona a seguinte lei:

Art. 1º - Fica criado o Museu Histórico Municipal de Salete, órgão vinculado à Secretaria de Educação, Cultura e Desporto.

Art. 2º - O Museu Histórico Municipal de Salete terá por sede Rua Dona Margarida, s/n e será especializado em **(finalidades específicas do Museu)**.

Art. 3º - Os recursos necessários à manutenção do Museu Histórico Municipal de Salete correrão a conta das dotações orçamentárias da Prefeitura Municipal de Salete.

Parágrafo Único: o museu poderá convênir com outra instituição e aceitar

atribuições e doações.

Art. 4º - Dentro de (.....) dias, a Secretaria de Educação, Cultura e Desporto criará decreto regulamentando esta Lei.

Art. 5º - Esta Lei entra em vigor etc.

Salete (SC), de de 2003.

ADEMIR NIEHUES
Prefeito Municipal de Salete

ANEXO B

MODELO DE FICHA DE ENTRADA DO ACERVO

**ESTADO DE SANTA CATARINA
PREFEITURA MUNICIPAL DE SALETE
MUSEU HISTÓRICO MUNICIPAL DE SALETE**

Ficha de Entrada

Nº de Registo

I – Dados sobre a peça:

1. Nome: _____

2. Função: _____

3. Condições físicas:

 Boa Regular Ruim

4. Detalhes:

 Faltando parte Trincada Suja

5. Dimensões

Altura: _____

Comprimento: _____

Largura: _____

Diâmetro: _____

Peso: _____

Outras informações: _____

6. Como a peça estava sendo tratada.

7. Restaurações e tratamentos já sofridas (técnicas e materiais utilizados,

local, data, restaurador)

Anexar notícias sobre a peça e documentos existentes sobre a mesma (cartas, fotos etc).

ANEXO C**Modelo de Termo de Abertura para o Livro de Tombo:**

Este Livro de Tombo, contendo..... folhas numeradas, destina-se ao registro do acervo do Museu Histórico Municipal de Saleté. Suas folhas são rubricadas pelo responsável do registro e pelo Diretor do Museu.

Saleté (SC), de de 200...

Assinaturas:

Responsável pelo registro

Diretor do Museu Histórico Municipal de Saleté

ANEXO D***Sistema Estadual de Incentivo à Cultura*****Lei nº 10.929 - 23/09/98****GOVERNO DO ESTADO****LEI Nº 10.929, de 23 de setembro de 1998****Institui o Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, e adota outras providências.****GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,**

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica instituído, no âmbito do Estado de Santa Catarina, o Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, com o objetivo de estimular o financiamento de projetos culturais especialmente por parte de contribuintes do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS, na forma e nos limites estabelecidos nesta Lei.

Parágrafo único. O Sistema de Incentivo à Cultura compreenderá os seguintes mecanismos:

I – Mecenato Estadual de Incentivo à Cultura – MEIC;

II – Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC.

Art. 2º O Mecenato Estadual de Incentivo à Cultura – MEIC destina-se ao financiamento de projetos culturais apresentados pelos produtores ou agentes que se caracterizam como pessoas físicas ou jurídicas de direito privado.

Art. 3º O Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC destina-se ao financiamento de projetos culturais apresentado pelos órgãos públicos de cultura das administrações municipais e estadual.

§ 1º Em caráter excepcional poderão também ser beneficiados projetos culturais apresentados por instituições de direito privado, sem fins lucrativos e de utilidade pública estadual, que prestem relevantes serviços ao desenvolvimento cultural do Estado.

§ 2º Os recursos destinados ao FEIC não poderão exceder a 30 % (trinta por cento) do montante global fixado anualmente pelo Chefe do Poder Executivo.

Art. 4º Constituem recursos do Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC:

I – subvenções, auxílios e contribuições oriundas de organismos públicos e privados;

II – doações de pessoas físicas e jurídicas, nacionais, estrangeiras e internacionais;

III – transferências decorrentes de convênios e acordos;

IV – outras receitas.

Parágrafo único. Os recursos do FEIC serão recolhidos, diretamente, ao Banco do Estado de Santa Catarina – BESC, em conta vinculada à Fundação Catarinense de Cultura.

Art. 5º O Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC financiará, no máximo, 80% (oitenta por cento) do custo total de cada projeto, devendo o proponente oferecer contrapartida equivalente aos 20% (vinte por cento) restantes.

§ 1º Para efeito de contrapartida, poderá o proponente optar pela alocação de recursos financeiros ou pela oferta de bens e serviços componentes do custo do projeto, que deverão ser devidamente avaliados pela comissão gestora do FEIC.

§ 2º No caso de a contrapartida ser feita mediante a alocação de recursos financeiros, o proponente deverá comprovar a circunstância de dispor desses recursos ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento por meio de fonte devidamente identificada.

Art. 6º Aos contribuintes do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS que aplicarem recursos financeiros em projetos culturais aprovados pela Fundação Catarinense de Cultura será permitido, nas condições e na forma estabelecidas em Decreto, a título de compensação, o lançamento ou a utilização como crédito do valor aplicado para dedução de valores devidos aos Estado, nos critérios e limites desta Lei.

Parágrafo único. A aplicação em projetos culturais é caracterizada pela transferência de recursos financeiros por parte do contribuinte:

I – diretamente ao proponente do projeto aprovado pelo Mecenato Estadual de Incentivo à Cultura – MEIC;

II – em favor do Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC.

Art. 7º A compensação de que trata o artigo anterior poderá corresponder a até 5% (cinco por cento) do saldo devedor do contribuinte a cada mês, respeitando-se os seguintes limites:

I – até 100% (cem por cento) do valor aplicado, no caso de doação;

II – até 80% (oitenta por cento) do valor aplicado, no caso de patrocínio;

III – até 50% (cinquenta por cento) do valor aplicado, no caso de investimento.

§ 1º Para efeito do disposto neste artigo, considera-se:

I – doação: a transferência definitiva de bens e recursos, realizada sem qualquer proveito para o contribuinte;

II – patrocínio: as despesas do contribuinte com promoção ou publicidade em atividade cultural, sem proveito pecuniário ou patrimonial direto;

III – investimento: a aplicação de recursos financeiros com proveito pecuniário ou patrimonial para o contribuinte.

§ 2º A dedução somente poderá ser iniciada pelo contribuinte 30 (trinta) dias após a efetiva transferência dos recursos financeiros, na forma estabelecida nesta Lei.

Art. 8º O crédito tributário inscrito em dívida ativa até 31 de dezembro de 1997, poderá ser quitado com dedução de até 25% (vinte e cinco por cento), desde que o contribuinte, com o valor deduzido e nos limites estabelecidos nos incisos I a III do "caput" do artigo 7º desta Lei, apoie financeiramente projetos culturais na forma desta Lei.

§ 1º Para obter o benefício previsto neste artigo, o contribuinte incentivador apresentará requerimento à Secretaria de Estado da Fazenda e, no prazo de 5 (cinco) dias do seu deferimento, deverá:

I – efetuar o pagamento do crédito tributário com a dedução autorizada;

II – repassar diretamente ao proponente do projeto aprovado pelo Mecenato Estadual de Incentivo à Cultura – MEIC, ou recolher em favor do Fundo Estadual de Incentivo à Cultura – FEIC o valor correspondente a dedução.

§ 2º O Documento de Arrecadação – DAR, correspondente ao pagamento do crédito tributário, deverá conter a expressão "Sistema Estadual de Incentivo à Cultura", seguida do número e data desta Lei e, ainda, o montante deduzido, em algarismo e por extenso, cujo valor deverá ser subtraído do valor do crédito, e a diferença apurada corresponderá ao total do recolhimento.

§ 3º Na hipótese de recolhimento parcelado do crédito tributário, as deduções autorizadas serão realizadas por ocasião do pagamento de cada parcela.

§ 4º A apresentação do requerimento a que se refere o § 1º deste artigo importa na confissão do débito tributário.

§ 5º O disposto neste artigo não se aplica ao crédito inscrito em dívida ativa decorrente do ato praticado com evidência do dolo, fraude ou simulação pelo sujeito passivo.

Art. 9º O montante global dos incentivos previstos nos artigos 3º, 6º e 8º será fixado anualmente pelo Chefe do Poder Executivo, devendo ser equivalente a no mínimo 0,3% (zero vírgula três por cento) da receita líquida anual.

Art. 10. Poderão ser beneficiados por esta Lei, projetos culturais nas áreas de:

- I – artes cênicas;
- II – artes gráficas;
- III – artes plásticas;
- IV – artesanato e folclore;
- V – bibliotecas e arquivos;
- VI – cinema e vídeo;
- VII – literatura;
- VIII – museus;
- IX – música;
- X – patrimônio cultural.

Art. 11. Os projetos culturais que pretendam obter incentivos deverão ser apresentados à Fundação Catarinense de Cultura, de acordo com o disposto pela regulamentação desta Lei.

Art. 12. O Conselho Estadual de Cultura – CEC definirá, no prazo estabelecido em regulamento, dentre os proponentes habilitados na Secretaria de Estado da Fazenda, aqueles projetos considerados prioritários, aprovando-os a partir de pareceres por escrito, segundo critérios de relevância e oportunidade.

Parágrafo único. As entidades de classe representativas dos diversos segmentos culturais terão acesso, em todos os níveis, à documentação referente aos projetos culturais beneficiados por esta Lei.

Art. 13. Os projetos aprovados e seus respectivos orçamentos deverão constar em portaria expedida pela Fundação Catarinense de Cultura e publicada no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina.

§ 1º A publicação da portaria prevista neste artigo autoriza o proponente a captar os recursos junto aos contribuintes, no caso de projetos encaminhados ao MEIC.

§ 2º A autorização para captação de recursos junto aos contribuintes terá validade de 1 (um) ano a contar da publicação da portaria.

Art. 14. Fica vedada a aprovação de projetos que não sejam estritamente de caráter cultural.

Art. 15. Os benefícios a que se refere esta Lei não serão concedidos a proponentes ou financiadores inadimplentes para com a Fazenda Pública Estadual, sem prejuízo do disposto no artigo 8º desta Lei.

Art. 16. Fica vedada a utilização do benefício fiscal em relação a projetos de que sejam beneficiários

o próprio contribuinte, substituto tributário, seus sócios ou titulares.

Parágrafo único. A vedação prevista neste artigo estende-se aos ascendentes, descendentes até 2º grau, cônjuges ou companheiros dos titulares e sócios.

Art. 17. Na divulgação dos projetos financiados nos termos desta Lei, deverá constar, obrigatoriamente, o apoio institucional do Governo do Estado de Santa Catarina, através da Fundação Catarinense de Cultura.

Art. 18. A utilização indevida dos benefícios concedidos por esta Lei, mediante fraude, simulação ou conluio, sujeitará os responsáveis a:

I – multa correspondente a 2 (duas) vezes o valor que deveria ter sido efetivamente aplicado no projeto, sem prejuízo de outras sanções civis, penais ou tributárias;

II – pagamento do débito tributário de que trata o "caput" do artigo 3º desta Lei, acrescido dos encargos previsto em Lei.

Art. 19. Fica o Chefe do Poder Executivo autorizado a promover as alterações orçamentárias necessárias à implementação desta Lei.

Art. 20 esta Lei deverá ser regulamentada no prazo de 60 (sessenta) dias a contar da data de sua publicação.

Art. 21. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 22. Revogam-se as disposições em contrário.

Florianópolis, 23 de setembro de 1998

PAULO AFONSO EVANGELISTA VIEIRA
Governador do Estado

ADEMAR FREDERICO DUWE

MAURÍCIO DA SILVA

CLETO NAVAGIO DE OLIVEIRA

MURILO SAMPAIO CANTO

FRANCISCO RZATKI

ENIO EMÍLIO SCHNEIDER

NERI GARCIA

ELIANE NEVES REBELLO ADRIANO

MARCO AURELIO DE ANDRADE

WILSON PAZINI

CARLOS CLARIMUNDO DORNELLES SCHOELLER

LÚCIA MARIA STEFANOVICH

JOSÉ NOBERTO D'AGOSTINI

CÉSAR DE BARROS PINTO

AURIO VENDELINO WELTER

ANEXO E

SISTEMA ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA E OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Decreto nº 3.604 de 23 de dezembro de 1998.

Regulamenta a Lei nº 10.929, de 23 de setembro de 1998, que institui o Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, e adota outras providências.

O Governador do Estado de Santa Catarina, no uso das atribuições que lhe confere o art. 71, incisos III e IV, da Constituição do Estado, e tendo em vista o disposto na Lei nº 10.929, de 23 de setembro de 1998, que institui o Sistema Estadual de Incentivo à Cultura e adota outras providências,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - O Sistema Estadual de Incentivo à Cultura - SEIC, instituído através da Lei nº 10.929, de 23 de setembro de 1998, obedecerá aos preceitos desta, bem como aos da presente Regulamentação.

Art. 2º - Para efeito deste Regulamento considera-se:

I - Projeto Cultural: proposta de realização de obra, ação ou evento específico ao desenvolvimento artístico e/ou à preservação do patrimônio cultural de Santa Catarina;

II - Incentivo Fiscal: lançamento ou utilização, como crédito do recurso financeiro aplicado em projetos culturais por contribuinte do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS, a título de compensação, para dedução dos valores devidos ao Estado, na forma e nos limites estipulados em Lei;

III - Produtor Cultural: pessoa física ou jurídica domiciliada há no mínimo 3 (três) anos no Estado de Santa Catarina, diretamente responsável pelo projeto cultural a ser beneficiado pelo incentivo fiscal;

IV - Contribuinte: estabelecimento inscrito no Cadastro de Contribuintes do ICMS do Estado de Santa Catarina, que venha a apoiar financeiramente, através de mecanismos de doação, patrocínio ou investimento, projetos culturais previamente aprovados pela Fundação Catarinense de Cultura - FCC, ou transferir recursos financeiros diretamente ao Fundo Estadual de Incentivo à Cultura - FEIC;

V - Doação: transferência definitiva de bens e recursos, realizada sem qualquer proveito de promoção ou publicidade para o contribuinte;

VI - Patrocínio: despesas do contribuinte com promoção ou publicidade em atividade cultural, sem proveito patrimonial ou pecuniário direto;

VII - Investimento: aplicação de recursos financeiros em atividades culturais com proveito

pecuniário ou patrimonial para o contribuinte;

VIII - Dirigente Cultural: profissional domiciliado no Estado de Santa Catarina, responsável ou atuante em setor de administração pública da área de cultura;

IX - Produto Cultural: artefato cultural fixado em suporte material de qualquer espécie, com possibilidades de reprodução, comercialização, ou distribuição gratuita;

X - Evento: acontecimento de caráter cultural de existência limitada a sua realização ou exibição;

XI - Artes Cênicas: linguagens artísticas relacionadas com os segmentos de teatro, dança, circo, ópera e congêneres;

XII - Artes Gráficas: linguagens artísticas relacionadas com a criação e/ou reprodução mediante o uso de meios artesanais, mecânicos ou cibernéticos de realização, ou seja, com a utilização de tipografia, *off-set*, computação e outros mecanismos;

XIII - Artes Plásticas: linguagens artísticas compreendendo a materialização de formas, linhas, movimentos, volumes e cores através de modalidades tradicionais, como desenho, gravura, pintura, escultura e fotografia, entre outras, e mídias contemporâneas, como instalação, objeto, vídeo-arte, *performance* e intervenção urbana, entre outras;

XIV - Artesanato: confecção de peças e objetos manufaturados em pequena escala, utilizando materiais e instrumentos simples, sem o auxílio de máquinas sofisticadas de produção em série;

XV - Folclore: conjunto de manifestações típicas, materiais e simbólicas, transmitidas de geração a geração, traduzindo conhecimentos, usos, costumes, crenças, ritos, mitos, lendas, adivinhações, provérbios, fantasias, alegorias, cantorias e folguedos populares, entre outras;

XVI - Biblioteca: instituição de acesso público destinada à promoção da leitura e difusão do conhecimento, congregando acervos de livros, periódicos e congêneres organizados para o estudo, pesquisa e consulta, nas modalidades de bibliotecas pública, escolar, universitária e especializada;

XVII - Arquivo: instituição de acesso público destinada à preservação da memória documental, de natureza histórica, administrativa, cartorial ou eclesiástica;

XVIII - Cinema e Vídeo: linguagens artísticas relacionadas, respectivamente, com a produção de filmes cinematográficos e videográficos, ou seja, de registro de sons e imagens em películas especiais, obedecendo a um roteiro ou *script* determinado;

XIX - Literatura: área de produção de conhecimento utilizando a arte de escrever em prosa ou verso nos gêneros de romance, poesia, conto, crônica e ensaio, entre outros;

XX - Museu: instituição de acesso público destinada à preservação e divulgação de acervos de bens representativos da história, das artes e das ciências, entre outros;

XXI - Música: linguagem artística que expressa harmonia, melodia e ritmo, em diferentes modalidades e gêneros;

XXII - Patrimônio Cultural: área de preservação de bens de relevância histórica, artística, arquitetônica, paisagística e arqueológica, entre outras.

CAPÍTULO II

DO SISTEMA ESTADUAL

DE INCENTIVO À CULTURA - SEIC

SEÇÃO I

DOS OBJETIVOS

Art. 3^o-O Sistema Estadual de Incentivo à Cultura – SEIC tem como objetivo o apoio financeiro a projetos culturais, através dos mecanismos estabelecidos nesta Regulamentação.

SEÇÃO II

DA EXECUTIVA DE APOIO À CULTURA - EXAC

Art. 4^o-Fica criada a Executiva de Apoio à Cultura - EXAC na estrutura administrativa da Fundação Catarinense de Cultura - FCC, como comissão gestora do Sistema Estadual de Incentivo à Cultura - SEIC.

§ 1^o-Subordinada diretamente à Direção Geral da FCC, a EXAC será formada por no mínimo 4 (quatro) servidores lotados na FCC e na Secretaria de Estado da Fazenda – SEF, observada a paridade.

§ 2^o-Caberá à EXAC coordenar todos os trâmites administrativos necessários ao pleno funcionamento do SEIC, inclusive os relacionados à difusão da Lei e à orientação de produtores e dirigentes culturais e dos contribuintes do ICMS.

SEÇÃO III

DO INVESTIMENTO PELO ESTADO

Art. 5^o-O montante global do ICMS a ser utilizado em projetos culturais, equivalente a no mínimo 0,3% (zero vírgula três por cento) da receita líquida anual, será fixado anualmente, no mês de janeiro, através de ato do Chefe do Poder Executivo, tomando-se por base a arrecadação do ano anterior.

Parágrafo único. O mesmo ato fixará o montante máximo a ser destinado ao Fundo Estadual de Incentivo à Cultura - FEIC, não podendo exceder a 30% (trinta por cento) do montante global anual, na forma da Lei.

Art. 6^o-Caberá à EXAC, sob supervisão da SEF, o controle de saldo do montante global anual de renúncia fiscal.

Parágrafo único. Ao atingir o montante previsto a que se refere o art. 5^o, a FCC expedirá portaria adiando temporariamente o recebimento de projetos culturais, até o início do exercício financeiro subsequente.

SEÇÃO IV

DO BENEFÍCIO AO CONTRIBUINTE

Art. 7^o-Aos contribuintes do ICMS, que aplicarem recursos financeiros em projetos culturais aprovados pela FCC, será permitido, nas condições e na forma estabelecidas no presente Regulamento, a título de compensação, o lançamento ou a utilização como crédito do valor aplicado para dedução de valores devidos ao Estado, nos critérios e limites da Lei.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica ao ICMS devido por responsabilidade, inclusive o decorrente de substituição tributária, e pelo diferencial de alíquota.

Art. 8^o-A compensação de que trata o artigo anterior poderá corresponder a até 5% (cinco por cento) do saldo devedor do contribuinte a cada mês, respeitando-se os seguintes limites:

I - até 100% (cem por cento) do valor aplicado, no caso de doação;

II - até 80% (oitenta por cento) do valor aplicado, no caso de patrocínio;

III - até 50% (cinquenta por cento) do valor aplicado, no caso de investimento.

Art. 9º O crédito tributário inscrito em dívida ativa até 31 de dezembro de 1997 poderá ser quitado com dedução de até 25% (vinte e cinco por cento), desde que o contribuinte, com o valor deduzido e nos limites estabelecidos no artigo anterior, apoie financeiramente projetos culturais na forma da Lei.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica ao crédito inscrito em dívida ativa decorrente de ato praticado com evidência de dolo, fraude ou simulação pelo sujeito passivo.

Art. 10. O apoio financeiro poderá ser repassado diretamente do contribuinte ao produtor cultural, através do mecanismo de Mecenato Estadual de Incentivo à Cultura - MEIC, ou em favor do Fundo Estadual de Incentivo à Cultura - FEIC.

Art. 11. Fica vedado o benefício fiscal em relação a projetos de que sejam beneficiários o próprio contribuinte, substituto tributário, seus sócios ou titulares.

Parágrafo único. A vedação prevista neste artigo estende-se aos ascendentes, descendentes até 2º grau, cônjuges ou companheiros dos titulares e sócios.

SEÇÃO V

DO MECENATO ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA - MEIC

Art. 12. O MEIC destina-se ao financiamento de projetos culturais apresentados por produtores que se caracterizem como pessoas físicas ou jurídicas de direito privado.

Art. 13. Terão prioridade, entre os projetos culturais beneficiados pelo MEIC, aqueles relacionados à elaboração de produtos culturais, à itinerância de espetáculos e mostras, bem como eventos comprometidos com a formação artístico-cultural.

SEÇÃO VI

DO FUNDO ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA - FEIC

Art. 14. O FEIC destina-se ao financiamento de projetos culturais apresentados pelos órgãos públicos de cultura das administrações municipais e estadual.

Parágrafo único. Em caráter excepcional poderão também ser beneficiados projetos culturais apresentados por instituições culturais de direito privado, sem fins lucrativos e de utilidade pública estadual.

Art. 15. A aprovação de projetos culturais destinados ao FEIC somente ocorrerá a partir da entrada efetiva de recursos financeiros correspondentes a, no mínimo, 10% (dez por cento) do montante global do ICMS fixado anualmente pelo Chefe do Poder Executivo.

Art. 16. Constituem recursos do FEIC:

I - subvenções, auxílios, deduções e contribuições oriundas de organismos públicos e privados;

II - doações de pessoas físicas e jurídicas, nacionais, estrangeiras e internacionais;

III - transferências decorrentes de convênios e acordos;

IV - outras receitas.

Parágrafo único. Os recursos serão recolhidos diretamente ao Banco do Estado de Santa Catarina - BESC, em conta específica vinculada à FCC, nominativa ao FEIC.

Art. 17. O FEIC financiará, no máximo, 80% (oitenta por cento) do custo total de cada

projeto cultural aprovado, devendo o proponente oferecer contrapartida equivalente aos 20% (vinte por cento) restantes.

§ 1º Para efeito de contrapartida, poderá o proponente optar pela alocação de recursos financeiros ou pela oferta de bens e serviços componentes do orçamento detalhado do projeto cultural aprovado.

§ 2º No caso de a contrapartida ser feita mediante a alocação de recursos financeiros, o proponente deverá comprovar a circunstância de dispor desses recursos ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento por meio de fonte devidamente identificada.

Art. 18. Terão prioridade, entre os projetos culturais beneficiados pelo FEIC, aqueles relacionados à preservação do patrimônio cultural, bem como aos de ampliação e restauração de acervos de museus, arquivos e bibliotecas.

CAPÍTULO III

DOS PROJETOS CULTURAIS

SEÇÃO I

DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Art. 19. Somente poderão ser objeto de incentivo financeiro, através do benefício fiscal previsto em Lei, projetos culturais nas áreas de:

- I - artes cênicas;
- II - artes gráficas;
- III - artes plásticas;
- IV - artesanato e folclore;
- V - bibliotecas e arquivos;
- VI - cinema e vídeo;
- VII - literatura;
- VIII - museus;
- IX - música;
- X - patrimônio cultural.

Art. 20. O projeto cultural incentivado deverá utilizar, total ou parcialmente, recursos humanos, materiais, técnicos e naturais disponíveis no Estado de Santa Catarina.

Art. 21. O lançamento dos produtos, inaugurações, estréias ou aberturas dos eventos relacionados aos projetos incentivados deverão ser, obrigatoriamente, no Estado de Santa Catarina.

Art. 22. Não poderão ser beneficiados projetos culturais cujos incentivos pleiteados ultrapassem a 5% (cinco por cento) do montante global do ICMS, fixado na forma do art. 5º

Art. 23. Não serão concedidos os benefícios da Lei a produtores culturais inadimplentes para com a Fazenda Pública Estadual, sem prejuízo no disposto no art. 9º deste Regulamento.

SEÇÃO II

DA TRAMITAÇÃO DOS PROJETOS

Art. 24. Os projetos culturais que pretendam obter os incentivos previstos em Lei, deverão ser apresentados à EXAC, na estrutura administrativa da FCC.

SUBSEÇÃO I

DO ENCAMINHAMENTO

Art. 25. O produtor cultural deverá preencher, em duas vias, o Formulário de Encaminhamento previsto no anexo I deste Regulamento, acompanhado da seguinte documentação:

I - se pessoa jurídica de direito público:

- a. cópia autenticada do cartão de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes - CGC;
- b. cópia autenticada do registro de identidade e do Cadastro de Pessoas Físicas - CPF do representante legal da instituição;
- c. cópia autenticada do termo de posse do representante legal da instituição;
- d. relatório de atividades culturais da instituição nos últimos 2 (dois) anos;
- e. cópia autenticada da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Pública Estadual;
- f. cópia autenticada de comprovante de domicílio no Estado de Santa Catarina há mais de 3 (três) anos;

II - se pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos:

- a. cópia autenticada do cartão de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes - CGC;
- b. cópia autenticada do registro de identidade e do Cadastro de Pessoas Físicas - CPF do representante legal da instituição;
- c. cópia autenticada da ata de constituição da atual diretoria da instituição;
- d. cópia autenticada do estatuto e/ou regimento da instituição;
- e. cópia autenticada da Lei que declara a instituição como de Utilidade Pública Estadual;
- f. relatório de atividades culturais da instituição nos últimos 2 (dois) anos;
- g. cópia autenticada da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Pública Estadual;
- h. cópia autenticada de comprovante de domicílio no Estado de Santa Catarina há mais de 3 (três) anos;

III - se pessoa jurídica de direito privado com fins lucrativos:

- a. cópia autenticada do cartão de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes - CGC;
- b. cópia autenticada do registro de identidade e do Cadastro de Pessoas Físicas - CPF do representante legal da empresa;
- c. cópia autenticada do contrato social da empresa;

- d. relatório de atividades culturais da empresa nos últimos 2 (dois) anos;
- e. cópia autenticada da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Pública Estadual;
- f. cópia autenticada de comprovante de domicílio no Estado de Santa Catarina há mais de 3 (três) anos;

IV - se pessoa física:

- a. cópia autenticada do registro de identidade e do Cadastro de Pessoas Físicas - CPF;
- b. *curriculum vitae* que comprove a atuação no setor cultural;
- c. cópia autenticada da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Pública Estadual;
- d. cópia autenticada de comprovante de domicílio no Estado de Santa Catarina há mais de 3 (três) anos.

SUBSEÇÃO II DA TRAMITAÇÃO NA EXAC

Art. 26. O projeto cultural encaminhado à EXAC, na estrutura administrativa da FCC, será imediatamente protocolizado, recebendo numeração de processo e numeração de ordem no SEIC.

Art. 27. Ao dar entrada na EXAC, o projeto cultural será analisado em seu aspecto formal de preenchimento, compatibilidade de custos orçamentários com os valores de mercado, verificação de débitos do produtor para com a Fazenda Pública Estadual, bem como da legalidade e autenticidade dos documentos acostados.

§ 1^o-Se apontada a necessidade de diligência, o produtor cultural será oficiado, devendo encaminhar posteriormente os documentos, informações complementares e/ou reparos apontados.

§ 2^o-No caso do parágrafo anterior, o projeto cultural somente continuará tramitando após o atendimento, por parte do produtor, de todas as complementações e reparos solicitados.

Art. 28. A EXAC encaminhará os projetos culturais à análise do Conselho Estadual de Cultura - CEC que, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, devolverá os mesmos acompanhados de seus respectivos pareceres, aprovados ou não em sessão plenária.

Art. 29. Os projetos aprovados e seus respectivos orçamentos deverão constar em portaria expedida pela FCC e publicada no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina.

§ 1^o-No caso de projetos encaminhados ao MEIC, a publicação da portaria prevista neste artigo autoriza o produtor a captar os recursos junto aos contribuintes pelo período de 1 (um) ano.

§ 2^o-No caso de projetos encaminhados ao FEIC, a publicação autoriza a celebração de convênio entre a FCC e a instituição beneficiada, ocorrendo o repasse dos recursos no prazo estipulado.

Art. 30. A decisão sobre a análise do projeto cultural deverá ser comunicada por escrito ao produtor.

§ 1^o-No caso de decisão positiva, a EXAC encaminhará, no prazo de 3 (três) dias úteis da publicação da portaria, cópia da mesma e orientação para captação de recursos ou viabilização de convênio.

§ 2^o-No caso de decisão negativa, a EXAC deverá comunicar o produtor no prazo máximo de 3 (três) dias úteis da devolução do processo pelo CEC.

§ 3^o-Da decisão negativa caberá recurso à EXAC no prazo de 10 (dez) dias, devendo esta decidir, após novo encaminhamento ao CEC, no prazo de 30 (trinta) dias.

Art. 31. Toda a tramitação do projeto, entre sua entrada na EXAC até a publicação da portaria no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina, não poderá exceder a 60 (sessenta) dias, salvo se ocorrer necessidade de diligência, conforme o § 1^o do art. 27 deste Regulamento.

SUBSEÇÃO III DA TRAMITAÇÃO NO CONSELHO ESTADUAL DE CULTURA - CEC

Art. 32. Ao dar entrada no CEC, o Presidente encaminhará os projetos culturais à análise das câmaras setoriais, distribuindo-os de acordo com a área específica de cada um.

Art. 33. Nas câmaras setoriais, os projetos culturais serão analisados segundo critérios de

relevância e oportunidade, considerando o disposto nos art. 13 e 18, devendo ser emitidos pareceres por escrito, no prazo de 20 (vinte) dias.

§ 1º-Cada parecer será redigido por um relator escolhido entre os membros de cada câmara setorial.

§ 2º-Um mesmo parecer poderá tratar da aprovação de um ou mais projetos culturais de uma mesma área específica.

§ 3º-Submetido à aprovação interna dos demais membros da câmara, o parecer deverá seguir à aprovação final em sessão plenária do CEC.

Art. 34. Fica vedada a aprovação de projetos culturais de que o proponente ou seu beneficiário direto ou indireto seja membro do CEC.

Parágrafo único. Na hipótese de existirem projetos em que o proponente seja uma das instituições representadas no CEC, o representante da mesma, durante o processo de análise e aprovação, não terá direito a voz e voto.

Art. 35. Ordinariamente, o CEC deverá se reunir uma vez por mês, incluindo em sua ordem do dia as reuniões de câmaras para a análise de projetos culturais encaminhados ao SEIC, bem como a aprovação final dos pareceres de cada câmara.

Parágrafo único. Havendo demanda, o presidente do CEC poderá convocar sessões extraordinárias específicas.

Art. 36. As entidades de classe representativas dos diversos segmentos culturais, através de seus representantes no CEC, em conformidade com a Lei 10.308, de 26 de dezembro de 1996, poderão ter acesso, em todos os níveis, à toda documentação referente aos projetos culturais encaminhados ao SEIC.

CAPÍTULO IV DA CAPTAÇÃO E DA DEDUÇÃO

SEÇÃO I DA CAPTAÇÃO JUNTO AO CONTRIBUINTE

Art. 37. O produtor cultural, comunicado da decisão favorável ao projeto, deverá providenciar a abertura de conta corrente específica, no Banco do Estado de Santa Catarina - BESC, em nome do projeto aprovado.

Art. 38. No caso do MEIC, o produtor cultural buscará captar recursos financeiros junto aos contribuintes do ICMS e, após obtê-los, passará, no prazo de 3 (três) dias úteis, na forma do anexo II deste Regulamento, recibo em 4 (quatro) vias com a seguinte destinação:

I - 1a. via - Contribuinte;

II - 2a. via - Produtor Cultural;

III - 3a. e 4a. vias - EXAC, que remeterá a 4a. via à SEF.

§ 1º-Juntamente com o recibo, o produtor cultural deverá encaminhar duas cópias autenticadas da Certidão Negativa de Débito para com a Receita Pública Estadual, nominativa ao contribuinte incentivador, sem prejuízo ao disposto no art. 9º do presente Regulamento.

§ 2º-A não apresentação do recibo e da certidão impossibilita o contribuinte a proceder a dedução.

Art. 39. Os recursos captados deverão ser depositados em conta corrente, de acordo com o disposto no art. 37, e só poderão ser utilizados a partir da captação equivalente a 20% (vinte por cento) do orçamento total do projeto aprovado.

§ 1º-O produtor deverá comprovar a captação prevista neste artigo através da apresentação, junto à EXAC, do extrato bancário correspondente.

§ 2º-A EXAC emitirá, no prazo de 3 (três) dias úteis do recebimento do extrato, autorização para utilização dos recursos.

§ 3º-Na hipótese de não atingir o percentual previsto no presente artigo, e encerrado o prazo para a captação, o produtor deverá providenciar o depósito dos recursos captados junto ao FEIC, no prazo de 7 (sete) dias úteis.

Art. 40. À FCC caberá captar, junto aos contribuintes do ICMS, recursos financeiros para o FEIC.

Parágrafo único. Após obtê-los, a FCC deverá proceder em conformidade ao disposto no art. 39 deste Regulamento.

SEÇÃO II DA DEDUÇÃO DO ICMS

Art. 41. A dedução do ICMS, na forma e nos limites estabelecidos no presente

Regulamento, somente poderá ser iniciada pelo contribuinte 30 (trinta) dias após a efetiva transferência dos recursos financeiros, com base na data do recibo fornecido pelo produtor cultural ou, no caso do FEIC, pela FCC.

Parágrafo único. O Documento de Arrecadação - DAR, correspondente ao pagamento do crédito tributário inscrito em dívida ativa até 31 de dezembro de 1997, deverá conter a expressão "Sistema Estadual de Incentivo à Cultura - Lei n.º. 10.929, de 23 de setembro de 1998" e, ainda, o montante deduzido, em algarismo e por extenso, cujo valor deverá ser subtraído do valor do crédito, e a diferença apurada corresponderá ao total do recolhimento, em conformidade com a Lei n.º.10.297, de 26 de dezembro de 1996.

Art. 42. Para obter o benefício previsto no art. 9.º, específico para a quitação da dívida ativa, o contribuinte deverá apresentar, na forma do Anexo III deste Regulamento, requerimento à Procuradoria Geral do Estado - PGE e, no prazo de 5 (cinco) dias do seu deferimento, deverá:

- I - efetuar o pagamento do crédito tributário com a dedução autorizada;
- II - repassar diretamente ao produtor ou ao FEIC o valor correspondente à dedução.

§ 1.º A PGE terá o prazo de 3 (três) dias úteis para deferir ou não o requerimento citado neste artigo.

§ 2.º A apresentação do requerimento a que se refere este artigo importa na confissão do débito.

§ 3.º O Documento de Arrecadação - DAR, correspondente ao pagamento do crédito tributário, deverá ser preenchido em conformidade ao disposto no parágrafo único do art. 41.

§ 4.º Na hipótese de recolhimento parcelado do crédito tributário, as deduções autorizadas serão realizadas por ocasião do pagamento de cada parcela.

CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

SEÇÃO I DA DIVULGAÇÃO DO PROJETO

Art. 43. Será obrigatória a inserção e veiculação do nome e símbolos oficiais do Governo do Estado de Santa Catarina, da FCC e da Lei Estadual de Incentivo à Cultura em todo o material de divulgação e promoção do projeto cultural incentivado.

SEÇÃO II DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 44. O prazo para conclusão do projeto cultural não poderá ultrapassar 12 (doze) meses do recebimento da primeira parcela do incentivo, prorrogável por até 6 (seis) meses, havendo solicitação por escrito encaminhada à EXAC.

Parágrafo único. O disposto neste artigo aplica-se também no caso da não execução do projeto.

Art. 45. Ao término de 30 (trinta) dias da execução do projeto, o produtor cultural apresentará à EXAC, em duas vias, prestação de contas detalhada dos recursos recolhidos e dispendidos, comprovados através de faturas, notas fiscais, extratos bancários e recibos, dentre outros documentos exigidos, em conformidade com o Anexo IV.

Parágrafo único. O não-atendimento ao prazo deste artigo, ou a ausência de justificativa devidamente aceita pela EXAC, impedirá o produtor de ter novos projetos aprovados pelo prazo de 2 (dois) anos.

Art. 46. O produtor cultural se obriga a fornecer à EXAC todo o material publicitário e promocional relacionado ao projeto incentivado, que passará a fazer parte da memória deste.

Art. 47. A EXAC poderá determinar vistorias, avaliações, perícias, análises e demais levantamentos que sejam necessários à perfeita observância deste Regulamento, em qualquer fase de realização do projeto cultural, comunicando à SEF ou à PGE, conforme o caso, qualquer irregularidade que envolva contribuintes do ICMS.

SEÇÃO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 48. O Diretor Geral da FCC, o Secretário de Estado da Fazenda e o Procurador Geral do Estado ficam autorizados, no âmbito das suas respectivas pastas, a baixar normas complementares, necessárias ao fiel cumprimento do disposto neste Regulamento.

Parágrafo único. O Diretor Geral da FCC fica autorizado a expedir normas necessárias a alterações nos Anexos deste Regulamento.

Art. 49. A utilização indevida dos benefícios concedidos pela Lei 10.929, de 23 de setembro

de 1998, bem como pelas normas estabelecidas neste Regulamento, mediante fraude, simulação ou conluio, sujeitará os responsáveis a:

I - multa correspondente a 2 (duas) vezes o valor que deveria ter sido efetivamente aplicado no projeto, sem prejuízo de outras sanções civis, penais ou tributárias;

II - pagamento do débito tributário de que tratam os artigos 6^o e 7^o da Lei 10.929, acrescidos dos encargos previstos em Lei.

Parágrafo único. Os recursos obtidos pelas multas e pagamentos previstos neste artigo, exceto os de natureza tributária, deverão ser creditados diretamente ao FEIC, para a aplicação em novos projetos culturais.

Art. 50. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 51. Revogam-se as disposições em contrário.

Florianópolis, 23 de dezembro de 1998.

PAULO AFONSO EVANGELISTA VIEIRA

Governador do Estado