

PLANO DE GESTÃO DE LOGÍSTICA SUSTENTÁVEL

PLS – ANO 2016

RESULTADO SEMESTRAL

(JULHO a DEZEMBRO)

Fundação Nacional de Artes

Stepan Nercessian

Presidente

Reinaldo da Silva Veríssimo

Diretor Executivo

Paulo Grijó Gualberto

Coordenador-Geral de Planejamento e Administração

Carlos Renato Magalhães da Franca

Coordenador de Administração

1. APRESENTAÇÃO:

A Fundação Nacional de Artes – Funarte, vinculada ao Ministério da Cultura – MinC, é o órgão responsável pelo fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo no âmbito do Governo Federal.

Através de editais, artistas e público apresentam propostas, que são escolhidas e assim conseguem apresentar seus espetáculos, participam de cursos e oficinas de formação e aperfeiçoamento em dança, artes cênicas e circenses.

Também são mantidos programas de circulação de artistas e de bens culturais, recuperação de acervos, publicação de livros, consultoria técnica e apoio a eventos culturais.

Mantém espaços culturais no Rio de Janeiro, Brasília, São Paulo, Belo Horizonte e Recife.

2. OBJETIVO:

Para cumprir a Instrução Normativa nº 10, de 12 de novembro de 2012, da Secretaria de Logística de Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, em seu artigo 14, que trata da elaboração do Plano de Logística Sustentável (PLS), a Funarte vem a racionalização no uso de materiais e de redução de gastos, para alcançar metas de sustentabilidade.

3. AÇÕES ESTRATÉGICAS

Controle maior de consumo de energia elétrica, de água e de telefonia.

Prevenção visando o desperdício de materiais, de água e energia elétrica, a redução no uso de telefone, a racionalização no deslocamento de pessoal e de carga. Está sendo incentivado o uso do “e-mail” para reduzir o número de cópias, além da introdução da prática de imprimir documentos na frente e no verso das folhas de papel.

Os processos de compras e de contratações foram aprimorados e pautados nos critérios de sustentabilidade.

A proposta é incentivar mudanças de comportamento de servidores e colaboradores, visando ações de sustentabilidade e de consumo racional.

4. OBSERVAÇÕES:

- Coleta Seletiva

Foi implantada somente no Rio de Janeiro, com o material armazenado em espaço cedido no Palácio Gustavo Capanema. Ocorreu até agosto de 2015, sendo interrompida em função da obra de recuperação do prédio, quando a empresa contratada passou a utilizar o espaço.

- Funarte em Recife:

O espaço ocupado é cedido pelo governo estadual. Por essa razão não há controle de consumo de energia elétrica, de água e esgoto e de telefonia. Quanto ao material de consumo, está computado com as demais unidades da Funarte.

5. CONCLUSÃO:

O acompanhamento do Plano de Gestão de Logística Sustentável, objetiva a otimização e a racionalização do uso dos recursos, com ações de médio e longo prazo, e a conscientização dos servidores e colaboradores, buscando aumentar a eficiência e a contribuição da Funarte para sociedade.

As unidades de Belo Horizonte e Brasília deverão ser notificadas quanto ao consumo de água, muito acima da meta.

Orientar a unidade de Brasília, quanto ao aumento de consumo de energia elétrica (menos de 1%).

Orientar a unidade de São Paulo, quanto ao aumento de consumo de telefonia (1,9%)

LEGISLAÇÃO

- DECRETO Nº 5.940, de 25/10/2006

(institui a separação dos resíduos recicláveis descartados pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta e indireta, e a sua destinação às associações e cooperativas de catadores de materiais recicláveis);

- INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 01, de 10/01/2010 do **MPOG** (dispõe sobre critérios de sustentabilidade na aquisição de bens e contratações de serviços ou obras pela Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional);

- DECRETO 7.746, DE 05/06/2012

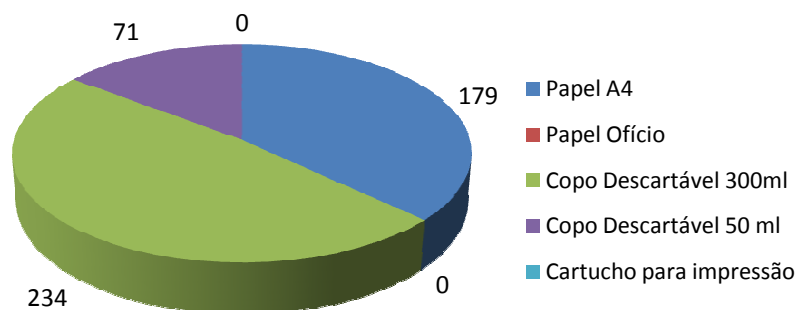
(estabelece critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento sustentável nas contratações realizadas pela administração pública federal e institui a Comissão Interministerial de Sustentabilidade na Administração Pública – CISAP);

- INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 10, de 12/11/2012 da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do **MPOG**

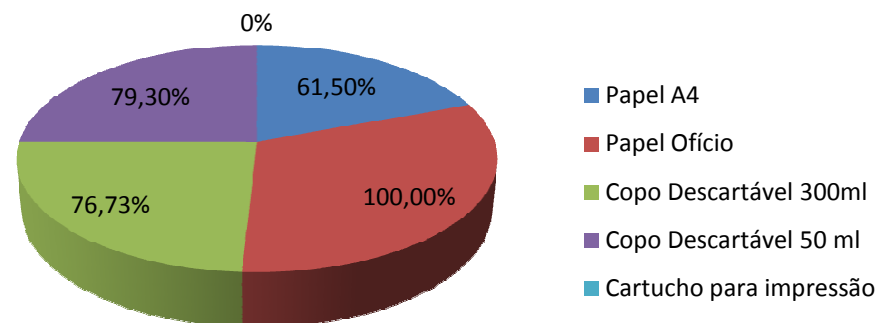
(estabelece regras para elaboração dos Planos de Logística Sustentável, de que trata o art. 16 do Decreto nº 7.746, de 05/06/2012).

MATERIAL	AÇÃO	FINALIDADE	Consumo Unidade		Unidade de medida	RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAL %
			2015	2016			
			JUL / DEZ				
Papel A4	Campanha de conscientização para uso do e-mail e utilização do rascunho	Redução de 10% no consumo de papel	465	179	Milheiro	Redução de 61,50%	61,50%
Papel Ofício	Campanha de conscientização para uso do e-mail e utilização do rascunho	Redução de 10% no consumo de papel	2	0	Milheiro	Redução de 100%	100,00%
Copo Descartável 300ml	Nova compra de copos de plástico/acrílico resistente, que propiciem a reutilização	Reduzir consumo de copo descartável	1006	234	Cento	Redução de 76,73%	76,73%
Copo Descartável 50 ml	Campanha de conscientização	Reduzir consumo de copo descartável	343	71	Cento	Redução de 79,30%	79,30%
Cartucho para impressão	Campanha de conscientização para o uso do e-mail e utilização de rascunho	reduzir consumo de toner e cartucho	0	0	Unidade	Sem parâmetro	0%
Total			1816	484	-----	Redução de 73,34%	73,34%

Material de Consumo Unidade



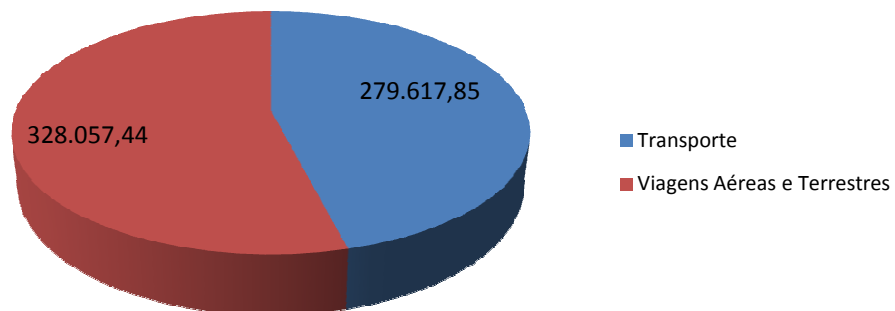
PERCENTUAIS



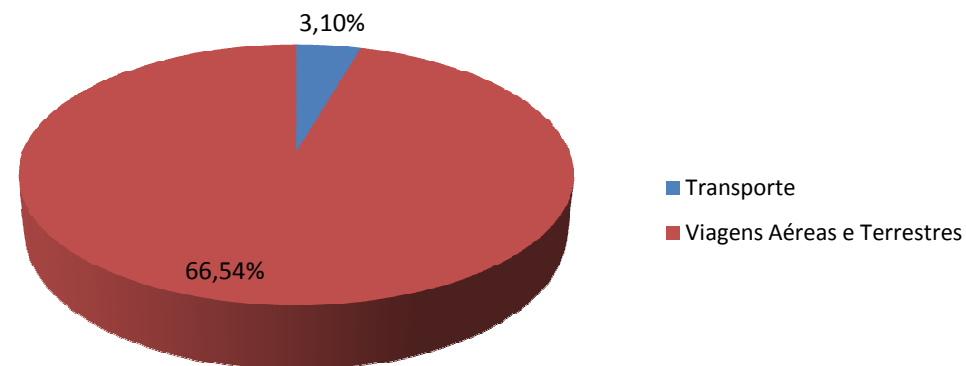
ANÁLISE DE CONSUMO: Meta atingida.

Descrição	Faturamento em R\$ 2º Semestre 2015	Faturamento em R\$ 2º Semestre 2016	Resultado Faturamento em %	PERCENTUAIS %
Transporte	288.707,65	279.617,85	Redução de 3,1%	3,10%
Viagens Aéreas e Terrestres	980.646,77	328.057,44	Redução de 66,54%	66,54%
Total	1.269.354,42	607.675,29	Redução de 52,12%	52%

Deslocamento de Pessoal (R\$)

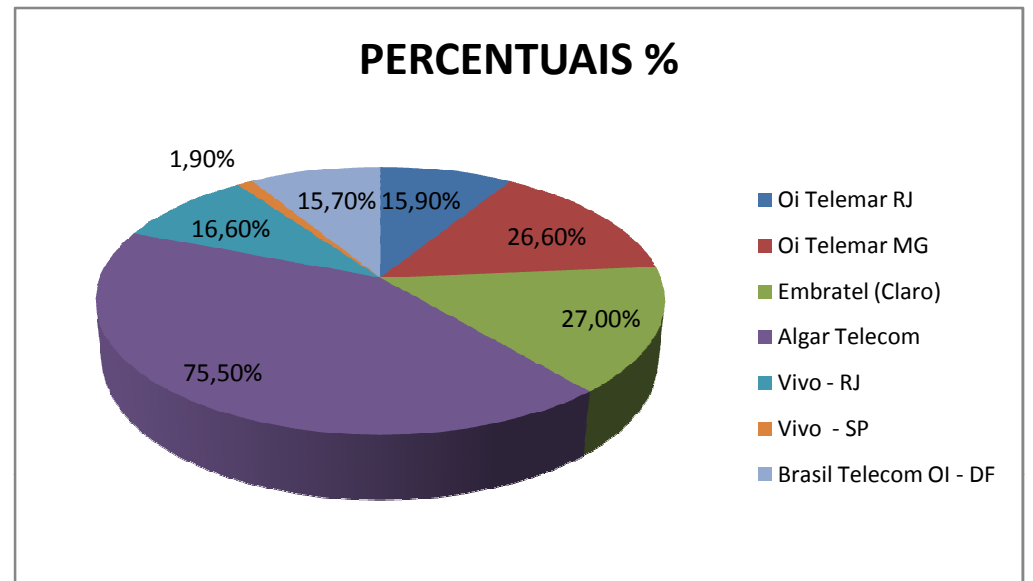
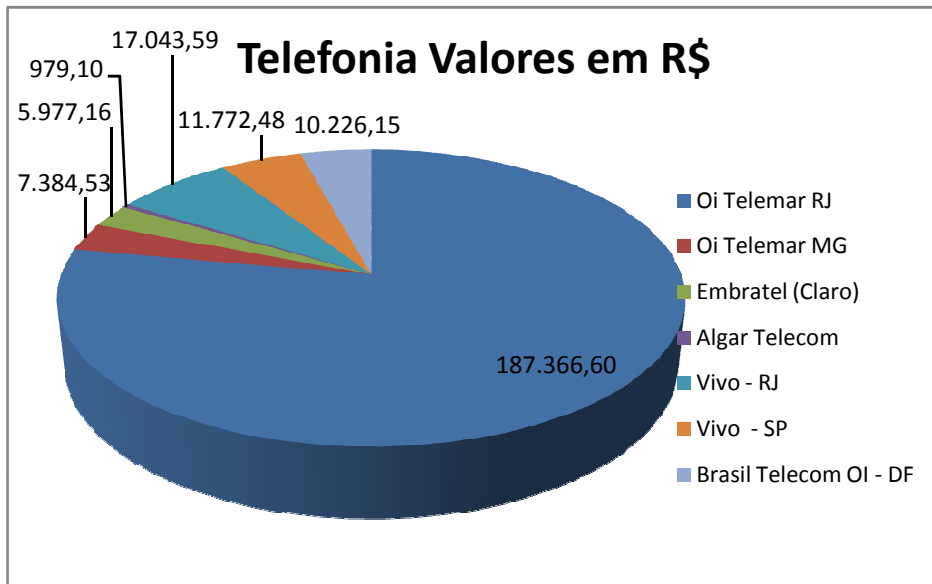


PERCENTUAIS %



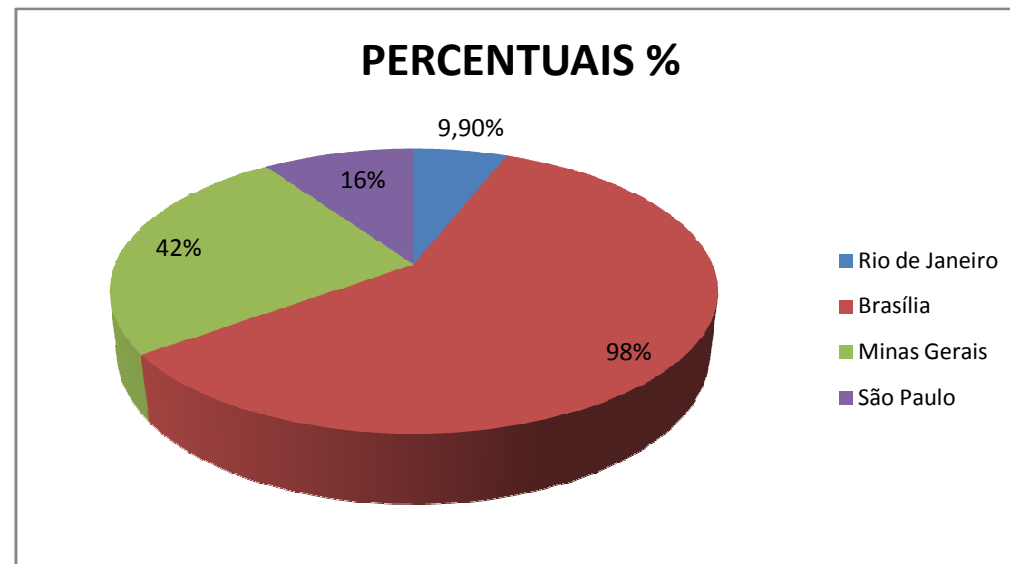
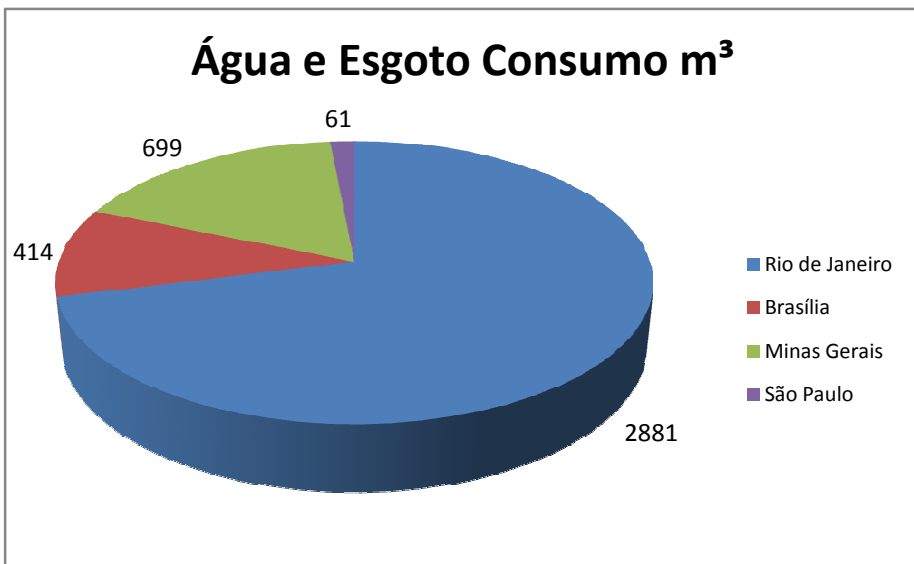
ANÁLISE DE CONSUMO: Meta atingida.

Operadora	Ação	Finalidade	Faturamento R\$		RESULTADO FATURAMENTO %	PERCENTUAIS %
			2015	2016		
			JUL / DEZ			
Oi Telemar RJ	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	222.803,42	187.366,60	Redução de 15,96%	15,90%
Oi Telemar MG	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	10.061,36	7.384,53	Redução de 26,6%	26,60%
Embratel (Claro)	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	8.188,69	5.977,16	Redução de 27,0%	27,00%
Algar Telecom	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	3.953,83	979,10	Redução de 75,5%	75,50%
Vivo - RJ	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	20.443,22	17.043,59	Redução de 16,6%	16,60%
Vivo - SP	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	11.560,73	11.772,48	Aumento de 1,9%	1,90%
Brasil Telecom OI - DF	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	12.133,49	10.226,15	Redução de 15,7%	15,70%
Total			289.144,74	240.749,61	Redução de 8,3%	8,30%



ANÁLISE DE CONSUMO: Apenas em São Paulo, aumento menor que 2%, nos demais espaços a meta foi atingida.

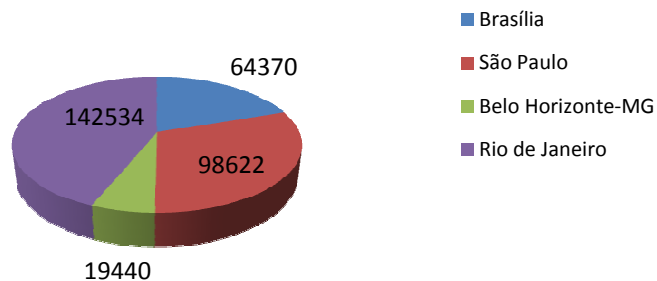
Unidade	Concessionária	Ação	Finalidade	Consumo M ³		Faturamento R\$		RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAL %
				2015	2016	2015	2016		
				JUL / DEZ		JUL / DEZ			
Rio de Janeiro	CEDAE	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m ³	3167	2881	45.315,77	42.735,57	Redução de 9,9%	9,90%
Brasília	CAESB	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m ³	208	414	3.477,80	9.287,86	Aumento de 98%	98%
Minas Gerais	COPASA	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m ³	492	699	7.335,03	13.324,14	Aumento de 42%	42%
São Paulo	SABESP	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m ³	73	61	745,94	1.166,30	Redução de 16%	16%
Total				3940	4055	56.874,54	66.513,87	Aumento 2,93%	2,93%



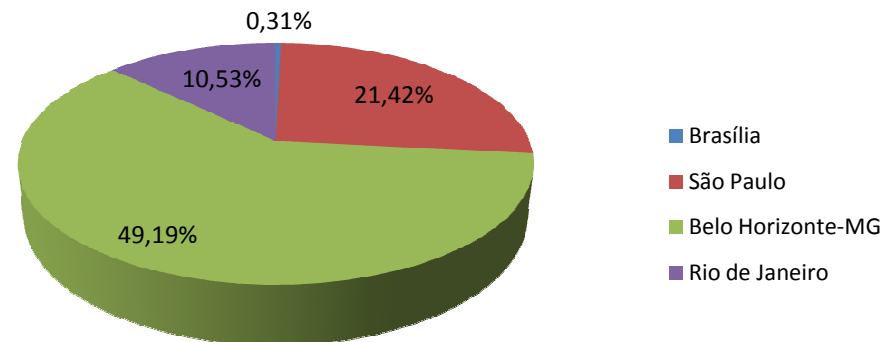
ANÁLISE DE CONSUMO: Belo Horizonte e Brasília muito acima da meta. Necessidade de conscientização dos usuários.

Unidade	Concessionária	Ação	Finalidade	Consumo Kwh		Faturamento R\$		RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAIS %
				2015	2016	2015	2016		
				JUL / DEZ		JUL / DEZ			
Rio de Janeiro	LIGHT	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	159305	142534	195.458,42	175.051,78	redução de 10,53%	10,53%
Brasília	CEB	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	64170	64370	46.287,76	45.675,76	Aumento de 0,31%	0,31%
São Paulo	ELETROPAULO	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	125498	98622	86.397,79	61.923,17	Redução de 21,42%	21,42%
Belo Horizonte-MG	CEMIG	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	38260	19440	28.479,45	13.691,92	Redução de 49,19%	49,19%
Total				387233	324966	356.623,42	296.342,63	Redução de 16,08%	16,08%

Energia Elétrica Consumo (Kwh)



PERCENTUAIS %



ANÁLISE DE CONSUMO: Aumento de menos de 1% em Brasília. Nos demais espaços a meta foi atingida.

Material	Ação	Finalidade	Quantidade de Kg de material reciclado		RESULTADO
			2015	2016	
			JUL / DEZ		
Papel Branco	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	362,70	0,00	Sem parâmetro
Papelão	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	939,20	0,00	Sem parâmetro
Plástico	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	302,10	0,00	Sem parâmetro
Total			1.604,00	0,00	Sem parâmetro

Planilha de coleta Seletiva

Análise de Consumo : Valores referentes aos meses de julho e agosto de 2015, quando a coleta foi interrompida.