

PLANO DE GESTÃO DE LOGÍSTICA SUSTENTÁVEL

PLS – ANO 2016

RESULTADO SEMESTRAL

(JANEIRO a JUNHO)

Fundação Nacional de Artes

Humberto Braga

Presidente

Reinaldo da Silva Veríssimo

Diretor Executivo

Luiz Carlos Pereira de Freitas

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.

Nos casos onde a meta não foi atingida, as unidades deverão ser informadas da necessidade de redução de consumo.

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

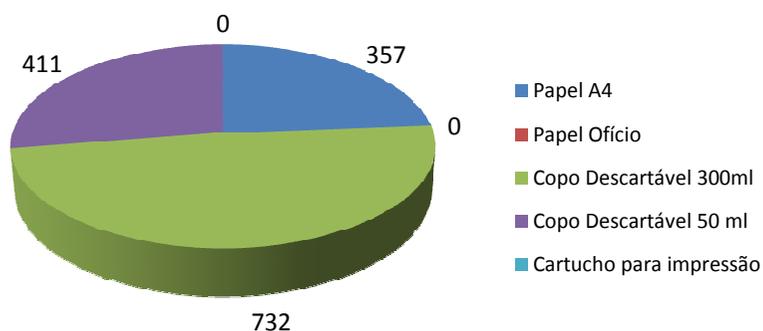
(estabelece critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento sustentável nas contratações realizadas pela administração pública federal e institui a Comissão Interministerial de Sustentabilidade na Administração Pública – CISAP);

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

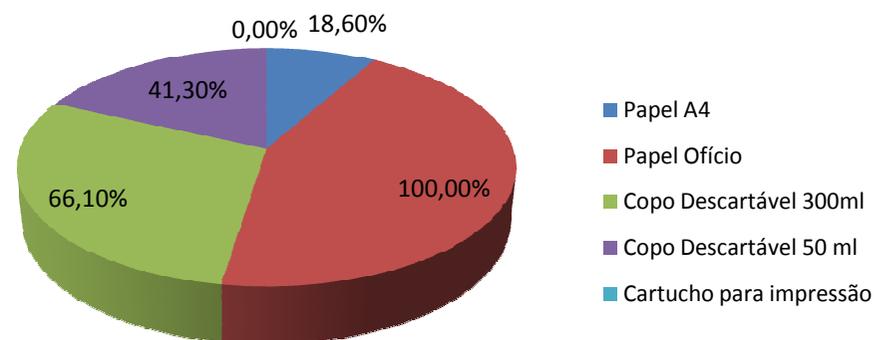
(estabelece regras para elaboração dos Planos de Logística Sustentável, de que trata o art. 16 do Decreto nº 7.746, de 05/06/2012).

MATERIAL	AÇÃO	FINALIDADE	Consumo Unidade		Unidade de medida	RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAL %
			2015	2016			
			JAN / JUN				
Papel A4	Campanha de conscientização para uso do e-mail e utilização do rascunho	Redução de 10% no consumo de papel	301	357	Milheiro	Aumento de 18,6%	18,60%
Papel Ofício	Campanha de conscientização para uso do e-mail e utilização do rascunho	Redução de 10% no consumo de papel	7	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	2160	732	Cento	Redução de 66,1%	66,10%
Copo Descartável 50 ml	Campanha de conscientização	Reduzir consumo de copo descartável	291	411	Cento	Aumento de 41,3%	41,30%
Cartucho para impressão	Campanha de conscientização para o uso do e-mail e utilização de rascunho	reduzir consumo de toner e cartucho	540	0	Unidade	Sem Resultado	0,00%
Total			3299	1500	-----	Redução de 55,0%	55,00%

Material de Consumo Unidade



PERCENTUAIS

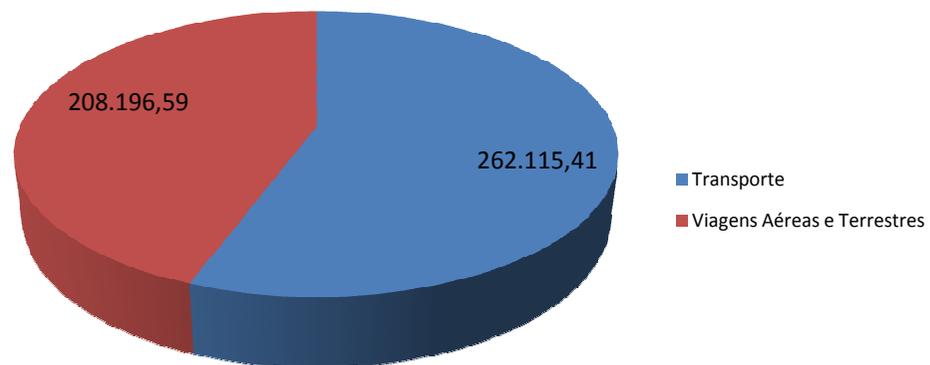


ANÁLISE DE CONSUMO: O aumento no consumo de papel A4 e no consumo de copos de café demonstra a necessidade de reforço na conscientização de servidores e colaboradores.

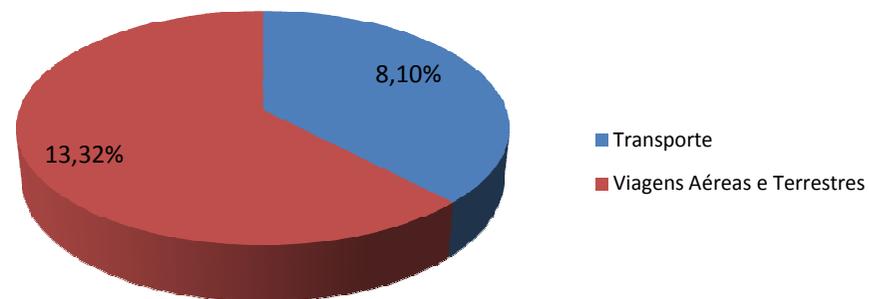
Meta atingida nos demais materiais. Papel Ofício e cartucho para impressão não adquirido.

Descrição	Faturamento em R\$ 2015	Faturamento em R\$ 2016	Resultado Faturamento em %	PERCENTUAIS %
Transporte	242.212,37	262.115,41	Aumento de 8,1%	8,10%
Viagens Aéreas e Terrestres	183.713,17	208.196,59	Aumento de 13,32%	13,32%
Total	425.925,54	470.312,00	Aumento de 10,4%	10,40%

Deslocamento de Pessoal (R\$)

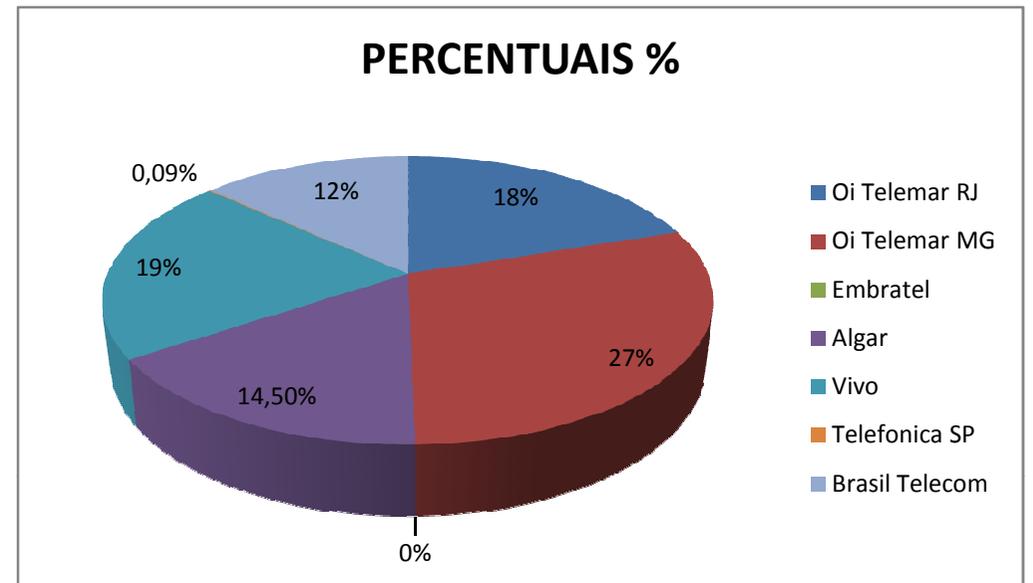
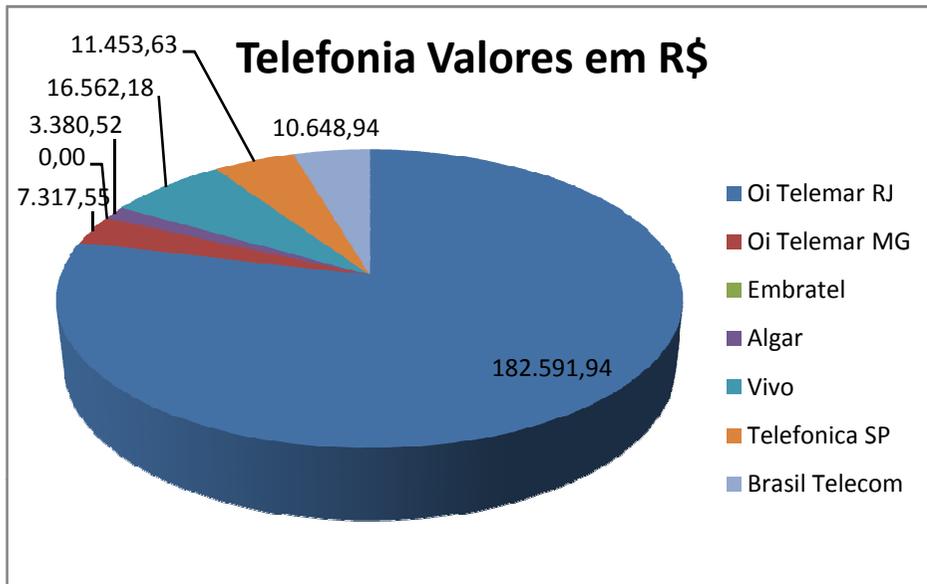


PERCENTUAIS %



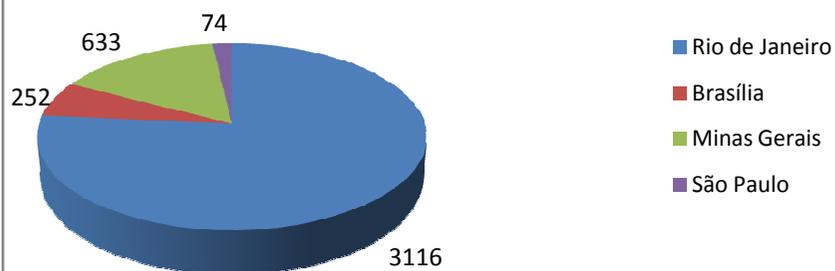
ANÁLISE DE CONSUMO: O transporte e as viagens deverão ser controlados para que atinjam a meta no segundo semestre.

Operadora	Ação	Finalidade	Faturamento R\$		RESULTADO FATURAMENTO %	PERCENTUAIS %
			2015	2016		
			JAN / JUN			
Oi Telemar RJ	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	222.803,42	182.591,94	Redução de 18%	18%
Oi Telemar MG	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	10.061,36	7.317,55	Redução de 27%	27%
Embratel	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	8.188,69	0,00	Contrato encerrado Sem parâmetro	0%
Algar	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	3.953,83	3.380,52	Redução de 14,5%	14,50%
Vivo	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	20.443,22	16.562,18	Redução de 19%	19%
Telefonica SP	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	11.560,73	11.453,63	Redução de 0,9%	0,09%
Brasil Telecom	Campanha de conscientização	Reduzir as ligações telefônicas e estimular a comunicação via e-mail	12.133,49	10.648,94	Redução de 12%	12%
Total			289.144,740	231.954,76	Redução de 20%	20%

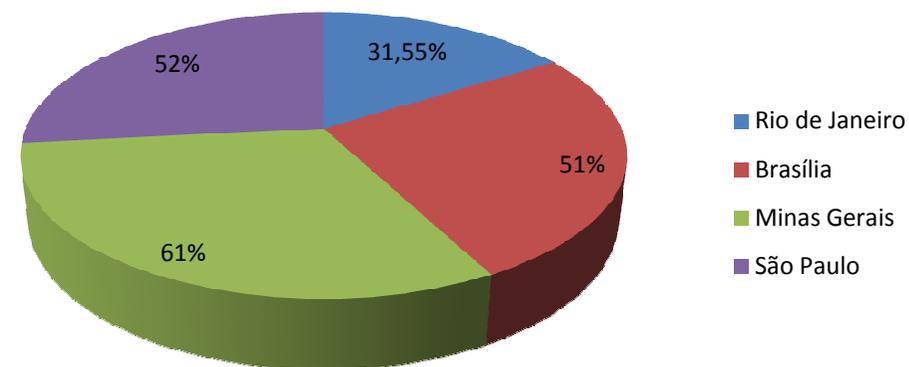


Unidade	Concessionária	Ação	Finalidade	Consumo Kwh		Faturamento R\$		RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAL %
				2015	2016	2015	2016		
				JAN / JUN		JAN / JUN			
Rio de Janeiro	CEDAE	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m³	4552	3116	61.891,95	46.149,53	Redução de 31,55%	31,55%
Brasília	CAESB	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m³	167	252	2.483,24	4.712,56	Aumento de 51%	51%
Minas Gerais	COPASA	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m³	393	633	5.092,28	10.409,53	Aumento de 61%	61%
São Paulo	SABESP	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de m³	144	74	2.223,58	831,98	Redução de 52%	52%
Total				5256	4075	71.691,05	62.103,60	Redução de 22,47%	22,47%

Água e Esgoto Consumo m³



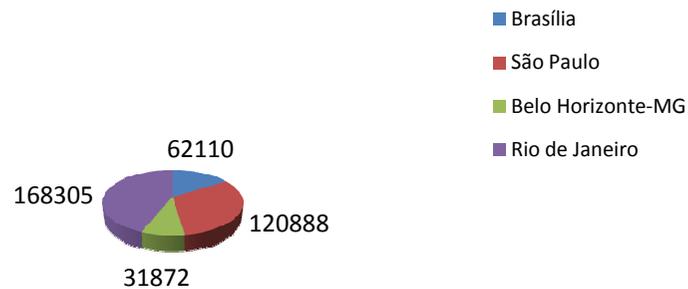
PERCENTUAIS %



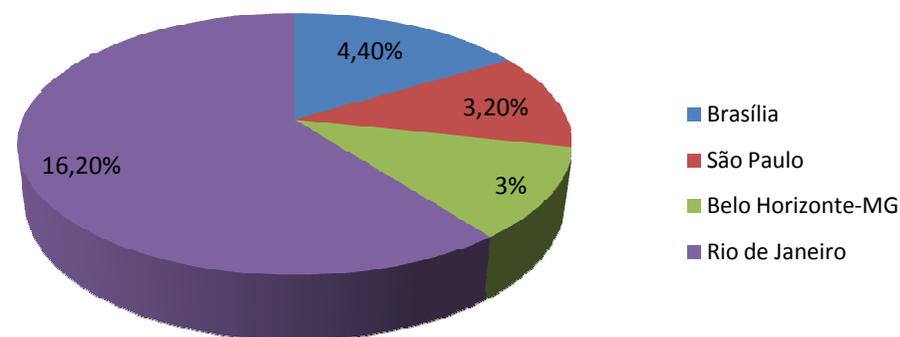
ANÁLISE DE CONSUMO: Em Belo Horizonte e Brasília o consumo acima de 50% deve ser monitorado para que haja redução no segundo semestre.

Unidade	Concessionária	Ação	Finalidade	Consumo Kwh		Faturamento R\$		RESULTADO CONSUMO %	PERCENTUAIS %
				2015	2016	2015	2016		
				JAN / JUN		JAN / JUN			
Rio de Janeiro	LIGHT	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	144879	168305	103.060,53	215.940,82	Aumento de 16,2%	16,20%
Brasília	CEB	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	64970	62110	38.681,23	45.988,03	Redução de 4,4%	4,40%
São Paulo	ELETROPAULO	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	124834	120888	69.440,29	78.498,82	Redução de 3,2%	3,20%
Belo Horizonte-MG	CEMIG	Campanha de conscientização	Reduzir o consumo de Kwh	32880	31872	20.335,75	22.585,70	Redução de 3%	3%
Total				367563	383175	231.517,80	363.013,37	Aumento de 4,4%	4,40%

Energia Elétrica Consumo (Kwh)



PERCENTUAIS %



ANÁLISE DE CONSUMO: Deve existir maior controle para alcançar a meta no segundo semestre.

Material	Ação	Finalidade	Quantidade de Kg de material reciclado		RESULTADO
			2015	2016	
			JAN / JUN		
Papel Branco	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	3.236,40	0,00	Sem parâmetro
Papelão	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	1.250,25	0,00	Sem parâmetro
Plástico	Campanha de conscientização	Aumentar o volume do lixo reciclado	680,35	0,00	Sem parâmetro
Total			5.167,004	0,00	Sem parâmetro

Planilha de Coleta Seletiva