

## Quadro de metas

A gestão do Museu Rio Olímpico e Paralímpico será orientada por metas mensuráveis, com foco na excelência na prestação de serviços culturais, museológicos, educativos, de comunicação e gestão. Os indicadores foram definidos com base no Anexo II do Edital e complementados por metas propositivas estabelecidas pelo IRF para ampliar o impacto social, educacional e museológico da iniciativa. A seguir, detalham-se os principais objetivos por Áreas temáticas:

Objetivo do Indicador	Indicador	Fórmula	Fonte	Meta
Avaliar a capacidade do Museu em atrair e manter fluxo constante de público.	Total de público visitante	Número absoluto de visitantes mensais	Planilha de controle de acesso, bilheteria, listas de presença, relatórios de atividades e registros fotográficos.	2.000 visitantes/mês (1º ano); 2.200 visitantes/mês (2º ano)
Mensurar o alcance da política de gratuidade e seu impacto no acesso ao Museu.	Percentual de gratuidade do público visitante	$(\text{Total de visitantes com gratuidade} \div \text{Total de visitantes}) \times 100$	Relatório consolidado da bilheteria.	Mínimo de 15% mensal
Assegurar o funcionamento regular do Comitê Técnico Científico.	Número de reuniões do Comitê Técnico Científico	Número absoluto de reuniões realizadas	Atas de reunião, listas de presença, registros fotográficos.	1 reunião por mês
Estimular e registrar a atuação do Museu em redes e iniciativas internacionais.	Número de ações de articulação internacional	Número absoluto de ações com foco internacional	Planilhas, folders, materiais de divulgação, publicações.	1 ação por trimestre
Monitorar o grau de organização e gestão do acervo do Museu.	Percentual de itens do acervo inventariados/catalogados	$(\text{Total de itens inventariados} \div \text{Total de itens do acervo}) \times 100$	Planilhas de controle do acervo, livros de registro e inventário.	100% até o final do 1º ano

Promover atualização contínua da exposição permanente.	Número de atualizações científicas da exposição permanente	Número absoluto de atualizações realizadas	Fotos, materiais de divulgação e relatórios de curadoria.	Mínimo de 6 atualizações por ano
Diversificar a programação com práticas esportivas presenciais.	Número de ações esportivas presenciais realizadas	Número absoluto de ações executadas	Relatórios de fluxo de entrada, listas de presença, bilheteria e registros fotográficos.	3 ações no 1º ano; 4 no 2º ano
Ampliar o alcance com ações esportivas em formato digital.	Número de ações esportivas virtuais realizadas	Número absoluto de ações virtuais executadas	Registros em mídias sociais, relatórios de visualização, material editorial e de divulgação.	3 ações por ano
Avaliar a satisfação do público com as exposições.	Percentual de satisfação dos visitantes com o programa expositivo	(Somatório dos índices de satisfação ÷ Número de pesquisas) × 100	Questionários, plataformas de pesquisa digital ou relatórios tabulados.	70% (1º ano); 80% (2º ano)
Quantificar o público atendido por mediações educativas.	Número de público atendido por visitas educativas	Número absoluto de visitantes participantes	Planilhas de controle de visitas, relatórios educativos, sistema da bilheteria.	2.000 pessoas/mês
Mensurar a participação de estudantes no programa educativo.	Número de estudantes atendidos	Número absoluto de visitantes com perfil estudantil	Planilhas de controle de visitas e relatórios de bilheteria.	1.500 estudantes/mês

Avaliar a percepção do público sobre as atividades educativas.	Percentual de satisfação com as visitas educativas	$(\text{Somatório dos índices de satisfação} \div \text{Número de pesquisas}) \times 100$	Questionários e relatórios de análise qualitativa.	70% (1º ano); 80% (2º ano)
Estimular parcerias com universidades e instituições científicas.	Número de atividades em parceria com universidades	Número absoluto de eventos desenvolvidos em parceria	Programações, folders, sinopses e registros das atividades.	4 parcerias por ano
Medir a visibilidade do Museu na mídia espontânea.	Número de inserções em veículos de comunicação	Número acumulado de matérias e menções publicadas	Cópias das matérias, clipping e relatórios de mídia.	2.000 inserções (1º ano); 2.500 inserções (2º ano)
Avaliar a produção editorial do Museu como instrumento de difusão cultural.	Número de publicações produzidas	Número absoluto de materiais publicados	Cópias físicas e digitais das publicações.	1 publicação (1º ano); 2 publicações (2º ano)
Assegurar que a equipe técnica esteja capacitada para suas funções.	Percentual de funcionários capacitados	$(\text{Funcionários capacitados} \div \text{Total de funcionários}) \times 100$	Sistema de RH, certificados de conclusão, relatórios de capacitação.	100%
Monitorar a execução do Plano de Manutenção Programada.	Percentual de intervenções realizadas	$(\text{Intervenções realizadas} \div \text{Total previstas}) \times 100$	Relatórios fotográficos, técnicos, diários de obra, contratos e ARTs.	80% (1º ano); 100% (2º ano)
Garantir conformidade predial com normas de segurança vigentes.	Percentual de certificações de segurança predial	$(\text{Certificações obtidas} \div \text{Total previsto}) \times 100$	Certificados, laudos técnicos, registros fotográficos e pareceres.	100%

Avaliar a percepção do público sobre os serviços institucionais.	Percentual de satisfação com os serviços institucionais	(Somatório dos índices de satisfação ÷ Número de pesquisas) × 100	Questionários, pesquisas digitais e relatórios consolidados.	70% (1º ano); 80% (2º ano)
Ampliar a participação social por meio do voluntariado.	Número de voluntários ativos	Número absoluto de voluntários cadastrados e ativos	Sistema de gestão de voluntariado, registros de presença, relatórios de RH.	30 voluntários ao longo do contrato
Descentralizar o acesso ao acervo e ações museológicas.	Número de exposições itinerantes realizadas	Número absoluto de exposições fora da sede	Relatórios de execução, convênios com instituições, registros fotográficos.	5 exposições por ano

Indicador	Ação / Atividade
Total de público visitante	Implementação de plano de divulgação multicanal; parcerias com escolas e universidades; criação de agenda permanente de eventos educativos e esportivos
Percentual de gratuidade do público visitante	Promoção ativa da política de gratuidade em mídias sociais, visitas agendadas com instituições públicas e campanhas de acesso democrático.
Número de reuniões do Comitê Técnico Científico	Estabelecimento de calendário mensal; envio de pautas antecipadas; registro sistemático em atas e sínteses executivas das deliberações.
Número de ações de articulação internacional	Identificação e aproximação com museus e comitês olímpicos internacionais; formalização de parcerias e execução de ações conjuntas (exposições ou eventos virtuais).
Percentual de itens do acervo inventariados/catalogados	Formação de equipe técnica com museólogos e estagiários; aquisição de software de catalogação; cronograma de registro sistemático com checagem mensal.
Número de ações esportivas presenciais e virtuais	Planejamento bimestral de eventos esportivos; articulação com federações esportivas e ONGs; estruturação de equipe técnica e apoio de produção cultural.

Satisfação do público com o programa expositivo e visitas educativas	Aplicação de pesquisas de satisfação ao final de cada visita; revisão constante da exposição com base nos dados coletados; capacitação da equipe de atendimento.
Número de eventos com universidades e instituições	Convênios com universidades públicas e privadas; elaboração de editais de chamada para projetos conjuntos; cessão de espaço e apoio técnico às instituições parceiras.
Número de inserções na mídia	Criação de assessoria de comunicação dedicada; elaboração de pautas mensais; envio regular de releases e contato com imprensa especializada.
Percentual de funcionários capacitados	Realização de plano de capacitação interna; convênios com instituições formadoras; oferta de oficinas temáticas