

RELATÓRIO ANUAL DE 2015
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Detalhamento da meta 17 - Elaborar relatório com consolidação das informações coletadas no totem eletrônico contendo análise e indicação das ações de aprimoramento da gestão e do atendimento ao público.

No segundo semestre de 2015 demos continuidade a pesquisa de perfil e satisfação do público por meio do totem de auto-preenchimento. O questionário manteve-se o mesmo do período anterior, mas agora já se prevê pequenas mudanças para o próximo período de análise.


Ao todo, foram 7689 respostas, 2,8% do total de visitantes do período, rendendo um acréscimo de 1003 nomes para o mailing. Apresentamos aqui o relatório consolidado extraído automaticamente do sistema. É importante ressaltar que constatamos um grande numero de respostas inválidas entre o total registrado. Como a pesquisa é feita de forma autônoma e livre, e como recebemos um grande numero de crianças e adolescentes em nosso espaço, esse índice elevado de respostas não representativas é natural. Estamos trabalhando para melhorar estas condições, estudando como melhorar o questionário e também pensando em novas estratégias para o posicionamento do totem, que hoje fica em uma área da saída do Museu muito propensa a grandes concentrações de grupos escolares.

Após a apresentação do relatório automático, incluímos maiores observações sobre os critérios de invalidação de respostas e outras conclusões que tiramos com a situação.

1) Interesse em comentar a visita

A primeira pergunta do questionário é um filtro para quem quer falar sobre a experiência no Museu ou apenas deixar um comentário. Sem o filtro de entradas válidas, o percentual de pessoas que não querem falar sobre a visita é de 20,2%, 3,4% maior do que o período anterior.

1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?

a) Sim, quero falar sobre a visita.		6139 79,8%
b) Não, quero apenas deixar um comentário		1550 20,2%

7689 respostas

2) Primo visitante x retorno de visitantes

2. É a sua primeira visita ao Museu do Futebol?











a) Sim		5207	85,8%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)		862	14,2%

6069 respostas

A proporção diminuiu 0,8% em relação ao período anterior.

3) Como conheceu o Museu do Futebol.

3. Como você nos conheceu?

a) Indicação de amigo / familiar		2538	43,0%
b) Passando próximo ao Museu		477	8,1%
c) Site do Museu		543	9,2%
d) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram)		261	4,4%
e) Jornal/Revistas		242	4,1%
f) TV		744	12,6%
g) Rádio		23	0,4%
h) Guias e sites de turismo		271	4,6%
i) Agências de viagem		67	1,1%
j) Outros. (Qual?)		735	12,5%













5901 respostas

Através do resultado deste período, podemos ver que as proporções dos números e as porcentagens não tiveram nenhuma mudança significativa, nenhuma passando de 1,6%. Indicação de Amigo/Familiar e TV continuam liderando com uma grande vantagem da primeira opção, quase a metade de todas as respostas com 43%.

4) Motivos da visita ao Museu do Futebol

Para a análise dos próximos dados, é importante mencionar que é permitido ao visitante selecionar mais de uma opção.

4. Quais os motivos da sua visita?

a) Conhecer o Museu		4075	71,0%
b) Conhecer a exposição temporária "Libertadores - paixão que nos une"		455	7,9%
c) Rever ou complementar uma visita anterior		428	7,5%
d) Pesquisar/estudar algum tema / fazer trabalho escolar		381	6,6%
e) Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.)		267	4,7%
f) Trazer os filhos(as)/família/amigos(as)/namorado(a)		1153	20,1%
g) Acompanhar amigos/namorado(a)/família		500	8,7%
h) Alargar horizontes/conhecer coisas novas		291	5,1%
i) Divertir-se/passear		1216	21,2%
j) Entrada gratuita/baixo valor do ingresso		337	5,9%
k) Estava próximo e resolveu entrar/mora perto/trabalha perto		128	2,2%
l) Sou aficionado(a) por futebol / adoro futebol		520	9,1%

5736 respostas - Seleção múltipla

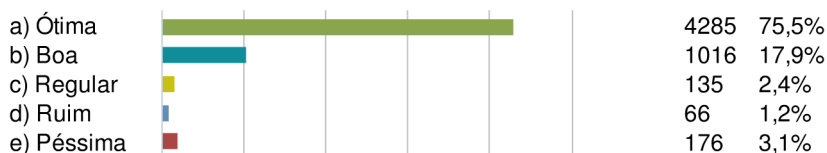
Como nas pesquisas de público anteriormente realizadas no Museu do Futebol, os itens "conhecer o Museu" e "divertir-se/passear" lideram o ranking de opções, seguido muito de perto por "trazer filhos/amigos". As proporções e porcentagens mais uma vez se mantiveram.

5) Avaliação geral

Numa escala de 1 a 5, tanto a exposição de longa duração, quanto a experiência geral de visita ficaram com notas acima de 4,5.

As diferenças entre esses resultados e os do ultimo período também são muito pequenas, com mudanças de 0,1% apenas.

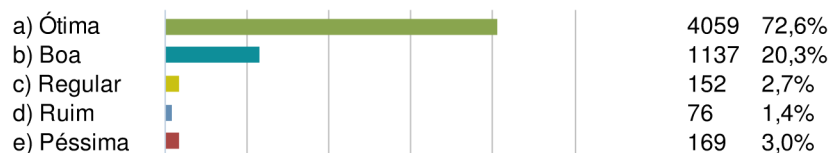
5. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?



5678 respostas

Média
4,61

7. De forma geral, como foi a sua experiência no museu?

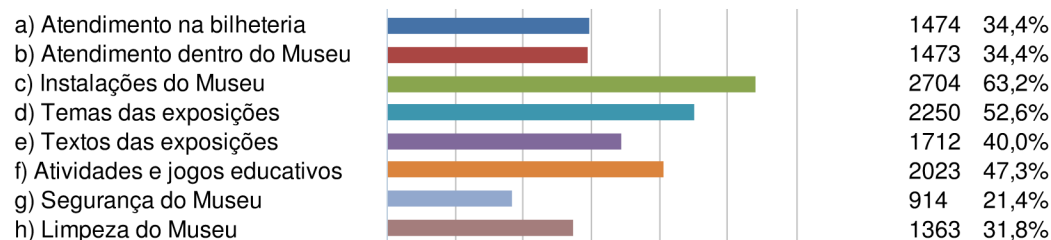


5593 respostas

Média
4,58

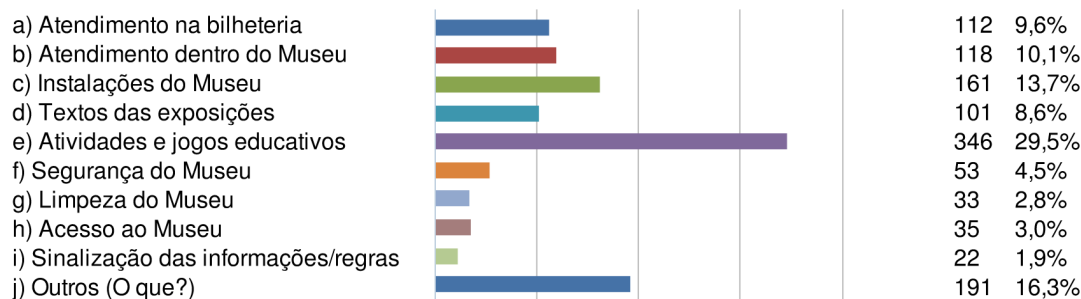
Os itens mais elogiados os que foram escolhidos para serem melhorados encontram-se abaixo.

9. Na sua opinião, quais itens merecem um elogio?



4281 respostas - Seleção múltipla

10. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?



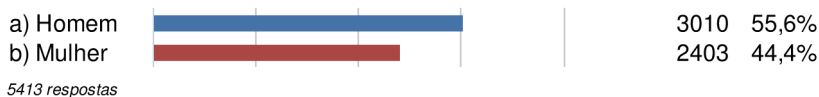
1172 respostas

Encontramos pequenos aumentos nos índices do que merece ser elogiado, como as instalações e o atendimento se destacando um pouco mais. Nos itens que devem ser melhorados, mais uma vez a aplicação de atividades e jogos educativos aparecem como principal reclamação. Isso se dá pelo caráter não contínuo dessas atividades, que acontecem em horários e espaços limitados.

6) Perfil do visitante

A segunda parte do questionário é dedicada ao levantamento dos dados de perfil do visitante. São quatro questões: sexo/gênero; idade; local de moradia e escolaridade. Os resultados seguem abaixo.

11. Você é:



6.1) Sexo/gênero

Comparado ao período anterior, houve mais um pequeno aumento de 0,2% da proporção feminina no Museu.

6.2) Local de moradia

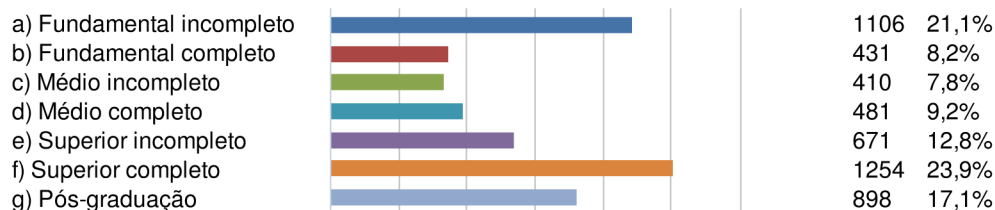
13. Onde você mora?



Podemos notar, também neste quesito, a continuidade dos índices. Um pequeno aumento dos visitantes de outros países também pode ser visto. Essa questão será melhor trabalhada a seguir.

6.3) Escolaridade

14. Qual a sua escolaridade?



Novamente o resultado para a escolaridade dos visitantes aponta para Ensino Fundamental Incompleto e Superior Completo liderando, com uma vantagem de 2,8% do segundo sobre o primeiro.

7) Considerações sobre a validação de respostas e análise da origem geográfica dos visitantes

7.1) Validação de Respostas

Os números usados para essa análise partiram da mesma fonte das análises anteriores, mas, ao contrário das outras informações, essa utilizou índices mais exatos, levando em consideração apenas respostas que foram consideradas válidas.

Os critérios para essa validação se deram, principalmente, no trabalho de triagem das respostas contendo indícios de preenchimento mal-intencionado, como palavras desconexas ou palavras presentes em diversos pontos das respostas do questionário ou alegações de informações impossíveis, como indicação de idade de 13 anos com grau de escolaridade em pós-graduado. Informamos, ainda, que fizemos o esforço de manter e considerar o maior número de respostas possíveis, tratando como válidas respostas com palavras de baixo calão ou erros de digitação se mesmo nessas condições elas trouxessem opiniões e contribuições sobre o perfil de nosso público.

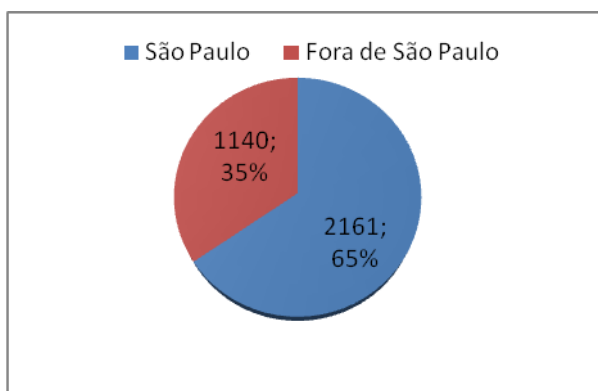
O universo que engloba a análise a seguir é, portanto, menor do que o anterior. Ao invés das 7689 respostas, aqui são consideradas 5266, ou seja, 68,5% do total. Além disso, a pergunta sobre a origem geográfica não era obrigatória, o que faz do conjunto total de respostas nesse quesito serem de 4810, o que significa 91,3% das respostas válidas e 62,5% do total de respostas.

7.2) Análise da Origem Geográfica

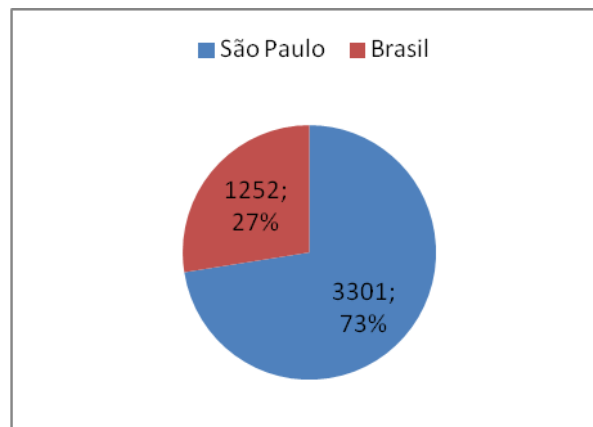
Desde sua inauguração, o Museu do Futebol sempre recebeu um grande contingente de visitantes provindos de diversas partes. A cidade de São Paulo e seus habitantes sempre foram os responsáveis pela maioria do número de frequentadores, mas outros estados e países sempre representaram uma fatia importante do público. Aqui trazemos uma análise mais detalhada desse cenário.

Nos gráficos abaixo, podemos ver a relação dessas diferenças:

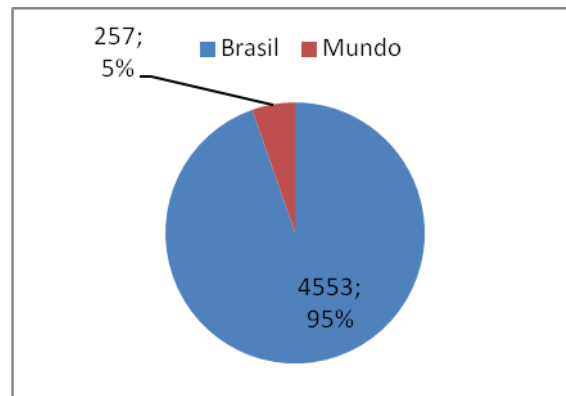
- A relação entre os visitantes da cidade de São Paulo e de outras partes do Estado:



- A relação entre os visitantes do Estado de São Paulo e de outras partes do país:



- A relação entre os visitantes do Brasil e de outras partes do mundo:



Algumas das conclusões que chegamos sobre o público participante da pesquisa:

- o público do museu é constituído por 5% de estrangeiros, o que consideramos uma quantidade bem alta;
- dos 95% de público do museu que é brasileiro, 27% são de outras partes do Brasil, o que também é um índice bem grande;
- dos 73% do público do museu que vem do Estado de São Paulo, 35% é do interior ou do litoral, fazendo com que essa fatia seja a terceira mais representativa, atrás apenas dos de origem na própria cidade e de outros estados.
- Em relação ao público total, o público com origem na própria cidade é de 44,9%;
- Em relação ao público total, o público com origem no interior ou no litoral do estado é de 23,7%.
- Em relação ao público total, o público com origem em outros estados que não São Paulo é de 26%.

Com tudo isso, concluímos, também, que os índices alcançados através da análise automática das respostas não se distanciam tanto dos que chegamos pelo uso apenas das respostas válidas. Mesmo essa diferença sendo de 31,5%, a maior distancia entre os índices é de 2,4% (visitantes estrangeiros), enquanto todas as outras não chegam nem perto disso, sendo de 1,4% (público do interior e litoral), 0,5% (público do estado) e 0,1% (público de outros estados).