

Relatório de pesquisa bianual de perfil de público

1- Pesquisa

A elaboração do questionário utilizado para realização da pesquisa bianual de perfil de público se valeu de referências, como o Sistema de coleta de dados de público de museus do Observatório Ibero-Americano de Museus do Programa Ibermuseus e do Observatório de Museus e Centros Culturais - OMCC, os quais forneceram subsídios para recolher informações pertinentes ao perfil e a satisfação do público não agendado do Museu do Café referente ao segundo semestre de 2018.

2- Objetivo da Pesquisa

Analisar o perfil e a satisfação do público não agendado do Museu do Café, para dar continuidade aos procedimentos de preservação, pesquisa e extroversão da história e memória do café em âmbito nacional e internacional. Assim como respaldar as estratégias de fidelização de visitante, tornando esse, um instrumento de auxílio para mudança de hábito do público espontâneo para um público frequentador.

3- Metodologia

O método científico adotado nesta pesquisa é o exploratório, o qual busca investigar quem são os visitantes espontâneos do Museu, a fim de, levantar hipóteses para a tomada de decisões. Em consonância a esse método, o questionário apresenta 27 questões que foram divididas em dois grupos, 16 questões para traçar o perfil do público e 11 para analisar os índices de satisfação em relação à visitação e a infraestrutura disponibilizada pelo museu.

O questionário foi composto por perguntas fechadas estruturadas, abertas e abertas semiestruturadas. Os resultados obtidos foram tabulados com o uso de técnicas estatísticas, tais como: Análise Multivariada de Dados que foi usada para tabular perguntas de múltiplas escolhas, nas quais o número de respostas se tornaram superiores a amostra por ser considerada duas vezes. Em conjunto com essa técnica, também foi usada a Análise de Conteúdo para analisar as respostas que não se enquadravam nas alternativas, possibilitando que o gráfico obtido fosse simples e eficaz ou em situações em que a porcentagem teve como resultados números não inteiros. A Inferência Estatística foi utilizada para se afirmar uma conclusão não direta do gráfico, transformando uma reflexão pessoal em um dado científico relevante. Quando a inferência estatística trouxe mais de uma resposta foi necessário selecionar apenas uma, assim verificou-se qual foi a mais adequada utilizando o Teste de Hipóteses e dessa forma, elencar a mais assertiva. A metodologia da Recorrência Simples permitiu agrupar respostas de gráficos de perguntas fechadas, para se chegar em apenas uma conclusão. Já a

Múltipla, permitiu analisar o questionário completo sendo utilizada para produzir as considerações finais do presente relatório. A não aplicação desses parâmetros pré-definidos implicaria em um relatório impreciso, desse modo a pertinência dessas estratégias se revelarão nas análises que serão a seguir apresentadas.

Para assegurar de que todos os indivíduos tivessem a mesma probabilidade de serem entrevistados foram considerados determinados parâmetros devidamente controlados. Tais como, os dias em que os dados foram coletados: dias úteis, finais de semana e feriados, assim como dias com pouca afluência de público. O horário da aplicação da pesquisa, englobou todo o horário de funcionamento do museu. O lugar em que os visitantes foram entrevistados foi calmo e acolhedor, de forma que a captação do público ocorreu de modo aleatório simples, respeitando a teoria da linha imaginária a qual relata que não se deve entrevistar mais de duas pessoas de um mesmo grupo por considerar que os dados tomados possam sofrer influência dos demais membros.

Sendo a amostra uma reconstrução reduzida da população que se deseja pesquisar, para que essa fosse representativa foi necessário estabelecer o tamanho e a qualidade, determinadas mediante a uma metodologia que respondeu a certos princípios, baseados no cálculo de probabilidades. Essa amostra foi composta por visitantes acima de 15 anos. O universo da amostra foi o número total de visitantes do ano de 2016 e foi considerado o período do segundo semestre de 2017 para a tomada dos dados, de forma a representar todos os possíveis visitantes que durante o semestre, em diferentes épocas visitaram o museu. As entrevistas ocorreram nos meses de setembro a dezembro, por duas entrevistadoras que se intercalaram entre os meses, assim, apenas uma pessoa estava fazendo a pesquisa por vez, técnica adotada para que os dados não fossem sobrepostos, visto que um apetrecho eletrônico foi utilizado para facilitar a coleta de dados. O nível de confiança foi de 90 % e a margem de erro adotada 5%. Tendo como resultado 270 entrevistas para garantir a precisão da amostra.

Outros instrumentos fizeram parte da análise desse relatório, as entrevistadoras foram munidas de três principais documentos para a coleta dos dados, o próprio questionário, um quadro a ser preenchido para se mapear o perfil do não respondente e um quadro para se coletar os números de visitantes diários, condições climáticas, quantidade de entrevistas realizadas incluindo as recusas, quantidade de entrevistas efetivamente feitas e em todos os instrumentos um campo para se anotar considerações pertinentes a pesquisa. Esses instrumentos serão analisados posteriormente, demonstrando possibilidades que talvez não seriam possíveis vislumbrar somente analisando o questionário em si.

4- Análise dos dados

4.1 Perfil do público

Analisar o perfil do público não agendado foi uma tarefa que exigiu cautela, pois a amostra apresentada a seguir compôs a representação de uma população maior de visitantes do Museu do Café. Os dados coletados, auxiliaram em grande escala nessa tarefa, no entanto não foram os únicos recursos de análises, como os já citados na metodologia. Desse modo, os resultados obtidos nas perguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 e 22 tiveram a pretensão de traçar o perfil desse público, de maneira a evidenciar informações relativas às suas características sociodemográficas e aos hábitos socioculturais.

Sobre os hábitos de visitação a **questão 1** indicou que pessoas que vieram pela primeira vez ao museu, somaram um total de 76,7%, e os que já visitaram o museu perfazem 23,3% dos resultados. Aos que vieram anteriormente, a **questão 2** perguntou a quanto tempo foi sua última visita, os que retornaram, o fizeram depois de mais de 2 anos, representando 48,4% dos inquiridos; 21,9% nos últimos dois anos e 29,7% nos últimos 12 meses. Esmiuçando ainda, acerca da sazonalidade que a instituição está sujeita, a **questão 3** inquiriu, quantas vezes as pessoas retornaram ao museu, e a moda (frequência que mais se repete) das pessoas que retornaram foram de duas vezes.

Tendo em vista os anseios dos visitantes, a **questão 4** foi aberta semiestruturada de múltipla escolha, sendo tabulada combinando ferramentas estatísticas como a Análise de Conteúdo e a Análise Multivariada de Dados, o que revelou que a principal motivação para se conhecer o prédio vem em grande parte de um visita turística pré-determinado 31% da amostra, ou seja, a pessoa não saiu do seu local de residência para visitar o museu e sim integrava um grupo de visitantes, este motivo de certa forma, justifica o número maior de pessoas que visitaram o museu pela primeira vez.

Embora uma porcentagem significativa se refira ao grupo de turistas, a questão ainda apontou que a segunda motivação que mais atraiu o público foi conhecer as coleções, 26% das respostas, o que demonstra interesse pelo conteúdo e acervo disponibilizado pelo museu. Trazer amigos ou familiares, compreendeu 15% das respostas, já 10% dos dados recolhidos apontaram que as pessoas vieram por motivos profissionais ou de estudos.

A **questão 5** investigou os hábitos dos visitantes individuais, tendo objetivo de verificar se as pessoas vieram sozinhas, acompanhadas ou com um grupo organizado. Tal questão apresentou uma mostra de 79,6% de pessoas que visitaram o museu acompanhadas, investigando sobre quem foi esse acompanhante: 50,9% veio com sua família; 17,6% veio com seu companheiro (a); 28,8% outros parentes ou amigos e 2,7% com seus pais. Ainda se inquiriu sobre o número de pessoas que estavam acompanhando e a média aritmética revelou que cerca de 3 pessoas acompanhavam o entrevistado. Pode-se então inferir que o público não agendado do Museu do Café foi predominantemente familiar.

Em continuidade à análise da questão, 12,6% veio ao Museu participando de um grupo organizado, aprofundando essa análise verificou-se à tipologia do grupo: 69,4% faziam parte de um grupo escolar; 22,2% de um grupo organizado de pessoas adultas em visita educativa de turismo e 8,4% de um grupo organizado de turismo. A leitura dos dados coletados mostra, que os grupos que visitam o museu são em sua maioria escolar, porém a grande maioria do público entrevistado, está na faixa etária de adultos. Na sequência, inquiriu-se acerca do número de pessoas que compõem o grupo e a média aritmética revela que aproximadamente 36 pessoas o integravam.

Houve também os visitantes que vieram sozinhos, estes resultaram em 7,8%, correlacionando esse número com a média de tempo que durou a visita (questão 22), compreende-se que a visita durou entre 1 e 2 horas, um número expressivo, em contraponto aos grupos organizados que durou aproximadamente entre 30 minutos a 1 hora. Pode-se inferir que o visitante individual despense mais tempo para realizar sua visita, tendo a possibilidade em desfrutar melhor dos ambientes disponíveis no museu e possui tempo para criar uma empatia com esse patrimônio histórico cultural.

A quinta questão revelou que o maior número de visitantes é composto por família, porém, será que essas famílias vêm acompanhadas de crianças? Esse foi o objetivo da **questão 6**. A resposta para a questão levantada é que as famílias que visitaram o museu em sua grande maioria não vieram acompanhadas de crianças, pelo percentual de 83,7%. Apenas, 16,3% dos visitantes vieram com crianças e a moda desses acompanhantes é de 1 criança, ainda cruzando os dados cerca de 3,8% dos 16,3% refere-se aos grupos que visitaram o museu, dessa forma, conclui-se que das famílias que visitaram o museu somente 12,5% trouxeram acompanhantes menores de 12 anos.

A **questão 7**, demonstrou que 63% dos visitantes se declararam do sexo feminino, e 37% do sexo masculino. A amostra revela que o público feminino é o maior visitante do museu. A **questão 8** ainda inquiriu acerca da idade dos visitantes e a moda dos dados recolhidos foi de 38 anos, para se agrupar esses dados recorreu-se a técnica estatística da Análise de Conteúdo a qual apresentou esses números em forma de intervalos por faixa etária, compreendidas da seguinte forma: pessoas entre 15 a 24 anos; pessoas entre de 25 a 59 anos e maiores de 60 anos. A faixa etária de 25 a 59 anos, apresentou-se como a de maior incidência com 50%; de 15 a 24 representa a parcela de 33,3% e maior de 60 anos com 16,7%.

A **questão 9** abordou qual a atividade atual dos entrevistados e mostrou que 49,3% trabalha assalariado ou contrato temporário; 17,8% trabalha como autônomo, profissional liberal, independente ou empresário; 11,5% é aposentada; 11,1% é estudante universitário; 5,9% são estudantes não universitários; 2,2% encontra-se desempregada, em licença ou em busca de trabalho; 1,1 % é artista, artesão ou criador e a mesma porcentagem para as pessoas que se dedicam exclusivamente às tarefas domésticas. Os números apontaram para a predominância de pessoas assalariadas e tem um número menor de pessoas aposentadas.

A **questão 10** investigou acerca do grau de instrução dos visitantes, pode-se notar que 69,3% dos entrevistados possuíam Educação Superior e 5,2% possuíam pós-graduação *stricto-sensu*,

somando esses números resulta em aproximadamente $\frac{3}{4}$ da amostra um número bastante considerável, pois pela interpretação dos dados coletados o perfil do visitante é de assalariado com educação de nível superior.

A **questão 11**, investiga a origem do visitante e o inquiriu no que tange a sua nacionalidade, naturalidade e do seu local de residência, utilizando a Análise de Conteúdo, pode-se notar que os maiores índices de visitantes foram da capital de São Paulo com visitação de 29%; em seguida esteve-se o município de Santos 12,97%; a Região Metropolitana da Baixada Santista contou com a visitação de 10%, o desvio padrão observado na amostra foi cidade de São Vicente com 9 visitantes; pertencentes ao Vale do Ribeira 1,11%; a Região Metropolitana de São Paulo foi observada na amostra com 13,7%, sendo que o município de São Bernardo do Campo foi o desvio padrão com 7 visitantes; os municípios pertencentes ao interior de São Paulo contabilizaram 17,78%, e seu desvio padrão foi a cidade de Campinas com 5 visitantes; outros estados também visitaram o museu e obtiveram o percentual de 14,08%, sendo observado o desvio padrão do estado do Paraná com 12 visitantes e; vieram também visitantes de outros países com 1,11% de visitação. Já na **questão 12** teve como objetivo verificar se os visitantes moravam no Brasil, mas nasceram em outros países: 3 visitantes relataram que nasceram na Col mbia; 2 no Peru; 1 na França; 1 na Coreia e 1 nos Estados Unidos.

A **questão 13** foi estruturada de forma aberta, abordou acerca da percepção do visitante como sendo pertencente a algum grupo cultural. Os dados coletados representaram em grande parte a diversidade e as diferentes percepções do que vem a ser um grupo cultural (*vide gráfico*). Sendo que, da amostra coletada 10% declarou ser pertencente a algum grupo cultural, observou-se o desvio padrão do grupo Afro com 3 respondentes e valendo-se da Análise de Conteúdo, agrupou-se 6 respostas ao grupo de artistas. Embora as informações apresentadas, possam ter suscitado hipóteses imediatas, quando observadas pelo prisma da antropologia pode-se compreender a complexidade do tema e a própria dificuldade que se tem em reconhecer tais grupos como culturais.

A **questão 14** pretendeu saber como os visitantes se informaram sobre o museu e suas exposições, antes de realizar a visita e trouxe como resposta recorrente: "por recomendação de pessoas que conheço" 32,97% pessoas escolheram essa alternativa, infere-se que a principal ferramenta para divulgação é o *buzz marketing* ou marketing boca a boca na qual o visitante indica o museu para outras pessoas. A incidência da alternativa, buscar informações na página/portal do museu e/ou em outras páginas na internet foi de 27,04%. Pessoas que não precisavam se informar, pois já conheciam o museu 18,51%; ainda 8,51% das pessoas não se informaram pois passavam aqui casualmente e entraram; 7,40% das pessoas buscaram informações em um jornal, revista ou outro tipo de publicação; 2,23% das pessoas se informaram por agência de viagens ou viram em um guia turístico a mesma porcentagem para informações por meio das redes sociais. Ainda, 1,11% viram propagandas publicitárias do museu ou de suas exposições antes de vir.

A **questão 15** apresentou números interessantes a respeito dos hábitos de visitação aos museus e centros culturais e demonstrou que 63% frequentam esses espaç os aos finais de semana:

31% aos sábados e 32% aos domingos. Um número considerável e em consonância com a questão 9, em que a maior porcentagem foi referente aos trabalhadores assalariados ou em contrato temporário. Ou seja, pode-se inferir que a relação de visitar os espaços culturais aos finais de semana é resultado do descanso remunerado dos trabalhadores. Os outros dias da semana estiveram representados com 19% e nos feriados com 18%. Se somados, sábado, domingo e feriados, enxerga-se a expressividade dos dados coletados com 81% do público não agendado. Nessa perspectiva, a **questão 16** abordou sobre a preferência em relação ao horário de visita. Sabendo que os visitantes preferem vir ao museu aos sábados, domingos e feriados, foi investigado qual o horário em que eles costumam realizar as visitas, 52% dos inquiridos sinalizaram a preferência pela manhã, com 46% à tarde, 1% a noite e nenhuma pessoa escolheu a hora do almoço.

A **questão 22** investiga quanto tempo durou a visita e traz como resposta de maior frequência, entre 30 minutos e 1 hora com 62%; até 30 minutos com 23%; entre 1 e 2 horas 15%; mais de 2 horas não registrou resposta. O visitante despense um tempo considerável em sua visita e isso é bastante interessante visto que o possibilita usufruir melhor das exposições e conhecer o museu com calma.

4.2 Satisfação de público

Para que o Museu do Café oriente suas percepções sobre a qualidade dos serviços oferecidos, levando em conta as perspectivas do público não agendado tornou-se relevante incluir as questões 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 26 e 27 para avaliar e criar estratégias em relação ao grau de satisfação, experiência de visita e a infraestrutura disponibilizada para os visitantes, relacionadas aos aspectos que oferecem a noção de qualidade. Logo, se percebe a importância e necessidade de tais questões na pesquisa.

A **questão 17** foi estratificada para melhor análise dos resultados, em que cada um dos seus itens fora avaliado em cinco critérios: ótimo, bom, regular, ruim e não sei. Assim sendo, a questão abarca um alto nível de complexidade em sua análise.

A sinalização – orientação de entrada, saída, banheiros e etc, pôde-se notar que o bom estava em destaque com 167 pessoas; o ótimo com 55 visitantes; o regular com 36 respondentes; ruim com 11 e não sei com apenas 1 respondente. Se somar o bom com o ótimo resulta em 82% dos respondentes satisfeitos com a sinalização existente no Museu.

O conforto – banheiro, guarda-volumes, temperatura nas salas, assentos, bebedouros, cafeteria teve 187 visitantes que o classificaram como bom; 40 como ótimo; 29 como regular; 4 como ruim e 10 não sei. Logo, para os entrevistados o Museu é confortável, pois ao somar o bom com ótimo resulta em 85% dos inquiridos satisfeitos com esse item.

A conservação e manutenção - dos equipamentos e objetos expostos teve 186 visitantes que a classificaram como bom; 75 ótimo; 8 regular; 1 ruim e 0 não sei. Demonstrando assim, que o público

está atento a conservação e manutenção, tarefas árduas em um museu histórico e se somar bom com ótimo resulta em 97% dos inquiridos estão satisfeitos, um resultado muito bom.

A limpeza dos ambientes também foi avaliada e 190 pessoas a classificaram como bom; 75 ótimo; 3 regular; 1 ruim; 1 não sabia responder. Ao somar o ótimo com o bom resulta em 98% dos visitantes satisfeitos com a limpeza do museu. A limpeza do museu ocorre de forma contínua e por este motivo a percepção do público foi tão satisfatória.

Iluminação também foi avaliada, para 173 pessoas a iluminação foi bom; 67 ótimo; 28 regular; 2 ruim e 0 não sei. Ao se somar o bom com o ótimo percebe-se que 88% dos inquiridos estão satisfeitos com a iluminação.

A segurança foi avaliada e 179 respondentes a classificaram como bom; 41 como ótimo; 18 como regular; 9 como ruim e 23 não sei. Ao somar o bom com o ótimo percebe-se que 81,50% dos entrevistados estão satisfeitos com a segurança disponível no museu.

Informações e explicações disponíveis – painéis, textos, áudios, filmes, etc, foi avaliada pelos visitantes, em que 193 relataram que as informações e explicações disponíveis eram bom; 51 ótimo; 18 regular; 5 ruim e 3 não sei. Ao somar bom com ótimo tem-se que 90% da amostra está satisfeita com as informações e explicações disponíveis. Acessibilidade – elevador, banheiros, corrimãos, etc, foi avaliada por 200 visitantes como bom; 43 ótimo; 6 regular; 1 ruim e 20 não sei. Por ser um patrimônio tombado quaisquer intervenções no edifício não podem alterar suas características, sendo necessário um esforço conjunto entre diversos setores do museu a fim de torná-lo o mais acessível possível. O museu dispõe de rampas de acesso, elevadores, áudios-guias, folder em braile, educadores sensíveis as necessidades de seus visitantes e assim busca oferecer um ambiente inclusivo e acolhedor. Ao somar o ótimo com o bom se tem 94% da amostra satisfeita com a acessibilidade existente no museu.

O horário de funcionamento do museu foi avaliado e 211 pessoas o classificaram como bom; 42 como ótimo; 10 como regular; 3 como ruim e 4 não sei. Essa questão está em consonância com o perfil do público espontâneo do Museu do Café, em que 99% dos respondentes preferem visitar museus em no período da manhã e tarde.

A **questão 18** foi estratificada seguindo os mesmos parâmetros da anterior, porém o número de pessoas que não utilizaram o serviço, faz com que para o cálculo do percentual de satisfação esse valor não seja considerado.

A bilheteria foi avaliada por 49 visitantes como ótimo; 212 bom; 6 regular; 1 ruim e 2 não utilizei o serviço. Sendo que ao somar o ótimo com o bom se tem 97% do público pesquisado satisfeito com o atendimento da bilheteria.

A loja foi avaliada por 12 pessoas como ótimo; 50 bom; 6 regular; 2 ruim e 200 não utilizei o serviço. Ao se somar o ótimo com o bom se tem 88% do público satisfeito com o atendimento da loja.

O educativo foi avaliado por 21 pessoas como ótimo; 31 bom; 0 regular; 1 ruim e 217 não utilizei o serviço. Ao se somar o ótimo com o bom se tem 98% do público satisfeito com o atendimento do educativo.

A cafeteria foi avaliada por 17 pessoas como ótimo; 54 bom; 1 regular; 3 ruim e 195 não utilizei o serviço. Ao se somar o ótimo com o bom se tem 94% do público satisfeito com o atendimento da cafeteria.

O Centro de Preservação, Pesquisa e Referência – CPPR foi avaliada por 5 pessoas como ótimo; 53 bom; 2 regular; 1 ruim e 209 não utilizei o serviço. Ao se somar o ótimo com o bom se tem 95% do público satisfeito com o atendimento do CPPR.

A segurança foi avaliada por 20 pessoas como ótimo; 169 bom; 19 regular; 13 ruim e 49 não utilizei o serviço. Ao se somar o ótimo com o bom se tem 85% do público satisfeito com o atendimento dos seguranças.

A **questão 19** também foi estratificada para ser analisada. O tamanho e posicionamento dos textos e legendas foi avaliada por 40 respondentes como ótimo; 215 bom; 11 regular; 3 ruim e 1 não sei responder. Compreende-se mediante esse resultado que o público está satisfeito em 94% com o tamanho e posicionamento dos textos e legendas – percentual obtido somando-se o ótimo com o bom.

A disposição do acervo foi classificada por 38 pessoas como ótimo; 223 bom; 7 regular; 1 ruim e 1 não sei responder. Como se pode notar o percentual somado de bom e ótimo foi de 96% e isso demonstra que o visitante está satisfeito com a disposição do acervo.

O nome das salas/indicação de percurso registrou 32 respostas como ótimo; 219 bom; 11 regular; 5 ruim e 3 não sei responder. Entende-se que o público está satisfeito com o nome das salas e a indicação de percurso. Ao somar as respostas boas e ótimas se tem 93% do público satisfeito com o nome das salas/indicação de percurso.

As regras do espaço expositivo foram avaliadas por 29 pessoas como ótima; 219 bom; 14 regular; 3 ruim e 5 não sei responder. Ao somar as respostas boas e ótimas se tem 91% do público satisfeito com as regras do espaço expositivo.

A limpeza do mobiliário expositivo foi classificada por 45 pessoas como ótimo; 224 bom; 1 regular e 0 como ruim a mesma quantidade para pessoas que escolheram não sei responder. Ao somar o bom com o ótimo se tem 99% das pessoas satisfeitas com a limpeza do espaço expositivo, a qual encontra-se em consonância com a questão 17 em que a limpeza foi também muito bem avaliada.

A **questão 20** inquiriu o visitante a respeito da satisfação em relação a abordagem do tema café feita pelo museu, tendo como repostas: 93% do público ficou satisfeito; 6,3% parcialmente satisfeito; 0,7% não sei. A pessoas que ficaram parcialmente satisfeitas foi indagado a razão, onde se obteve as seguintes respostas: "Porque esperava encontrar coisas de exposições passadas"; "falta informações sobre os escravos"; "atualizar os estudos do café no Brasil"; "falta falar das tecnologias e do plantio"; "abordar as novas tecnologias; colocar datas nas informações"; "falar da qualidade dos cafés do Brasil", "história da colheita"; "faltou autores das obras"; "interatividade (falta contato com o

produto”); “falta mais traduções em inglês nos objetos e figuras”; “com a visita monitorada, conseguiria responder a questão”; “conexão entre os temas, a relação de uma sala com a outra”; “mais interativo”; “mais equipamentos”; “mais documentos”; “esperava encontrar mais explicação sobre arquitetura”; “reparos nos textos”. Comentários pertinentes que serão utilizados para o diagnóstico do museu.

A **questão 21** questiona quais temas e assuntos o visitante esperava encontrar no museu, sendo que: história regional 194; ciência e tecnologia 10; arquitetura 28; artes 14; imigração 6; escravidão 9 e outros 9. Analisando os dados obtidos 72% da amostra esperava encontrar mais a respeito da história regional, sendo esse um dado muito relevante para ser abordado em futuras exposições. As respostas que não se enquadravam nas alternativas foram colocadas como outros, são elas: faltou destacar São Paulo como produtor de café; mais informações sobre cafés por 2 pessoas; mais informações sobre grãos de café; mais equipamentos e utensílios; embarques do café e início do porto de Santos; expansão do porto e do café; mobiliário. Essas respostas assim como o tema apontado certamente serão levadas em consideração na concepção de uma nova exposição.

A **questão 23** foi de suma importância para o museu porque indagou sobre a satisfação em relação à visita e os dados coletados revelam que 44% dos entrevistados ficaram muito satisfeitos e 56% satisfeito, não houve registro de respostas pouco satisfeito ou insatisfeito. As porcentagens quando somadas expressam que 100% dos entrevistados ficaram satisfeitos com a visita ao museu, um dado muito encorajador.

A **questão 24** aborda se o visitante tem a intenção de voltar ao museu e 89% dos entrevistados responderam sim, já 11% não tem intenção de voltar. A **questão 25** aprofunda a anterior e questiona sobre por qual motivo o visitante retornaria, 17,84% das pessoas voltariam para aprofundar a visita; 9,96% para aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; 8,30% conhecer novas exposições; 56,43% trazer amigos ou familiares; 3,73% trazer alunos ou turistas; 1,66% participar de eventos; 0,41% assistir a apresentações de música, dança, teatro, etc; 1,66% por outros motivos.

A **questão 26** inquiriu o visitante se ele indicaria o Museu do Café para outras pessoas e 94,8% responderam que certamente indicariam; 4,1% talvez indicariam; 1,1% não indicariam e não sei não registrou resposta. Essa questão está em consonância com a questão 14, em que uma das opções que se destacaram revela que as pessoas vieram ao museu por recomendação de amigos ou pessoas que conhecem.

A **questão 27** foi mais generalista e investigou a opinião dos entrevistados sobre os fatores que dificultam na visita aos museus ou centros culturais e 10% dos respondentes citaram o custo do ingresso; 2% outros custos de uma visita; 7% dificuldade de transporte/ acesso; 6% dificuldade de estacionamento; 6% violência urbana; 41% falta de divulgação; 2% dias e horários de funcionamento e 26% outros fatores. Utilizando a análise de conteúdo para correlacionar os textos citados com as alternativas disponíveis para escolha, pode-se notar que violência urbana e falta de interesse foram

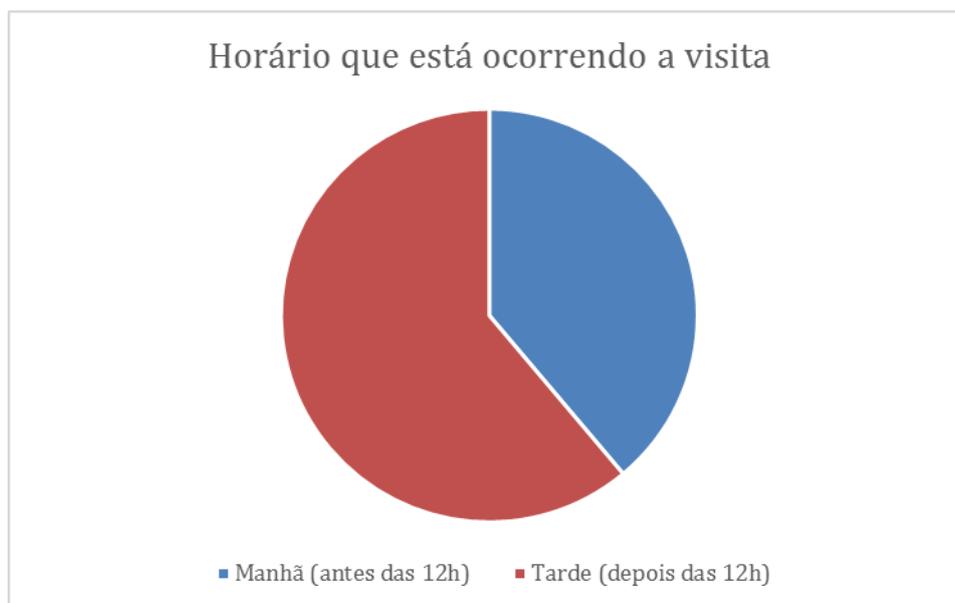
respostas frequentes, muitas vezes empregando sinônimos; o custo de uma visita também apareceu. As respostas que não puderam se enquadrar em nenhuma alternativa, são expressas a seguir: por causa da Rede Globo/redes sociais; falta de hábito; falta de cultura; acessibilidade; incentivo à cultura; falta de incentivo do governo; família e escolas; criação de cada um; localização.

5- Análise e Discussão de outras variáveis

O gráfico abaixo, mostra que 135 visitantes responderam o questionário em dias úteis e o mesmo número em finais de semana e feriado. Esse resultado ocorreu de forma aleatória, já a definição dos dias que aconteceriam as pesquisas foi pensada de forma equilibrada para que fosse contemplado igualmente finais de semana, feriados e dias úteis, o resultado da adoção dessa metodologia se reflete no gráfico:



Definir os dias da tomada de dados é uma etapa fundamental, e igualmente importante foi contemplar todo o horário de funcionamento do museu - gráfico abaixo, o qual 38,9% dos entrevistados foram na parte da manhã e 61,1% dos entrevistados a tarde. Esse número revela que houve maior números de entrevistas no período vespertino do que no matutino.



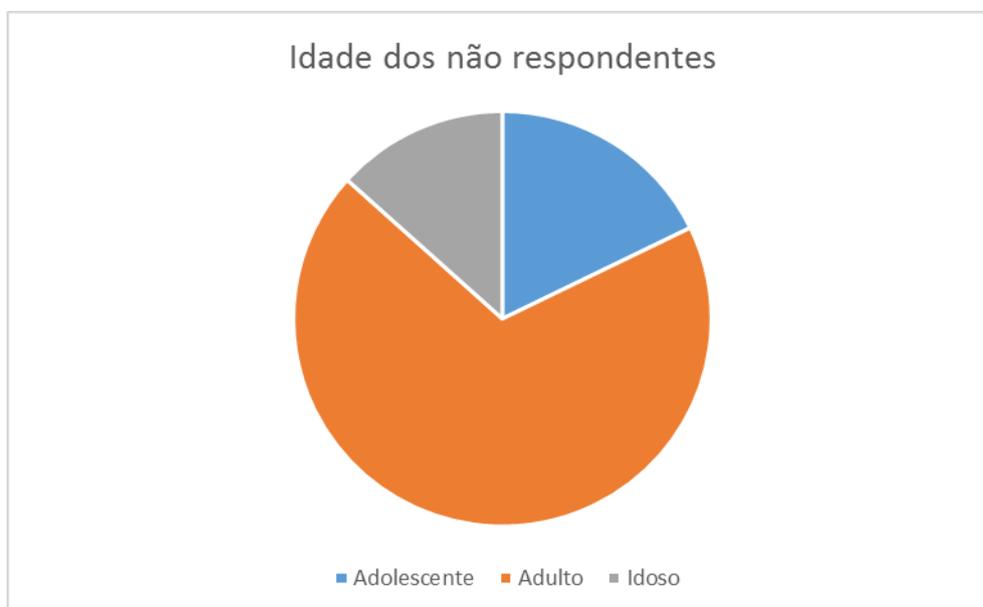
5.1 Registro de controle da coleta de dados do questionário

Nesse quadro foram coletadas informações como a data que estava ocorrendo a visita assim como as condições climáticas. Refletindo a respeito do número de visitantes em comparação ao número de questionários respondidos e relacionando as condições climáticas, pode-se ver que os dias de chuva e de sol registraram uma média muito próxima de respostas, sendo assim as condições climáticas não influenciaram a pesquisa. Houve também um equilíbrio no número de entrevistas feitas no período da manhã e da tarde, de modo que, dias com pouca afluência de público foram compensados por dias com muita afluência. Ainda o documento revela que não houve registros de ocorrências durante a pesquisa, salvo problemas com a conexão, visto que, o questionário utilizou suporte informático (*tablet*) para ser aplicado. Além dessas informações o quadro coletava o número de recusas, então podia-se ver quantos contatos foram realizados e quantos efetivamente responderam à pesquisa, analisando essas recusas percebe-se que o período da tarde registrou mais recusas do que o período da manhã.

5.2 Registro de recusas para participar do estudo

O número de recusas divididos por período eram anotados no documento descrito anteriormente, mas a razão da não resposta a pesquisa, a idade estimada e o acompanhante desse participante que não quis responder foram informações registradas em documento específico o "Registro de recusas para participar do estudo". O total de contatos realizados – número de questionários respondidos somado ao número de recusas – contabilizou 316, sendo que o percentual de recusa foi de 14,55%. Analisando a idade das pessoas que não quiseram responder, pode-se notar

no gráfico abaixo que os adultos foram expressivos no gráfico com 63% dos não respondente. Para se construir esse gráfico considerou-se adolescentes dos 15 aos 24 anos; adultos 25 a 65 anos; idosos maiores que 65 anos.

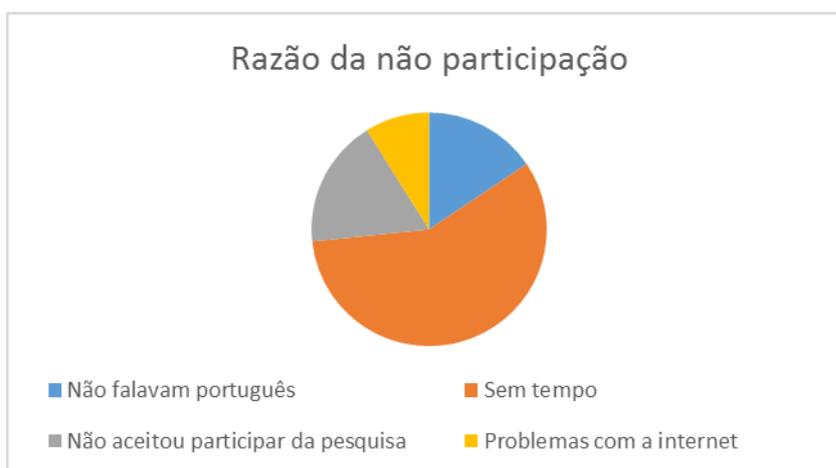


Os não respondentes também foram investigados e os dados coletados apontam que visitantes individuais acompanhados (33%) são os que menos quiseram responder o questionário. Já os acompanhantes de grupo escolar (13%) foram aqueles que menos recusaram participar da pesquisa. Uma faixa considerável se refere ao visitante individual sozinho (30%) que também não aceitou participar da pesquisa. Os visitantes pertencentes a visita em grupo de adultos (24%), também não tiveram interesse em participar do estudo. O gráfico abaixo expressa os fatos descritos:



O perfil do público não respondente se revelou predominantemente adulto e acompanhados de outras pessoas não configurando um grupo. O gráfico abaixo mostra a razão do porque essas pessoas não puderam responder a pesquisa e se valendo da Análise de Conteúdo pode-se agrupar as respostas em quatro recorrências simples: não falavam português (16%); sem tempo (58%); não aceitou participar (18%) e problemas com a internet (9%). A necessidade de entrevistadoras que falem mais de um idioma se mostrou como um fato a ser alavancado para as próximas pesquisas, pois não se pode afirmar que essas pessoas se recusaram a responder apenas houve uma barreira linguística a qual não possibilitou a comunicação e a compreensão do que se queria passar.

O pouco tempo para fazer a visita está relacionado de certa forma com a questão 22 em que foi apresentado a resposta de maior índice: entre 30 minutos e 1 hora - tempo insuficiente para se visitar todos os espaços do museu, sendo condizente com a informação coletada. A não aceitação em participar da pesquisa não está relacionada com a falta de tempo e sim falta de motivação em se responder o questionário. Como o questionário estava disponível na plataforma *google forms*, somente era possível responder a pesquisa se houvesse conexão com a internet, assim como as pessoas que não falavam português aqui também não se pode aferir que os entrevistados não queriam participar da pesquisa e sim foram impossibilitados por questões técnicas.



6- Considerações Finais

O perfil de público do Museu do Café se constitui, em sua maioria, por visitantes que vieram pela primeira vez ao museu, no entanto 23,3% dos entrevistados contabilizaram o percentual de público que retornou à instituição. Os que retornaram depois de dois anos, apresentam-se em maior porcentagem, com uma taxa de duas vezes nesse período. Esse visitante tem como sua maior motivação "fazer parte de uma visita turística", como hipótese, pode-se aferir que tal público participa de um roteiro turístico que engloba outros lugares, não exclusivamente o Museu do Café. Outra

reposta recorrente foi “conhecer as coleções do museu”, quesito esse que somado ao anterior pode estar em consonância com o alto índice de visitantes que vieram pela primeira vez.

Em relação à divulgação – apesar desse índice ser considerado como o maior dificultador de uma visita aos museus ou centros culturais, ao se inquirir o visitante de que maneira ele se informou acerca do museu a resposta mais frequente foi “por recomendação de pessoas que conheço”, na sequência aparece, pela “busca no site do museu, portal ou em outras páginas da internet”. Dessa forma, pode-se averiguar que a divulgação apresenta dados que indicam uma não associação do termo “divulgação” com as mídias das instituições museológicas e com o *buzz marketing*, podendo as grandes mídias (televisão, rádio e jornal) compor o imaginário popular sobre o termo.

Quando interrogado sobre as pessoas que o acompanham durante a visita, os entrevistados indicaram com maiores percentuais que vem acompanhado por seus familiares e amigos. Já os visitantes individuais foram identificados em sua maioria como jovens e foram os que mais despenderam tempo para realizar sua visita. Grupos organizados também visitaram essa instituição, porém de forma tímida como apresentado no gráfico. Como hipótese pode-se salientar que esse índice de grupos organizados poderia ser maior, visto que, as pessoas inseridas nos grupos também poderiam estar acompanhadas por seus familiares.

Em geral, o respondente foi do sexo feminino, entre a faixa de idade dos 25 aos 59 anos, em trabalho assalariado e possuía como grau de instrução o ensino superior, inclusive com mestrado ou doutorado. Residente da cidade de São Paulo, com preferência a frequentar instituições museológicas e centros culturais aos finais de semana, pela manhã. O tempo despendido para se realizar uma visita, apresentou com o maior percentual entre trinta minutos e uma hora, dado condizente com o visitante inserido em roteiro turístico.

As informações acerca do perfil dos visitantes consubstanciam-se com os resultados observados através das questões que analisaram a satisfação dos inquiridos. De modo, a sintetizar o estudo sobre o público não agendado da instituição e assim se consolida os resultados a serem observados durante a elaboração e o desenvolvimento das estratégias de captação e fidelização desse nicho de público.

Analisando as respostas acerca da estrutura do museu, pode-se observar que a conservação e manutenção de equipamentos e objetos expostos teve um percentual de satisfação de 97% e a limpeza do museu 98%, esse número fundamenta-se no empenho e nas constantes capacitações promovidas pela Área Técnica com as equipes de infraestrutura. Os outros dados relativos a estrutura do museu, encontram-se acima de 80% de satisfação. Do mesmo modo, a avaliação da cordialidade das equipes do museu encontra-se como seu maior índice a não utilização dos serviços, quando esses são usufruídos, os dados coletados apontaram índices maiores de 85%, com destaque para o Setor Educativo com 98% de satisfação do visitante. Em relação ao espaço expositivo os percentuais superaram a marca de 90% de satisfação. Destacando o serviço de limpeza que obteve 99% da satisfação do público. Tal dado corrobora com os procedimentos coletivos de trabalho, como o acima citado.

Todo esforço apresentado teve como objetivo garantir a plena experiência de visita, em consonância a isso, o índice apresentado sobre a abordagem do tema café promovido pelo museu, obteve 93% da satisfação dos entrevistados. Dessa forma, a experiência de visita suscitou o aprofundamento de outros conteúdos pertinentes ao contexto do tema café associados, tal como a história regional. Consolidando os índices de satisfação, o público participante da pesquisa, sendo esse, parte de um universo amostral ainda maior 100% dos entrevistados demonstraram-se satisfeitos com a visita ao Museu do Café. Esses ainda tiveram um interesse expressivo de retorno, com o percentual de 89%. Sobre as motivações indicadas destacam-se o interesse de trazer amigos e aprofundar a visita. Dessa maneira, a indicação do museu para outras pessoas além de apresentar um alto índice de 95%, esta de acordo com a maneira com que as pessoas buscaram se informar sobre a instituição.

Por fim, as perguntas que buscavam identificar hábitos dos visitantes trouxeram prisms não antes vislumbrados. A questão da violência urbana foi apresentada como um impeditivo de acesso aos bens culturais, os horários de visitas e os dias que esses visitantes costumam frequentar museus ou centros culturais. Essas e as demais perguntas, por sua importância, trouxeram dados relevantes não somente ao Museu do Café, mas sim, para compor estudos mais aprofundados que viabilizem a execução de políticas públicas nos âmbitos da cultura e do turismo. A fim de que os museus como um todo potencializem-se como espaços imprescindíveis ao desenvolvimento da sociedade.

ANEXO I – O QUESTIONÁRIO



QUESTIONÁRIO PARA VISITANTES

Dia ___/Mês ___/Ano 20___	Dia da semana: 1 Dia útil	2 Fim de semana/Feriado	<input type="text"/>
Horário: 1 Manhã (antes das 12h)	2 Tarde (depois das 12h)		

Este museu está realizando uma pesquisa sobre seus visitantes com o fim de conhecê-los melhor e adequar as condições da visita às suas necessidades. Ajude-nos nesta tarefa preenchendo este questionário, pois sua opinião é fundamental para alcançarmos este objetivo.

Circule a opção que melhor corresponda com seu caso ou escreva a resposta no espaço disponibilizado.

P1. É sua primeira visita a este museu?

1. Sim
2. Não, já vim anteriormente

P2. Se já veio antes, por favor diga-nos quando visitou o museu pela última vez?

1. Nos últimos 12 meses
2. Nos últimos 2 anos
3. Faz mais de 2 anos

P3. Quantas vezes você visitou o Museu do Café nos últimos 12 meses, sem contar a visita de hoje?

.....vezes

P4. Quais os motivos da visita de hoje? (marque uma ou mais opções)

1. Por acaso, estava passando por aqui
2. Conhecer as coleções
3. Visitar as exposições de curta duração
4. Voltar a ver ou completar uma visita anterior que não pude terminar
5. Trazer amigos, conhecidos ou familiares ao museu
6. Por motivos profissionais ou de estudos
7. Faço parte de uma visita turística
8. Ver o edifício por dentro
9. Participar de uma atividade organizada pelo museu
10. Por outros motivos (*por favor, especifique quais*)

P5. Na visita de hoje, você veio sozinho, acompanhado ou fazendo parte de um grupo?

1. Sozinho
2. Acompanhado de outras pessoas. Indique o n.º de pessoas que te acompanharam.....pessoas

Quem te acompanhou? (questão de múltipla seleção)

1. Seu companheiro (a)
2. Sua família
3. Seus pais
4. Outros parentes, colegas ou amigos

3. Com um grupo organizado. Indique o n.º de pessoas que formam..... o grupo

Qual o tipo de grupo?

5. Um grupo organizado de turismo
6. Um grupo escolar
7. Um grupo organizado de pessoas adultas em visita educativa ou cultural

P6. Você veio com crianças menores de 12 anos?

1. Não
2. Sim. Quantas crianças menores de 12 anos vieram com você?crianças.

P7. Sexo:

1. Masculino
2. Feminino

P8. Idade:anos

P9. Qual é sua atividade atual? (marque uma ou mais opções)

1. Estudante não universitário
2. Estudante universitário
3. Dedico-me exclusivamente às tarefas ou trabalhos domésticos
4. Desempregado/a, em licença, em busca de trabalho
5. Trabalho assalariado ou contratado temporário
6. Trabalho como autônomo/a profissional liberal, independente ou empresário/a
7. Sou artista, artesão/ã ou criador
8. Sou aposentado
9. Tenho outro tipo de atividade (indique qual)

P10. Qual o seu grau de instrução?

1. Não possui educação formal / Sem grau de escolaridade
2. Ensino Fundamental (aproximadamente até os 14 anos)
3. Ensino Médio incompleto (aproximadamente até os 14 anos)
4. Ensino Médio completo (aproximadamente até os 17 anos) / Curso profissional
5. Graduação (educação superior) / Licenciatura / bacharelato / Mestrado
6. Tenho ou estou estudando em um Mestrado ou Doutorado / Doutorado

P11. Onde mora?

1. Nesta cidade:

Indique aqui qual é o seu CEP e seu bairro

2. Neste país. Em que Estado?

3. Em outro país. Qual?

Se você reside aqui, mas nasceu em outro país, responda:

P12. Qual é seu país de origem?

P13. Com o objetivo de conhecer a participação nos museus de grupos culturais diversos em toda Iberoamérica, diga, por favor, identifica-se com algum grupo cultural:

P14. Como você se informou sobre o museu e suas exposições, antes de realizar a visita de hoje?

Marque uma ou mais opções

1. Não me informei, passava por aqui casualmente e entrei
2. Não necessitava me informar porque já conhecia
3. Por recomendação de pessoas que conheço
4. Me informaram em uma agência de turismo ou vi em um guia de turismo
5. Busquei informações em um jornal, revista ou outro tipo de publicação
6. Busquei informações na página/portal do museu e/ou em outras páginas na internet
7. Me informei através das redes sociais
8. Vi propagandas publicitárias do museu ou de suas exposições e decidi vir

P15. Você costuma visitar museus ou centros culturais:

Pode marcar mais de uma resposta

1. Aos sábados
2. Aos domingos
3. Em outros dias da semana
4. Nos feriados

P16. Você costuma visitar museus ou centros culturais:

Marque apenas uma resposta

1. Pela manhã
2. Na hora do almoço
3. À tarde
4. À noite

P17. Classifique a estrutura do museu:

	(1)Ótimo	(2)Bom	(3)Regular	(4)Ruim	(5)Não sei
1. Sinalização (orientação de entrada, saída, banheiros, etc.)					
2. Conforto (banheiro, guarda-volumes, temperatura nas salas, assentos, bebedouros, cafeteria)					
3. Conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos, etc.)					
4. Limpeza					
5. Iluminação					
6. Segurança					
7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudios, filmes, etc.)					
8. Acessibilidade (elevador, banheiros, corrimãos, etc.)					
9. Horário de funcionamento					

P18. Classifique o atendimento e cordialidade das equipes do museu:

	(1) Ótimo	(2) Bom	(3) Regular	(4) Ruim	(5) Não utilizei o serviço
1. Bilheteria					
2. Loja					
3. Educativo					
4. Cafeteria					
5. Biblioteca					
6. Seguranças					
7. CPC – Centro de Preparação de Café					

P19. Sobre o espaço expositivo do museu, classifique os seguintes itens:

	(1) Ótimo	(2) Bom	(3) Regular	(4) Ruim	(5) Não sei
Tamanho e posicionamento dos textos e legendas					
Disposição do acervo					
Nome das salas / Indicação de percurso					
Regras do espaço expositivo					
Limpeza do mobiliário expositivo					

P20. Você ficou satisfeito com a abordagem do tema Café feita pelo Museu?

- (1) Satisfeito
 (2) Parcialmente satisfeito. Por quê? _____
 (3) Insatisfeito. Por quê? _____
 (4) Não sei

P21. Que temas e assuntos você esperava encontrar no Museu? (marque uma ou mais opções)

- (1) História regional
 (2) Ciência e Tecnologia
 (3) Arquitetura
 (4) Artes
 (5) Imigração
 (6) Escravidão
 (7) Ornamentos
 (8) Outros: _____

P22. Quanto tempo aproximadamente durou sua visita?

- (1) Até 30 minutos (2) Entre 30 minutos e 1 hora (3) Entre 1 e 2 horas (4) Mais de 2 horas

P23. Qual o seu grau de satisfação em relação à visita ao Museu do Café?

(1) Muito satisfeito (2) Satisfeito (3) Pouco satisfeito (4) Insatisfeito

P24. Tem intenção de voltar ao Museu?

(1) Sim (2) Não

P25. Se Sim, qual seria o principal motivo de voltar ao Museu? (marque uma ou mais opções)

- (1) Para aprofundar a visita
- (2) Para aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular
- (3) Conhecer novas exposições
- (4) Trazer amigos ou familiares
- (5) Trazer alunos ou turistas
- (6) Participar de eventos/ oficinas / cursos oferecidos pelo museu
- (7) Assistir a apresentações de música, dança, teatro, etc
- (8) Outro: _____

P26. Indicaria o Museu do Café para outras pessoas o visitarem?

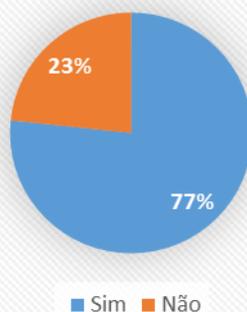
(1) Certamente (2) Talvez (3) Não (4) Não sei

P27. Em sua opinião, que fatores dificultam na visita aos museus ou centro culturais? (marque uma ou mais opções)

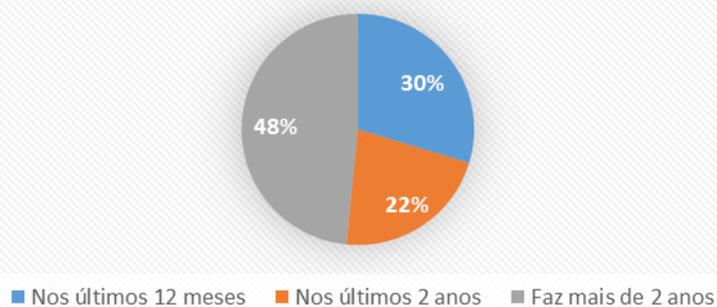
- (1) Custo do Ingresso
- (2) Outros custos de uma visita (transporte, alimentação, etc)
- (3) Dificuldade de transporte / acesso
- (4) Dificuldade de estacionamento
- (5) Violência urbana
- (6) Falta de divulgação / informação sobre o museu, exposições, atividades, etc.
- (7) Dias e horários de funcionamento
- (8) Outros: _____

ANEXO II – GRÁFICOS DA PESQUISA

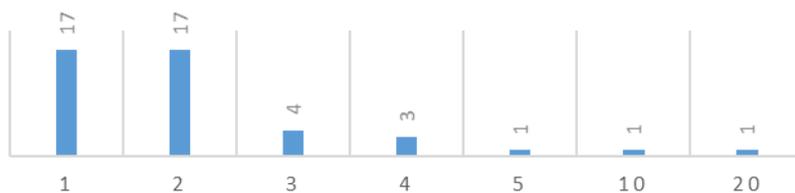
1. É sua primeira visita a este museu?



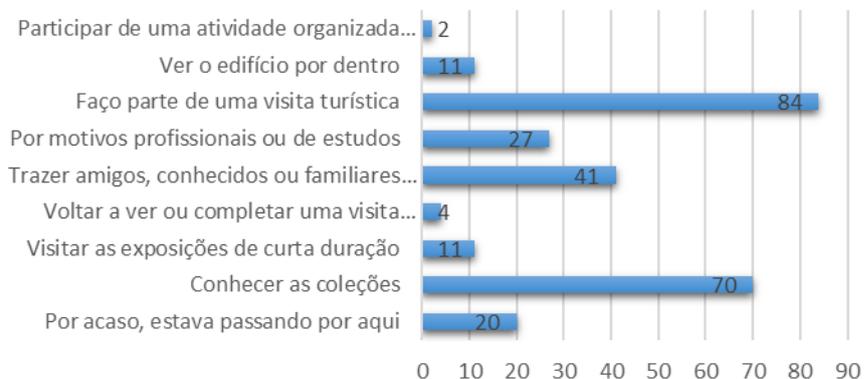
2. Se já veio antes, por favor diga-nos quando visitou o museu pela última vez?



3. QUANTAS VEZES VOCÊ VISITOU O MUSEU DO CAFÉ NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEM CONTAR A VISITA DE HOJE?



4. Quais os motivos da visita de hoje?



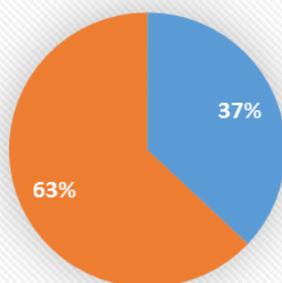
5. Na visita de hoje, você veio sozinho, acompanhado ou fazendo parte de grupo?



6. Você veio com crianças menores de 12 anos?

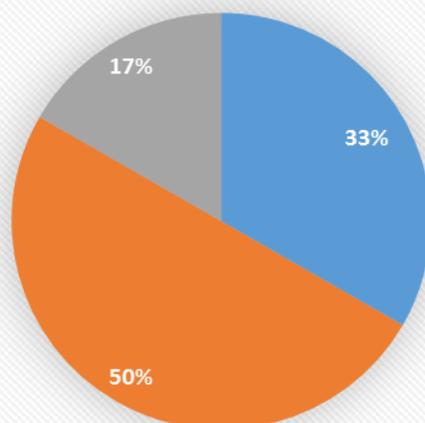


7. Sexo:



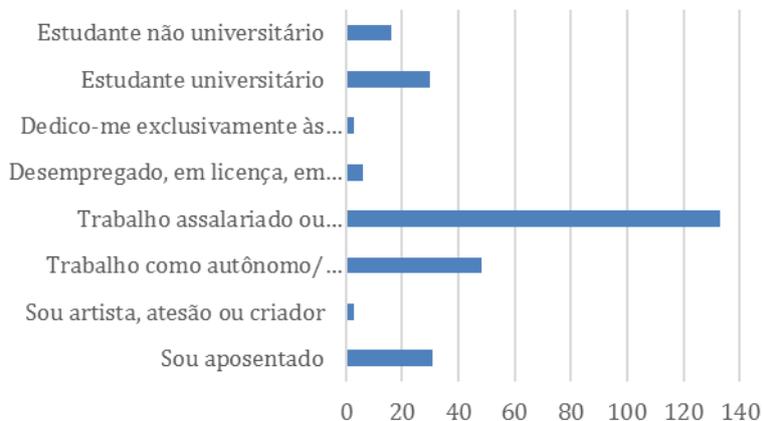
■ Masculino ■ Feminino

8. Idade:

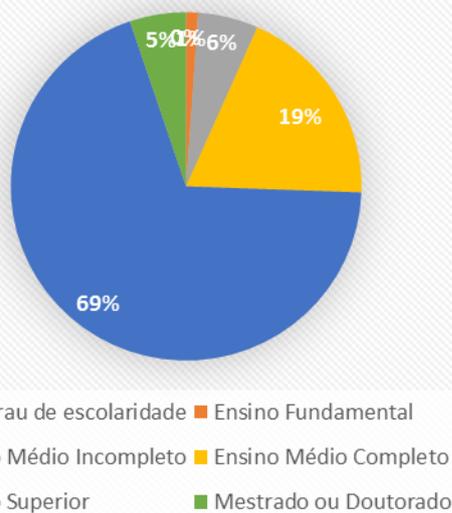


■ de 15 a 24 anos ■ de 25 a 59 ■ maior de 60

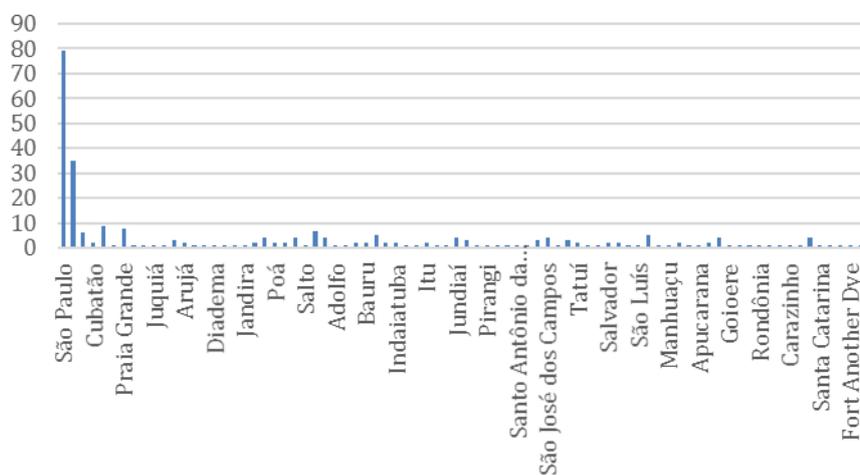
9. Qual é sua atividade atual?



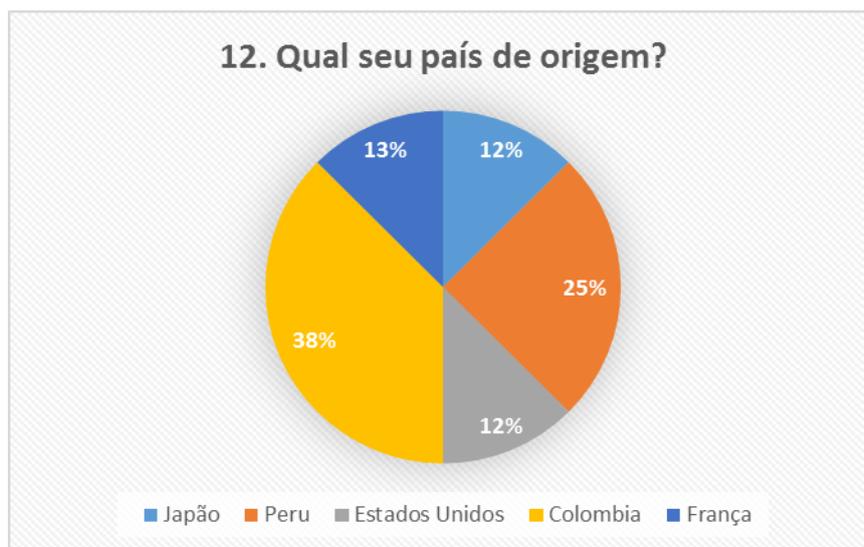
10. Qual o seu grau de instrução?



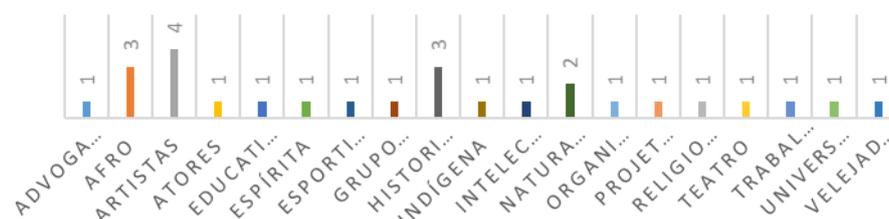
11. Onde mora?



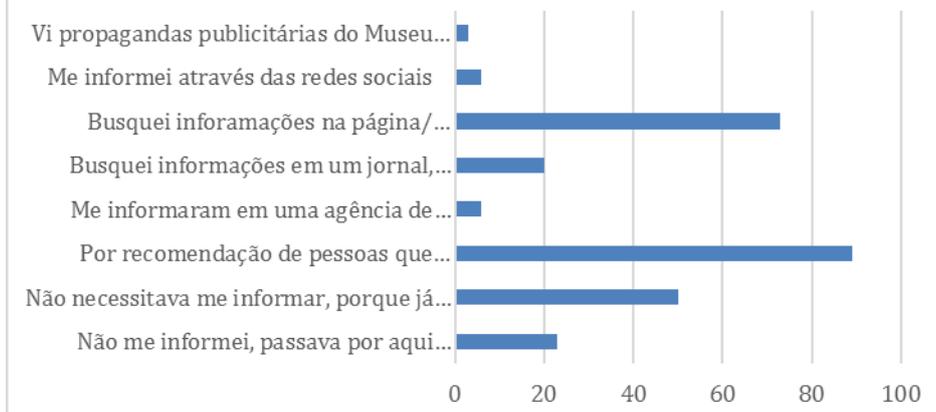
12. Qual seu país de origem?



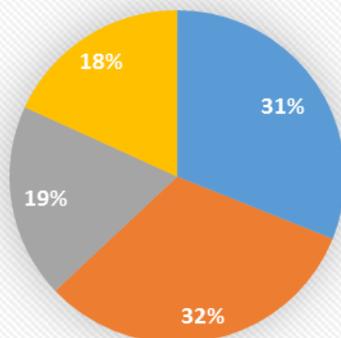
13. COM O OBJETIVO DE CONHECER A PARTICIPAÇÃO NOS MUSEUS DE GRUPOS CULTURAIS DIVERSOS EM TODA IBEROAMÉRICA, DIGA, POR FAVOR, IDENTIFICA-SE COM ALGUM GRUPO CULTURAL:



14. Como você se informou sobre o museu suas exposições, antes de realizar a visita de hoje?

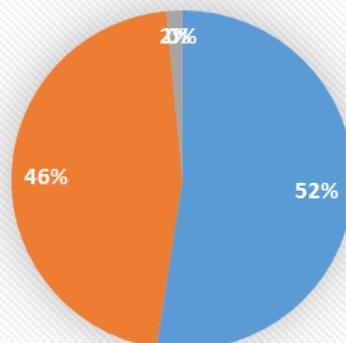


15. Quais dias você costuma visitar museus ou centros culturais?



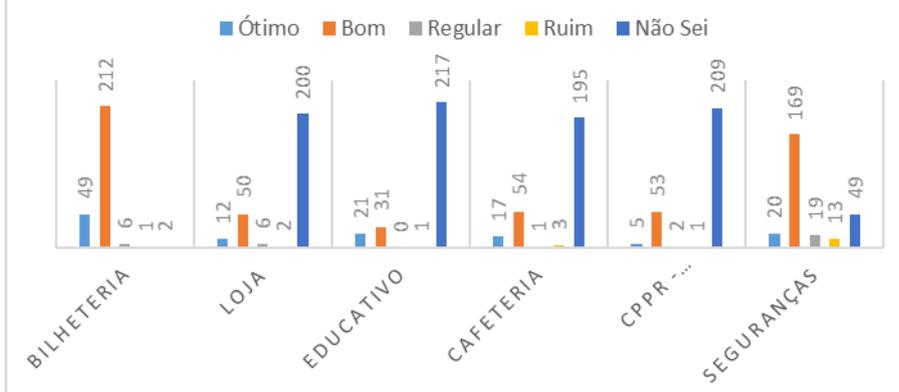
■ 1. Aos sábados ■ 2. Aos domingos ■ 3. Em outros dias da semana ■ 4. Nos feriados

16. Qual horário você costuma visitar museus ou centros culturais:

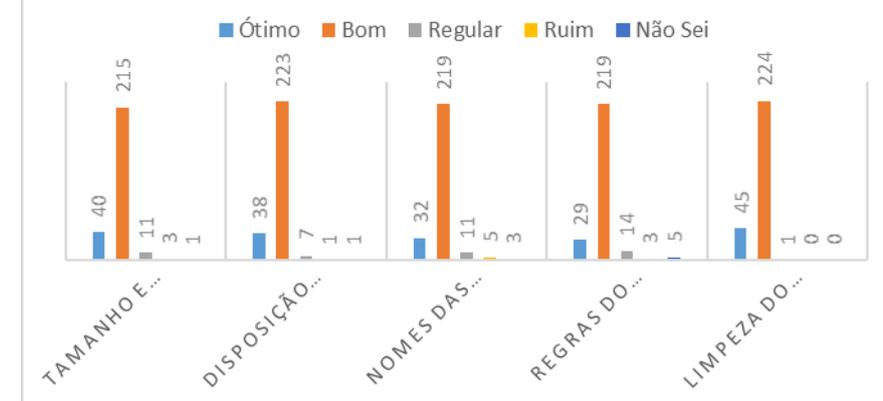


■ Pela manhã ■ A tarde ■ A noite ■ Na hora do almoço

18. CLASSIFIQUE O ATENDIMENTO E A CORDIALIDADE DAS EQUIPES DO MUSEU:



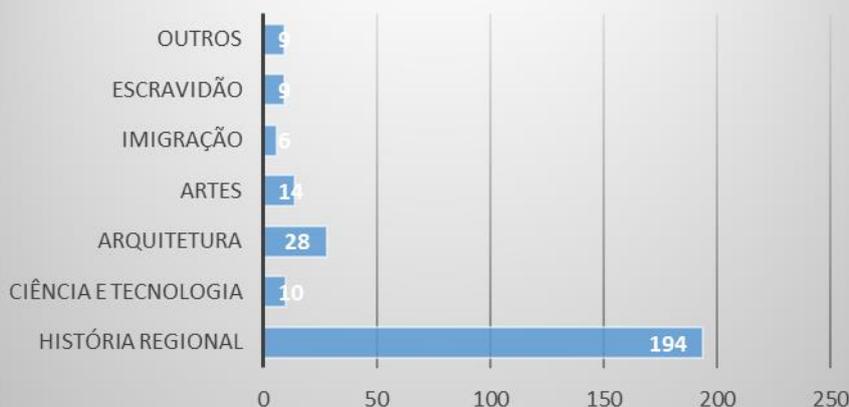
19. SOBRE O ESPAÇO EXPOSITIVO DO MUSEU, CLASSIFIQUE OS SEGUINTE ITENS:



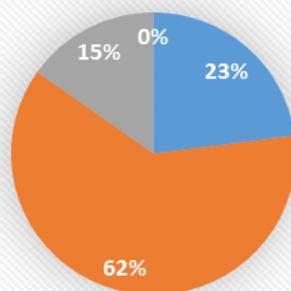
20. Você ficou satisfeito com a abordagem do tema Café feita pelo Museu?



21. Que temas e assuntos você esperava encontrar o Museu?

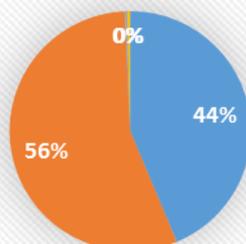


22. Quanto tempo aproximadamente durou sua visita?



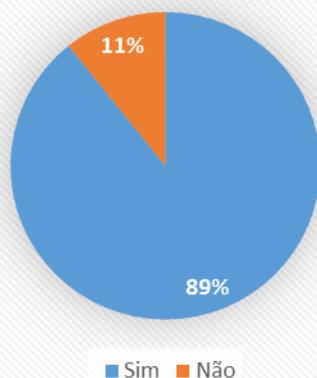
■ Até 30 minutos ■ Entre 30 minutos e 1 hora
■ Entre 1 e 2 horas ■ Mais de 2 horas

23. Qual o seu grau de satisfação em relação à visita ao Museu do Café?



■ Muito satisfeito ■ Satisfeito ■ Pouco satisfeito ■ Insatisfeito

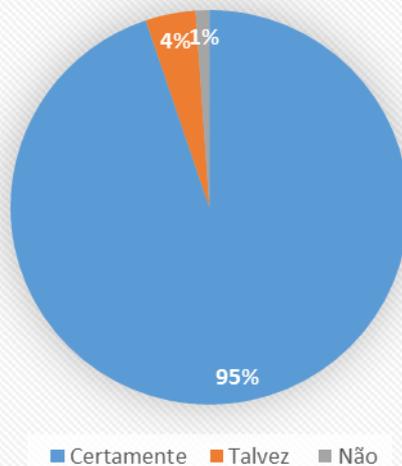
24. Você tem intenção de voltar ao Museu?



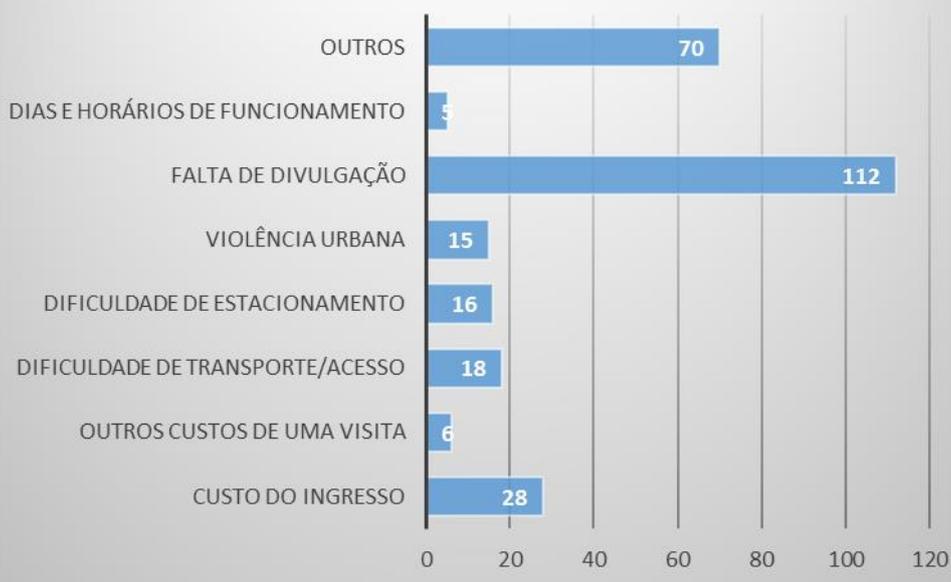
25. Se sim, qual seria o principal motivo de voltar ao Museu?



26. Você indicaria o Museu do Café para outras pessoas o visitarem?



27. Em sua opinião, que fatores dificultam na visita aos museus ou centros culturais



ANEXO III - REGISTRO DE RECUSAS PARA PARTICIPAR DO ESTUDO

DATA/HORA	RAZÃO	IDADE	COMPANHIA
24/09/2017	Estava com pressa	2	1
24/09/2017	Estava com pressa	2	1
30/09/2017	Estava com pressa	1	3
30/09/2017	Estava com pressa	1	3
30/09/2017	Estava com pressa	1	3
30/09/2017	Não quis responder	3	4
30/09/2017	Não quis responder	3	4
30/09/2017	Não quis responder	3	4
30/09/2017	Problemas de conexão com	2	2
08/10/2017	Estava saindo	2	1
08/10/2017	Estava com crianças/ sem	2	1
12/10/2017	Não aceitou participar	1	2
12/10/2017	Estava com crianças/ sem	1	3
12/10/2017	Estava com pressa	1	2
13/10/2017	Não quis responder	2	2
13/10/2017	Problemas de conexão com	2	2
24/10/2017	Estava com pressa	2	1
24/10/2017	Problemas de conexão com	2	1
01/11/2017	Estava com pressa	3	2
02/11/2017	Estava com pressa	3	2
02/11/2017	Estava com pressa	3	2
15/11/2017	Não quis responder a	1	3
22/11/2017	Não falava português	2	2
22/11/2017	Estava com pressa	2	1
22/11/2017	Não aceitou participar da	1	3
24/11/2017	Não aceitou participar da	2	1
24/11/2017	Estava com pressa	2	1
24/11/2017	Estava sem tempo	2	2
24/11/2017	Não aceitou participar da	2	2
24/11/2017	Não aceitou participar da	2	4
24/11/2017	Estava com pressa	2	2
24/11/2017	Conexão com a internet	2	2
28/11/2017	Estava sem tempo	2	1
01/12/2017	Grupo sem tempo	2	4
01/12/2017	Grupo sem tempo	2	4
01/12/2017	Sem tempo	2	4
01/12/2017	Sem tempo	2	4
01/12/2017	Sem tempo	2	1
01/12/2017	Sem tempo	2	1
01/12/2017	Não falavam português	2	4
01/12/2017	Sem tempo	2	1
01/12/2017	Sem tempo	2	4
01/12/2017	Sem tempo	2	4
03/12/2017	Não aceitou participar da	2	1
03/12/2017	Não falava português	2	1

LEGENDA

Idade aproximada do

1. Jovem (de 12 a 25 anos)
2. Adulto (de 25 a 65 anos)
3. Maior (mais de 25 anos)

Companhia:

1. Visitante individual
2. Visitante individual sozinho
3. Visitante em grupo escolar
4. Visitante em grupo de

ANEXO IV – REGISTRO DE CONTROLE DA COLETA DE DADOS DO QUESTIONÁRIO DO OIM

Data	Condições climáticas	Período horário	Nº visitantes	N.º contatos realizados	N.º questionários realizados	N.º recusas	Comentários
24/09/2017	1	1	111	9	7	2	
24/09/2017	1	2	151	15	15	0	
30/09/2017	1	1	310	10	7	3	
30/09/2017	1	2	377	13	10	3	
08/10/2017	1	1	156	7	7	0	
08/10/2017	1	2	143	19	17	2	
12/10/2017	1	1	86	6	6	0	
12/10/2017	1	2	180	19	16	3	
13/10/2017	1	1	133	13	13	0	
13/10/2017	1	2	304	23	21	2	
24/10/2017	1	1	124	7	7	0	
24/10/2017	2	2	65	10	8	2	
01/11/2017	2	1	142	5	5	0	
01/11/2017	2	2	103	10	9	1	
02/11/2017	2	1	69	4	3	1	
02/11/2017	1	2	118	19	18	1	
15/11/2017	1	1	148	12	11	1	
15/11/2017	1	2	112	7	7	0	
22/11/2017	2	1	260	8	7	1	

22/11/2017	2	2	88	9	7	2	
24/11/2017	1	1	75	7	7	0	
24/11/2017	1	2	91	19	13	7	
28/11/2017	2	1	182	9	8	1	
28/11/2017	1	2	77	13	13	0	
01/12/2017	2	1	136	6	3	3	
01/12/2017	2	2	127	19	12	7	
03/12/2017	2	1	102	6	4	2	
03/12/2017	1	2	71	8	8	0	

Condições climáticas: 1. Sol 2. Chuva 3. Calor intenso 4. Frio intenso 5. Tempestade

Período horário: 1. Manhã (até 12h) 2. Tarde (depois das 12)



Maroia Rezek Calixto

Coordenadora Técnica do Museu do Café



Marcela Rezek – Coordenação
Equipe Técnica – Setor Educativo

