

Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM

Alessandra Lacerda Gouvêa

**Diagnóstico da situação de museus universitários federais e
avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM,
integrante do Geoparque Uberaba (MG) aspirante UNESCO, Brasil**

Uberaba

2023

Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM

Alessandra Lacerda Gouvêa

**Diagnóstico da situação de museus universitários federais e
avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM,
integrante do Geoparque Uberaba (MG) aspirante UNESCO, Brasil**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica, da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.
Orientador Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

Uberaba
2023

**Catálogo na fonte: Biblioteca da Universidade Federal do
Triângulo Mineiro**

G734d Gouvêa, Alessandra Lacerda
Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, integrante do Geoparque Uberaba (MG) aspirante UNESCO, Brasil / Alessandra Lacerda Gouvêa. -- 2023.
420 p. : il., graf., tab.

Dissertação (Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica) -- Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, MG, 2023
Orientador: Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

1. Museus de ciência. 2. Universidades e faculdades públicas. 3. Universidades e faculdades – Finanças. 4. Sustentabilidade. 5. Doações. 6. Dotações. I. Malpass, Geoffroy Roger Pointer. II. Universidade Federal do Triângulo Mineiro. III. Título.

CDU 069:378.4

ALESSANDRA LACERDA GOUVÊA

**Diagnóstico da situação de museus universitários federais e
avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM,
integrante do Geoparque Uberaba (MG) aspirante UNESCO, Brasil**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado
Profissional em Inovação Tecnológica, da
Universidade Federal do Triângulo Mineiro, como
requisito parcial para obtenção do título de mestre.

11 de julho de 2023

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass - Orientador
Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM

Prof. Dr. Fabrício Aníbal Corradini
Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM

Profa. Dra. Rafaela Cristina Sanfelice
Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL



Documento assinado eletronicamente por **GEOFFROY ROGER POINTER MALPASS, Professor do Magistério Superior**, em 12/07/2023, às 11:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 165, de 16 de junho de 2023](#).



Documento assinado eletronicamente por **FABRICIO ANIBAL CORRADINI, Professor do Magistério Superior**, em 12/07/2023, às 15:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 165, de 16 de junho de 2023](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rafaela Cristina Sanfelice, Usuário Externo**, em 13/07/2023, às 09:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#) e no art. 34 da [Portaria Reitoria/UFTM nº 165, de 16 de junho de 2023](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufm.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1035047** e o código CRC **5D668D5E**.

Dedico a minha determinação que me presenteia todos os dias com energia e vontade de sempre continuar a desbravar novos horizontes em alcance aos meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos amigos, colegas de trabalho e mestrado, aos professores do PMPIT e às gestões da PROEXT por me motivarem e reconhecerem a essencialidade contributiva deste projeto ao setor vinculado.

Agradeço, especialmente, ao meu orientador por seu apoio no desenvolvimento deste projeto.

Agradeço a todos que tiveram empatia e solidariedade em meus momentos de ansiedade, de tensão e de empenho.

RESUMO

No Brasil, os museus universitários são geralmente constituídos junto às Instituições Federais de Ensino Superior ou posteriormente vinculados a estas, sendo dependentes dos repasses de recursos federais, que se encontram em involução gerada pela crise econômica que o país vem sofrendo. Inviabilizando conseqüentemente a propensão destes museus tanto aos seus fins de pesquisa-ensino-extensão, como em sua manutenção cotidiana e de suas infraestruturas. Atualmente, a maioria dos museus vinculados ao Ministério da Educação, como o Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), possuem total dependência econômica a este Ministério, de acordo com o Instituto Brasileiro de Museus cerca de 10% cobram tarifas de ingresso, dentre outras formas de arrecadações sem padronização, em colaboração a sua sustentabilidade devido à dificuldade de implantação restringida pelos parâmetros legais e de controle orçamentário dispostas às Instituições Federais de Ensino Superior. Contrapondo a relevância de suas funções, a potencialidade de seu acervo e a sua influência territorial e disseminação cultural que estes museus possuem. Incidindo na necessidade de um diagnóstico sobre as situações estrutural, funcional e financeira desses museus universitários federais, e que possibilite avaliar o contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, o qual possui elevado valor cultural e turístico como referência internacional em paleontologia de significativo impacto socioeconômico em sua comunidade de Peirópolis. Para tanto, foi aplicada metodologia de pesquisa bibliográfica e exploratória de natureza quali-quantitativa para fins de análise estatística descritiva, sobre museus universitários federais quanto a sua identificação institucional, a suas funcionalidades, seus serviços e atendimentos prestados, como aos métodos de captações e meios de recebimento e execução de recursos financeiros aplicados viabilizando um diagnóstico. Como, ainda, uma pesquisa do estudo de caso sob o Museu dos Dinossauros, sobre a sua identificação, as suas atuações funcionais, os seus serviços e atendimentos, o seu financeiro, e o seu público visitante e comunitário, visando avaliar o seu contexto e parâmetros a gestão para o desenvolvimento de propostas gerenciais inovadoras com fulcro nos resultados obtidos. Possibilitando a este Museu promulgar a sua organização gerencial e econômica de forma inovadora, pertinente a efetivar melhorias nos serviços e atendimentos ao público e estreitar os laços com a comunidade local, e mensurar planejamentos de sustentabilidade.

Palavras-chaves: museus universitários federais; sustentabilidade; recursos financeiros; fomento; doações; atividades comerciais; fundo patrimonial permanente.

ABSTRACT

In Brazil, university museums are generally set up with Federal Institutions of Higher Education or later linked to them, being dependent on transfers of federal resources, which are in involution generated by the economic crisis that the country has been suffering. Consequently, making the propensity of these museums unfeasible both for their research-teaching-extension purposes, as well as in their daily maintenance and their infrastructures. Currently, most museums linked to the Ministry of Education, such as the Museum of Dinosaurs at the Federal University of Triângulo Mineiro (FUTM), have total economic dependence on this Ministry, according to Brazilian Institute of Museums, about 10% charge entrance fees, among other forms of collection without standardization, in collaboration with its sustainability due to the difficulty of implementation restricted by the legal parameters and budgetary control available to the Federal Institutions of Higher Education. Contrasting the relevance of their functions, the potential of their collection and their territorial influence and cultural dissemination that these museums have. Focusing on the need for a diagnosis of the structural, functional and financial situation of these federal university museums, and that makes it possible to evaluate the context of the Museum of Dinosaurs at the FUTM, which has a high cultural and tourist value as a international reference in paleontology with a significant socioeconomic impact in their Peiropolis community. For this purpose, bibliographical and exploratory research methodology of a qualitative and quantitative nature was applied for the purpose of descriptive statistical analysis, on federal university museums regarding their institutional identification, their functionalities, their services and care provided, as well as the methods of abstraction and means of receipt and execution of applied financial resources enabling a diagnosis. As well as a case study research on the Museum of Dinosaurs, on its identification, its functional performances, its services and care, its financial, and its visiting public and community, aiming to evaluate its context and to equip management for the development of innovative management proposals based on the results obtained. Enabling this Museum to enact its managerial and economic organization in an innovative way, relevant to effecting improvements in services and attendance to the public and to strengthen ties with the local community, and to measure sustainability plans.

Keywords: federal university museums; sustainability; financial resources; promotion; donation; commercial activities; endowment.

LISTA DE ABREVIATURAS, ACRÔNIMOS E SIGLAS

AAM	Associação Americana de Museus
AASPP	Associação dos Amigos do Sítio Paleontológico de Peirópolis
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CCCP	Complexo Cultural e Científico de Peirópolis
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CNS	Conselho Nacional de Saúde
CPPLIP	Centro de Pesquisa Paleontológicas Llewellyn Ivor Price
DDCULT	Departamento de Desenvolvimento Cultural
FUSP	Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo
GRU	Guia de Recolhimento da União
IBM	International Business Machines Corporation
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
ICMS	Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação
IDIS	Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social
IFC	Instituto Federal Catarinense
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Ceará
IFES	Instituições Federais de Ensino Superior
IPCA	Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
ISS	Imposto Sobre Serviços
ISSQN	Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza
LADIF	Museu Interativo da Física
LDO	Lei de Diretrizes Orçamentária
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
MEC	Ministério da Educação
MFC	Museu de Fauna da Caatinga
MuArq	Museu de Arqueologia da UFMS
MUSA	Museu de Arte da UFPR
PIB	Produto Interno Bruto
PROEXT	Pró-Reitoria de Extensão Universitária

PUC-Rio	Universidade Católica do Rio de Janeiro
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UERJ	Universidade Estadual do Rio de Janeiro
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UFAM	Universidade Federal do Amazonas
UFC	Universidade Federal do Ceará
UFES	Universidade Federal do Espírito Santo
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
UFMS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFT	Universidade Federal do Tocantins
UFTM	Universidade Federal do Triângulo Mineiro
UFU	Universidade Federal de Uberlândia
UFV	Universidade Federal de Viçosa
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Unicamp	Universidade Estadual de Campinas
UNIFAL	Universidade Federal de Alfenas
UNIVASF	Universidade Federal do Vale do São Francisco
USP	Universidade de São Paulo

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Foto 1 -	Panorama no Paço de São Cristóvão do Museu Nacional da UFRJ.....	19
Foto 2 -	Complexo Cultural e Científico de Peirópolis.....	20
Foto 3 -	Sede da antiga Estação Ferroviária de Peirópolis.....	21
Foto 4 -	Museu dos Dinossauros, Sede da antiga Estação Ferroviária de Peirópolis	22
Foto 5 -	Museu dos Dinossauros, Sede do Complexo Cultural e Científico de Peirópolis	23
Gráfico 1 -	Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) participantes	45
Gráfico 2 -	Mapa das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) participantes	46
Gráfico 3 -	Fundações dos museus universitários e vinculações às IFES.....	47
Gráfico 4 -	Natureza do acervo dos museus universitários federais	48
Gráfico 5 -	Disposição das áreas dos museus universitários federais	49
Gráfico 6 -	Espaços disponíveis ao público dos museus universitários federais	50
Gráfico 7 -	Serviços disponíveis ao público dos museus universitários federais.....	51
Gráfico 8 -	Meios de divulgação aplicados pelos museus universitários federais	52
Gráfico 9 -	Meios de controle de acesso aplicados pelos museus universitários federais	53
Gráfico 10 -	Início da reunião de dados sobre o quantitativo de visitantes pelos museus universitários federais.....	53
Gráfico 11 -	Estimativa de visitantes por ano nos museus universitários federais	54
Gráfico 12 -	Frequências do público visitante dos museus universitários federais	55
Gráfico 13 -	Período de atendimento administrativo e visitação semanal dos museus universitários federais.....	57
Gráfico 14 -	Período de atendimento administrativo e visitação mensal dos museus universitários federais.....	58
Gráfico 15 -	Métodos de captação de recursos financeiros utilizados em auxílio à sustentabilidade dos museus universitários federais	59
Gráfico 16 -	Captação de recursos financeiros praticados por venda de produto característico do museu e cobrança de ingresso	60
Gráfico 17 -	Meios diretos e intermediários utilizados para receber ou executar os recursos financeiros captados para auxiliar na sustentabilidade dos museus universitários federais.....	61
Gráfico 18 -	Sugestões da equipe do Museu dos Dinossauros de atuações e estratégias para captação de recursos financeiros em auxílio a sua sustentabilidade	67

Gráfico 19 - Identificação dos visitantes do Museu dos Dinossauros.....	69
Gráfico 20 - Preferências de lazer dos visitantes do Museu dos Dinossauros	71
Gráfico 21 - Localidades dos visitantes do Museu dos Dinossauros	72
Gráfico 22 - Conhecimento da existência do Museu dos Dinossauros	72
Gráfico 23 - Descoberta da existência do Museu dos Dinossauros.....	73
Gráfico 24 - Visita individual e acompanhada ao Museu dos Dinossauros.....	75
Gráfico 25 - Meio de transporte utilizado para visitar o Museu dos Dinossauros	76
Gráfico 26 - Utilização de transporte público (Linha 58 - trecho Terminal Manoel Mendes - Peirópolis) para visitar o Museu dos Dinossauros	77
Gráfico 27 - Níveis de satisfação com horários e serviços do transporte público de acesso ao Museu dos Dinossauros (Linha 58 - trecho Terminal Manoel Mendes - Peirópolis).....	78
Gráfico 28 - Principais motivos da visita ao Museu dos Dinossauros	79
Gráfico 29 - Níveis de interesse em conhecer área de escavação	80
Gráfico 30 - Taxação do acesso ao Museu dos Dinossauros	81
Gráfico 31 - Produtos que gostaria de adquirir nas imediações do Museu dos Dinossauros....	82
Gráfico 32 - Avaliação da visita ao Museu dos Dinossauros.....	83
Gráfico 33 - Retorno ao Museu dos Dinossauros e seus objetivos	84
Gráfico 34 - Níveis de satisfação dos visitantes com serviços e funcionalidade do Museu dos Dinossauros	86
Gráfico 35 - Formas de contribuição dispostas pelos visitantes ao Museu dos Dinossauros ...	88
Gráfico 36 - Identificação dos membros da Comunidade de Peirópolis.....	90
Gráfico 37 - Profissão ou Ocupação dos membros da Comunidade de Peirópolis.....	91
Gráfico 38 - Situação de estudante menor de idade na Comunidade de Peirópolis.....	92
Gráfico 39 - Preferências de lazer dos membros da Comunidade de Peirópolis	93
Gráfico 40 - Frequência de visita de membros da comunidade local ao Museu dos Dinossauros	94
Gráfico 41 - Níveis de satisfação dos membros da Comunidade de Peirópolis com serviços e funcionalidade do Museu dos Dinossauros	95
Gráfico 42 - Recomendações de visita ao Museu dos Dinossauros pelos membros da Comunidade de Peirópolis aos turistas.....	97
Gráfico 43 - Divulgações do Museu dos Dinossauros pelos membros da Comunidade de Peirópolis	98
Gráfico 44 - Afinidade dos membros da Comunidade de Peirópolis com o Museu dos Dinossauros	100

Gráfico 45 -Sugestões dos membros da Comunidade de Peirópolis de atuações e estratégias para captação de recursos financeiros em auxílio à sustentabilidade do Museu dos Dinossauros	101
Gráfico 46 -Formas de contribuição dispostas pelos membros da Comunidade de Peirópolis ao Museu dos Dinossauros	102
Imagem 1 - Cartaz e Folder expostos aos visitantes do Museu dos Dinossauros	41
Imagem 2 - Cartaz e Fôlder expostos aos membros da Comunidade de Peirópolis	42

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Estimativa de visitantes do Museu dos Dinossauros dos anos de 2018 a 2020.....	24
Quadro 2 - Plano de gerenciamento à pesquisa na coleta e análise dos dados	36
Quadro 3 - Aplicação de questionários aos grupos participantes da pesquisa	38
Quadro 4 - Resumo do controle de acesso de visitantes do Museu dos Dinossauros do ano de 2022.....	65
Tabela 1 - Valor cobrado (inteira) pelos museus universitários federais.....	61
Tabela 2 - Valor acessível (inteira) para a taxaço de visita ao Museu dos Dinossauros.....	81

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	OBJETIVOS	17
2.1	OBJETIVO GERAL.....	17
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
3	REFERENCIAL TEÓRICO	18
3.1	GESTÃO DOS MUSEUS: RELEVÂNCIA CIENTÍFICA-SOCIAL.....	18
3.1.1	Museus Universitários Federais.....	18
3.1.1.1	<i>Museu dos Dinossauros da UFTM</i>	20
3.2	RECURSOS FINANCEIROS	26
3.2.1	Fomento	27
3.2.2	Atividades comerciais.....	28
3.2.3	Doações.....	31
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	35
4.1	DELINEAMENTO DO ESTUDO	35
4.1.1	Gerenciamento da Pesquisa	36
4.2	PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	37
4.2.1	Coleta de dados dos Museus Universitários Federais.....	39
4.2.2	Coleta de dados da Gestão do Museu dos Dinossauros.....	39
4.2.3	Coleta de dados dos Visitantes do Museus dos Dinossauros	40
4.2.4	Coleta de dados dos Membros da Comunidade de Peirópolis.....	41
4.3	ANÁLISE DE DADOS	43
4.3.1	Análise e Discussão de dados dos Museus Universitários Federais.....	44
4.3.2	Análise e Discussão de dados do Museu dos Dinossauros.....	62
4.3.3	Análise e Discussão de dados de Visitantes do Museu dos Dinossauros	68
4.3.4	Análise e Discussão de dados da Comunidade de Peirópolis.....	89
5	CONCLUSÃO	104
	REFERÊNCIAS	108
	APÊNDICE A - TCLE e Questionário de Gestão de Museu Universitário Federal	113
	APÊNDICE B - TCLE e Questionário da Gestão do Museu dos Dinossauros	128

APÊNDICE C - TCLE e Questionário de Visitante do Museu dos Dinossauros.....	142
APÊNDICE D - TCLE e Questionário de Membros da Comunidade de Peirópolis.....	162
APÊNDICE E - Tabulação de dados coletados de Museus Universitários Federais	179
APÊNDICE F - Tabulação de dados coletados do Museus dos Dinossauros	245
APÊNDICE G - Tabulação de dados coletados de Visitantes do Museu dos Dinossauros.....	250
APÊNDICE H - Tabulação de dados coletados de Membros da Comunidade de Peirópolis	392

1 INTRODUÇÃO

Os museus universitários de forma globalizada dependem significativamente dos recursos governamentais, todavia estes recursos são insuficientes. Tal situação, faz com que os museus internacionais recorram sob respaldos legais e institucionais a diversos métodos de captações de recursos para as suas manutenções e infraestrutura, como agências públicas de fomento, campanhas de doações, instituição de fundos patrimoniais, dentre outros acrescidos por atividades de cunho comercial (PIERRO, 2018).

Não obstante, no Brasil os museus universitários federais são vinculados ao Ministério da Educação (MEC) sob a tutela das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), dependendo predominantemente do repasse de recursos financeiros deste Ministério para a efetivação de seus fins de pesquisa, ensino e extensão, da difusão de conhecimento e cultura, da manutenção e crescimento de sua infraestrutura, dentre outros pertinentes à sua infraestrutura e sustentabilidade cotidiana.

Entretanto, a situação financeira desses museus universitários federais brasileiros encontra-se gradativamente agravada pelos constantes cortes orçamentários provindos da crise econômica e política que o país vem sofrendo ao passar dos anos, e que inviabilizam a propensão destes institutos aos seus devidos fins.

Além dessas problemáticas financeiras, esses museus universitários geralmente tem as suas atividades consideradas de pouco prestígio e com o capital científico e patrimonial cultural em desvalorização, o que afeta negativamente a sua infraestrutura por conseqüentemente dificultar o acesso das IFES aos recursos materiais e humanos para a efetividade de suas manutenções (ALBUQUERQUE; FROZZA, 2019).

Nesta condição, retrata-se o Museu dos Dinossauros, tutelado pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), cuja a principal temática é a paleontologia, e que desenvolve diversas ações na pesquisa-ensino-extensão, dissemina cultura aos estudantes e turistas inclusive no âmbito internacional, com significativo impacto socioeconômico, cultural e turístico sob a sua comunidade local, situada no bairro urbano-rural Peirópolis do município de Uberaba/MG. Tanto que se faz peça fundamental à estruturação do geossítio Peirópolis, como um dos principais integrantes de aspirante geoparque, intitulado Geoparque Uberaba - Terra de Gigantes.

Apesar disso, o Museu dos Dinossauros, como os demais museus universitários federais, não dispõe de recursos suficientes para a sua manutenção, e menos para as necessárias adequações e melhorias em sua infraestrutura.

E, diante do declínio do repasse desses recursos governamentais perante as necessidades de manutenção e desenvolvimento dos museus federais, indaga-se em que medida um levantamento sobre a identidade, a infraestrutura, o funcionamento e o financeiro de museus universitários federais podem apresentar um diagnóstico da situação desses institutos?

Indaga-se, ainda, o quanto esse diagnóstico pode paramentar uma avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM? E o quanto pode colaborar para a gestão organizacional e econômica deste Museu?

Para assegurar a eficácia desse levantamento de dados faz-se necessário a realização de estudo amplo investigando museus universitários federais, inclusive sobre a atuação temática, as dimensões expositivas e o volume de público, com a finalidade de apurar e paramentar as suas realidades de funcionamento, infraestrutura e econômica, com ênfase no modo de arrecadações e meios de execução e investimento com controle sobre estes.

E, ainda, de forma mais específica ao Museu dos Dinossauros visa apurar os diversos âmbitos conexos a sua gestão, o seu público e a sua comunidade local, com o propósito de avaliar a sua situação.

Justificando a necessidade do presente estudo que vislumbra obter o diagnóstico da situação de museus universitários federais e a avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, cujos os resultados possibilitem à gestão deste, paramentar planejamentos a curto, médio e longo prazo, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento de propostas gerenciais inovadoras e atrativas, que auxiliem em sua sustentabilidade nos parâmetros legais, de modo a não depender exclusivamente dos recursos provindos do MEC.

Possibilitando, ainda, colaborar ao Museu na efetividade de seus fins, como do gerenciamento de suas manutenções cotidianas e de sua infraestrutura com possíveis ampliações de acervo e predial, além de culminar em forte impacto socioeconômico, cultural e turístico.

Este projeto além desta introdução, compõe-se por seus objetivos e referencial teórico subdividido em gestão de museus e captação de recursos financeiros.

Além disso, relata-se a metodologia aplicada no levantamento de dados e informes, a análise destes e discussão dos resultados para estabelecer as melhores formas e critérios a serem aplicados. E, por fim, as considerações finais.

2 OBJETIVOS

O objetivo deste estudo se dispõe de forma geral, seccionando-se em objetivos específicos.

2.1 OBJETIVO GERAL

Diagnosticar as situações dos museus universitários federais que possibilite avaliar o contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, inclusive predispor parâmetros à constituição de sugestões inovadoras e resolutivas quanto às melhorias de infraestrutura, adequações gerenciais, *marketing* museal, ações extensivas e culturais junto ao seu público. E, ainda, levantar demandas para as implantações de estratégias de sustentabilidade.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos visam:

- a) diagnosticar as situações dos museus universitários federais, quanto à identidade, à infraestrutura, ao funcionamento e ao financeiro: localidade, fundação, vínculo institucional, área, acervo, espaços, serviços e atendimento disponíveis ao público, *marketing* e divulgação do Museu, métodos de captação de recursos financeiros e meios de recebimento, execução e/ou investimento;
- b) avaliar o contexto do Museu dos Dinossauros quanto a sua identidade, a sua infraestrutura, o seu funcionamento, o seu financeiro: nos âmbitos disposto na alínea anterior, dentre outras especificidades;
- c) efetuar o mapeamento do público visitante e comunitário local do Museu dos Dinossauros: identidade, cultura, específico aos visitantes também aferir as localidades atingidas e suas motivações e interesses de visita e retorno, e específico aos comunitários também averiguar suas reivindicações de proximidade profissional e extensiva junto ao Museu;
- d) aferir os indicadores de desempenho e qualidade do Museu dos Dinossauros através das opiniões e sugestões do público visitante e comunidade local quanto à infraestrutura, ao funcionamento, aos serviços e atendimentos fornecidos;
- e) levantar as demandas passíveis de implantação de métodos de captação de recursos, e as intenções contributivas de seu público à sustentabilidade e ao desenvolvimento do Museu dos Dinossauros.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico dedica-se aos museus no que tange às suas funções, funcionalidades, regulamentações e estratégias de sustentabilidade mais utilizadas e aplicáveis em entidades governamentais no âmbito do ensino federal quanto às arrecadações financeiras e às viabilidades de execução e investimento sobre estas.

3.1 GESTÃO DOS MUSEUS: RELEVÂNCIA CIENTÍFICA-SOCIAL

A temática deste estudo se refere a museus, os quais desempenham o relevante papel de proteger o patrimônio sob a sua responsabilidade, como ainda de preservar as memórias culturais de grupos sociais.

Os museus nacionais possuem essas funções bem definidas pelo art. 1º da Lei nº 11.904/2009, que institui o Estatuto de Museus no Brasil, como:

[...] instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (BRASIL, 2009a).

O reconhecimento da relevância dessas instituições na efetividade do conhecimento e cultura nacional culminou na criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), através da promulgação da Lei nº 11.906/2009, como autarquia vinculada ao Ministério da Cultura, responsável pela administração direta de 30 (trinta) museus federais e pela Política Nacional de Museus na corroboração das melhorias do setor museológico quanto à gestão e governança; à condições de funcionamento, manutenção predial e segurança dos museus e seus acervos; ao orçamento, financiamento e fomento dos museus nacionais; dentre outros (BRASIL, 2009b; BRASIL, 2013).

3.1.1 Museus Universitários Federais

De forma mais estrita ao tema, este estudo direciona-se aos museus universitários federais que além de promulgarem os fins supra definidos, sustentam-se nas novas tecnologias para se manterem, apresentando novas variedades de propostas educativas e de inclusões socioculturais.

Originando, assim, novos modelos de museus universitários sob o vislumbre significativo do aumento de suas visitas em busca de conquistar o posto de referência como instituições culturais de prestígio pertinente à temática abordada e explorada, visando tanto o impacto turístico como o seu desenvolvimento socioeconômico.

Foto 1 - Panorama no Paço de São Cristóvão do Museu Nacional da UFRJ



Fonte: Oliveira, 2011

Ressalta-se que os museus universitários federais surgiram da própria constituição das IFES e, outros, foram posteriormente vinculados a estas, proveniente de suas funções inerentes à pesquisa, ao ensino e à extensão, sendo a maioria instituídos a partir de 1950 (ALBUQUERQUE; FROZZA, 2019).

E, de acordo com a Rede Nacional de Identificação de Museus (2020), vinculada ao IBRAM, atualmente o Brasil abarca 464 (quatrocentos e sessenta e quatro) museus federais, sendo 215 (duzentos e quinze) vinculados ao Ministério da Educação (MEC) com dominante dependência econômica. Relatando que destes dependentes do repasse de recursos do MEC, apenas 18 (dezoito), isto é, 8,4%, cobram ingressos em colaboração a sua sustentabilidade.

A pouca atuação de cobrança de ingresso ou outro meio de captação de recursos por meios próprios desses institutos, provém da comodidade administrativa de recursos provindo de fonte única agregada à dificuldade de implantação destes formatos de arrecadação nos

respaldos legais na esfera das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) e de controle orçamentário no âmbito da União.

A presente pesquisa, como dito, visa diagnosticar a situação desses museus universitários federais. De modo, inclusive que este diagnóstico possibilite avaliar o Museu dos Dinossauros da UFTM, e que sua aplicabilidade seja extensível aos demais institutos culturais.

3.1.1.1 Museu dos Dinossauros da UFTM

O Museu dos Dinossauros juntamente com o Centro de Pesquisas Paleontológicas Llewellyn Ivor Price (CPPLIP), foram constituídos em 1992 e incorporados à tutela da UFTM em 2010, dando origem ao Complexo Cultural e Científico de Peirópolis (CCCP), com a finalidade de administrá-los, cuidando de suas infraestruturas, promovendo suas atividades no âmbito da IFES e comunidade externa, dentre outras atividades de gerenciamento e manutenção de sua infraestrutura (UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2022c).

Foto 2 - Complexo Cultural e Científico de Peirópolis



Fonte: Silva; UFTM, 2021

Atualmente, o CCCP encontra-se subordinado ao Departamento de Desenvolvimento Cultural (DDCULT) da Pró-Reitoria de Extensão Universitária (PROEXT) da UFTM, e situa-

se no bairro urbano-rural Peirópolis, do município de Uberaba/MG. A denominação desse bairro descende em homenagem ao imigrante espanhol Frederico Peiró, que em 1911 fundou 2 (duas) fábricas de extração de calcário nessa região, empregando cerca de 150 (cento e cinquenta) trabalhadores, e distribuía suas produções para São Paulo através da antiga estação ferroviária da Companhia Mogiana de Estradas de Ferro até a sua desativação em 1976, a qual originalmente era chamada de Cambará, e passou a ser denominada de Peirópolis em 1924, (WIKIPEDIA, 2021).

Foto 3 - Sede da antiga Estação Ferroviária de Peirópolis



Fonte: Silva; UFTM, 2021

Neste contexto, em 1945 durante obras de retificação da linha férrea da Companhia Mogiana ao norte do município de Uberaba, foram encontrados fósseis de ossos, dando a partir de 1946 início a sistemáticas escavações no geossítio Peirópolis, com trabalhos realizados anualmente pelo renomado paleontólogo Llewellyn Ivor Price até 1974. E, como premissa de homenagem, o seu nome foi dado ao Centro de Pesquisas Paleontológicas da UFTM (UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2022c).

Salientado, que a implantação do CPPLIP permitiu potencializar as atividades de escavação e preparação dos fósseis, dispondo mais de 1.500 (mil e quinhentos) fósseis tombados em sua coleção científica provinda majoritariamente de Uberaba, além de promover consequente avanço científico mediante projetos e publicações de estudos e artigos científicos

em difusão de conhecimento mundial, tornando-se referência na paleontologia. Como ainda, promove ações no âmbito do ensino desde o fundamental até pós-graduação, mediante a contextualização prática por meio de atividades nas escavações, laboratórios, coleção técnico-científica. (UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2022c).

E, sobre a ressalva de que estas ações no ensino e pesquisa foram sobretudo efetivadas pela coparticipação do Museu dos Dinossauros que tem por principal premissa à dissipação e popularização do conhecimento e cultura paleontológica, a qual não se restringe apenas aos cientistas, posto que a humanidade se interessa pela história e evolução da Terra e de seus habitantes durante as eras geológicas protagonizada pelos dinossauros, que geram apego popular, inferindo de forma inusitada na indústria cultural e de bens de consumo. Assim, o Museu no ato de popularização além de integrar o imaginário de seu extenso e diversificado público, enfatizado pelos visitantes e estudantes infanto-juvenil e em constante e expressivo crescimento, também proporciona entretenimento científico natural como referência internacional.

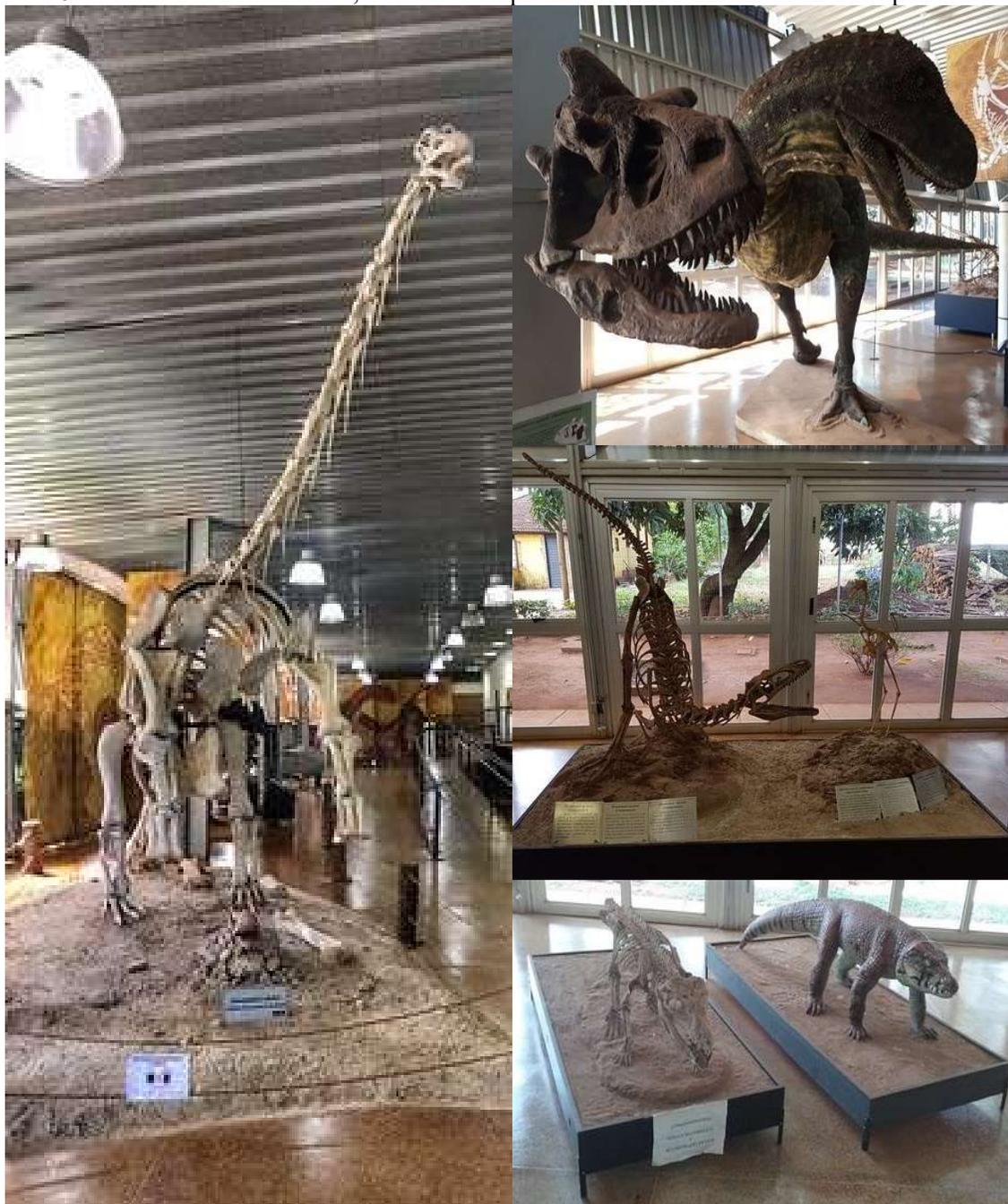
Foto 4 - Museu dos Dinossauros, Sede da antiga Estação Ferroviária de Peirópolis



Fonte: Fonseca Júnior; UFTM, 2021

O Museu dos Dinossauros é composto pela sede da antiga estação ferroviária de Peirópolis (Fotos 3 e 4), pelo espaço em musealização na sede do CCCP (Fotos 2 e 5), e pelo amplo jardim (Foto 6) que as circundam, dispondo acervos e réplicas sob a temática principal de exposições de fósseis e paisagens da região de Uberaba há cerca de 70.000.000 (setenta milhões) de anos.

Foto 5 - Museu dos Dinossauros, Sede do Complexo Cultural e Científico de Peirópolis



Fonte: DIVULGAÇÕES PÚBLICAS, 2022

Foto 6 - Museu dos Dinossauros, Jardim



Fonte: Silva; UFTM, 2021

De acordo com quadro 1 a seguir, disposto pela gestão do CCCP, o Museu dos Dinossauros recebeu mais de 30.000 (trinta mil) visitantes em 2019.

Quadro 1 – Estimativa de visitantes do Museu dos Dinossauros dos anos de 2018 a 2020

Meses	2018		2019		2020	
	Turismo	Escolar	Turismo	Escolar	Turismo	Escolar
Janeiro	1.644	25	1.724	329	572	154
Fevereiro	1.253	0	1.310	0	718	0
Março	1.340	697	916	598	402	245
Abril	1.303	697	821	638	-	-
Maiο	1.048	587	1.013	717	-	-
Junho	955	1.023	2.010	1.414	-	-
Julho	3.801	382	1.454	567	-	-
Agosto	1.708	1.314	1.771	1.750	-	-
Setembro	1.518	956	1.343	1.182	-	-
Outubro	1.062	1.669	2.342	2.092	-	-
Novembro	1.376	1.182	2.854	2.551	-	-
Dezembro	1.639	368	1.936	478	-	-
Total	18.647	8.900	19.494	12.316	1.692	399
	27.547		31.810		2.091	

Fonte: Universidade Federal do Triângulo Mineiro, 2021b

Ressaltando, que 2019 foi o último ano de funcionamento normal de visitação no Museu da UFTM antes da suspensão de seu funcionamento em abril de 2020 por razão da pandemia Covid19, que de forma modesta incidia no decréscimo do turismo brasileiro desde o início deste ano de 2019, por temor ao que se procedia na Europa e Ásia e a rapidez desenfreada que se alastrava pelo mundo.

Atualmente, o Museu dos Dinossauros é considerado um dos locais mais procurado pelo turismo mineiro, notabilizando-se mesmo em período de pandemia sob a implantação de seu *tour* virtual, tanto que em 2021 foi um dos destinos turísticos mais acessado pelos sites de busca, turismo e cultura, acentuando-se em primeiro local em Uberaba/MG e em terceiro destino no Estado de Minas Gerais, conforme notícia publicada em sítio eletrônico da UFTM (2021a).

Como dito, este Museu desenvolve uma pluralidade de ações na pesquisa, ensino e extensão, inclusive levando lazer e entretenimento aos visitantes, gerando enorme impacto socioeconômico, cultural e turístico em sua comunidade local, onde significativa parte de moradores em seu entorno sobrevive de serviços e comercialização de produtos associados ao geoturismo, proporcionando fontes de renda e postos de trabalhos. De modo, que se converteu no principal influente para o ativo econômico de Peirópolis, composta por mais de 15 (quinze) estabelecimentos, dispendo de pousadas, restaurantes, sorveteria, artesanatos, comércios de laticínios e quitandas típicas da região, estacionamento, atividades junto a natureza como trilhas, cachoeiras, andar a cavalo, dentre outros entretenimentos e espaços culturais e turísticos.

Tanto que o Museu da UFTM se faz peça fundamental à estruturação do geossítio Peirópolis como integrante do aspirante Geoparque Uberaba - Terra de Gigantes, com foco no conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável sobre os seus locais e paisagens de atuação sob significado internacional.

Contudo, o Museu dos Dinossauros precisa de recursos financeiros que lhe possibilite melhorar, adequar e expandir a sua infraestrutura, como principal componente do referido geossítio, posto que atenderá aos quesitos de obtenção da chancela da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Possibilitando, assim, corroborar mais aos trabalhos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos pelo Museu, inclusive em congruência com o Centro de Pesquisas Paleontológicas Llewellyn Ivor Price, em benefício à educação, proteção e desenvolvimento sustentável de Peirópolis e, conseqüentemente, expandindo o seu impacto socioeconômico, cultural e turístico local.

3.2 RECURSOS FINANCEIROS

Os museus universitários federais, como mencionado, dependem de repasse de recursos provindos do Ministério da Educação que são fundamentais para a sua atuação cotidiana, porém esses repasses se encontram em retração, contrapondo ao aumento da linha de captação diante da insuficiência dos recursos financeiros, o que vêm tornando as estruturas dos museus precárias, dificultando ou impedindo o seu devido funcionamento e desenvolvimento, como ainda os tornando inaptos para situações adversas.

Assim, vislumbra-se levantar métodos tangíveis e pertinentes de aplicação para angariamento de recursos, provindos tanto de entidades públicas e privadas, como de pessoas físicas, cabíveis ao Museu em estudo de caso, de modo que possibilite a sua gestão se embasar para formar planejamentos de curto, médio e longo prazo em colaboração a sua sustentabilidade.

Segundo Pierro (2018), a docente historiadora Solange Ferraz de Lima, que foi diretora do Museu Paulista da USP (Universidade de São Paulo), apura em suas pesquisas que embora não exista um modelo único, os museus brasileiros nos que lhe tange estão saindo da inércia e partindo para atuações de captação de recursos embasadas nos museus universitários internacionais, que se utilizam de múltiplas fontes de recursos para as suas manutenções, recorrendo a diferentes agências públicas de fomento, campanhas de doação e fundos patrimoniais.

A esta situação, a historiadora aponta como exemplo o Museu *Pitt Rivers*, vinculado à Universidade de Oxford na Inglaterra, detentor de acervo com mais de 600.000 (seiscentas mil) peças arqueológicas, donde 34% de seu orçamento provém da Universidade, 40% de agências governamentais, como o Conselho de Financiamento do Ensino Superior do Reino Unido, e o restante de fundos de doações e atividades comerciais. E, complementa que em virtude da temática deste museu dificultar a angariação de fundos, estabelecem como estratégia de segurança um Fundo de Risco, ou seja, uma reserva de emergência para cobrir manutenções e despesas inesperadas (PIERRO, 2018).

Ainda neste enquadramento, Pierro relata que a maioria dos museus e organizações culturais dos Estados Unidos é financiada pela combinação de recursos públicos e fundos de filantropia privada, mencionando de exemplo a *Smithsonian Institution* que compreende um complexo de caráter nacional formado por 19 (dezenove) museus e 7 (sete) centros de pesquisa situados em Washington, donde 66% de sua receita provém do governo federal. E explana, que para acrescer tal Instituto promove várias estratégias de captação de recursos, que embora não

cobre ingressos do público, abre outras formas além das doações, como lojas, cafeterias, contratos de aluguel e teatros, dentre outros negócios, que lhe geraram em 2017 mais de US\$ 200.000.000,00 (duzentos milhões de dólares), além de US\$ 72.000.000,00 (setenta e dois milhões de dólares) oriundos de rendimentos de fundo patrimonial, formado por dotações de grandes doadores (PIERRO, 2018).

E, ainda, o pesquisador Norman Vorano relata que cerca de 2.700 (dois mil e setecentos) museus sem fins lucrativos do Canadá tiveram receita de C\$ 2.500.000.000,00 (dois bilhões e quinhentos milhões de dólares canadenses), sendo 49% provenientes de agências públicas, 21% de doações privadas e atividades comerciais, e o restante de cobrança de ingressos (PIERRO, 2018).

Em síntese, essa diversidade de fontes de recursos aplicados para fins de arrecadação sustentável aos museus se concentra em fomento, atividades comerciais, e doações. E, para melhor entendimento das suas funções e características, tais métodos de captação de recursos serão tratadas de forma mais concisa nas subseções seguintes.

3.2.1 Fomento

O fomento no âmbito dos museus consiste em auxílio financeiro que visa estimular o desenvolvimento de atividades determinadas, geralmente promovido por agentes públicos ou privados como IBRAM, BNDES, fundações parceiras de Bancos mistos e privados, dentre outras entidades públicas em apoio a cultura e fundações de amparo à pesquisa.

Os recursos provindos de agências públicas de fomento por serem mais ocorrentes, tornaram-se essenciais aos museus, que perduram suas participações mediante concorrências com seus projetos, programas ou atividades determinadas, visando efetivá-los e dar continuidade às suas finalidades em congruência ao desenvolvimento destes museus universitários. Como, ainda, visam a promoção de eventos científicos, de ensino e/ou extensivos mediante coparticipação de outras entidades públicas e/ou privadas.

A exemplo deste caso, para a restauração do Museu Paulista da USP a sua parceira, a Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo (FUSP), assumiu a obrigação de participar de editais para fins de captação de recursos via incentivo fiscal (PIERRO, 2018).

Atualmente no Brasil, o principal agente de fomento de incentivo e apoio à cultura tem sido o poder público, através de leis de incentivo fiscal (FÓRUM INTERNACIONAL *ENDOWMENTS CULTURAIS*, 2016). Como a Lei nº 8.313/91, denominada Lei Rouanet, e recentemente a Lei nº 14.017/2020 e a Lei Complementar nº 195/2022, respectivamente

denominadas a Lei Aldir Blanc e Lei Paulo Gustavo no âmbito federal (BRASIL, 1991; BRASIL, 2020e; BRASIL, 2022). E, ainda as leis específicas de cada Estado ou município, com deduções respectivamente via ICMS (estadual) ou IPTU e ISS/ISSQN (municipais).

Nesta conjuntura, embora estes fomentos contribuíram significativamente nos últimos anos para projetos culturais anuais de planejamento de curto prazo, entende-se que também cooperou para uma cômoda dependência por parte dos beneficiados em não procurar outras fontes de captação de recursos (FÓRUM INTERNACIONAL *ENDOWMENTS* CULTURAIS, 2016).

3.2.2 Atividades comerciais

Os museus podem se utilizar de meios comerciais para a captação de recursos próprios, através da tarifação de acesso, vendas de produtos, locação de espaços para fins comerciais ou eventos, oferta de cursos de especialização, dentre outros pertinentes a sua realidade.

Neste contexto, de acordo com o art. 34 da Lei nº 11.904/2009, a gratuidade ou onerosidade do ingresso para acesso ao museu se estabelece pelo próprio ou pela IFES vinculada, de forma consoante aos seus diferentes públicos e legislações vigentes (BRASIL, 2009a).

Ressalta-se que a tarifação de acesso é propícia aos museus que recebem um expressivo montante de visitantes. Podendo ser aplicada para permitir o seu acesso e de seu acervo, com fins de contribuir as suas manutenções e seguridade do acervo e patrimônio, posto que tal acesso passa ser mais inspecionado, e conseqüentemente reduzindo desperdícios e deteriorações.

Salienta-se que a cobrança de ingressos para acesso ao museu pode ser questionada pelo público visitante sob o entendimento inconsistente de como instituto público deve ser gratuito. Portanto, prudente estudo prévio para averiguar a sua aceitabilidade. Como, ainda, faz-se pertinente mensurar valor de taxação, combinada a aplicabilidade de legislações reguladoras, como gratuidade equitativa, meia-entrada, direitos autorais, dentre outras para a viabilidade de sua implantação.

Outra forma de captação de recursos são as práticas comerciais através da locação de espaços, como áreas verdes, estacionamentos, salas físicas, anfiteatros, teatros, auditórios, dentre outros para fins comerciais ou eventos, e da vendas de produtos que agreguem recordações, gerem carisma e promovam o *marketing* do museu por meio de souvenirs, decorações, brinquedos, livros, revistas, selos e demais que abordem e apresentem a sua

temática, inclusive produtos que reflitam a cultura local, como artesanatos e alimentos provindos de sua região, com impacto socioeconômico e turístico ao desenvolvimento local.

Tanto a locação de espaços como a venda de produtos podem ser procedidas mediante licitação por de concessão de uso de espaço e/ou por contratação de empresa terceirizada de serviço para fins comerciais, ambos nos parâmetros da Lei nº 14.133/2021, denominada Lei de Licitações e Contratos (BRASIL, 2021b). Neste quadro, sendo relevante priorizar negócios que beneficiam e valorizam o museu, como a locação de espaço físico para fins comerciais de produtos específicos do museu, que caracterize o seu acervo e temáticas científicas e culturais em difusão de seu *marketing* e expansão de seu reconhecimento.

Museus universitários federais podem, ainda, como forma de captação de recursos promover especializações em cursos de pós-graduação *Lato Sensu* mediante à IFES vinculada pertinente a sua temática, acervo, mediação, dentre outros, como fonte permitida legalmente na diversificação de agregar recursos às suas finalidades de ensino, pesquisa e extensão, de acordo com decisão do Acórdão do Supremo Tribunal Federal, disposto pelo Relator Ministro Edson Fachin, dando provimento ao Recurso extraordinário nº 597854 de Goiás/GO, sob a tese de que “a garantia constitucional da gratuidade de ensino não obsta a cobrança, por universidades públicas, de mensalidade em curso de especialização” (BRASIL, 2017, p. 2).

Embora entenda-se que as despesas com custeio, pessoal, manutenção e promoção ultrapassam qualquer arrecadação desses tipos de curto a médio prazo.

Pesquisa realizada pela Associação Americana de Museus (AAM), no que se refere ao orçamento dos museus norte-americanos, verificou que a receita gerada pelas instituições museológicas cobre apenas um terço do valor do custo médio (US\$ 23.35) necessário para atender cada visitante (BRASIL, 2011, p. 41).

Todavia, é pertinente salientar que tanto as IFES como os seus servidores são limitados a receber diretamente tais pagamentos em espécie sob os respaldos da Lei nº 8.112/90 - Lei do Regimento Geral da União e da Lei nº 10.707/2003 - Lei de Diretrizes Orçamentária (LDO) (BRASIL, 1990; BRASIL, 2003).

Diante disso, atividades comerciais de captação de recursos como cobrança de ingressos, vendas de produtos, dentre outras atividades comerciais, devem ser analisadas a melhor viabilidade de implantação, de modo que permita aos museus maior flexibilidade de gerenciamento com compensação positiva do retorno financeiro. Devendo, portanto, verificar a viabilidade de transferência da execução de serviços à entidade de apoio sem fins lucrativos,

nos parâmetros da Lei nº 8.958/1994; ou, ainda, mediante licitação nos moldes da Lei de Licitações e Contratos (BRASIL, 1994; BRASIL, 2021b).

Nesta conjuntura, ressalta-se que a Guia de Recolhimento da União (GRU) é considerada a única forma de recebimento aceita pelas IFES, por ser desprovida de taxas e juros a credenciadora, desenvolvida para atender o art. 98 da LDO, autorizada pelo Decreto nº 4.950/2004, e formulários aprovados pela Instrução Normativa nº 03/2004, revogada pela Instrução Normativa nº 02/2009, alterada pela Instrução Normativa nº 120/2020, que instituiu outros modelos e procedimentos (BRASIL, 2003; BRASIL, 2004a; BRASIL, 2004b; BRASIL, 2009c; BRASIL, 2020f).

E, ainda, que regulamentam o pagamento das GRU emitidas através da GRU do tipo Cobrança que consiste em boleto de cobrança pertinente à taxas processuais como custas judiciais, emissão de passaporte, pagável em qualquer banco participante da COMPE; ou por meio da GRU Simples detentora de código de barras pagável exclusivamente no Banco do Brasil, inclusive por seus canais de autoatendimento ou internet, para pagamento de locação de imóveis públicos, serviços administrativos e educacionais como inscrição de processo seletivo, expedição de certificados, dentre outros (BRASIL, 2020g).

Fator esse que limita a captação imediata de recursos dos visitantes e turistas de forma direta de recebimento via GRU pela IFES, como nos casos de cobrança de ingresso ou de venda de produtos, em virtude de suas restritas alternativas de pagamento. No entanto, tal forma de recebimento é menos complexa e mais viável para as captações mediatas de recursos como as visitas preestabelecidos por agendamento ou os negócios contratuais como a locação de espaços para fins comerciais e de eventos.

Neste sentido, o governo implanta um novo sistema de pagamento, denominado PagTesouro, que se trata de componente de processamento de pagamentos digitais gerido pela Secretaria do Tesouro Nacional, instituído pelo Decreto nº 10.494/2020, que no processo de gerenciamento das receitas da União atua de forma mais flexível no recolhimento de receitas de Órgãos Públicos Federais como as IFES, permitindo tanto o pagamento em formato digital como mediante a impressão do boleto de pagamento (BRASIL, 2020d; BRASIL; 2020g).

Tamanho a sua viabilidade, que recentemente a UFTM aderiu a este sistema para recebimentos de GRU. Dando, assim, maior flexibilidade nas formas de pagamentos às GRU emitidas em benefício à instituição, permitindo que seja realizado mediante Pix, cartão de crédito, e boleto bancário para GRU Simples. E, ainda, permitindo que a GRU possa ser emitida por qualquer pessoa, como servidores e discentes da UFTM, e usuários externos à UFTM, por

meio do Sistema Integrado - UFTMNet (UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2022a).

Ressaltando, que o Pix consiste num inovador formato de pagamento eletrônico brasileiro, instantâneo e seguro, mediante transações em real (R\$) entre instituições financeiras, *fintechs* e instituições de pagamento, conforme instituído pela Resolução do Banco Central do Brasil (BCB) nº 1, de 12 de agosto de 2020, alterada pela Resolução do BCB nº 30, de 29 de outubro de 2020, e pela Resolução do BCB nº 147, de 28 de setembro de 2021, com a finalidade de flexibilizar pagamentos e amenizar o custo de transferências diante da cultura das pessoas dificilmente portarem dinheiro físico por questões de segurança e tempo gasto em transições a bancos ou caixas eletrônicos (BRASIL, 2020a; BRASIL, 2020b; BRASIL, 2020c; BRASIL, 2021a).

Entretanto, tais formas de recebimento da GRU não ameniza a necessidade de se analisar a viabilidade de sua aplicação a determinadas meios comerciais de captações de recursos, uma vez que a administração efetuada por entidade de apoio ou organização gestora, ambas sem fins lucrativos, pode ocasionar a estes institutos o retorno mais flexível e célere dos investimentos que a permitida diretamente aos órgãos públicos, levando-se, ainda, em consideração a carência de recurso humano acometida a estes.

3.2.3 Doações

As doações são práticas comuns entre os museus, uma vez que empresas privadas costumam patrocinar eventos e exposições, e mesmo as doações realizadas por pessoas físicas são um complemento importante para a manutenção das instituições e para a ampliação de seus acervos, contribuindo ao interesse de se angariar doações privadas apostando na dissipação de seu reconhecimento científico-cultural e *marketing* museal.

No entanto, conquistar doações individuais não é uma atribuição fácil, posto que embora os brasileiros sejam altruístas, as suas práticas ainda são modestas e se encontram decaindo devido à crise socioeconômica que o país vem enfrentando nos últimos anos.

De acordo com levantamentos realizados pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social de 2015 a 2020, os contribuintes para alguma causa ou instituição passou de 77% a 66%, impactando significativamente o montante total das doações pelos indivíduos, que em 2015 era de R\$ 13.700.000.000 (treze bilhões e setecentos milhões de reais), correspondente a 0,23% do PIB, enquanto em 2020 foi de R\$ 10.300.000.000 (dez bilhões e

trezentos milhões de reais), equivalente a 0,14% do PIB (IDIS - DESENVOLVENDO O INVESTIMENTO SOCIAL, 2020).

O brasileiro geralmente se sensibiliza mais com questões assistenciais e imediatistas, direcionando suas doações a pessoas ou até mesmo a instituições públicas em situação de emergência, calamidade ou outro sofrimento, sustentada pela cultura de resolução a curto e médio prazo. Não se predispõe substancialmente a doações para projetos de planejamento de resultados de longo prazo, como a preservação do patrimônio cultural de museus.

Todavia, esta prática vem obtendo considerável positividade, posto que mais de 80% da sociedade acredita na relevância e no poder de transformação acarretado pela doação, cuja publicidade estimula o interesse de outros indivíduos a praticá-la (IDIS - DESENVOLVENDO O INVESTIMENTO SOCIAL, 2020).

Embora, os possíveis métodos de arrecadação de recursos explanados até então sejam de curto e médio prazo, os museus federais, como instituição cultural contínua e permanente, necessitam de estratégias de planejamento que também lhes tragam segurança financeira a longo prazo.

Pesquisadores defendem a implantação de fundos patrimoniais permanentes como forma de planejamento a longo prazo, conhecidos como fundos *endowments* ou filantrópicos, provindos geralmente de doações, heranças e legados com o objetivo de perpetuar causas, eternizar valores perante a sociedade, sob a obrigação de preservar perenemente o valor doado, gerando receita e constituindo fonte regular e estável de recursos para o fomento de interesse público, consistindo na manutenção, estabilidade, ou até mesmo independência financeira destas instituições públicas sem fins lucrativos (FÓRUM INTERNACIONAL *ENDOWMENTS CULTURAIS*, 2016).

O *endowment* se traduz em doação, consistindo em fundo patrimonial oriundo da reunião de doações, onde apenas os seus rendimentos são utilizados, posto que o principal está ligado perene à causa eleita da instituição apoiada, e não a sua gestão.

De acordo com Levisky, um *endowment* existe para dar perenidade à causa, proteger um determinado patrimônio dos riscos usuais de uma atividade operacional e, em especial, da utilização ineficiente ou desorganizada dos recursos (FÓRUM INTERNACIONAL *ENDOWMENTS CULTURAIS*, 2016).

Tal prática encontra-se bem integrada na cultura americana de instituições de ensino, e vem se consolidando mediante legislações específicas pelo mundo para algumas instituições, como os museus que estão migrando para este modelo de sistema híbrido visando a sua

sustentabilidade a longo prazo, em complemento aos recursos governamentais para a sua permanente continuidade.

No Brasil, recentemente teve seu marco regulatório para a captação de recursos privados por meio de fundos patrimoniais, através da promulgação da Lei nº 13.800, de 4 de janeiro de 2019, consistindo para fins de arrecadar, gerir e destinar doações de pessoas físicas e jurídicas privadas a programas, projetos e demais finalidades de interesse público, que poderão apoiar instituições relacionadas à educação, à ciência, à tecnologia, à pesquisa e à inovação, à cultura, à saúde, ao meio ambiente, à assistência social, ao desporto, à segurança pública, aos direitos humanos e a demais finalidades de interesse público, conforme art. 1º e parágrafo único desta referida Lei (BRASIL, 2019).

Este marco legal determina a necessidade de organização gestora independente, podendo ser uma fundação ou associação, para cuidar desses fundos, inclusive determinando a sua forma de constituição e obrigações, como responsável por firmar instrumentos de parceria e termos de execução de programas e projetos com as organizações apoiadas para cada programa, projeto, ou atividade apoiada.

Como, ainda, garantindo e estabelecendo por meios contratuais a execução das atividades financiadas, o cronograma gradativo de transferência de recurso do *endowment*, o modelo de prestação de contas do programa ou projeto e seus critérios de avaliação, em contrapartida dispendo transparência na gestão do fundo e maior segurança jurídica aos doadores tutelando os rendimentos dos recursos aplicados estritamente aos programas, aos projetos, ou às atividades determinadas. Tutelando, contudo, que doadores continuem interessados em fazer suas doações na medida de suas possibilidades, e ainda atrair novas contribuições para os fundos.

Esta lei de regulamentação do fundo patrimonial, também, estabelece a necessidade da implantação de órgãos deliberativos e consultivos próprios, dispendo suas devidas estruturas e competências, como Conselho de Administração, Comitê de Investimentos facultativo em fundos de patrimônio inferior a R\$ 5.000.000 (cinco milhões de reais) atualizados pelo IPCA e Conselho Fiscal. E, prevê que os membros desses órgãos poderão ser remunerados pela organização gestora de fundo patrimonial observando o rendimento do fundo nos termos do estatuto. Em contrapartida, tal lei não é clara quanto aos procedimentos dos custos de gestão e tratamento tributário da nova organização gestora.

Neste enquadramento, a diretora presidente do IDIS, Paula Fabiani, entende que os custos decorrentes deverão ser arcados pelos rendimentos do próprio fundo patrimonial, devendo para tanto averiguar se o retorno sustentável compensa os custos adicionais para a sua

viabilidade de implantação. E, quanto à tributação entende que essas organizações gestoras tenham por relevância as mesmas isenções fiscais das organizações beneficiárias (WOLFFENBÜTTEL; FABIANI, 2022).

Após a promulgação desta lei, foram criadas a suas conformidades 2 (duas) organizações gestoras: Gestora de Fundo Patrimonial Rogerio Jonas Zylbersztajn, direcionada à causas de interesse público da população em geral; e a Gestora de Fundo Patrimonial da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), que lançou o primeiro *endowment* de uma universidade brasileira (WOLFFENBÜTTEL; FABIANI, 2022).

Neste enquadramento, outras instituições públicas e privadas, como a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o Museu de Arte do Rio, dentre outras, vêm instituindo novos *endowments* visando melhorar as suas respectivas sustentabilidades financeiras. E neste seguimento segue as universidades federais, a exemplos: da UFRGS, que desde 2017 a sua Escola de Engenharia possui em seu apoio o Fundo Centenário, de razão social Associação Fundo Patrimonial Escola de Engenharia; da UFBA, cuja a Escola de Administração tem como apoiadora a Conecta a EAUFBA desde 2021; e da UFTM, que em setembro de 2022 passou a ser apoiada pela Gestora de Fundo Patrimonial Semear, que pode ter atuações, como gestão de fundos específicos, em benefício ao Museu dos Dinossauros (WOLFFENBÜTTEL; FABIANI, 2022; UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2022b).

Entende-se que o investimento angariado pelo museu ou pela IFES que o tutela em apoio a este, deve ser direcionado de forma mais objetiva, flexível e diretamente a sua infraestrutura material e humana.

A gestão do museu universitário, em conjunto com a instituição federal vinculada, deve efetuar o controle sob os recursos arrecadados e os seus respectivos investimentos com fulcro nos princípios da legalidade e da transparência.

Devendo, para tanto, disponibilizar a projeção de execução como a emissão esporádica de relatórios de recursos à IFES, independentemente de ser efetuada diretamente pela gestão do museu, ou mediante organização gestora e/ou entidade de apoio, posto que esta deverá trabalhar em conjunto com a entidade apoiada respeitando os quesitos e prazos de execução estabelecidos.

Como, ainda, dispondo total transparência de seus atos de administração e prestação de contas dos recursos e fundos nos parâmetros dos projetos e contratos legais firmados.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Para elaborar este estudo utilizou-se da pesquisa exploratória e bibliográfica, esta em constante aplicação com fins de levantar material teórico para direcionar este estudo científico quanto aos museus universitários federais, e ainda subsidiar o entendimento da infraestrutura organizacional e financeira do Museu dos Dinossauros.

Enquanto, a pesquisa exploratória foi aplicada como meio de se conhecer com maior profundidade um determinado assunto, visando torná-lo mais claro, ou construir questões importantes para a condução da pesquisa (BEUREN; RAUPP, 2006). Ideal para este caso que perdura pouco conhecimento sobre o tema.

Para tanto, foi realizado estudo de caso sob o Museu dos Dinossauros da UFTM, posto ser “método amplamente utilizado para estudar uma entidade bem definida, e tem por objetivo de conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação, buscando entrever o que há de mais essencial e característico, para revelá-lo tal como é” (FONSECA, 2002, p. 33).

Quanto à sua natureza, a pesquisa terá abordagem quali-quantitativa, com preponderância quantitativa, para fins de análise.

A abordagem qualitativa por regra é mais complexa, devido os dados analisados geralmente não se resultarem em números. Normalmente tal abordagem se aplica às perguntas que permitem respostas completas, textuais e discursivas, como as questões abertas dos questionários aplicados como meio de coleta neste estudo, possibilitando interpretar os dados.

Enquanto, a quantitativa é considerada menos desafiadora, porém não menos completa, uma vez que trabalha com respostas objetivas. A exemplo das questões fechadas dos questionários aplicados, algumas elaboradas com base em escala de Likert e outras por escolha de alternativas, facilitando a análise por permitir que as respostas sejam traduzidas numericamente, como estatísticas que podem ser representadas por porcentagens, tabelas e gráficos.

De acordo com Minayo e Sanches (1993), as investigações quantitativa e qualitativa são de naturezas diferentes, donde a investigação quantitativa atua em níveis de realidade cujo objetivo consiste em trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis, utilizada para grandes aglomerados de dados classificando-os e tornando-os inteligíveis através de variáveis. Por outro lado, a qualitativa, trabalha com valores, representações, hábitos e opiniões, que se

adequa a aprofundar a complexidade de fatos particulares ou específicos de grupos mais ou menos delimitados em extensão e capazes de serem abrangidos intensamente.

4.1.1 Gerenciamento da Pesquisa

O gerenciamento da pesquisa procede-se conforme quadro 2 abaixo, sob auxílio dos *softwares* conceituados a seguir:

- aplicativo *Google Forms* desenvolvido e disponibilizado gratuitamente pelo *Google LLC.*, como parte do pacote *Google Workspace*, que gerencia a pesquisa e coleta de dados, através da constituição de questionários *online*, formado por questões fechadas e abertas, cujos os resultados serão disponibilizados através de planilha e gráficos informativos pelo próprio, salvos também em *Excel* como base de dados (GOOGLE FORMS, 2022); e
- *software Excel*, desenvolvido pela *Microsoft Corporation*, consiste em editor de planilhas, com avançada capacidade de cálculos, criação de tabelas, gráficos e mapas, para computadores com sistema operacional *Windows* e dispositivos móveis como *Android* ou *iOS*, possibilitando sustentar as bases de dados (WIKIPÉDIA, 2022).

Quadro 2 - Plano de gerenciamento à pesquisa na coleta e análise dos dados

Gestão da coleta e da análise dos dados					
Software Auxiliar	Meio	Características	Resultados		
			Intermediário	Final	
<i>Google Forms</i>	Questionário online	Questões Fechadas	Criadas com base nos objetivos, estruturadas por escalas Likert (frequência, possibilidades, intensidade, satisfações, etc.) e escolha de alternativas.	Planilha e gráficos expondo os respectivos percentuais de frequência e simultaneidade, que viabilizam a análise estatística descritiva.	Banco de dados, resultante da planilha do <i>Google Forms</i> , salvo em <i>Excel</i> .
		Questões Abertas	Criadas com base nos objetivos, de livre escrita para obtenção de sugestões ou informações curtas e objetivas, para viabilizar a sua quantificação	Planilha composta das respostas, que viabilizam a análise de conteúdo, e consequentemente a análise estatística descritiva.	
<i>Excel</i>	Banco de Dados	Não Tratado	Resultante da planilha do <i>Google Forms</i> , salva em <i>Excel</i> , a ser ordenada e tratada, inclusive quantificando os dados qualitativos, de forma homogênea.	Planilha composta dos dados ordenados, que viabilizam a análise estatística descritiva.	Banco de dados tratado.

continua...

Tratado	Resultante de Banco de dados tratado, salvo em planilha <i>Excel</i> , para formular a tabulação sob médias percentuais.	Tabelas e quadros, ex-pando frequências e simultaneidades, com os respectivos percentuais, para viabilizar a análise estatística descritiva.	Tabulação de dados por médias percentuais (frequências, percentuais, inclusive válidos e cumulativos).
Dados tabulados	Dados informativos selecionados da tabulação, salvo em planilha <i>Excel</i> , conforme assunto ou tema abordado para formular tabelas sínteses.	Tabelas sínteses por assunto ou tema, para sustentar a formação visual de gráficos e mapas, para viabilizar a análise estatística descritiva.	Gráficos e mapas dispondo os respectivos percentuais de ocorrência.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

O gerenciamento da pesquisa perante à coleta e à análise de dados iniciou-se com a criação e aplicação de questionários *online* sob auxílio do *Google Forms*, que além de estruturá-los, contribuíram para o gerenciamento e a organização desta pesquisa, de modo a viabilizar a procedência da análise de conteúdo sobre as respostas das questões abertas, e análise estatística descritiva sobre todas as questões, conforme disposto em tópico próprio de Análise de Dados. E, conseqüentemente, facilitando a disposição e estruturação das respostas e informações coletadas.

Em tratamento a estes dados coletados, utilizou-se do *Excel* supra definido para ordenação e homogeneização, inclusive quantificando os dados qualitativos, e conseqüente apuramento e formação final de suas respectivas bases de dados para a formulação e constituição das tabulações disponíveis em Apêndices E ao H, de forma respectiva a cada grupo participante, viabilizando a sua análise.

Por fim, para melhor representar as tabulações, utilizou-se do *Excel* para formar gráficos, mapas e tabelas, ora dispostos no decorrer do tópico Análise de Dados. E, assim, viabilizando as suas apresentações de forma sistemática e visual, contribuindo amplamente para a sua análise estatística descritiva.

Desta forma, os resultados disponibilizados pelos *softwares* supracitados contribuíram e possibilitaram a efetivação da coleta e análise sobre os dados, além de sustentarem os resultados finais em prol dos objetivos deste estudo.

4.2 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

A pesquisa exploratória procedeu através de coleta de dados, após autorização do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFTM nos respaldos da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), mediante aplicação de formulários *online* elaborados por

meio do *Google Forms* composto de questionário, conforme quadro 2 disposto no tópico anterior, amparado por prévio Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que expõe os objetivos da pesquisa, procedimentos utilizados, risco e benefícios.

Conforme verifica-se no quadro 3 a seguir, foram aplicados questionários específicos, por 90 (noventa) dias consecutivos do segundo semestre de 2022, à 4 (quatro) grupos distintos de participantes legalmente capazes, denominados: Museus Universitários Federais; Museu dos Dinossauros da UFTM; Visitantes do Museu dos Dinossauros; e Membros da Comunidade de Peirópolis, que se encontram respectivamente dispostos nos Apêndices A, B, C, e D deste estudo.

Quadro 3 - Aplicação de questionários aos grupos participantes da pesquisa

Grupo	Meio	Seleção	Qtd.		Prazo (dias)	
			estimada	atingida		
01	Museus Universitários Federais	E-mails individuais e por intermédio da rede de museus universitários brasileiros	Estrita: ao(à) gestor(a) ou responsável do museu.	20	44	90
02	Museu dos Dinossauros	E-mails institucionais	Total: todos os membros (gestora e equipe) responsáveis pela gestão e desenvolvimento deste Museu.	6	6	90
03	Visitantes do Museu dos Dinossauros	<i>QR Code</i> , e <i>bio.site</i> de Instagram do Museu dos Dinossauros	Aleatória: a qualquer visitante interessado(a) em participar.	800	913	90
04	Comunidade Local Peirópolis	<i>QR Code</i> , e envio de <i>link</i> de acesso por <i>whatsapp</i> através da AASPP	Aleatória: a qualquer membro da comunidade interessado(a) em participar.	60	25	90

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Os dados coletados tem por finalidade diagnosticar a real situação dos museus federais no Brasil, possibilitando dar base para elaborar e estabelecer estratégias de melhorias no atendimento, serviços, infraestrutura, ações aplicadas e possíveis implantações de arrecadações de recursos para a manutenção e expansão do Museu dos Dinossauros, com impacto aos seus fins de ensino-pesquisa-extensão, inclusive buscando amadurecer e enriquecer seus laços com seus visitantes e membros da comunidade local, preponderando a confiança e reconhecimento de sua atuação institucional, como a relevância de seu impacto socioeconômico, cultural e turístico sobre a comunidade local e expansão à públicos não atingidos.

E, para um melhor entendimento, secciona as suas respectivas especificidades quanto à coleta nas subseções seguintes.

4.2.1 Coleta de dados dos Museus Universitários Federais

Verifica-se no quadro 2 que foi aplicado questionário *online* ao grupo 01, disponível em Apêndice A, de forma estrita à gestão de museus vinculados às IFES/MEC, através de convite de participação pelo *link*: <https://forms.gle/appMw48vZ2NFYShe6> encaminhado por e-mail individuais aos museus ou aos seus responsáveis, como ainda através de e-mail *Google Grups*, isto é agrupamento de e-mails de determinada categoria acessível por único e-mail, neste caso de museus denominado “Rede de Museus Universitários Brasileiros”, por intermédio da gestão do Complexo Cultural e Científico de Peirópolis (CCCP/UFTM) que o compõe.

Esta pesquisa a princípio estimava atingir no mínimo 20 (vinte) participantes, por vislumbrar ser atendida pelo quantitativo aproximado dos museus registrados e vinculados às IFES/MEC, conforme Relatório da Rede Nacional de Identificação de Museus (2020), que aplicam cobrança de ingresso, isto é, 18 (dezoito) institutos, inclusive por outros institutos que apliquem outras formas de captação de recurso por meio próprio, como ainda atingir museus de mesma temática, que de acordo com este relatório perdura 5 (cinco) registrados. Entretanto, foi atendida por 44 (quarenta e quatro) participantes, ou seja, equivalente à 20,6% dos museus vinculados ao MEC.

Este questionário direcionado ao grupo 01, formado por 26 (vinte e seis) questões fechadas e 16 (dezesesseis) abertas, teve por objetivo levantar informações e dados pertinentes à situação identificatória (identificação, localização, fundação, vinculação à tutela da IFES), infraestrutura (características específicas de áreas, acervo, temática, espaços), funcional (serviços, atendimento, visitação) dos museus universitários federais.

Como, ainda, teve por intuito aferir a situação econômica dos museus levantando os métodos de captação de recursos financeiros aplicados para auxiliar na própria sustentabilidade, e quais formas diretas e intermediárias se utilizam para receber e/ou executar tais recursos.

4.2.2 Coleta de dados da Gestão do Museu dos Dinossauros

Direcionado ao contexto do Museu dos Dinossauros vinculado à UFTM foi aplicado questionário *online*, de acordo com o quadro 2, específico aos responsáveis por sua gestão, disponível em Apêndice B, como, ainda, aos seus visitantes e aos membros de sua comunidade local, conforme se trata em tópicos consecutivos.

O grupo 02, pertinente à gestão do Museu dos Dinossauros foram convidados a participar de forma estrita através do *link*: <https://forms.gle/YsBz7V3nrxyFc7Wo9>

encaminhado ao e-mail institucional dos membros responsáveis pelo desenvolvimento organizacional do Museu dos Dinossauros, composto pela gestora e por mais 5 (cinco) membros colaboradores, sendo atendido por todos.

E, sendo o Museu dos Dinossauros o objeto em estudo de caso, o referido questionário composto por 23 (vinte e três) questões fechadas e 15 (quinze) abertas, teve por finalidade levantar através da gestão informações e dados pertinentes a sua situação identificatória (identificação, localização, fundação, vinculação à tutela da IFES), infraestrutura (características específicas de áreas, acervo, temática, espaços), funcional (serviços, atendimento, visitação).

Além da finalidade supracitada, o questionário aplicado teve por intuito aferir a situação econômica do Museu da UFTM levantando os métodos de captação de recursos financeiros utilizados para auxiliar na própria sustentabilidade, e quais formas diretas e intermediárias se usufruem para receber e/ou executar tais recursos.

Tal questionário também teve o propósito de apreender de todos os membros da equipe suas sugestões de captações de recursos financeiros, agregado aos meios que se utilizam para recebê-los e/ou executá-los, que entendam condizentes e possíveis a realidade que presenciam ao Museu dos Dinossauros.

4.2.3 Coleta de dados dos Visitantes do Museu dos Dinossauros

Da mesma forma, foi aplicado questionário *online* ao grupo 03, ou seja, aos visitantes do Museu da UFTM disponível em Apêndice C, procedeu em regra mediante *QR Code*, disponíveis através de fôlderes e cartazes expostos em murais pelo Museu e comércios da Comunidade de Peirópolis, com ênfase em suas entradas e balcões de atendimento, viabilizando o fácil acesso ao *links*: <https://forms.gle/U8uKEcAeZxiuyCV68>, conforme imagem abaixo.

Em cooperação a acessibilidade deste questionário, obteve-se a autorização institucional do CCCP de disponibilização no *bio.site* em *Instagram* do Museu dos Dinossauros.

Como, ainda, da disponibilização de sala-laboratório, contendo cerca de 10 (dez) computadores com mesas, cadeiras, e acesso a rede *wifi*, para viabilizar o preenchimento do questionário *online* aos não digitais e aos que não possuíam acesso à equipamentos tecnológicos de informação e *internet*, sob os respaldos dos protocolos de higienização Covid19.

Contudo, atingiu de forma aleatória 913 (novecentos e treze) visitantes, acima do estimado de 1/3 (um terço) da média mensal do ano de 2019, respectivamente de acordo com os quadros 3 e 1 supra dispostos.

Imagem 1 - Cartaz e Folder expostos aos visitantes do Museu dos Dinossauros



Fonte: Nunes, 2022

Este questionário formado por 13 (treze) questões fechadas e 35 (trinta e cinco) abertas, teve o propósito de levantar informações e dados de seu público direto e indireto com fins de conhecê-lo em identificação por gênero, faixa etária e socioeconômica e das localidades atingidas, através da obtenção de dados de idade, gênero, raça, estado civil, escolaridade, renda, localidade, ocupação ou profissão.

Propôs-se, ainda, a levantar dados que inteire o Museu dos Dinossauros aos gostos culturais, de lazer e recreação de seus visitantes, inclusive levantar dados de como procedem as suas visitas, ou seja, individuais ou acompanhados; qual o meio de transporte utilizado e de divulgação que levou a conhecer o Museu; quais as suas motivações e interesses de visita e retorno, dentre outros.

Como, ainda, designou-se a cientificar-se de suas insatisfações e sugestões de serviços, atendimento, atuações, atividades extensivas prestadas; apurar a aceitação e reivindicações perante implantações de cobrança de ingressos, vendas de produtos, dentre outros meios de captação de recursos, e interesse contributivo para o seu desenvolvimento.

4.2.4 Coleta de dados dos Membros da Comunidade de Peirópolis

Na mesma conjuntura, aplicou-se questionário *online* ao grupo 04, isto é, aos membros

da comunidade local do Museu dos Dinossauros, situado no bairro urbano-rural Peirópolis. Tal questionário se encontra disponível em Apêndice D, cuja a aplicação também procedeu mediante *QR Code*, através de panfletos e cartazes expostos em murais pelo Museu e comércios da comunidade de Peirópolis, com ênfase em suas entradas e balcões de atendimento, viabilizando o fácil acesso dos membros dessa comunidade ao *link*: <https://forms.gle/fnzESH7ESXL1a5ENA>, conforme imagem abaixo.

Imagem 2 - Cartaz e Fôlder expostos aos membros da Comunidade de Peirópolis



Fonte: Nunes, 2022

Neste contexto de ampliar a acessibilidade, sob o auxílio e colaboração da Associação dos Amigos do Sítio Paleontológico de Peirópolis (AASPP), o referido *link* também foi enviado através de *whatsapp* aos membros desta comunidade, sob os respaldos da Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

E da mesma forma que aos visitantes, sob autorização institucional, também obteve a disponibilização de sala-laboratório do CCCP com apoio das mediadoras aos membros da comunidade local, para viabilizar o preenchimento do referido questionário *online* aos não digitais e aos que não possuíam fácil acesso à equipamentos tecnológicos de informação e *internet*, sob os respaldos dos protocolos de higienização Covid19.

No entanto, atingiu de forma aleatória apenas 25 (vinte e cinco) membros da comunidade local, cerca de 1/3 (um terço) de seus habitantes legalmente capazes no entorno do

Museu dos Dinossauros, quantitativo inferior ao necessário para um resultado mais preciso. Ressalta-se que este não foi atendido por este público em virtude de escolhas de foro íntimo.

Este questionário composto por 37 (trinta e sete) questões fechadas e 5 (cinco) abertas, teve por fim levantar informações e dados de seu público direto e indireto com fins de conhecê-lo em identificação por gênero, faixa etária e socioeconômica, através da obtenção de dados de idade, gênero, raça, estado civil, escolaridade, renda, ocupação ou profissão, e atuação comunitária.

Como, ainda, levantar dados de sua proximidade profissional, extensiva ou cultural com o Museu; do interesse das crianças e adolescentes em se manter na comunidade; da prática de recomendações de visita e divulgação do Museu aos turistas.

E, ainda neste quadro, propôs se a levantar dados que apresente ao Museu da UFTM os gostos culturais, de lazer e recreação de sua comunidade, inclusive cientificar-se de suas insatisfações e sugestões de serviços, atendimento, atuações, atividades extensivas prestadas; apurar sugestões perante implantações de cobrança de ingressos, vendas de produtos, locação de espaços, oferta de cursos, dentre outras formas de captação de recursos, e o interesse contributivo para o seu desenvolvimento.

4.3 ANÁLISE DE DADOS

As análises aplicadas aos dados coletados consistiram em estatística descritiva e de conteúdo. A análise estatística descritiva se caracteriza pela organização, análise e apresentação dos dados (REIS; REIS, 2002).

A sua característica de organização se perfaz desde o início da pesquisa, por ser o método que se aplica desde o gerenciamento da coleta de dados através da observação de amostra ou aplicação de questionário, sendo este último exemplo o meio aplicado a este estudo para a coleta de dados mediante *Google Forms*.

Em continuidade a esta característica, atua organizando os dados reais coletados, ordenando e tratando de forma homogênea, possibilitando a formação de suas respectivas bases de dados. E, consecutivamente, organizando mormente a extensa quantidade de dados, consistindo em resumir seus valores individuais, de modo a reduzi-los através da formação de tabulações que consistem em quadros esquemáticos dispendo suas medidas sintetizadas em porcentagens, índices e médias.

Por fim, em complementação a apresentação dos dados, também, utiliza-se de representações resumidas dos dados estatísticos para uma melhor visualização destes, como quadro esquemáticos, tabelas, gráficos, mapas, que podem ser realizados com facilidade sob o auxílio de *software*, como no caso deste trabalho que se utilizou do *Excel*.

Salientando, que para o procedimento destas caracterizações supradescritas nesta pesquisa utilizou-se do *software Excel* para tais resultados, conforme esquematizado no quadro 2. Facilitando, assim, a sua compreensão, e conseqüentemente a sua análise e descrição.

Diante do exposto, a análise estatística descritiva visa descrever o que de fato acontece de forma sintetizada através de demonstrações resumidas e visuais que facilitam a interpretação e compreensão desses dados estatísticos. Ideal para este projeto que possui elevada quantidade de dados.

Complementando esta análise estatística descritiva, foi procedida a análise de conteúdo por ser o método utilizado para analisar dados coletados de uma pesquisa qualitativa, através das respostas dispostas pelos participantes às questões abertas, sob uma perspectiva quantitativa, analisando numericamente a frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências num texto.

É uma técnica de investigação que tem por finalidade obter por procedimentos objetivos e sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2016, p. 48).

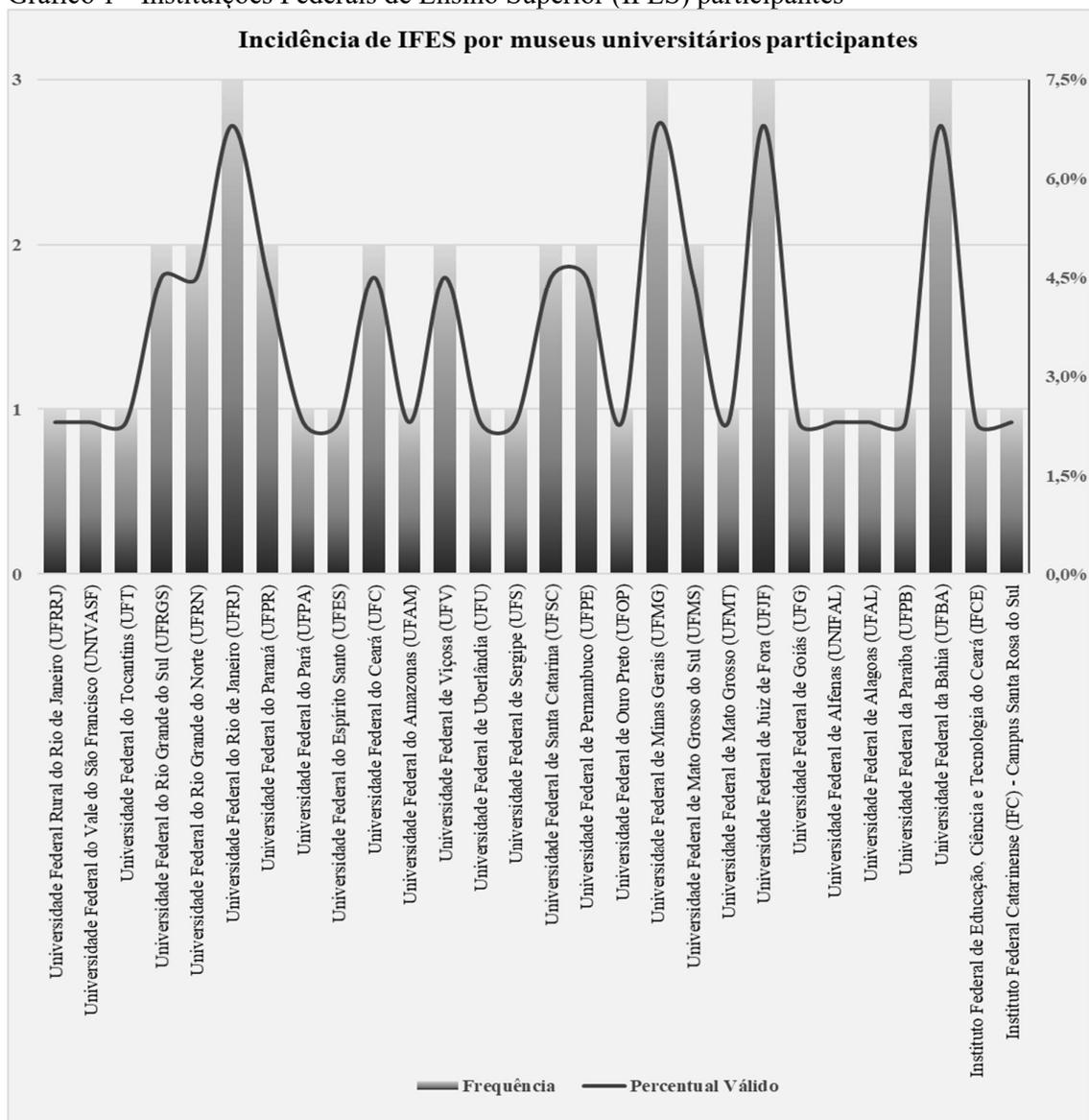
Dispondo, conforme quadro 2, que esta análise de conteúdo foi facilitada pelo gerenciamento e organização do *Google Forms*, dando base a sua ordenação e quantificação sob o auxílio do *Excel*.

Contudo, tais análises supracitadas foram aplicadas às bases de dados coletadas dos 4 (quatro) grupos participantes elencados no tópico Procedimento de Coleta de Dados, em conformidade com o quadro 3, sob o auxílio dos *softwares* supramencionados, seccionando-se para um melhor entendimento nas subseções seguintes.

4.3.1 Análise e Discussão de dados dos Museus Universitários Federais

Diante da base de dados obtida através do grupo 01, ou seja, dos museus universitários federais, formou-se a tabulação disposta no Apêndice E, pertinente ao referido grupo, possibilitando a sua respectiva análise e discussão dos dados conforme a seguir.

Gráfico 1 - Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) participantes



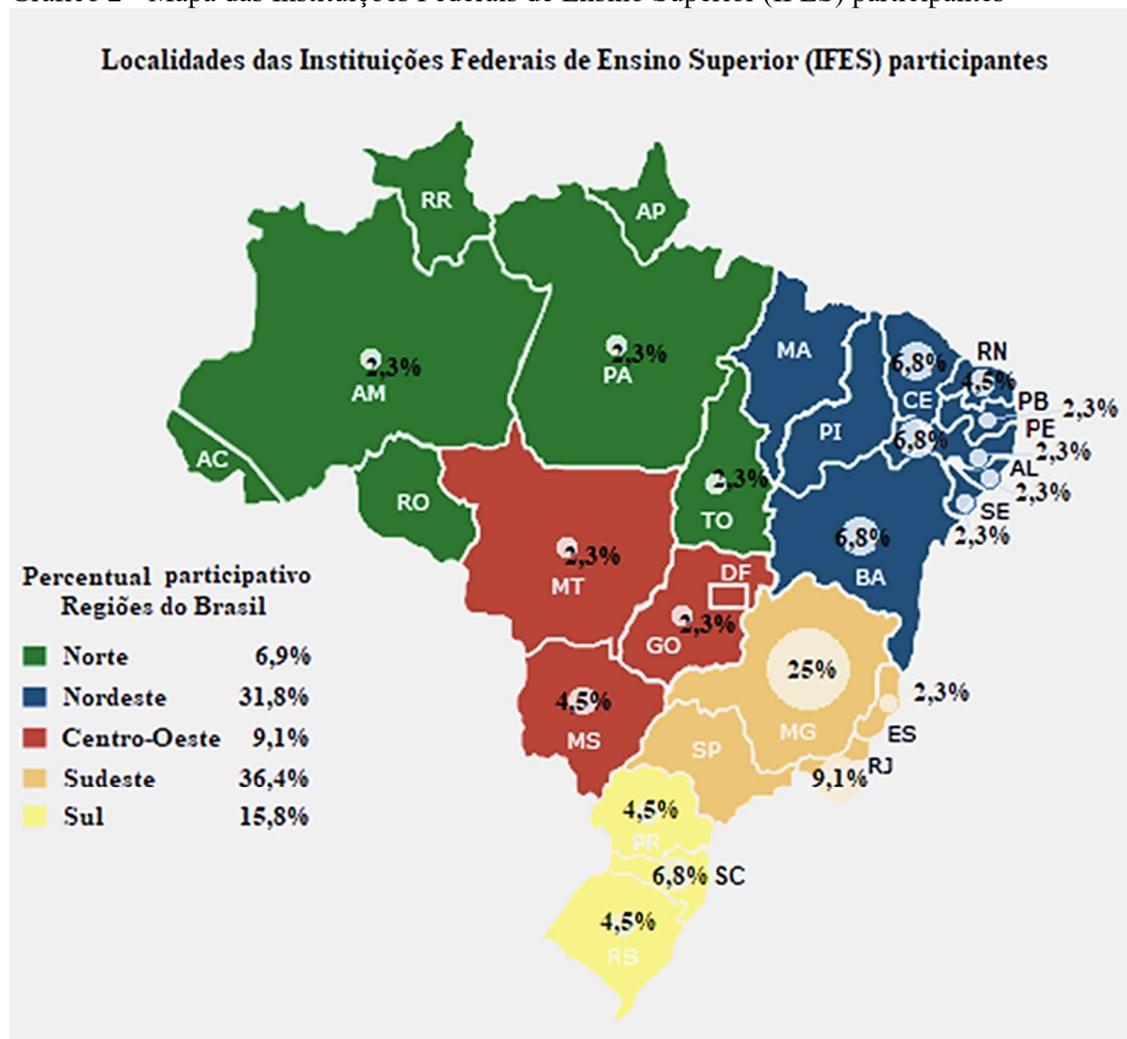
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Primeiramente, verifica-se a participação de 44 (quarenta e quatro) museus universitários, que de acordo com o gráfico 1 acima, culminaram na contribuição a esta pesquisa de 28 (vinte e oito) Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) esparsas pelo Brasil, conforme gráfico 2 abaixo.

De acordo com o gráfico 1, corroborando com maior participação de museus no importe de 6,8% provindos das Universidades Federais da Bahia (UFBA), de Juiz de Fora (UFJF), de Minas Gerais (UFMG) e do Rio de Janeiro (UFRJ). Sequente no percentual de 4,5% a participação das Universidades Federais de Mato Grosso do Sul (UFMS), de Pernambuco (UFPE), de Santa Catarina (UFSC), de Viçosa (UFV), do Ceará (UFC), do Paraná (UFPR), do

Rio Grande do Norte (UFRN) e do Rio Grande do Sul (UFRGS). E, por fim, com participação de museus universitários em 2,3% dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense (IFC) e do Ceará (IFCE), e das Universidades Federais da Paraíba (UFPB), de Alagoas (UFAL), de Alfenas (UNIFAL), de Goiás (UFG), de Mato Grosso (UFMT), de Ouro Preto (UFOP), de Sergipe (UFS), de Uberlândia (UFU), do Amazonas (UFAM), do Espírito Santo (UFES), do Pará (UFPA), do Tocantins (UFT), do Vale do São Francisco (UNIVASF) e Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

Gráfico 2 - Mapa das Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) participantes

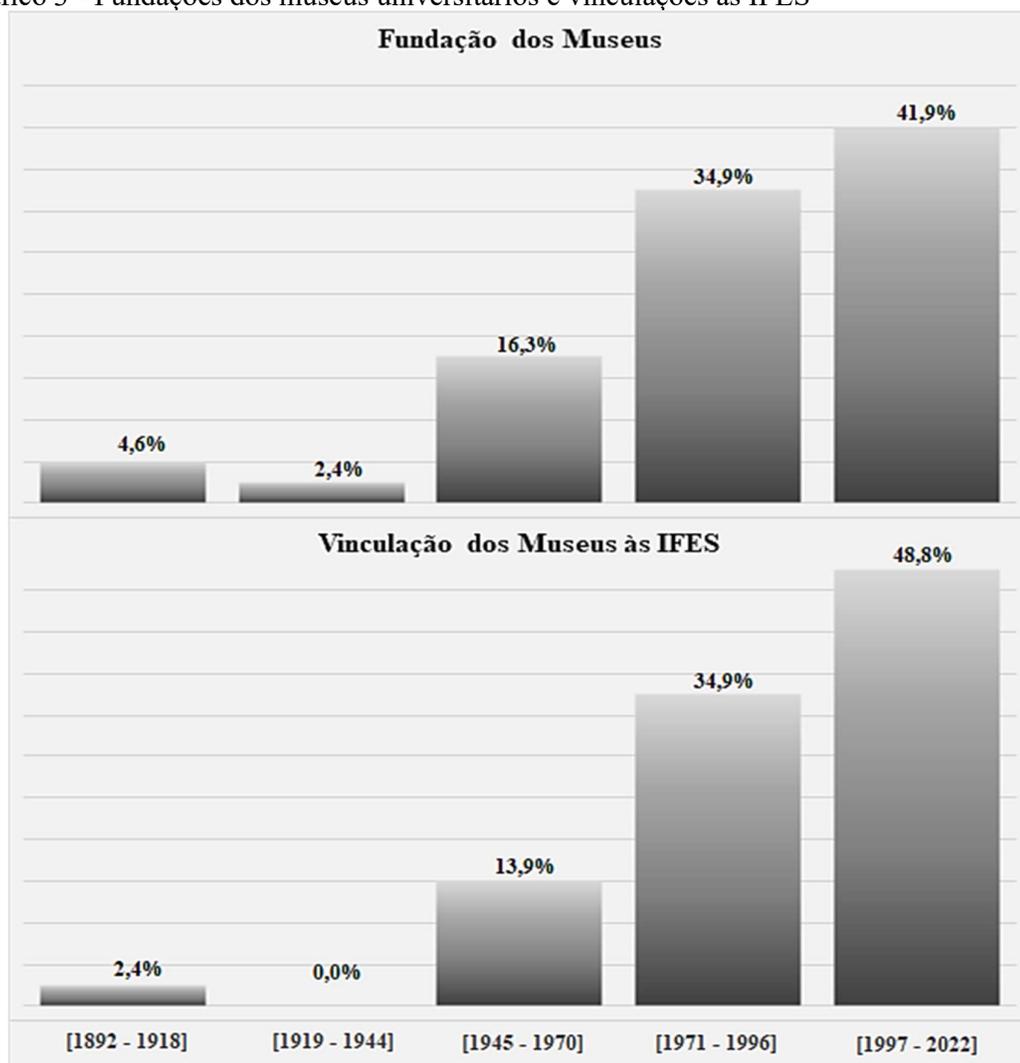


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

E, verifica-se no gráfico 2 que as IFES integram em maioria a região sudeste com 36,4% das participações, provindas de 25% do Estado de Minas Gerais, de 9,1% do Rio de Janeiro, e de 2,3% do Espírito Santo. Seguido da região nordeste com 31,8% das participações, oriundas de 6,8% no mesmo importe da Bahia, do Ceará e de Pernambuco, de 4,5% do Rio Grande do

Norte, e de 2,3% no mesmo percentual de Alagoas, da Paraíba e de Sergipe. Consecutivo da região sul com 15,8% das participações, formada de 6,8% de Santa Catarina, e no mesmo percentual de 4,5% do Paraná e do Rio Grande do Sul. Sequente da participação da região centro-oeste com 9,1% das participações, composta de 4,5% de Mato Grosso do Sul, e no mesmo importe percentual de 2,3% de Goiás e de Mato Grosso. E, subsequente da região norte com 6,9% das participações no mesmo referencial de 2,3% da Amazônia, do Pará e do Tocantins.

Gráfico 3 - Fundações dos museus universitários e vinculações às IFES



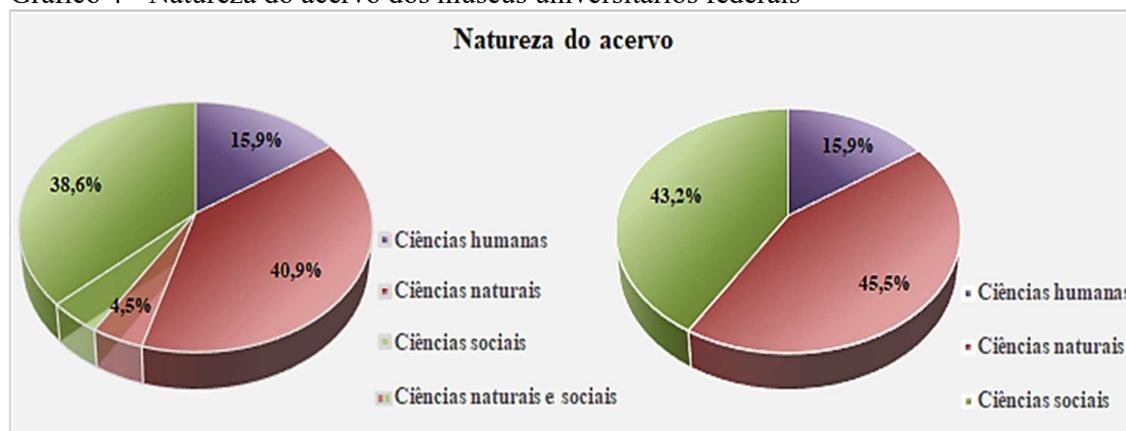
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Dos museus federais participantes, apurou-se dados pertinentes a suas fundações e vinculações a estas IFES supracitadas dispostas por 97,7% desses museus, que de acordo com o gráfico 3 acima, verifica-se que iniciaram seu processo de fundações e vinculações às IFES

na última década do século XIX, precisamente em 1892 com 4,6% de fundações e 2,4% de vinculações a IFES até 1918, com medidas procedências de apenas 2,4% de ocorrência de fundações dentre 1918 a 1944. Verifica-se, ainda, que passa a apresentar impulso com moderadas ocorrências dentre 1944 a 1970 no referencial de 16,3% de fundações e de 13,9% de vinculações, seguida de progressivas adesões dentre 1970 a 1996 com 34,9% de fundações e vinculações, e expressivo crescimento dentre 1996 a 2022 de 41,9% de fundações e 48,8% de vinculações às IFES.

Neste contexto identificatório dos museus universitários, verifica-se quanto à natureza de acervo, disposta no gráfico 4 a seguir, que consistem em 45,5% de ciências naturais, em 43,2% de ciências sociais, sendo que 4,5% dentre estas dispõem de natureza de acervo mista em ciências naturais e sociais, e por fim em 15,9% de ciências humanas.

Gráfico 4 - Natureza do acervo dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

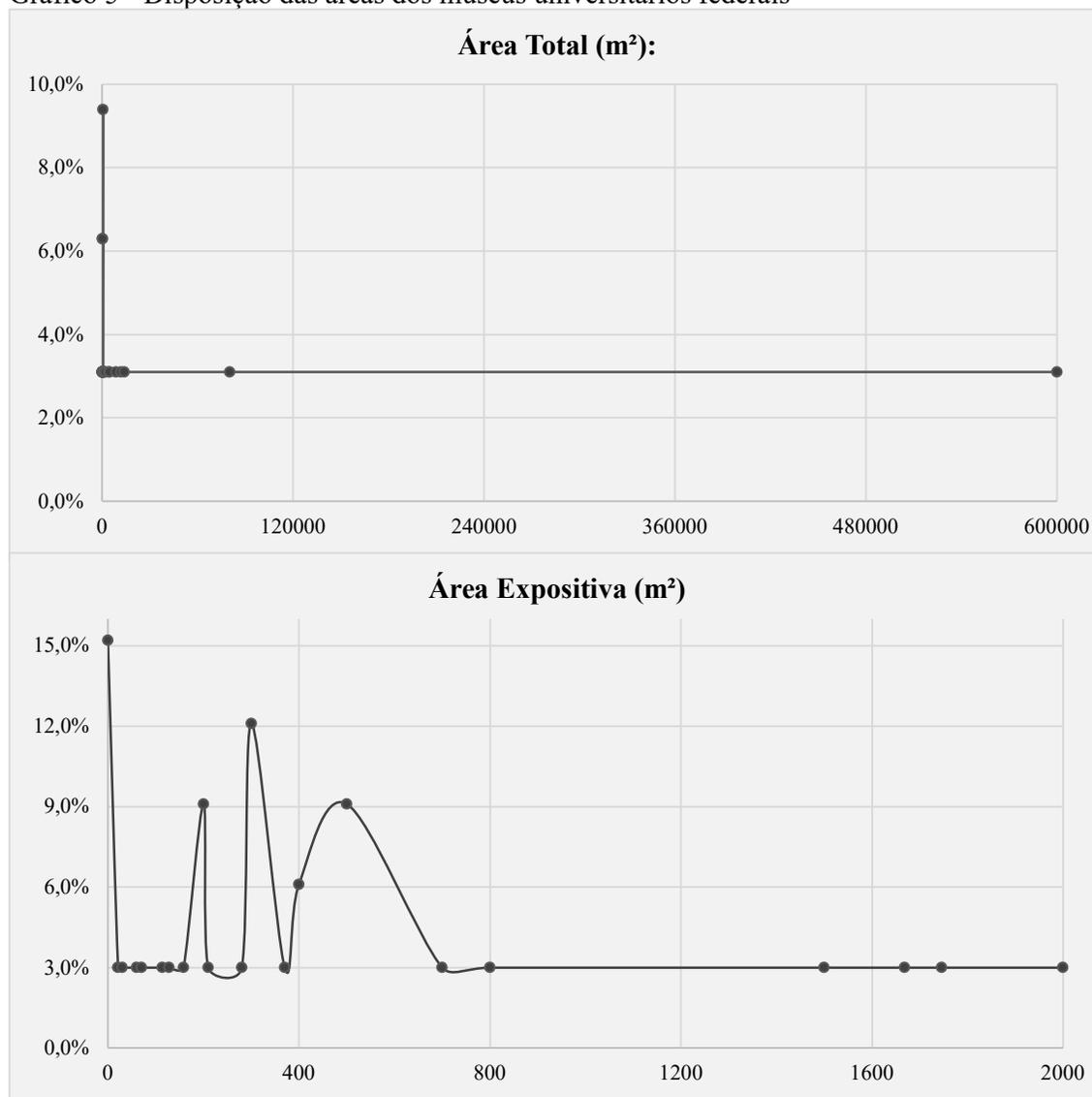
E no âmbito das ciências naturais, confere-se a participação de 3 (três) museus sob a temática paleontológica, equivalente a 6,8% dos participantes e a 60% dos registrados de acordo com o Relatório da Rede Nacional de Identificação de Museus (2020) com aplicação de temática similar ao Museu dos Dinossauros, pertinente ao grupo 02 com análise específica disposta em tópico seguinte.

Apurou-se dos museus participantes que 72,7% informaram sobre a sua área total e 75% sobre a sua área expositiva, ambas sob a unidade de medida em metros quadrados (m²), conforme valores informativos expostos no gráfico 5 abaixo.

Quanto às áreas totais desses museus universitários, verifica-se no gráfico 5, que vão de 10 a 600.000 m². Constatando que majoritariamente em 93,8% possuem área total menor que 20.000 m², ou seja, precisamente 71,9% possuem menos de 1.000 m²; 15,6% dentre 1.000 a

10.000 m²; 6,3% dentre 10.000 a 15.000 m². E, constatando que raramente em 6,2% possuem área total acima de 20.000 m², propriamente de 3,1% com área de 80.000 m² e com o mesmo percentual área de 600.000 m².

Gráfico 5 - Disposição das áreas dos museus universitários federais



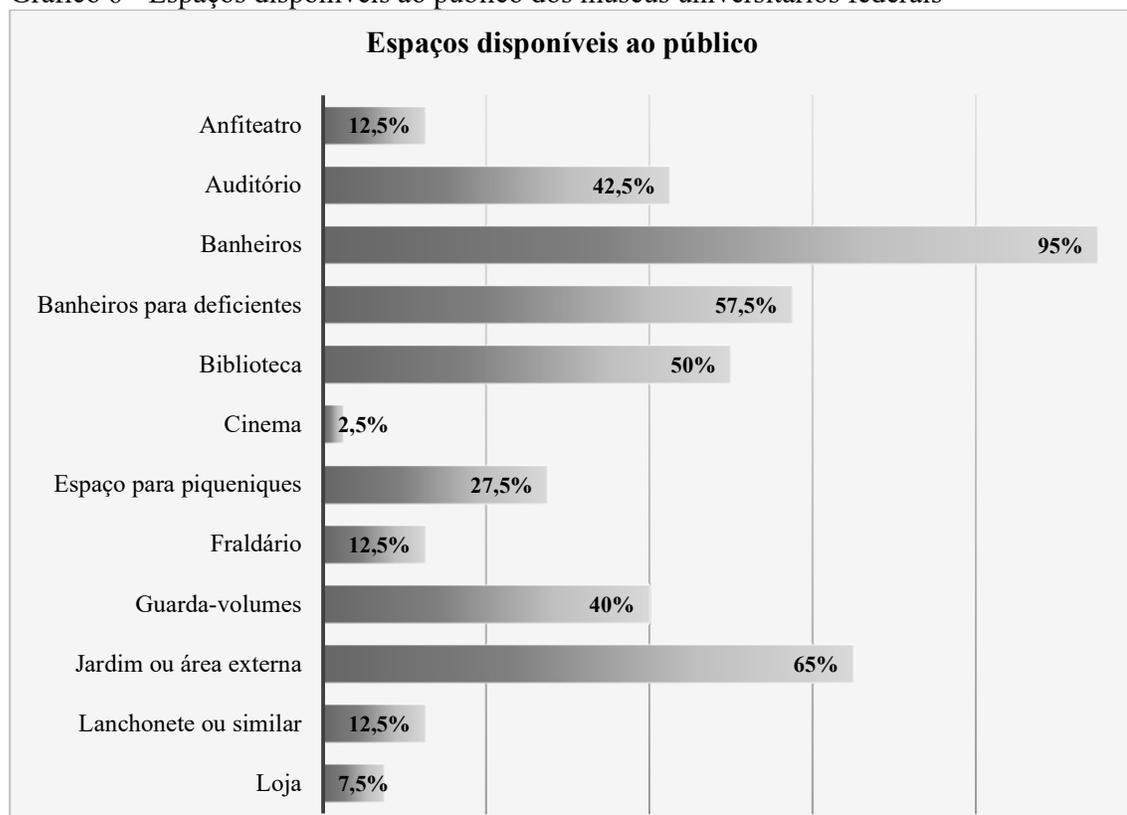
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

E, quanto a suas áreas expositivas, verifica-se que 66,6% possuem área expositiva de até 500 m², dimensões circunscritas para exposições de determinadas temáticas, face a 18,2% dentre 500 a 2.000 m². Por outro lado, percebe-se fração de 15,2% desses museus que não possuem área expositiva física, dando vigência à atuação das exposições virtuais.

Dos museus federais participantes, constatou-se que 90,9% informaram sobre seus espaços, conforme valores informativos dispostos no gráfico 6 a seguir.

No gráfico 6, verifica-se quanto aos espaços disponibilizados que provêm de atendimento sanitário e bem estar ao público visitante com 95% destes institutos culturais dispo de banheiros, inclusive com 57,5% adequados à deficientes e uma reduzida parcela de 12,5% com fraldário. Seguido, verifica-se que em 65% dos museus informantes dispõe de jardins ou área externa, viabilizando passeios ao ar livre, em contato com a natureza, inclusive em 27,5% proporciona áreas de piquenique.

Gráfico 6 - Espaços disponíveis ao público dos museus universitários federais

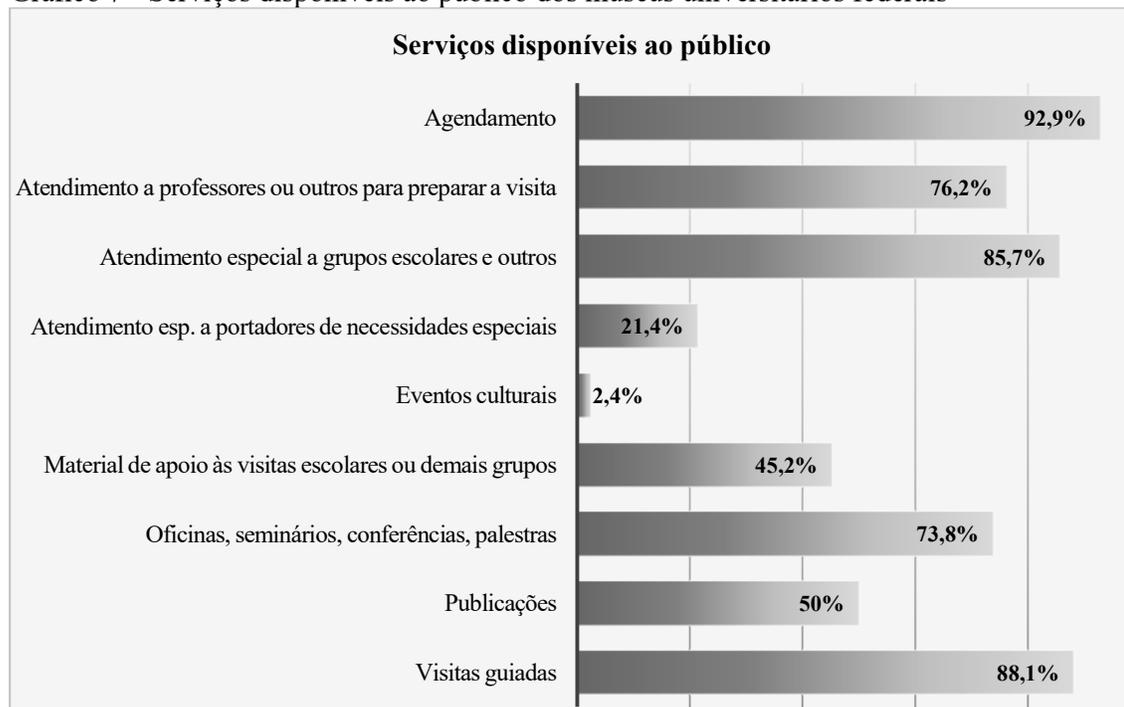


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Em continuidade à disponibilização dos espaços, verifica-se que em 50% desses museus disponibilizam biblioteca, viabilizando o conhecimento científico e histórico cultural de seus acervos. Sequente, verifica-se em 42,5% que dispõe de auditório, viabilizando palestras, eventos e atividades interativas ao público. Subsequente, verifica-se em 40% que concede guarda-volumes, viabilizando o conforto e segurança de seu público, e consequente do acervo. E, ainda, verifica-se que oferecem espaços culturais, por meio de anfiteatros em 12,5% e cinemas em 2,5%, e espaços comerciais, através de lanchonetes em 12,5% e loja em 2,5% desses museus.

Constatou-se também dos museus federais participantes que 95,5% informaram quanto aos seus serviços disponibilizados ao público, conforme valores referendados no gráfico 7 abaixo.

Gráfico 7 - Serviços disponíveis ao público dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Quanto aos serviços disponibilizados, também se verifica no gráfico 7 que 92,9% desses museus trabalham com agendamento, inclusive proporcionando atendimento especial em 85,7% direcionados à grupos escolares ou excursões de outros gêneros, em 76,2% direcionados à professores ou outros responsáveis com fins de preparar a visita a ser prestada, e em 21,4% direcionados à portadores de necessidades especiais. Em sequência, verifica-se que esses institutos asseguram em 88,1% serviços de visitas guiadas, viabilizando maior interatividade do visitante ao museu e seu acervo, e consequentemente aumentando o seu conhecimento científico e cultural sob as respectivas temáticas abordadas, inclusive oferecendo em 45,2% desses institutos culturais material de apoio às visitas escolares e demais grupos. Em subsequência, verifica-se em 73,8% desses museus que concedem oficinas, seminários, conferências, palestras, dentre outras ações educativas. E, ainda, verifica-se em 50% desses museus que disponibilizam publicações, e em 2,4% que oferecem eventos culturais.

No contexto dos serviços praticados pelos museus participantes, observou-se que 95,5% divulgam o seu espaço e acervo, viabilizando a expansão de seu reconhecimento patrimonial cultural e científico através de meios referenciados no gráfico 8 a seguir.

Gráfico 8 - Meios de divulgação aplicados pelos museus universitários federais

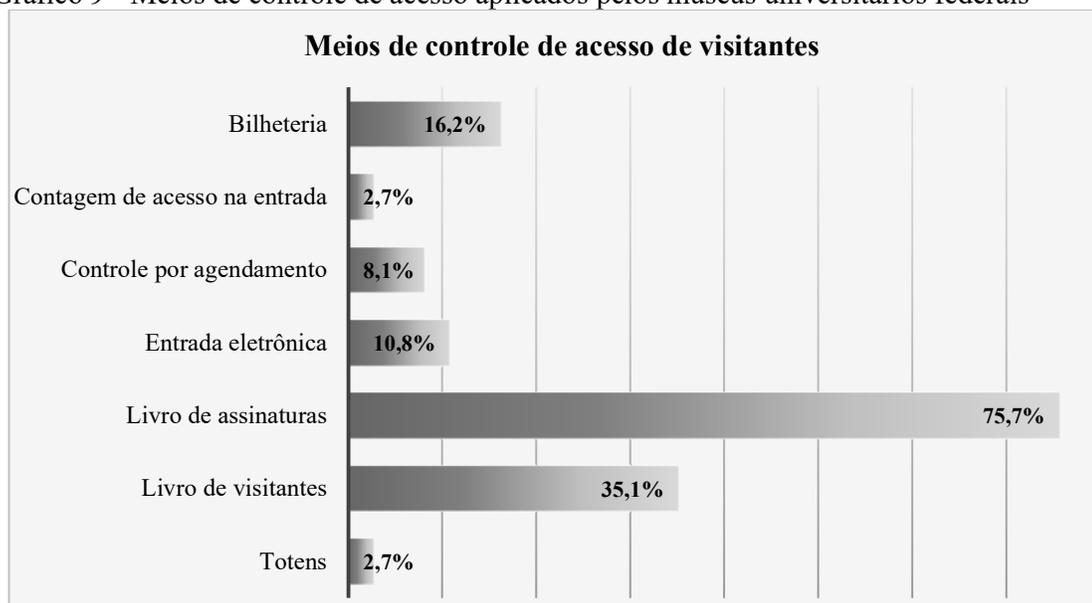


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se no gráfico 8, que 97,6% divulgam os museus sob o apoio das redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, e inclusive constata-se que em 31% utilizam-se de *hashtags* e 4,8% de audiência customizada nestas redes, as quais viabilizam o direcionamento respectivamente de assuntos e de anúncios para encontrar seus públicos. Seguido, verifica-se que em 33,3% dos museus praticam a interatividade mediante apresentação de áudios, vídeos, imagens pertinentes ao museu, seu acervo e suas ações de ensino, científicas e/ou extensivas, e que em 28,6% praticam campanhas de divulgação através de e-mails, SMS e *whatsapp*. Consecutivo, verifica-se em 11,9% dos museus que possuem site institucional do museu na finalidade de apresentar suas atuações e promover seu acervo e ações, e que em 2,4% se utilizam de apoio profissional por meio de agência de publicidade.

No sentido, averiguou-se que 84,1% fazem controle de acesso de visitantes, viabilizando adequado atendimento e reconhecimento de seu público, pelos meios elencados no gráfico 9 abaixo. Neste, verifica-se em 75,7% dos museus informantes que se utilizam de livro de assinatura para realizar o controle de acesso de visitantes, e em 35,1% se utilizam de livro de visitantes perfazendo o registro do quantitativo de acessos. Verifica-se que outros se beneficiam de apoio estrutural, validando 16,2% através de bilheteria, 10,8% mediante entrada eletrônica, e 2,7% por meio de totens. E, verifica-se que em alguns desses institutos culturais se utilizam de contagem operacional, precisando 8,1% por acesso na entrada e 2,7% por agendamento.

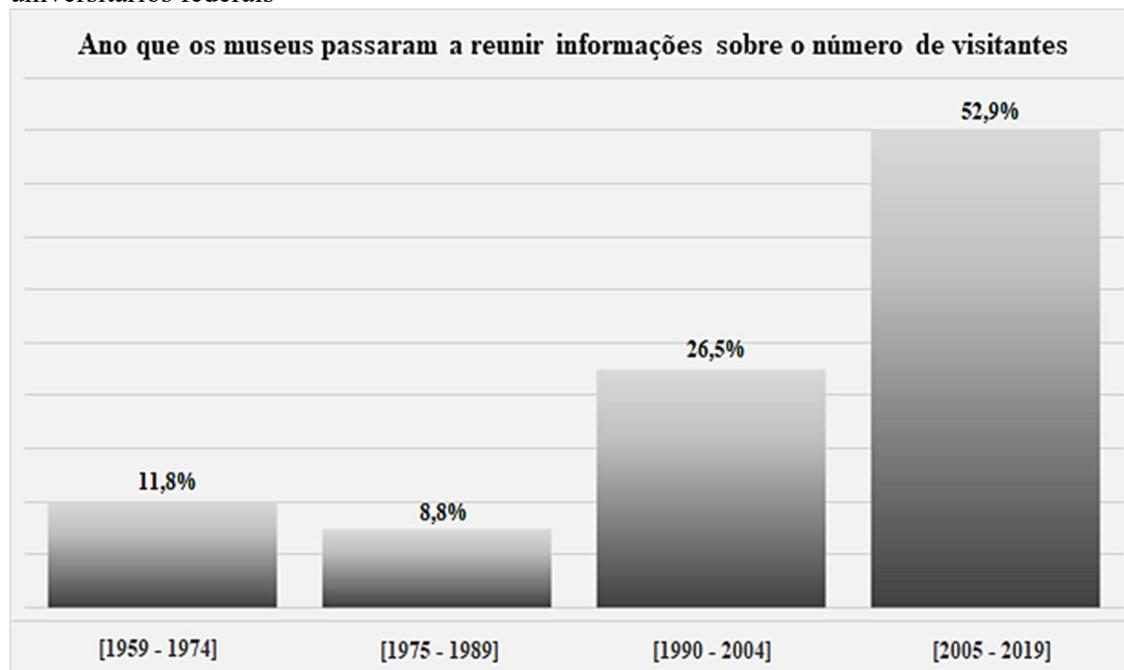
Gráfico 9 - Meios de controle de acesso aplicados pelos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No contexto dos museus que realizam controle de acesso de visitantes, constatou-se que 91,9% inteiraram quando passaram a reunir informações sobre o quantitativo de visitantes, e o mesmo percentual que realizam a estimativa de visitantes por ano (v/a), respectivamente conforme gráficos 10 e 11, ambos dispostos abaixo.

Gráfico 10 - Início da reunião de dados sobre o quantitativo de visitantes pelos museus universitários federais



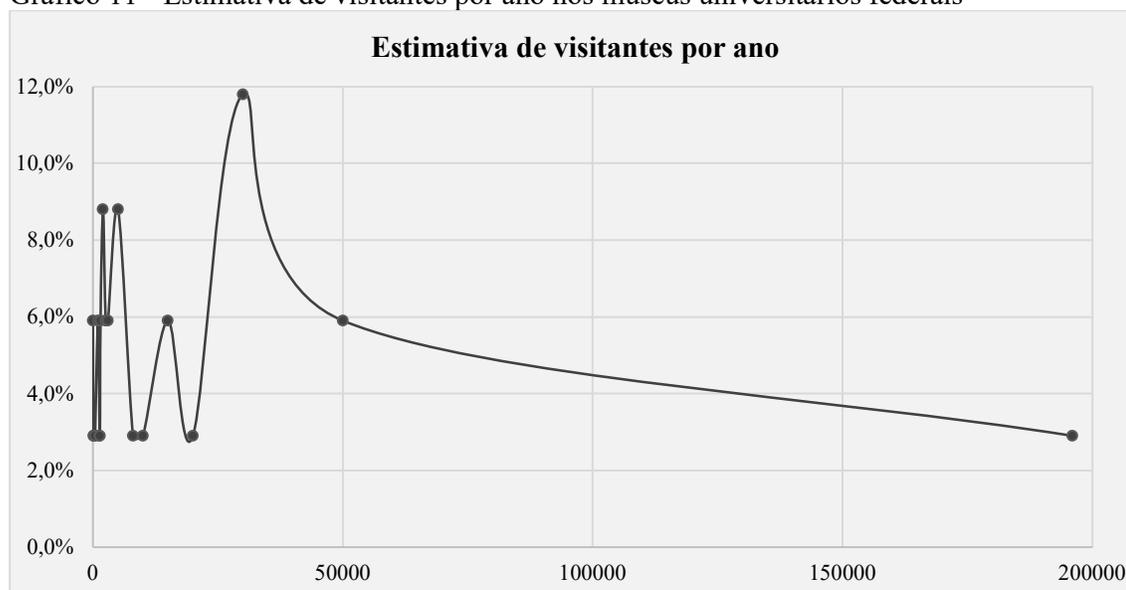
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No gráfico 10 acima, verifica-se que iniciaram seus informes sobre acesso no importe de 11,8% dentre 1959 a 1974 e 8,8% dentre 1974 a 1989, com moderada atuação até a década de 90, donde verifica-se que passou a ter maior prática com 26,5% dentre 1989 a 2004, e crescimento expressivo após os anos 2000 com adesão de 52,9% dentre 2004 a 2019.

Atendo-se ao gráfico 10 em conferência com o gráfico 3, pertinente às fundações dos museus universitários participantes e suas vinculações às IFES, percebe-se que a maioria passou a reunir informações sobre o número de visitantes concomitantes com as suas fundações ou poucos anos consecutivos a estas.

Verifica-se no gráfico 11, a estimativa de visitantes por ano (v/a) de 0 a menos de 200.000, onde 70,6% desses museus apresentam estimativa abaixo de 10.000 v/a, propriamente 17,6% inferior a 500 v/a, 32,4% dentre 1.000 a 2.500 v/a, 14,7% dentre 2.500 a 5.000 v/a, e 5,9% dentre 5.000 a 10.000 v/a. Enquanto, verifica-se que 8,8% desses institutos culturais apresentam estimativa dentre 10.000 a 25.000 v/a, 17,7% dentre 25.000 a 50.000 v/a, e 2,9% de 196.000 v/a destacando consideravelmente aos demais.

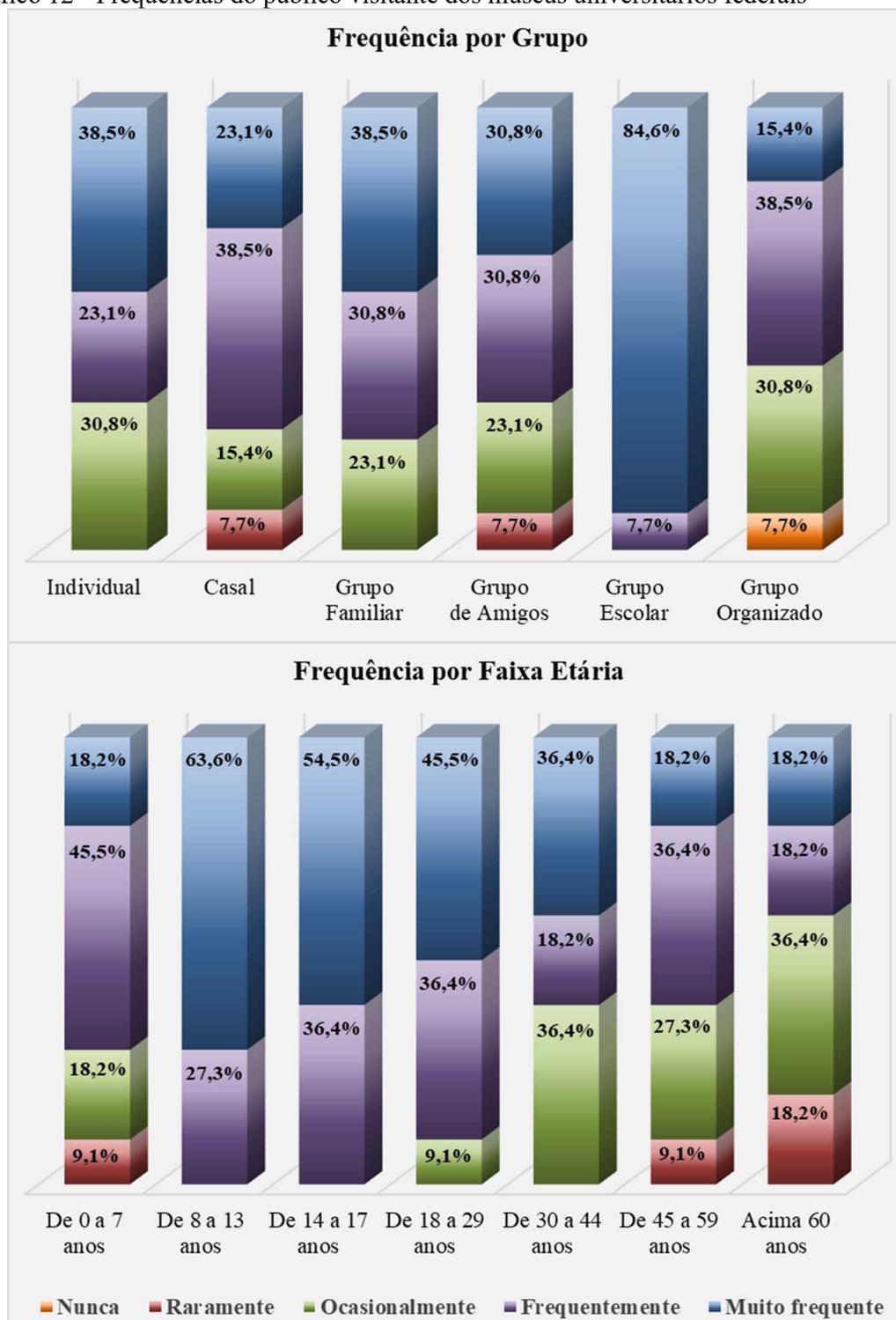
Gráfico 11 - Estimativa de visitantes por ano nos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Como disposto, apurou-se desses 91,9% museus praticantes de estimativa por acesso de visitantes por ano (v/a) que aprofundaram seu controle mediante aplicação de estimativa de frequência de público que facilita o seu mapeamento e rotinas organizacionais, além de indicar atividades e ações correspondentes para melhor atendimento destes, tendo 35,1% realizando por tipo de grupo e 29,7% efetuando por faixa etária, ora dispostas no gráfico 12 a seguir.

Gráfico 12 - Frequências do público visitante dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Neste quadro, quanto à frequência por tipo de grupo visitante, verifica-se no gráfico 12 que perdura elevada frequência por grupos escolares a estes museus com 84,6% muito frequente

e 7,7% frequente. Seguido por grupo de familiares com 38,5% muito frequente e 30,8% frequente, e por indivíduo com 38,5% muito frequente e 23,1% frequente. Em sequência por grupo de amigos com o mesmo percentual de 30,8% muito frequente e frequente, e por casal com 23,1% muito frequente e 38,5% frequente. E subsequente por grupo organizado (excursão) com 15,4% muito frequente e 38,5% frequente.

Verifica-se, também, frequência ocasional a estes museus de 30,8% por indivíduo e grupo organizado, de 23,1% por grupo de familiares e de amigos, e de 15,4% por casal. Por fim, verifica-se baixa frequência de 7,7% por casal e grupo de amigos, e nenhuma frequência de 7,7% por grupo organizado.

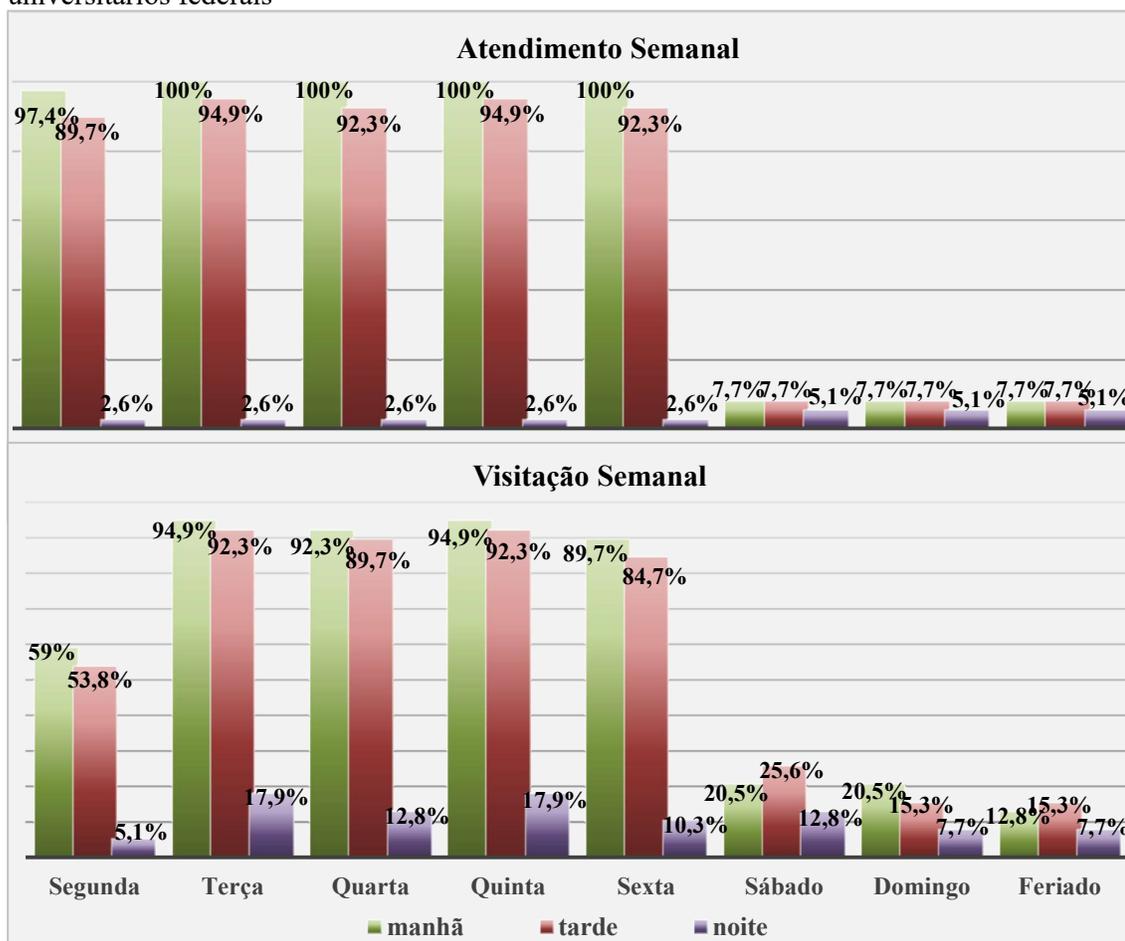
Verifica-se, ainda, no gráfico 12, sobre a frequência por faixa etária do visitante, que procede expressiva frequência por visitantes dentre 8 a 13 anos a estes museus precisamente de 63,6% muito frequente e 27,3% frequente, dentre 14 a 17 anos no importe de 54,5% muito frequente e 36,4% frequente, sequente dentre 18 a 29 anos 45,5% muito frequente e 36,4% frequente, subsequente dentre 0 a 7 anos com 18,2% muito frequente e 45,5% frequente, seguido dentre 30 a 44 anos com 36,4% muito frequente e 18,2% frequente, dentre 45 a 59 anos com 18,2% muito frequente e 36,4% frequente, e por fim de 36,4% por visitantes acima de 60 anos. Como, ainda, verifica-se a frequência ocasional a estes museus de 36,4% por visitantes entre 30 a 44 anos e acima de 60 anos, de 27,3% entre 45 a 59 anos, de 18,2% entre 0 a 7 anos, e de 9,1% entre 18 a 29 anos. Por fim, verifica-se baixa frequência no importe de 18,2% por visitantes acima de 60 anos, e de 9,1% entre 0 a 7 anos e entre 45 a 59 anos.

Ainda, no contexto dos serviços praticados pelos museus participantes, 88,6% destes informaram sobre a prestação de atendimento administrativo e períodos abertos de visitação semanal em conformidade com o gráfico 13 a seguir, e 97,7% destes informaram no âmbito mensal, conforme disposto no gráfico 14 abaixo.

Verifica-se no gráfico 13, quanto ao atendimento administrativo semanal dos museus informantes, que atuam no período matutino em 97,4% às segundas-feiras, em 100% das terças às sextas-feiras, e em 7,7% aos finais de semana (sábados e domingos) e feriados; no período vespertino em 89,7% às segundas-feiras, em 94,9% às terças e quintas-feiras, em 92,3% às quartas e sextas-feiras, e em 7,7% aos finais de semana e feriados; e por fim no período noturno em 2,6% das segunda às sextas-feiras e em 5,1% aos finais de semana e feriados.

Constata-se que o atendimento administrativo dos museus universitários federais prepondera nos dias úteis em seus períodos matutino e vespertino, todavia irrisório no período noturno. Entretanto, repara-se escassa disponibilidade de atendimento aos finais de semana e feriados em todos os períodos.

Gráfico 13 - Período de atendimento administrativo e visitação semanal dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Quanto aos períodos de visitação desses museus informantes, verifica-se de acordo com o gráfico 13, que semanalmente encontram-se abertos no período matutino em 59% destes institutos às segundas-feiras, em 94,9% às terças e quintas-feiras, em 92,3% às quartas-feiras, em 89,7% às sextas-feiras, em 20,5% aos finais de semana (sábados e domingos), e em 12,5% aos feriados; no período vespertino em 53,8% destes museus às segundas-feiras, em 92,3% às terças e quintas-feiras, em 89,7% às quartas-feiras, em 84,7% às sextas-feiras, em 25,5% aos sábados, e em 15,3% aos domingos e feriados; e por fim no período noturno em 5,1% destes museus universitários às segundas-feiras, em 17,9% às terças e quintas-feiras, em 12,8% às quartas-feiras e aos sábados, em 10,3% às sextas-feiras, e em 7,7% aos domingos e feriados.

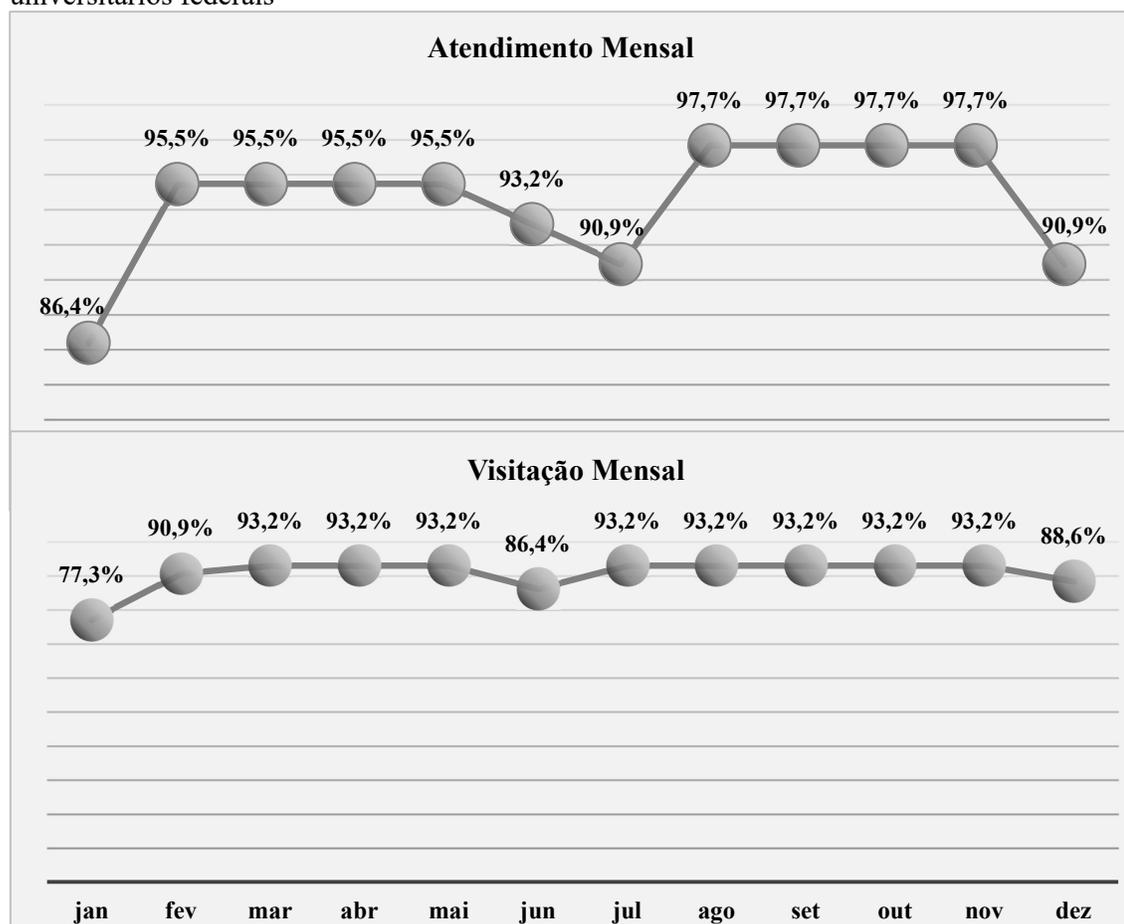
Observa-se que os museus universitários federais prevalecem a abertura para visitação de terças a sextas-feiras, apresentando significativa redução de disponibilidade destes institutos às segundas-feiras, e modestas aberturas por estes museus participantes aos finais de semana e

feriados. E, ainda, percebe-se baixa adesão destes institutos em disponibilizar a visitação no período noturno em todos os dias.

Neste parâmetro, no gráfico 14 a seguir, verifica-se a frequência mensal do atendimento administrativo ao público que possui maior incidência e constância linear de fevereiro a maio e de agosto a novembro, respectivamente, com atuação de 95,5% e 97,7% dos museus informantes, com pequeno declínio nos demais meses, tendo em janeiro incidência de atuação em 86,4%, em junho com 93,2%, e em julho e dezembro com 90,9% de atendimentos.

Quanto aos períodos abertos à visitação mensal, verifica-se no gráfico 14 que possui maior incidência e constância linear de março a maio e de julho a novembro em exposição de 93,2% dos museus informantes, com pequena queda nos demais meses, tendo em janeiro incidência de exposição aos visitantes em 77,4%, em junho com 86,4%, e em dezembro com 88,6% disponível aos visitantes.

Gráfico 14 - Período de atendimento administrativo e visitação mensal dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Por fim, neste contexto de serviços disponibilizados, inferiu-se que 47,7% dos museus participantes relataram que aplicam algum método de captação de recursos financeiros para auxiliar na sustentabilidade do museu. E, ainda, apurou-se que 95,2% destes expuseram os seus métodos praticados, conforme gráfico 15 a seguir.

Gráfico 15 - Métodos de captação de recursos financeiros utilizados em auxílio à sustentabilidade dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

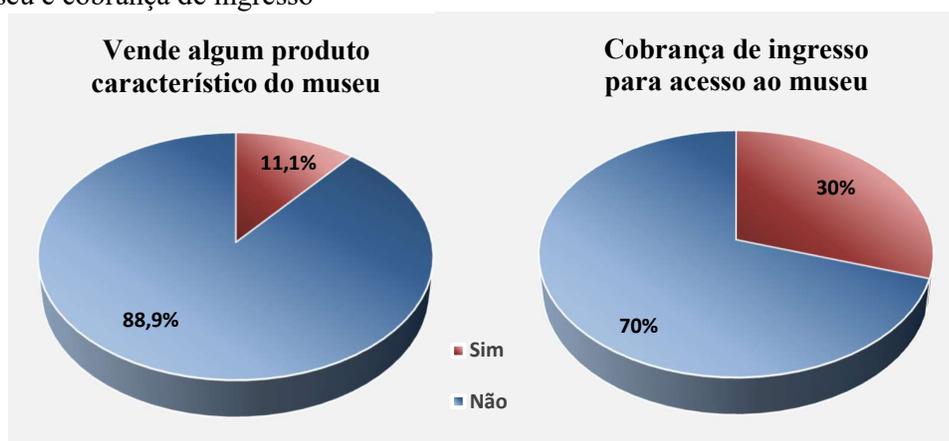
No gráfico 15, verifica-se que pouco menos da metade dos museus participantes se utilizam de outras fontes de recursos para agregar a sua sustentabilidade, cuja maior fonte de captação se perfaz através dos agentes de fomento atingindo até 75% de fomento federal, seguido de 60% de estadual, de 10% tanto institucional como de municipal, e de 5% de agentes privados. Sequente, constata-se que utilizam de outros formatos de captação de recursos por meios comerciais, como a cobrança de ingressos com incidência de 30%, a locação temporária de espaço para eventos em 20%, e vendas de produtos como livros, revistas e afins em 15%, e a prestação de serviços pela IFES. Subsequente concebe-se donativos, através de arrecadação

de doações de acervo em 15% e de patrimônio em 5%, dentre outros em menor aplicação como apoios de prestações de serviços voluntárias em 10%, de institucionais através de recursos orçamentários providos da Secretaria da Educação Municipal em 5%, e de não institucionais em 5%.

Percebe-se que as fontes de captação de recursos supra aplicadas se amoldam no disposto pelos pesquisadores nos museus universitários internacionais, ao mesmo induz-se que estes institutos culturais, embora modestos, estão se transitando em busca de contribuições para continuarem suas manutenções e desenvolvimento em prol de seus legados.

No contexto dos 47,7% museus que aplicam algum método de captação de recursos financeiros, apurou-se dentre estes que 85,7% museus relataram sobre a prática de venda de algum produto que caracteriza o museu e de cobrança para o seu acesso, conforme gráfico 16 a seguir.

Gráfico 16 - Captação de recursos financeiros praticados por venda de produto característico do museu e cobrança de ingresso



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Constatando-se, no gráfico 16 acima, que em 11,1% dos museus que aplicam algum método de captação de recursos, realizam a comercialização de produtos que caracterizam o museu, e reafirma o disposto no gráfico anterior de que 30% destes institutos aplicam a cobrança de ingresso para o seu acesso, observando-se expansão na adesão destes institutos à taxa de acesso, em comparação aos 8,4% relatados pela Rede Nacional de Identificação de Museus (2020).

Neste quadro, estes 30% de museus universitários federais que cobram ingresso, informaram os valores taxados a acesso inteira, cuja média aferida dos valores cobrados fica no importe de R\$ 11,34 (onze reais, e trinta e cinco centavos), conforme tabela 1 a seguir.

Tabela 1 - Valor cobrado (inteira) pelos museus universitários federais

Valor do ingresso (inteira)	Qtd. de Museu Cobrante	Aferimento
R\$ 16,00	1	R\$ 16,00
R\$ 12,00	1	R\$ 12,00
R\$ 10,00	4	R\$ 40,00
Total	6	R\$ 68,00
	Média	R\$ 11,34

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Nota: Valor do ingresso × Qtd. de Museu Cobrante = Aferimento

Total = somatória de respectivas colunas

Média = Total da somatória do Aferimento ÷ Total da somatória de Qtd. de Museu Cobrante

Neste contexto, averiguou-se dos 47,7% museus que aplicam captação de recursos, que 47,6% museus dentre estes elencaram os seus meios diretos de receberem e 61,9% os seus meios intermediários de receberem e/ou executarem os recursos financeiros arrecadados, conforme disposto no gráfico 17 abaixo.

Gráfico 17 - Meios diretos e intermediários utilizados para receber ou executar os recursos financeiros captados para auxiliar na sustentabilidade dos museus universitários federais



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Demonstrando, assim, com esta diferença percentual de aplicação dos meios, que maior parcela destes museus se utiliza mais de meios intermediários que de diretos para a efetividade de recursos arrecadados.

Verifica-se no gráfico 17, que 50% dos museus informantes se utilizam da GRU para receberem diretamente os recursos financeiros arrecadados por meios próprios, sequente de 30% de dinheiro em espécie, 20% de cartão de crédito e de PagTesouro, e os demais como boleto, cartão de débito e PIX em menor incidência com 10% de aplicação.

E, ainda, no gráfico 17 verifica-se que expressiva parte dos museus informantes se utilizam de entidades de apoio com incidência de 85% como meio intermediário para receber e/ou executar o recurso financeiro, regulamentadas desde 1994. Seguido com menor ocorrência no importe de 15% dos outros meios intermediários como cessão de uso de espaço, depósito em conta bancária do(a) pesquisador(a) ou responsável pelo projeto, e através de organização gestora de fundo que estão começando a serem constituídas.

Diante de todo o exposto, verifica-se que esta análise sobre os dados levantados dos museus universitários federais proporcionou o diagnóstico da situação destes, dispondo dados informativos de sua identidade, suas localidades, suas fundações e vinculações institucionais, como, ainda, dados pertinentes à natureza do acervo, às áreas, aos espaços e aos serviços disponibilizados por estes. Por fim, também dispôs dados informativos quanto aos métodos de captação de recursos, inclusive os seus meios diretos e intermediários de recebimento, execução e investimento, para auxiliar na sustentabilidade dos museus universitários federais.

Este diagnóstico dos museus universitários federais serve de parâmetro à identificação, à infraestrutura, ao funcionamento e ao econômico dos demais museus universitários federais. Como, ainda, possibilita promover a avaliação ao contexto do Museu dos Dinossauros.

Para tanto, procedeu-se a análise de dados específica ao contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, objeto de estudo de campo desta pesquisa, disposta nas subseções seguintes para melhor entendimento.

4.3.2 Análise e Discussão de dados do Museu dos Dinossauros

Da base de dados obtida através do grupo 02, responsáveis pela gestão e desenvolvimento do Museu dos Dinossauros da UFTM, gerou-se a tabulação disposta no Apêndice F, corroborando a sua análise e discussão de dados, e viabilizando a sua avaliação.

Desta tabulação, apurou-se especificamente junto à gestão dados informativos quanto a sua identificação, fundação, vinculação institucional, natureza de acervo, espaços e serviços

disponibilizados. E, levantou-se junto a todos os responsáveis pelo desenvolvimento deste Museu sugestões de implantação de métodos de captação de recursos financeiros em auxílio a sua sustentabilidade.

Neste quadro, de acordo com o disposto pela gestão do Museu dos Dinossauros, identificou-se que este instituto foi inaugurado em 17 de julho de 1992, e vinculado à Universidade Federal do Triângulo Mineiro em 1º de janeiro de 2010, cuja a natureza de seu acervo é de ciências naturais, com reconhecido destaque na temática paleontológica.

Diante desses dados informativos do Museu dos Dinossauros, em referência às situações levantadas das gestões dos museus universitários federais, confere-se que a sua fundação e o seu vínculo à instituição UFTM, embora não concomitante, procederam-se após a década de 90, em período de crescimento expressivo destas ocorrências a estes institutos culturais. E como a maioria em 25% dos participantes, ora vinculados a instituições mineiras, compõem-se à região sudeste.

Neste comparativo, observa-se que a natureza de seu acervo de ciências naturais é aplicada pela maioria em 45,5% dos museus universitários do grupo 01. E, no ramo das naturais, percebe-se a participação de 60% dos museus registrados no IBRAM sob a temática paleontológica, mesma temática do Museu dos Dinossauros que equivale a 20% dos registrados (REDE NACIONAL DE IDENTIFICAÇÃO DE MUSEUS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2020), contribuindo a sua avaliação.

Apurou-se junto a gestão que o Museu dos Dinossauros dispõe de área total no importe de 24.145,79 m², onde se encontra a sua área expositiva de 22.725,86 m², composta pelos prédios que formam ao todo 524,35 m² adicionado a 22.201,51 m² de jardim. Face a isto, aferiu-se que possui área total acima de 20.000 m², enquadrando-se nas excepcionais ocorrências quanto aos demais museus universitários donde apenas uma fração de 6,2% se encontram. E que dispõe de área expositiva vultuosa, significativamente acima de 2.000 m², ora aferidas aos museus participantes do grupo 01.

Apurou-se, ainda, com a gestão que o Museu da UFTM disponibiliza espaços, como banheiros com adaptação para deficientes e fraldário, auditório, jardim (área verde externa) dispendo de espaço para piqueniques, conforme significativa fração dos museus universitários. E destaca-se dos demais museus universitários participantes por disponibilizar em alguns casos específicos de alojamento, laboratórios e acesso à área de escavação.

No entanto, diante do diagnóstico dos museus universitários federais, repara-se que apesar da enorme área que o integra, difere de perceptível fração de 50% destes institutos culturais do grupo 01 ao não dispor de biblioteca viabilizando o armazenamento e exposição

de seu acervo literário infantil, histórico, científico e demais publicações, e de parcela de 40% por não possuir guarda-volumes viabilizando o conforto dos visitantes ao trafegar por determinados espaços do Museu, e conseqüente a segurança de seu acervo.

E, quanto aos serviços disponibilizados por este instituto, averiguou-se com a sua gestão que realizam agendamento, visitas guiadas, atendimento a professores e outros para preparar a visita, inclusive disponibilizando atendimento especial através de mediadores para grupos escolares e outros, como para portadores de necessidades especiais. Apurou-se, também, que realiza publicações, oficinas, seminários, conferências, palestras, eventos culturais, dentre outras ações educativas, científicas e extensivas. Inferindo que o Museu da UFTM atua de forma análoga aos demais museus universitários quanto aos serviços supracitados.

Dos dados informativos dispostos pela gestão do Museu dos Dinossauros, inferiu-se também que presta atendimento administrativo ao público nos períodos matutino e vespertino de segunda a sexta por todo o ano, e se encontra aberto aos visitantes nos períodos matutino e vespertino de terça a domingo e feriados durante todo o ano, e as segundas nos meses de janeiro e de julho para melhor atendimento aos períodos de férias escolares.

Concebe-se que o Museu dos Dinossauros corresponde ao praticado predominantemente pelos museus universitários federais do grupo 01, inclusive aberto para visitação aos finais de semana e feriado efetuado por uma minoria destes. Entretanto, averigua-se que o Museu da UFTM não estabelece atendimento administrativo aos finais de semana e feriados. Contudo, constatou-se que em ocorrência de situações adversas, a gestão e os membros da equipe responsável pelo desenvolvimento do Museu se prontificam para tais atendimentos mesmo extrapolando as suas horas. Inferindo, com isso, na insuficiência de recurso humano.

Neste quadro de serviços prestados, identificou-se que divulgam o Museu dos Dinossauros através de site institucional e das redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*. E, ainda praticam a interatividade mediante apresentação de áudios, vídeos, imagens pertinentes ao Museu, a seu acervo e as suas ações de ensino, pesquisa e extensão. Averigua-se com isto que o Museu dos Dinossauros atua correlato aos demais museus universitários federais, todavia não atua através da rede social *Twitter* aplica *hashtags* no site ou em suas redes sociais, como 31% dos museus comparados para viabilizar o direcionamento de assuntos pertinentes ao Museu e a suas ações.

Constatou-se, ainda, junto a gestão que reúne informações sobre o número de visitantes do Museu dos Dinossauros desde a sua inauguração em 1992, e que realiza o controle de acesso dos visitantes através de controle por agendamento e contagem operacional por acesso na

entrada, ambos praticados por pequena fração dos museus participantes utilizados respectivamente de 2,7% e de 8,1%, sob auxílio do livro de assinaturas, o qual é utilizado majoritariamente em 35,1% pelos museus do grupo 01. Entretanto, reparou-se que não efetuam estimativa mediante frequência de determinado público visitante.

Em complementação, a gestão do CCCP disponibilizou resumo do controle de acesso dos visitantes do Museu no ano de 2022 conforme quadro 4 abaixo, contabilizando público acima de 90.000 (noventa mil) sob a ressalva que o seu funcionamento permaneceu suspenso até março de 2022 por razão da pandemia Covid19.

Quadro 4 - Resumo do controle de acesso de visitantes do Museu dos Dinossauros do ano de 2022

2022	Agendamento de Visitas		Contagem operacional	
Mês	Instituições de Ensino			Total de Visitantes
	Tutores e/ou Responsáveis	Alunos	Visitantes / Turistas	
Janeiro	-	-	-	-
Fevereiro	-	-	-	-
Março	-	-	-	-
Abril	15	707	5.640	6.347
Mai	24	1.111	4.018	5.129
Junho	38	2.058	8.379	10.437
Julho	22	998	19.021	20.019
Agosto	22	1.022	7.132	8.154
Setembro	92	7.499	6.729	14.228
Outubro	66	4.222	6.593	10.815
Novembro	61	2.827	5.054	7.881
Dezembro	31	1.638	5.534	7.172
Total	371	22.082	68.100	90.182

Fonte: Universidade Federal do Triângulo Mineiro, 2023

Neste enquadramento quanto ao acesso dos visitantes, constata-se que o Museu da UFTM passou a reunir informações sobre o quantitativo de visitantes desde a sua fundação como a maioria dos museus universitários federais, e perfaz controle de acesso que se difere da maioria do grupo 01, uma vez que primazia a contagem operacional adotada desde o seu retorno de funcionamento em abril de 2022, complementado pelo controle por agendamento, em supressão ao livro de assinatura. Por conseguinte, destaca-se por sua acessibilidade acima de

50.000 visitantes por ano (v/a), ou seja, bem acima do estimado em 97,1% dos museus universitários participantes.

Sobressaindo por seu alto índice de público, com amplo leque para executar e disponibilizar as suas funções e atividades no ensino, pesquisa e extensão, como tangenciar o seu reconhecimento científico-cultural, que conseqüentemente lhe acarreta inúmeras atribuições e responsabilidades, as quais requerem recursos humanos capacitados e financeiros condizentes a sua realidade.

Por outro lado, como significativa fração desses museus participantes, constata-se que o Museu dos Dinossauros não dispõe de apoio estrutural que viabilize e facilite o seu controle de acesso por meio de auxílios de tecnologia da informação, como bilheterias, entradas eletrônicas, totens, dentre outros que atuam de forma mais autônoma, precisa e célere em suas contagens, validando o fato de não aprofundar tecnicamente em seu controle de estimativa sob frequência de tipo de público visitante, seja por grupo, por faixa etária, ou por outrem.

E, por fim, averiguou-se que o Complexo Cultural e Científico de Peirópolis da UFTM, que administra o Museu dos Dinossauros e o Centro de Pesquisas Paleontológicas Llewellyn Ivor Price, utiliza-se moderadamente de captação através de agentes públicos de fomento nos âmbitos da pesquisa por meio de edital do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e da extensão provinda da própria instituição federal através da Pró-reitoria de Extensão Universitária (PROEXT/UFTM), e mediante órgãos públicos estaduais como os Ministérios Públicos do Meio Ambiente e do Trabalho. E, ainda, conta com apoio municipal de cunho científico-cultural que cede recurso humano técnico por meio de 1 (um) preparador de fósseis através da Fundação Cultural de Uberaba (FCU/PMU).

No ato da pesquisa, também se apurou que o Museu dos Dinossauros não se utiliza de estratégia de captação de recursos financeiros de caráteres comerciais ou angariamento de doações para auxiliar em sua sustentabilidade. Entretanto, este Museu sob gestões anteriores do CCCP arrecadava recursos tanto por agentes federais de fomento, como também mediante taxaço de acesso intermediada por entidade de apoio de 2010 a 2016, quando tal atuação se extinguiu por incorrer em processos nos âmbitos administrativo institucional e do judiciário tanto na esfera cível como na penal.

Neste contexto de arrecadação em colaboração à sustentabilidade do Museu da UFTM, apurou-se junto a todos os responsáveis pelo desenvolvimento do Museu dos Dinossauros, composta pela gestão e mais 5 (cinco) membros da equipe, as suas sugestões de atuações e implantações de fontes que entendem pertinentes como estratégias para captação de recursos, conforme elencadas no gráfico 18 a seguir.

Gráfico 18 - Sugestões da equipe do Museu dos Dinossauros de atuações e estratégias para captação de recursos financeiros em auxílio a sua sustentabilidade



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, no gráfico 18, expressivo valor percentual de sugestões em 83% para utilização de editais de fomento. Seguido de sugestões de cunho comerciais, aferindo em 83% para venda de souvenirs, lembrancinhas, no mesmo percentual de 83% para locação de espaços temporário para eventos e de 67% para locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais, no mesmo importe de 67% para cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos e de 50% para cobrança de ingresso para eventos itinerantes, e em 67% de oferta de cursos de especialização, em surgência voltado à temática pesquisada e abordada pelo Museu dos Dinossauros, como a paleontologia, a geologia, as restaurações, as mediações, o turismo, a cultura e afins, sob a corroboração do Centro de Pesquisa Paleontológicas Llewellyn Ivor Price e institucional. E, ainda, verifica-se no gráfico 18 sugestões em 50% para venda de livros,

revistas e afins, e em 33% para venda de produtos específicos. Constatando sugestões que se agregam às estratégias de arrecadação de recursos de curto a médio prazo.

Obteve-se também sugestões para angariar doações financeiras de pessoas jurídicas em 67% e pessoas físicas em 50%, depreendendo-se que para tanto deverá capacitar e aprimorar a equipe destinada para cativar e conquistar tanto a sua população regional como empresas regionais e nacionais com interesse de associar sua imagem ao Museu dos Dinossauros, favorecido por seu elevado quantitativo de visitas anuais e sua enorme área expositiva. Sequente, constata-se sugestões de constituir apoio por instituição gestora de fundo permanente em 50%, e por fim de angariar doações de patrimônio em 33% e de acervos em 17%. Percebendo-se sugestões que possibilitam constituir estratégias de médio a longo prazo.

Averigua-se que tais sugestões são congruentes aos métodos de captação de recursos aplicados pelos museus universitários federais, apresentados no gráfico 15 pertinente ao tópico anterior, inferindo-se consideravelmente na procedência de tais implantações em prol da sustentabilidade do Museu dos Dinossauros.

Contudo, verifica-se que esta análise sobre os dados informativos levantados ao contexto da realidade e necessidades do Museu da UFTM, procedeu concomitante a avaliação da sua situação pertinente à identificação, à infraestrutura, à funcionalidade e ao econômico tendo por preceito o diagnóstico apurado dos museus universitários federais.

Todavia, estende-se tal análise do Museu dos Dinossauros sob a perspectiva de seus públicos visitantes e membros de sua comunidade local, conforme se verifica nas subseções seguintes.

4.3.3 Análise e Discussão de dados de Visitantes do Museu dos Dinossauros

Da base de dados obtidos através do grupo 03, isto é, dos visitantes do Museu dos Dinossauros, produziu-se a tabulação disposta no Apêndice G. E alcançou a participação de 913 (novecentos e treze) visitantes.

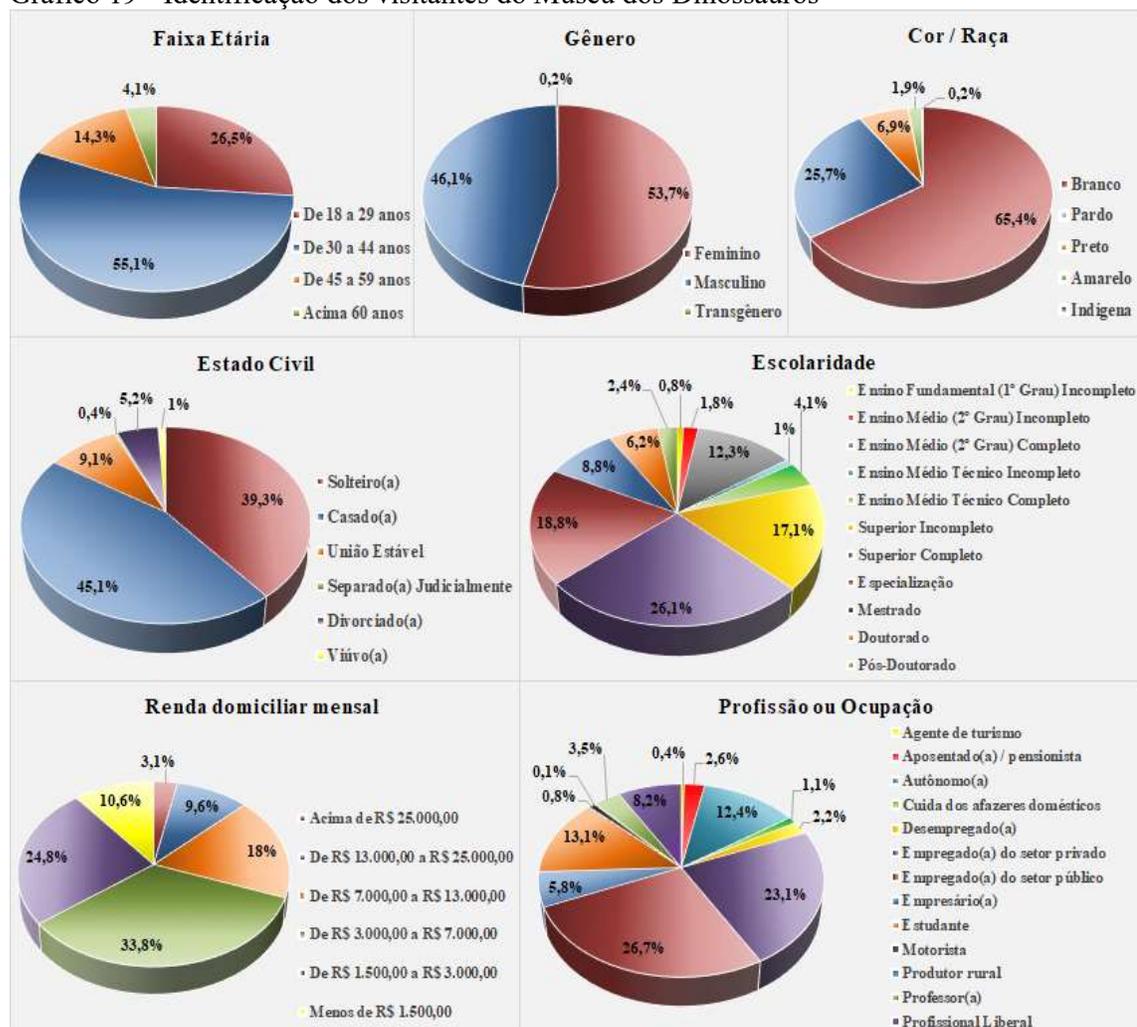
Desta tabulação, apurou-se valores informativos pertinentes ao mapeamento deste público, quando e como conheceram o Museu, visita individual ou acompanhada, formas de transporte para acesso ao Museu, objetivos da visita e retorno ao Museu, níveis de satisfação com os serviços e funcionalidades prestados pelo Museu, como, ainda, interesse em contribuir para a manutenção e continuidade do Museu e suas ações.

O mapeamento visa conhecer e identificar o público visitante do Museu dos Dinossauros, mediante apuração de valores informativos quanto as suas características

identificadoras, que se subdivide em faixa etária, gênero, cor, estado civil, renda, escolaridade e ocupação, lazer e localidade, todos dispostos nos gráficos 19 ao 21 abaixo.

No gráfico 19, identificou-se que 95,7% dos 913 (novecentos e treze) visitantes informaram as suas idades. Verifica-se que esses visitantes compõem faixas etárias com 26,5% dentre 18 a 29 anos, 55,1% dentre 30 a 44 anos, 14,3% dentre 45 a 59 anos, e 4,1% acima de 60 anos. Embora o Museu dos Dinossauros não efetue frequência por faixa etária, e tal pesquisa foi aplicada aos legalmente capazes, vale ressaltar que o seu público principal perfaz de estudantes menores de 18 (dezoito) anos em períodos letivos, conforme resumo de controle de acesso do Museu dos Dinossauros em quadro 4 (UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO, 2023).

Gráfico 19 - Identificação dos visitantes do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Observou-se que 99,8% do público visitante do referido Museu, instruíram sobre o seu gênero. De modo que se verifica no gráfico 19 comporem se por 53,7% de feminino, 46,1% de masculino, e 0,2% de transgênero.

Neste quadro, 99,9% dos visitantes participantes dispuseram quanto a sua cor (raça), que se verifica no gráfico 19 ser formada por maioria branca com 65,4%, seguida de 25,7% de pardos, 6,9% de pretos, e apenas 1,9% de amarelos e 0,2% de indígenas. Como, ainda, o mesmo quantitativo de visitantes, relataram sobre o seu estado civil, que se verifica, ainda, no gráfico 19 a composição de 45,1% casados, de 39,3% solteiros, de 9,1% em união estável, de 5,2% divorciados, de 1% viúvos, e de 0,4% separados judicialmente.

Em prosseguimento ao mapeamento do público visitante do Museu dos Dinossauros, identificou-se dos participantes que 99,5% informaram a sua escolaridade. Verifica-se no gráfico 19, que o seu público visitante é composto em maioria por nível superior com 26,1% completo e 17,1% incompleto, sequente de 18,8% com especialização, 8,8% com mestrado, 6,2% com doutorado, e 2,4% com pós-doutorado. E, a nível médio, forma-se por 12,3% com ensino médio completo e 1,8% incompleto, por 4,1% técnico completo e 1% incompleto. Por fim, a nível fundamental 0,8% incompleto e 0,7% completo.

Neste enquadramento, constatou-se que 99% dos visitantes informaram quanto à renda domiciliar familiar mensal. Desta se verifica, também neste gráfico 19, que se dispõem em 10,6% com renda inferior à R\$ 1.500,00; 24,8% dentre R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00; 36,8% dentre R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00; 18% dentre R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00; 9,6% dentre R\$ 13.000,00 a R\$ 25.000,00; e 3,1% acima de R\$ 25.000,00.

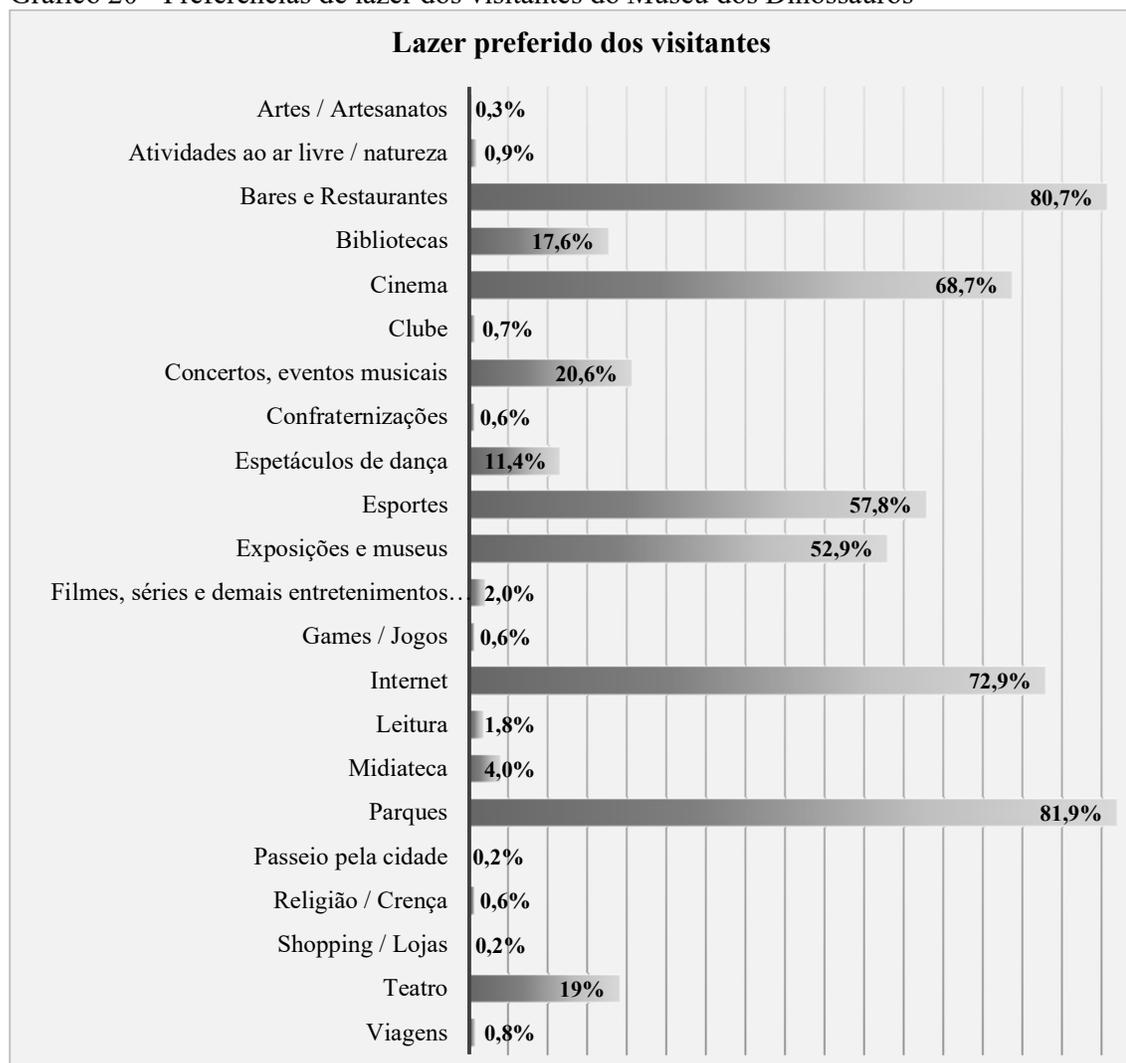
Constatou-se, ainda, que 98,4% dos visitantes participantes desta pesquisa, inteiraram sobre a sua ocupação e/ou profissão. Verifica-se no gráfico 19 que este público visitante se compõe consideravelmente por 26,7% de empregados do setor público e 23,1% de empregados do setor privado. Sequente por 13,1% de estudantes, 12,4% de autônomos, 8,2% de profissionais liberais, e 5,8% de empresários. Subsequente em menores percentuais por 3,5% de professores, 2,6% de aposentados ou pensionistas, 2,2% de desempregados, 1,1% de cuidadores dos afazeres domésticos, 0,4% de agentes de turismo, 0,8% de motoristas, e 0,1% de produtores rurais.

Neste sentido, averiguou-se que 99,1% dos visitantes relataram sobre as suas preferências de lazer, conforme listado no gráfico 20 abaixo.

Verifica-se neste gráfico 20 que 81,9% veneram parques, 80,7% adoram bares e restaurantes, 72,9% curtem internet, 68,7% prezam cinema, 57,8% praticam esportes, 52,9% prezam exposições e museus, 20,6% apreciam concertos ou eventos musicais, 19% querem teatro, 17,6% gostam de bibliotecas, 11,4% prezam espetáculos de dança. Seguido, verifica-se

com menor interesse percentual que 4,0% gostam de midiateca, 2,0% apreciam assistir a filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos, 1,8% estimam leitura, 0,9% praticam atividades ao ar livre ou pela natureza, 0,8% adoram viagens, 0,7% gostam de ir a clube, no mesmo importe de 0,6% reverenciam à religião (crença), curtem jogos, inclusive de games, e confraternizam com os amigos ou familiares. E, por fim, verifica-se que 0,3% prezam por artes ou artesanatos, e no mesmo valor percentual de 0,2% curtem passear por shopping e lojas, como também passear pela cidade.

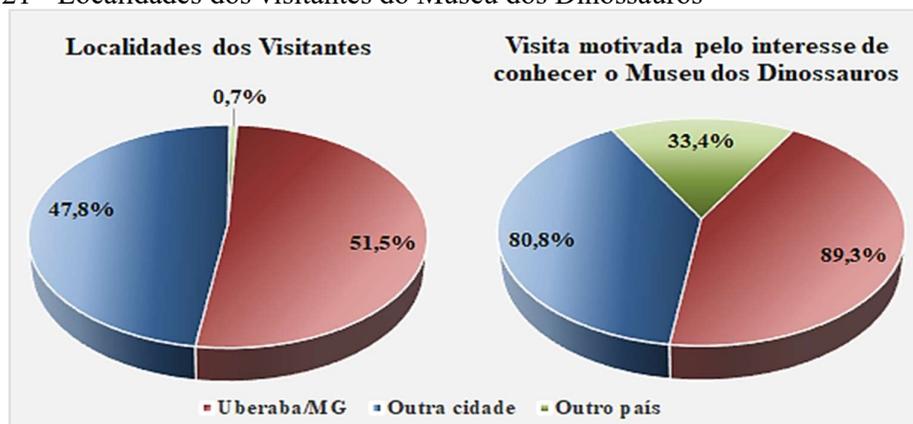
Gráfico 20 - Preferências de lazer dos visitantes do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Por fim, quanto à identificação dos visitantes, observou-se dos participantes as suas procedências locais, inclusive aferindo a visita motivada pelo interesse de conhecer o Museu, a qual reflete diretamente no turismo e comercio de Peirópolis, conforme demonstrado no gráfico 21 a seguir.

Gráfico 21 - Localidades dos visitantes do Museu dos Dinossauros

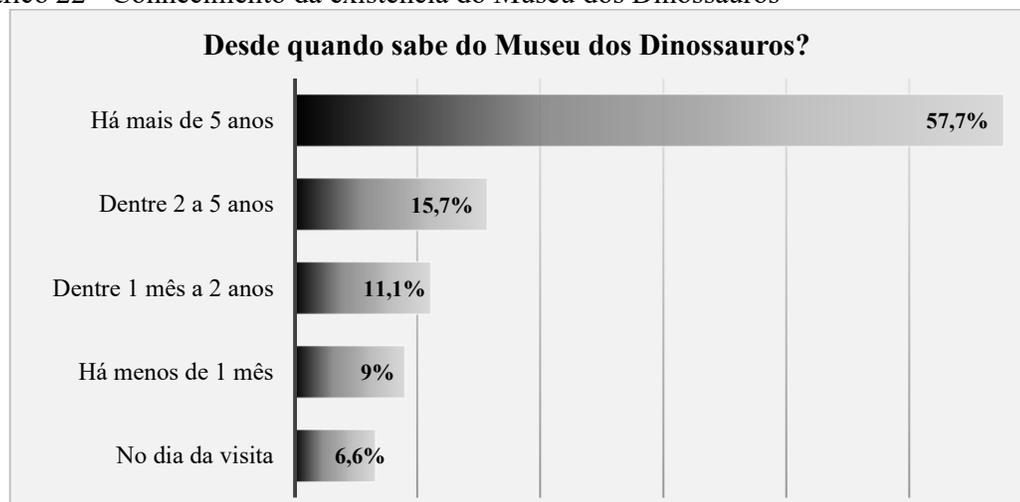


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Diante do disposto, a identificação do público visitante do Museu dos Dinossauros, inclusive os seus gostos culturais e locais atingidos, assessorar-se na fundamentação e promoção de ações pertinentes às demandas deste público tanto no âmbito do ensino como da pesquisa e da extensão, principalmente quanto aos eventos culturais. Possibilitando atuações amplas sob a ótica de atingir equitativamente o seu público, ou específicas em atividades necessárias que viabilizem a interatividade e a acessibilidade de minorias sociais aos espaços do Museu e às suas atuações, englobando ainda a prática de ações para alcance de novos públicos viabilizando o maior reconhecimento deste instituto cultural.

Quanto à existência do Museu, apurou-se de todos os visitantes participantes o quando e de 99,6% o como souberam de sua existência, conforme valores informativos expostos respectivamente nos gráficos 22 e 23 a seguir.

Gráfico 22 - Conhecimento da existência do Museu dos Dinossauros

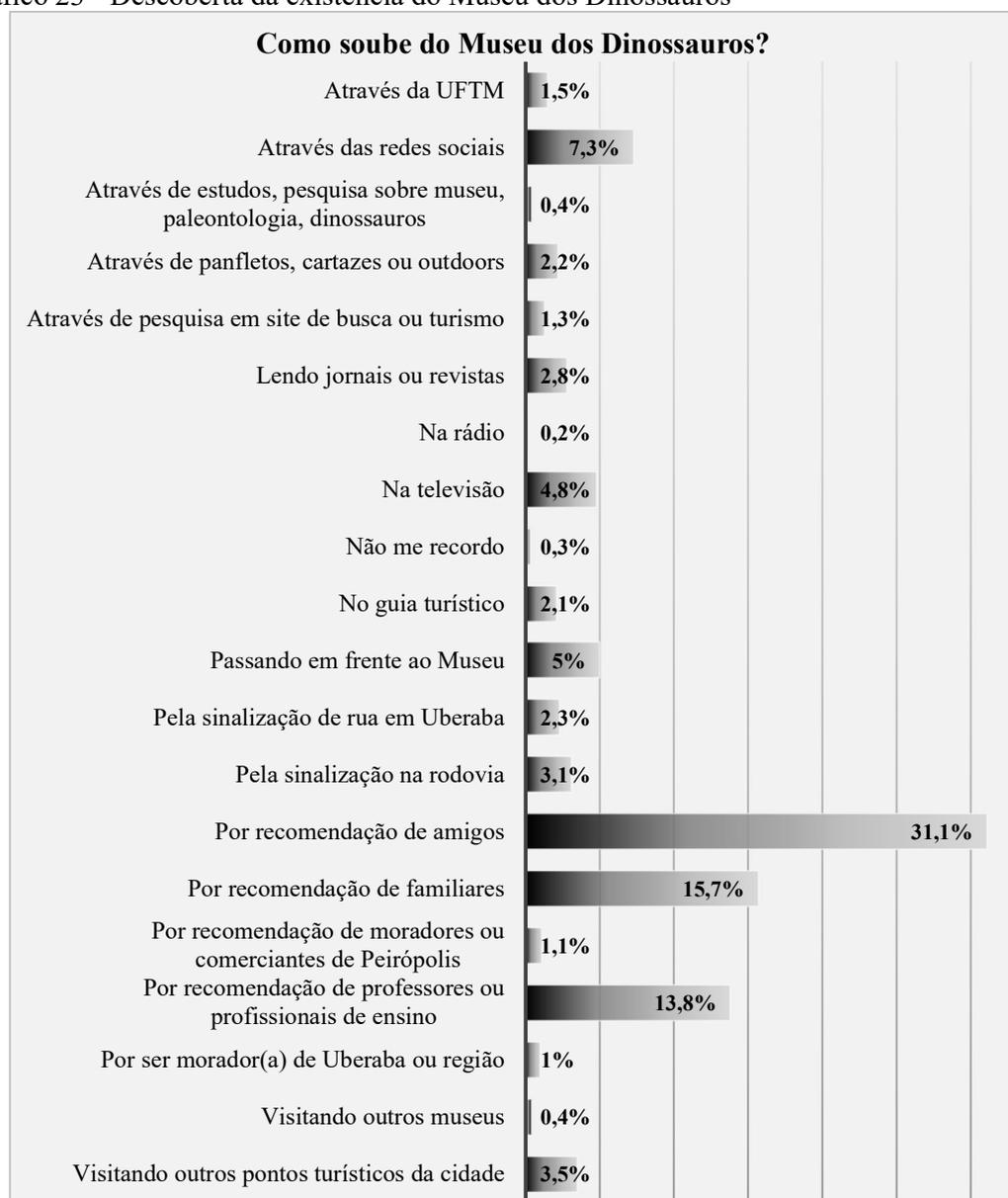


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No gráfico 22, verifica-se que considerável parte deste público com 57,7% soube da existência do Museu dos Dinossauros há mais de 5 (cinco) anos, seguido de decrescente linear percentual disposto por 15,7% dentre 2 (dois) a 5 (cinco) anos, 11,10% dentre 1 (um) mês a 2 (dois) anos, 9% há menos de 1 (um) mês, e 6,6% no dia da visita.

Diante deste levantamento quanto à periodicidade do conhecimento, averigua-se que substancial parcela de seu público visitante sabe de sua existência a mais de 5 (cinco) anos, e que os demais integram 42,4% e apresentam declínio linear quanto menor o período de conhecimento, compreendendo maior atuação de divulgação para novos públicos.

Gráfico 23 - Descoberta da existência do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Neste cenário, verifica-se no gráfico 23 acima, as formas como os visitantes souberam da existência do Museu da UFTM, dispondo que a maioria foi por recomendações provindas de pessoas físicas composta de 31,1% através de amigos, de 15,7% de familiares, de 13,8% de professores ou profissionais da área de ensino, de 1,1% de moradores ou comerciantes de Peirópolis, e de 1% por ser morador(a) de Uberaba e região, acrescida por recomendações derivadas de pessoas físicas formada de 3,5% através de outros pontos turísticos de Uberaba, de 2,1% de guia turístico, de 1,5% da própria UFTM, de 1,3% por meio de pesquisa em site de busca ou turismo, e pelo mesmo valor percentual de 0,4% mediante estudos, pesquisa sobre museu, paleontologia, dinossauros, e através de outros museus.

Em continuidade, verifica-se que souberam da existência do Museu dos Dinossauros por meios de sinalização e comunicação audiovisual, integrada de 7,3% através de redes sociais, de 5% passando em frente ao Museu, de 3,1% através da sinalização da rodovia, de 2,3% através de sinalização de rua em Uberaba, de 4,8% através da televisão, de 2,8% através de jornais ou revistas, de 2,2% através de panfletos, cartazes ou *outdoors*, e de 0,2% através da rádio. E, por fim, 0,3% não se recordam como o descobriram.

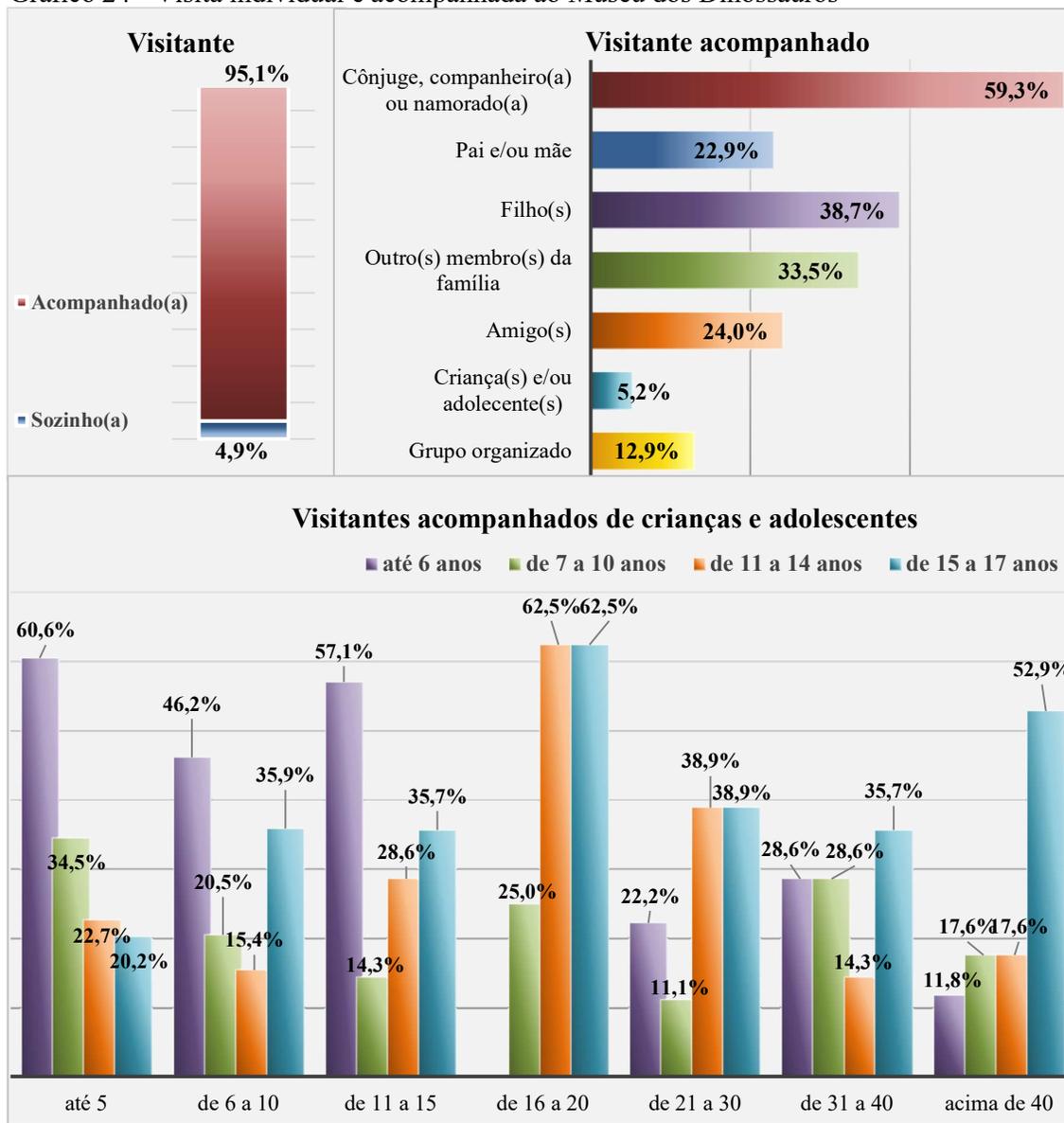
O apuramento sobre a forma de descoberta do Museu dos Dinossauros, constata-se que a maioria desse público soube da sua existência mediante recomendações em 62,7% promovidas por atos de pessoas físicas, agregadas por sucintas recomendações no valor percentual de 9,3% promovidas através de pessoas jurídicas por meio de locais, guias e sites turísticos e de pesquisa, inclusive com contribuição direta da UFTM em 1,5%, e sequente através de atos promovidos por meios de sinalização e comunicação audiovisual em 27,7%, com destaque de 7,3% promovido pelas redes sociais, possível reflexo da prática do próprio Museu de divulgação através de suas redes sociais. Advertindo sobre o posto, a necessidade de integrar participações de pessoas jurídicas, partindo da atuação incisiva sobre a própria instituição de ensino vinculada, e estendendo as demais através de ações extensivas, parcerias, atuações em políticas públicas, e investimento no *marketing* museal.

Observou-se dos 913 (novecentos e treze) visitantes participantes, que uma minoria de 4,9% realizou a visita individualmente face à 95,1% acompanhados, conforme demonstra no gráfico 24 abaixo.

Verifica-se, no gráfico 24, que geralmente visitam em grupos familiares, destes 59,3% acompanhados de cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a), 22,9% acompanhados de pai e/ou mãe, 38,7% acompanhados de filho(s), 3,5% de outro(s) membro(s) da família. Seguido, verifica-se que 24% visitam em grupo de amigo(s), inclusive 5,2% destes acompanhados de criança(s) e/ou adolescente(s). E, por fim, verifica-se que 12,9% visitam em grupo organizado.

No gráfico 24, verifica-se dentre os visitantes acompanhados de menores, que sumariamente foram acompanhados de crianças até 6 anos em 60,6% na quantidade de até 5, em 46,2% dentre 6 a 10, em 57,1% dentre 11 a 15, em 22,2% dentre 21 a 30, em 28,6% dentre 31 a 40, e em 11,8% acima de 40 crianças. Em sequência de faixa etária, verifica-se que visitaram acompanhados de crianças dentre 7 a 10 anos em 34,5% no importe de até 5, em 20,5% de 6 a 10, em 14,3% de 11 a 15, em 25,0% de 16 a 20, em 11,1% de 21 a 30, em 28,6% de 31 a 40, e em 17,6% acima de 40 crianças.

Gráfico 24 - Visita individual e acompanhada ao Museu dos Dinossauros



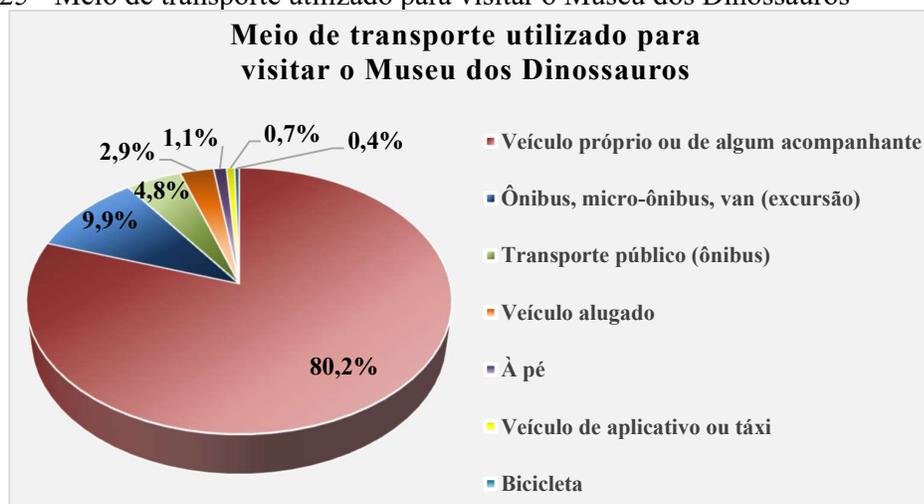
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Subsequente, verifica-se no gráfico 24 que estavam acompanhados de adolescentes de 11 a 14 anos em 22,7% até o quantitativo de 5, em 15,4% de 6 a 10, em 28,6% de 11 a 15, em 62,5% de 16 a 20, em 38,9% de 21 a 30, em 14,3% de 31 a 40, e em 17,6 % acima de 40 adolescentes. E, por fim, verifica-se que foram acompanhados de adolescentes de 15 a 17 anos em 20,2% na quantidade de até 5, em 35,9% de 6 a 10, em 35,7% de 11 a 15, em 62,5% de 16 a 20, em 38,9% de 21 a 30, em 35,7% de 31 a 40, e em 52,9% acima de 40 adolescentes.

Repara-se que as visitas acompanhadas de crianças (menores até 10 anos), em especial até 6 anos de idade, procedem com maior ocorrência por grupos pequenos formados por até 15 (quinze) crianças. Por outro lado, visitas acompanhadas de adolescentes (menores dentre 11 a 17 anos), principalmente de 15 a 17 anos, ocorrem com maior intensidade por grupos formados por mais de 16 (dezesesseis) adolescentes. Em oposição, percebe-se que visitas formadas por grupos dentre 31 a 40 menores, procedem quase equivalente por grupos formados tanto por crianças como por adolescentes, com pequena vantagem percentual aos formados por crianças.

Quanto ao transporte para acesso ao Museu dos Dinossauros, identificou-se que 99,6% dos visitantes inteiraram sobre o meio de transporte utilizado para visitar o Museu, conforme valores informativos expostos no gráfico 25 a seguir.

Gráfico 25 - Meio de transporte utilizado para visitar o Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

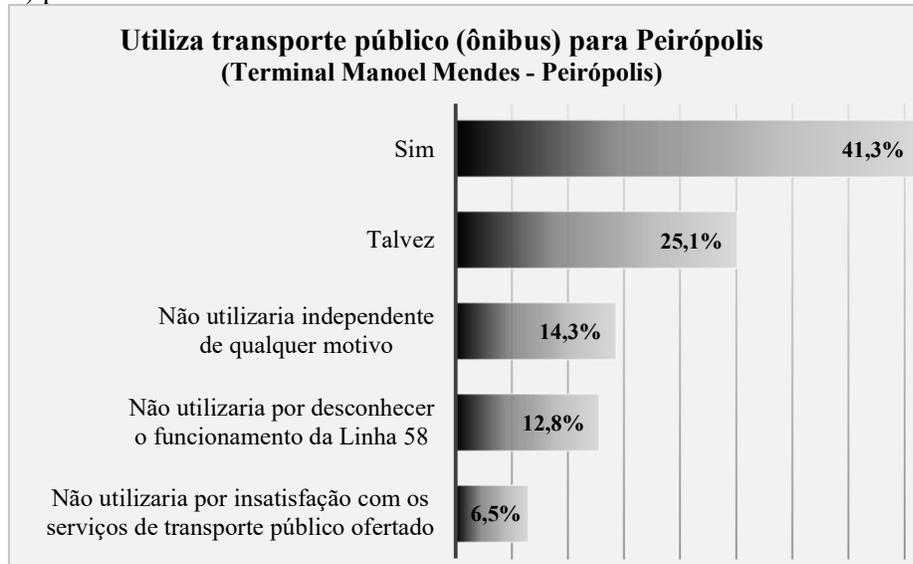
Verifica-se, no gráfico 25, que 80,2% dos visitantes procederam a sua visita por meio de veículo próprio ou de carona. Seguido de 9,9% através de ônibus, micro-ônibus, van (excursão), de 4,8% sob prestação de transporte público, de 2,9% mediante veículo alugado e 0,7% de aplicativo ou táxi.

Neste quadro, verifica-se inclusive que 1,1% dos informantes visitaram o Museu a pé, enquanto 0,4% foram de bicicleta, constatando-se que 79% destes visitantes utilizaram-se desses meios como prática de atividade física. Apesar de pequena fração, é substancial para viabilizar a promoção e incremento de atividades extensivas do gênero que são propícias de aplicação na comunidade de Peirópolis, que se caracteriza por sua natureza e belas paisagens.

Face a isto, averigua-se pertinente à participação do Museu dos Dinossauros sob a tutela da UFTM, como interessado em ações que viabilizem e melhorem o acesso destes transportes ao bairro Peirópolis com segurança e conforto através das vias municipais e estaduais, além de incidir na difusão do conhecimento sobre o seu patrimônio científico-cultural e em benefícios socioeconômicos e turísticos a esta comunidade.

Neste contexto, apurou-se desses 99,6% visitantes informantes sobre o transporte de acesso ao Museu, que 94,3% dispuseram maiores informes sobre a utilização do transporte público (ônibus) de Uberaba Linha 58, que perfaz o trecho da área urbana ao bairro urbano-rural Peirópolis, conforme referendado no gráfico 26 a seguir.

Gráfico 26 - Utilização de transporte público (Linha 58 - trecho Terminal Manoel Mendes - Peirópolis) para visitar o Museu dos Dinossauros



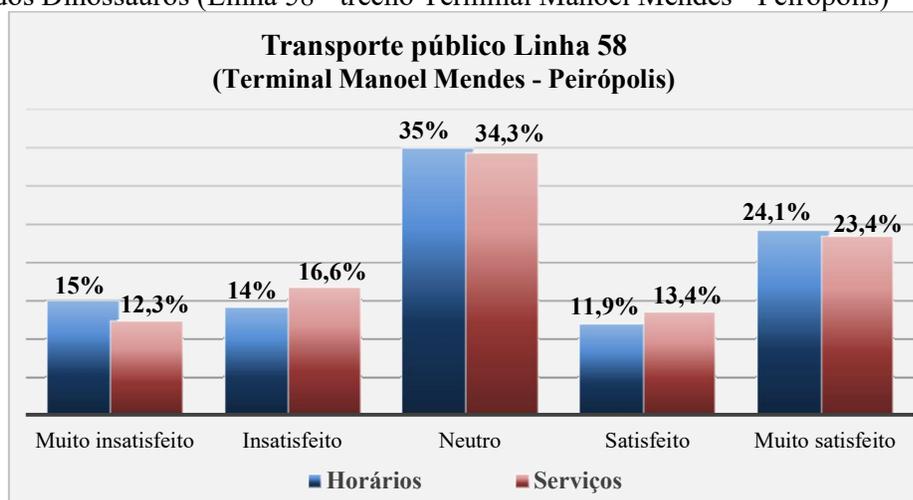
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, no gráfico 26, que significativa parte desses visitantes no importe de 41,3% utilizaria o transporte público pertinente à Linha 58 em outra oportunidade de visita ao Museu da UFTM, situado no bairro Peirópolis de Uberaba. Seguido, verifica-se que 25,1% dos visitantes apontaram como possibilidade tal utilização. E, ainda, verifica-se que o restante num montante de 33,6% não utilizaria, inteirando que 14,3% independente do motivo, 12,8% por

desconhecer o funcionamento da Linha, e 6,5% por insatisfação com os serviços de transporte público, embora modestos estes dois últimos levantamentos inferem na precisão de adequações e melhorias quanto aos informes e serviços prestados pelo referido transporte, facultando ao Museu atuar como parte interessada em demanda pública municipal em prol de seus visitantes e impacto em sua comunidade local.

Neste quadro sobre a utilização de transporte público para acesso ao Museu dos Dinossauros, apurou-se, ainda, os níveis de satisfação dos visitantes quanto aos serviços do transporte público (ônibus) de Uberaba Linha 58, que 60,2% relataram quanto aos horários e 59,4% quanto aos serviços disponibilizados por esta Linha, cujos valores informativos encontram-se no gráfico 27 a seguir.

Gráfico 27 - Níveis de satisfação com horários e serviços do transporte público de acesso ao Museu dos Dinossauros (Linha 58 - trecho Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, no gráfico 27, que esses visitantes indicam seus posicionamentos de satisfação positiva quanto ao transporte público (ônibus) Linha 58 no que tange os seus horários integram 36% e os seus serviços somam 36,8%, respectivamente como muito satisfeitos em 24,1% e 23,4%, e como satisfeitos em 11,9% e 13,4%. Sequente, verifica que se posicionam como neutros em 35% quanto aos horários e em 34,3% quanto aos serviços disponibilizados. Subsequente, verifica-se que expõem seus posicionamentos de satisfação negativa como insatisfeitos em 14% e 16,6%, e como muito insatisfeitos em 15% e 12,3%, respectivamente com os horários resultando em 29% e com os serviços ofertados totalizando 28,9%.

Perante o disposto, observa-se que perdura pouca diferença percentual na escala de satisfação aferida entre positiva, neutra e negativa, culminando esta última em frações inferior

a 30% quanto aos horários e aos serviços disponibilizados da referida Linha de transporte, que requerem adequações e melhorias.

Na continuidade da análise sobre os visitantes, coletou se dados pertinentes aos objetivos de sua visita e retorno, culminando na apuração de que 99,3% dos visitantes retrataram seus principais motivos para a realização da visita ao Museu dos Dinossauros, de acordo com o listado no gráfico 28 a seguir.

Gráfico 28 - Principais motivos da visita ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

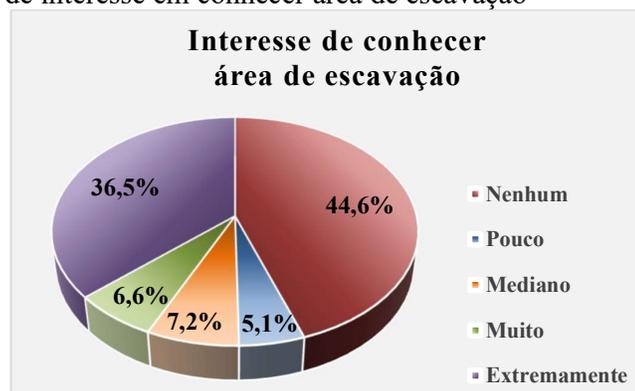
Verifica-se, no gráfico 28, que majoritariamente em 73,6% visitaram com o objetivo de conhecer o Museu dos Dinossauros. Sequente, verifica-se que visitam em 42,3% por diversão, em 37,5% para conhecer a sua área externa (área verde), em 36,9% para levar as crianças para visitá-lo, em 32% para acompanhar os amigos ou outros como familiares, colegas de trabalho, em 31% por interesse pelos assuntos das exposições. Subsequente, em declínio percentual de estímulo, verifica-se que em 22,8% por causa da entrada gratuita, em 22,6% para alargar

horizontes, conhecer coisas novas, em 19,7% que visitam para rever ou complementar uma visita anterior, em 16,5% para conhecer nova exposição, em 11,6% para participar de atividades específicas, em 8,8% para ir ao Laboratório de preparação de fósseis, em 7,3% para pesquisar, estudar algum tema, em 6,7% para ver alguma peça ou acervo específico, em 5,8% para conhecer exposição temporária, em 5,4% para assistir a algum espetáculo, e em 0,2% por motivo de trabalho.

Deduzindo-se diante dos estímulos de visita dispostos que buscam e difundem o reconhecimento patrimonial científico-cultural do Museu, agregado as suas ações na pesquisa, ensino e extensão, além de local ideal para os momentos de lazer. Culminando em espaço propício para a implantação de novas e diversas ações.

Aproveitando, neste quadro desses 99,3% visitantes que retrataram seus objetivos de visita ao Museu dos Dinossauros, averiguou-se que 99,8% também informaram quanto ao interesse de conhecer a área de escavação, ora disposto no gráfico 29 a seguir.

Gráfico 29 - Níveis de interesse em conhecer área de escavação

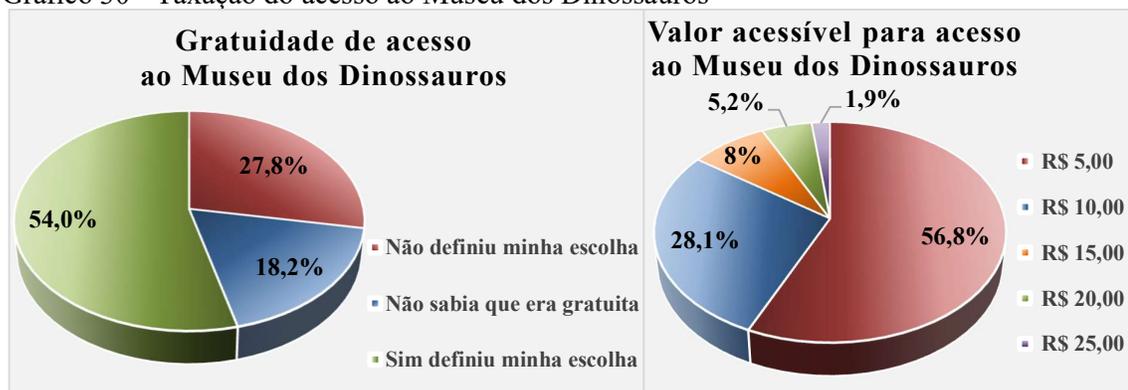


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Neste gráfico 29, verifica-se que totaliza em 55,4% os visitantes que possuem interesse de conhecer a área de escavação, aos quais agregam 36,5% com extremo interesse, 6,6% com muito interesse, 7,2% com interesse mediano, e pequena fração de 5,1% com pouco interesse, culminando em significativo interesse nesta área. Enquanto, parcela de 44,6% dos visitantes não possuem interesse em conhecer a área de escavação. Por fim, resultando favorável a aplicação dessa ação, que esporadicamente vem sendo efetuada pelo Museu dos Dinossauros.

Ainda, neste quadro, averiguou-se que 99% dos visitantes participantes relataram a sua perspectiva quanto à gratuidade. E, que 96,4% dos visitantes participantes dispuseram sobre o valor acessível para acesso ao Museu dos Dinossauros, conforme valores informativos expostos no gráfico 30 a seguir.

Gráfico 30 - Taxação do acesso ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, no gráfico 30, quanto à gratuidade para acesso ao Museu que para 54% dos visitantes este fator definiu a sua visita, enquanto para 27,8% dos visitantes não definiu e para 18,2% dos visitantes desconhecia o fato do acesso ser gratuito. Diante deste, mesmo com o valor percentual pouco acima da metade, constata-se a relevância do acesso gratuito para a população em viabilidade de implantação de taxaço para acesso ao Museu dos Dinossauros, demonstrando a importância da política de equidade no caso de tomada de decisão da gestão por tal implantação.

Tabela 2 - Valor acessível (inteira) para a taxaço de visita ao Museu dos Dinossauros

Valor acessível do ingresso (inteira)	Qtd. de Visitante	Aferimento
R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
R\$ 10,00	247	R\$ 2.470,00
R\$ 15,00	70	R\$ 1.050,00
R\$ 20,00	46	R\$ 920,00
R\$ 25,00	17	R\$ 425,00
Total	880	R\$ 7.365,00
	Média	R\$ 8,37

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Nota: Valor acessível do ingresso × Qtd. de Visitante = Aferimento

Total = somatória de respectivas colunas

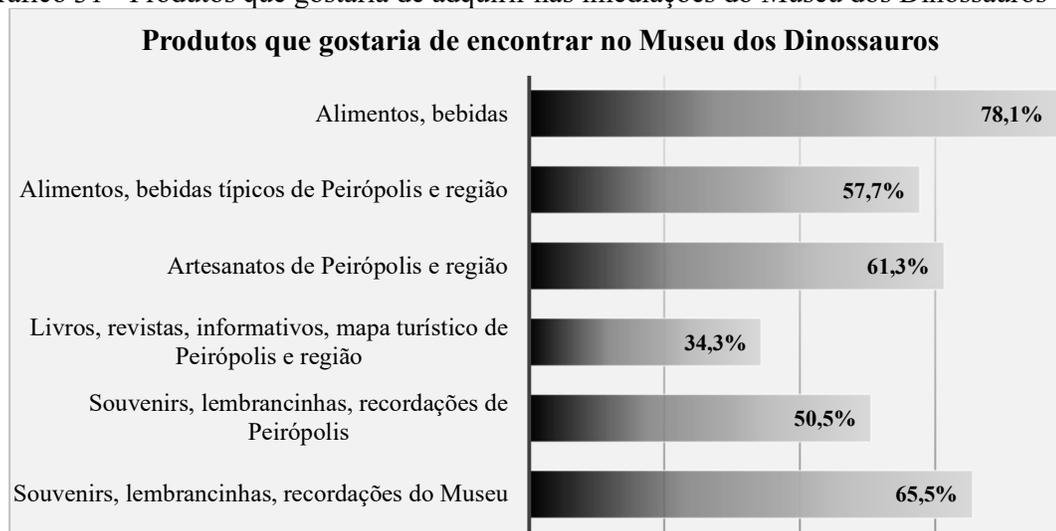
Média = Total da somatória do Aferimento ÷ Total da somatória de Qtd. de Visitante

E, quanto ao valor para tal acesso, verifica-se no gráfico 30 que 56,8% entendem acessível o importe de R\$ 5,00 (cinco reais). Para outros, em 28,1% o valor de R\$ 10,00 (dez reais), alguns em 8% o valor de R\$ 15,00 (quinze reais), enquanto uns entendem acessível em

5,2% o valor de R\$ 20,00 (vinte reais). E, por fim, uma pequena fração em 1,9% entendem acessível o valor de R\$ 25,00 (vinte e cinco reais). Aferindo a média sobre o valor para acesso no importe de R\$ 8,37 (oito reais, e trinta e sete centavos), conforme tabela 2 acima, em viabilidade de implantação de taxação.

Identificou-se que 97,6% dos visitantes participantes expuseram produtos que gostariam de encontrar nas imediações do Museu dos Dinossauros, conforme valores informativos elencados no gráfico 31 a seguir.

Gráfico 31 - Produtos que gostaria de adquirir nas imediações do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

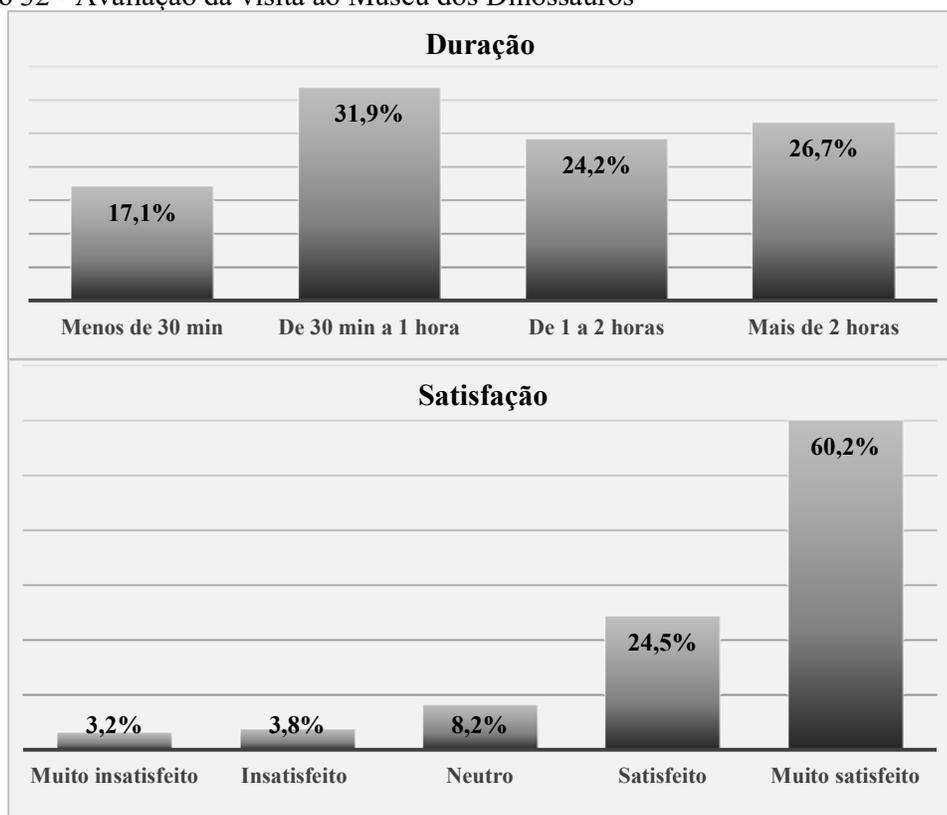
No gráfico 31, verifica-se que os visitantes adorariam encontrar alimentos, bebidas, sendo 78,1% em geral e 57,7% típicos de Peirópolis e região. Sequentemente, verifica-se que apreciariam encontrar souvenirs, lembrancinhas, recordações, sendo 65,5% do Museu e 50,5% de Peirópolis. Como, ainda, verifica-se que 61,3% gostariam de encontrar artesanatos de Peirópolis e região. E, por fim, verifica-se que 34,3% prezariam encontrar livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região.

Em atendimento ao almejado por seu público visitante, faz-se pertinente a implantação de atividades comerciais nas imediações do Museu dos Dinossauros pertinente à venda de produtos e/ou à locação de espaços para estes fins, que apresentem a sua geologia e paleontologia, a exemplo deste tem-se os emblemáticos dinossauros que possuem elevado apreço popular. E, ainda, que abordem a cultura, natureza e espiritualidade de Peirópolis, como os artesanatos e alimentícios providos de sua comunidade.

Ressalta-se que estas práticas comerciais são harmônicas aos métodos de captação aplicados pelos museus universitários federais, elencados no gráfico 15 do tópico 4.3.1, além de apropriadas às sugestões dos responsáveis pelo Museu da UFTM, referenciadas no gráfico 18 do tópico anterior, que entendem pertinentes a sua sustentabilidade.

Ainda referente à visitação, apurou-se que 98,5% dos visitantes participantes dispuseram sobre a duração e 98,4% quanto à satisfação da visita realizada, conforme valores informativos dispostos no gráfico 32 a seguir.

Gráfico 32 - Avaliação da visita ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se no gráfico 32 quanto à duração da visita efetuada, constatando que 17,1% dos visitantes informantes se utilizaram de menos de 30 (trinta) minutos para realizar a visita, 31,9% realizaram a visita dentro de 30 (trinta) minutos a 1 (uma) hora, 24,3% realizaram a visita dentro de 1 (uma) a 2 (duas) horas, e 26,7% realizaram a visita com mais de 2 (duas) horas. Dispondo tal levantamento parâmetro para gerenciamento cronológico das práticas de visita, inclusive a guiada, de exposição esporádica ou itinerante, dentre outras atividades ou eventos a serem promovidos, como ainda possibilita mensurar a taxa adequada quando for pertinente.

Neste quadro, verifica-se também no gráfico 32 sobre a satisfação com a visita realizada, averiguando que os visitantes estão maioritariamente no importe de 60,2% muito satisfeitos. Sequente de 24,5% satisfeitos, 8,2% neutros, 3,8% insatisfeitos, e 3,2% muito insatisfeitos com a visita. Embora, afere-se percentual reduzido de insatisfação, esta requer atenção e adequação gerencial ao estruturamento e às mediações para efetivação das visitas promovidas no Museu dos Dinossauros, visando aprimorá-las em prol de índices de qualidade que refletem a sua eficácia.

Neste sentido, captou-se de 99,2% dos visitantes as suas intenções de retorno ao Museu dos Dinossauros e de 92,8% os seus objetivos, conforme valores informativos expostos no gráfico 33 a seguir.

Gráfico 33 - Retorno ao Museu dos Dinossauros e seus objetivos



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No gráfico 33, verifica-se que 51,4% dos visitantes certamente retornarão, 26,7% provavelmente retornarão, 16,8% não sabem prever se retornarão, 4,1% provavelmente não retornarão, e 1% certamente não retornarão.

Verifica-se, também no gráfico 33, que 58,7% desses visitantes retornariam com o objetivo de mostrar este Museu aos amigos ou familiares, 50,8% retornariam para rever o que mais lhe interessou, 50,4% retornariam com o objetivo de trazer os filhos, os sobrinhos, os afilhados, ou seja, as crianças, 47,8% retornariam para visitar uma nova exposição, 41,8% retornariam para acompanhar amigos ou outras pessoas, 38,1% retornariam com o objetivo de assistir a um espetáculo ou outro tipo de evento promovido pelo Museu, 36,2% retornariam para participar de alguma atividade promovida pelo Museu, 35,2% retornariam para completar ou aprofundar esta visita, e por fim 13,5% retornariam com o objetivo de estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular exposto pelo Museu.

Diante do exposto, identifica-se a princípio que seu público predominantemente visa retornar, que culmina em argumento essencial para a necessidade de promover o constante interesse e atendimento aos objetivos de retorno de seu público. Como, ainda, repara-se que consideravelmente aspiram seu retorno em prol de apresentar o Museu dos Dinossauros a outros e de rever o que mais lhes interessam, deduzindo a relevância patrimonial científica e cultural deste Museu em seu território, seque visam seu retorno para levar crianças e acompanhar adultos, identificando o como local propício de lazer cultural e turístico, subsequente tencionam seu retorno sob a motivação de nova exposição, assistir ou participar de evento promovido pelo Museu, e completar ou aprofundar a última visita, constatando a necessidade de renovar o cenário como promover eventos ou ações extensivas. E em menor inferência, objetivam seu retorno para estudar ou aprofundar conhecimento sobre um tema em particular exposto no Museu dos Dinossauros, deduzindo sua relevância para o ensino, pesquisa e extensão. Enfim, apontando as ações a serem investidas em estímulo tanto às visitas como aos retornos de seu público visitante.

Neste contexto, deduziu-se de no mínimo 97,6% dos visitantes participantes desta pesquisa sobre os níveis de satisfação quanto aos serviços e às funcionalidades disponibilizados pelo Museu dos Dinossauros da UFTM, ora referenciados no gráfico 34 abaixo.

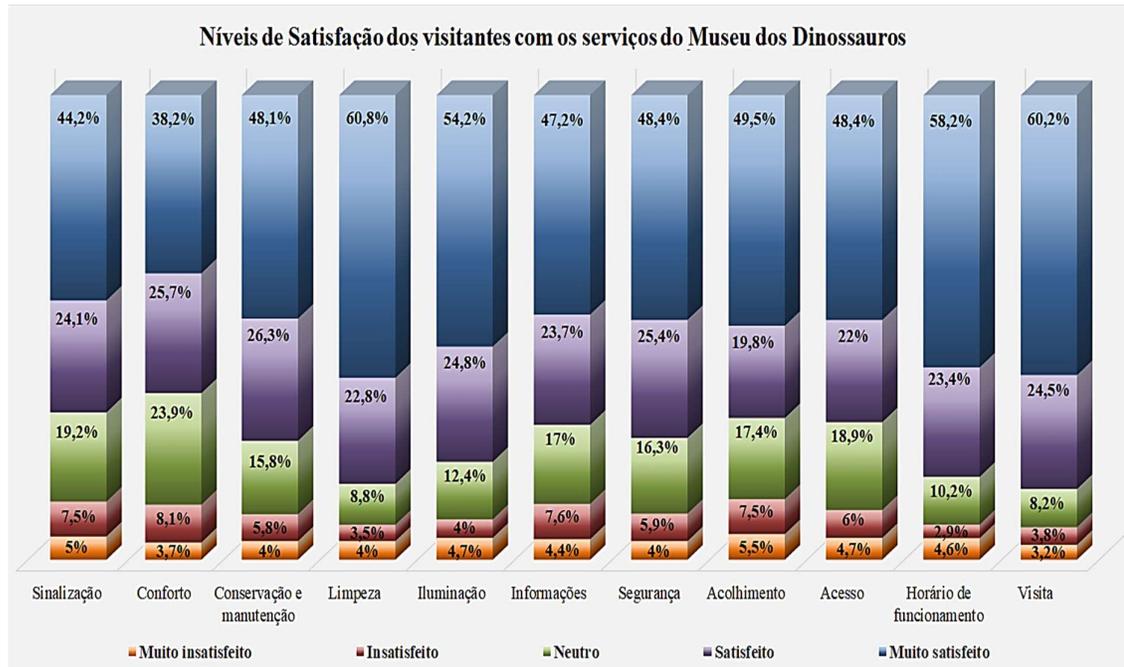
Dos visitantes participantes, identificou-se que 99,3% dos visitantes relataram sobre os níveis de satisfação pertinentes aos serviços de sinalização, como orientação de entrada, saída, banheiros, dentre outras disponibilizadas pelos espaços do Museu da UFTM. De modo que no gráfico 34, verifica-se que 44,2% ficaram muito satisfeitos, 24,1% ficaram satisfeitos, 19,2% ficaram neutros, 7,5% ficaram insatisfeitos, e 5% ficaram muito insatisfeitos.

Constatou-se que 98,8% dos visitantes dispuseram quanto aos níveis de satisfação referentes à disponibilização de conforto, como banheiro, temperatura nos ambientes, assentos, bebedouros, dentre outros disponibilizados. Tanto que no gráfico 34, verifica-se que 38,2% desses visitantes ficaram muito satisfeitos, 25,7% ficaram satisfeitos, 23,9% ficaram neutros, 8,1% ficaram insatisfeitos, e 3,7% ficaram muito insatisfeitos.

Apurou-se ademais que 98,7% dos visitantes participantes informaram sobre os níveis de satisfação concerne à conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros dispostos pelo Museu, ora disposto no gráfico 34. Neste, verifica-se que 48,1% dos visitantes ficaram muito satisfeitos, 26,3% ficaram satisfeitos, 15,8% ficaram neutros, 5,8% ficaram insatisfeitos, e 4% ficaram muito insatisfeitos.

Apurou-se ainda que 99% dos participantes expuseram seus níveis de satisfação relativos à limpeza do Museu dos Dinossauros, que de acordo com o gráfico 34, verifica-se que 60,8% ficaram muito satisfeitos, 22,8% ficaram satisfeitos, 8,8% ficaram neutros, 3,5% ficaram insatisfeitos, e 4% ficaram muito insatisfeitos.

Gráfico 34 - Níveis de satisfação dos visitantes com serviços e funcionalidade do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Também, apurou-se que 98,7% dos visitantes informaram sobre os níveis de satisfação pertinentes à iluminação dos espaços do Museu, conforme disposto no gráfico 34. Verifica-se

neste que 54,2% dos visitantes ficaram muito satisfeitos, 24,8% ficaram satisfeitos, 12,4% ficaram neutros, 4% ficaram insatisfeitos, e 4,7% ficaram muito insatisfeitos.

Neste quadro, indeferiu-se de 99% dos visitantes participantes suas indicações de níveis de satisfação quanto às informações e explicações disponibilizados no Museu dos Dinossauros, através de painéis, placas orientativas, totens, dentre outros. Verifica-se no gráfico 34 a seguir que 54,2% desses visitantes ficaram muito satisfeitos, 24,8% ficaram satisfeitos, 12,4% ficaram neutros, 4% ficaram insatisfeitos, e 4,7% ficaram muito insatisfeitos.

Além disso, observou-se neste quadro, que 98,7% dos visitantes relataram quanto aos níveis de satisfação inerentes à segurança do Museu. No gráfico 34, verifica-se que 48,4% ficaram muito satisfeitos, 25,4% ficaram satisfeitos, 16,3% ficaram neutros, 5,9% ficaram insatisfeitos, e 4% ficaram muito insatisfeitos.

Nesta conjuntura, adveio-se que 98,9% dos participantes informaram sobre os níveis de satisfação tocante aos serviços de acolhimento disponibilizados no Museu, através de recepcionista, monitor, vigia, recepcionista, guia, mediadores, dentre outros, ora exposto acima no gráfico 34. Donde se verifica que 49,5% ficaram muito satisfeitos, 19,8% ficaram satisfeitos, 17,4% ficaram neutros, 7,5% ficaram insatisfeitos, e 5,5% ficaram muito insatisfeitos.

Adveio-se inclusive que 98% visitantes dispuseram quanto aos níveis de satisfação referentes aos serviços de acesso ao Museu, como facilidade de transitar, de transporte e de estacionamento, sinalização nas ruas, dentre outros. No gráfico 34, verifica-se que 54,2% desses visitantes ficaram muito satisfeitos, 24,8% ficaram satisfeitos, 12,4% ficaram neutros, 4% ficaram insatisfeitos, e 4,7% ficaram muito insatisfeitos.

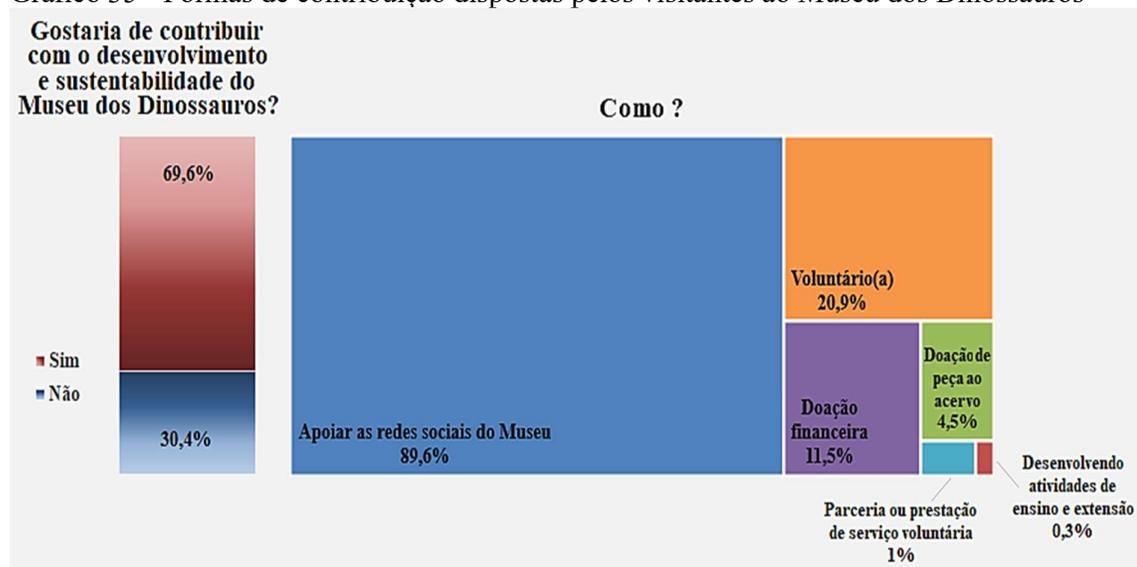
E, por fim, adveio-se que 97,6% dos visitantes participantes inteiraram sobre os níveis de satisfação quanto aos horários de funcionamento do Museu dos Dinossauros, conforme disposto no gráfico 34 acima. Neste, verifica-se que 58,2% ficaram muito satisfeitos, 23,4% ficaram satisfeitos, 10,2% ficaram neutros, 2,9% ficaram insatisfeitos, e 4,6% ficaram muito insatisfeitos.

Face ao exposto, constata-se que os níveis de satisfação dos visitantes com os serviços e as funcionalidades do Museu dos Dinossauros encontram-se todos significativamente positivos. Por outro lado, apresentando pequeno percentual de insatisfação, que embora ínfimo, carece de adequação gerencial e melhorias estruturais conforme serviço ou funcionalidade no alcance de sua eficiência. Servindo tais indicadores, portanto, de métrica para aprimorar e manter a eficácia dos serviços e atendimento prestados, com impacto em seus índices de desempenho e qualidade, além de oportunizar novas conquistas.

Além dos diversos dados coletados junto aos visitantes participantes, constatou-se por fim que 98,5% expuseram sobre o seu interesse de contribuição para a manutenção e continuidade dos serviços e ações do Museu dos Dinossauros da UFTM, conforme valores informativos dispostos no gráfico 35 abaixo.

Verifica-se no gráfico 35 que 69,6% dos visitantes gostariam de contribuir ao Museu dos Dinossauros para auxiliar na sua manutenção e continuidade de suas atividades. E destes, deduziu-se que 98,7% indicaram as formas de contribuição que gostariam de realizar.

Gráfico 35 - Formas de contribuição dispostas pelos visitantes ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Neste enquadramento, verifica-se que a maioria dos visitantes gostariam de contribuir em 89,6% através de apoio às redes sociais do Museu, reforçando a utilização de *hashtags* por este instituto cultural como vêm aplicando os demais museus universitários, podendo ainda expandir sob a utilização de audiência customizada em suas redes, viabilizando o direcionamento respectivamente de assuntos e de anúncios para encontrar seu público. Seguido de 20,9% dos visitantes como voluntários, tendo, ainda, 1% através de parceria ou prestação de serviço voluntário, constatando ser oportuno promover e difundir atuações pertinentes à captação de recursos humanos. Sequente de 11,5% dos visitantes gostariam de contribuir por meio de doação financeira e 4,5% por meio de doação de peças ao acervo, averiguando demanda para a implantação de estratégias para arrecadação sistemática e regulamentada de doações. E, por fim, verifica-se que 0,3% desses visitantes gostariam de colaborar

desenvolvendo atividades de ensino e extensão, incentivando a promulgação e ampla divulgação de editais em viabilidade de tais interesses com impacto socioeconômico e cultural.

Dando seguimento ao público do Museu dos Dinossauros, veremos na seção seguinte valores informativos sobre a ótica da comunidade local deste Museu.

4.3.4 Análise e Discussão de dados da Comunidade de Peirópolis

Do banco de dados informativos levantado através do grupo 04, pertinente aos membros da comunidade local do Museu dos Dinossauros situado em Peirópolis, constituiu-se a tabulação disposta no Apêndice H. E obteve a participação de 25 (vinte e cinco) membros dessa comunidade, consistindo-se numa amostragem ínfima, conseqüentemente com índice de confiabilidade baixo.

Junto à comunidade de Peirópolis, apurou-se valores informativos pertinentes ao mapeamento dos membros dessa comunidade, visita e os níveis de satisfação com os serviços e funcionalidades prestados pelo Museu, recomendações e divulgação do Museu aos turistas de Peirópolis, proximidade com o Museu, sugestões de implantação de métodos de captação de recursos financeiros para auxiliar a sustentabilidade do Museu. Como, ainda, interesse em contribuir para a manutenção e continuidade do Museu dos Dinossauros e suas ações.

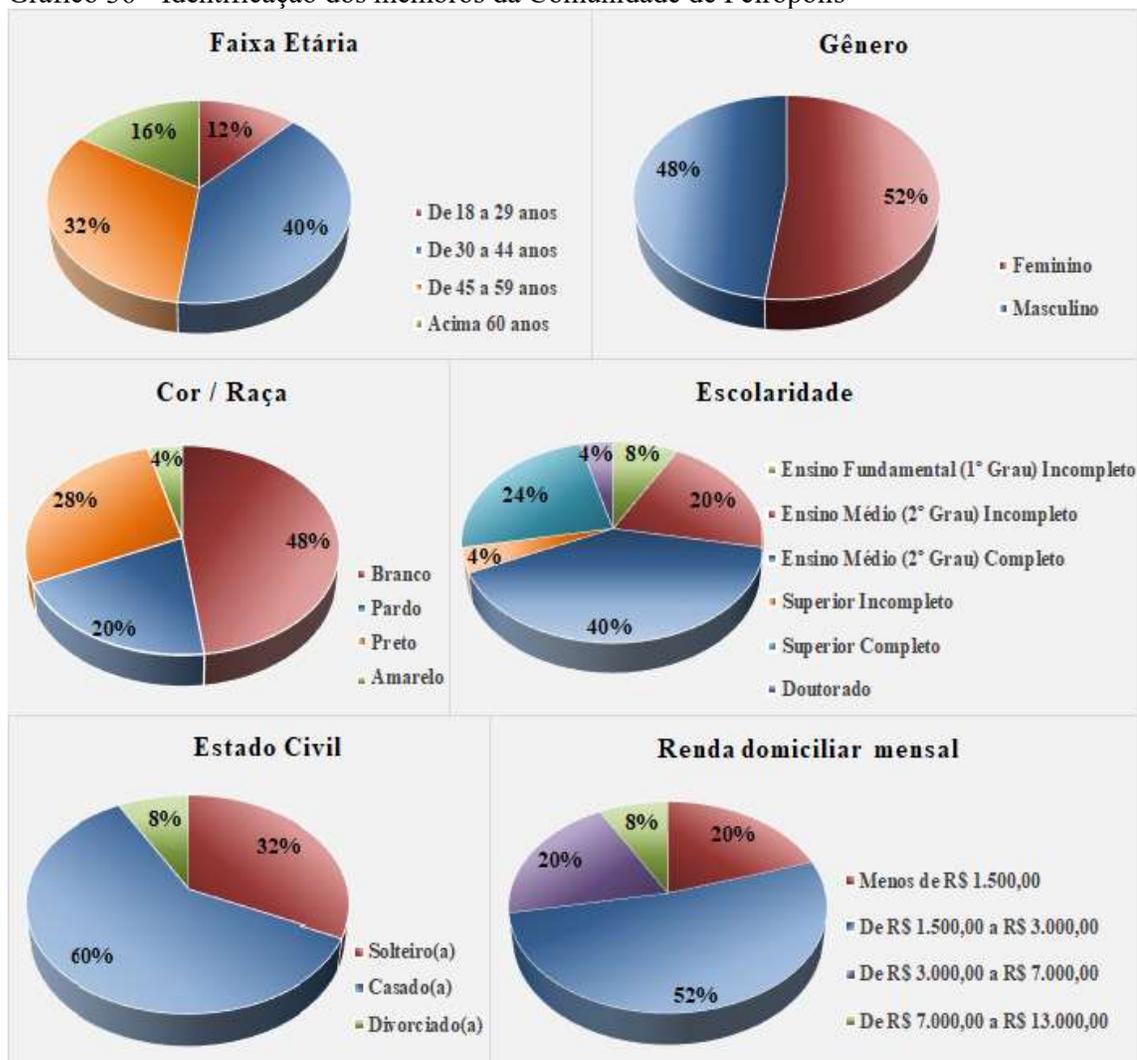
O mapeamento consiste na identificação desse público comunitário ao espectro do Museu dos Dinossauros, que se fez mediante levantamento dos valores informativos quanto às características pessoais, como faixa etária, gênero, cor, estado civil, renda, escolaridade, profissão ou ocupação, perspectivas de filho estudante, e lazer, estando todos representados nos gráficos 36 ao 38 abaixo.

Identificou-se que todos os membros participantes informaram sobre suas idades, gênero, cor, estado civil, renda, escolaridade, profissão ou ocupação. De modo que se verifica no gráfico 36, que tais membros formam faixas etárias com 12% dentre 18 a 29 anos, 40% dentre 30 a 44 anos, 32% dentre 45 a 59 anos, e 16% acima de 60 anos.

Verifica-se, neste gráfico 36, quanto ao gênero que se compõem de 52% feminino e de 48% masculino. E, verifica quanto à cor (raça) que se integra por 48% de brancos, 20% de pardos, 28% de pretos, e 4% de amarelos. Como, ainda, verifica-se quanto ao estado civil que se abarcam de 15% de casados, de 8% de solteiros, e de 2% de divorciados.

Neste enquadramento, verifica-se no gráfico 36 sobre a escolaridade, que constituem de 8% com ensino fundamental, de 20% com ensino médio incompleto e de 40% completo, de 4% ensino superior incompleto e 24% completo, e de 4% com doutorado.

Gráfico 36 - Identificação dos membros da Comunidade de Peirópolis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

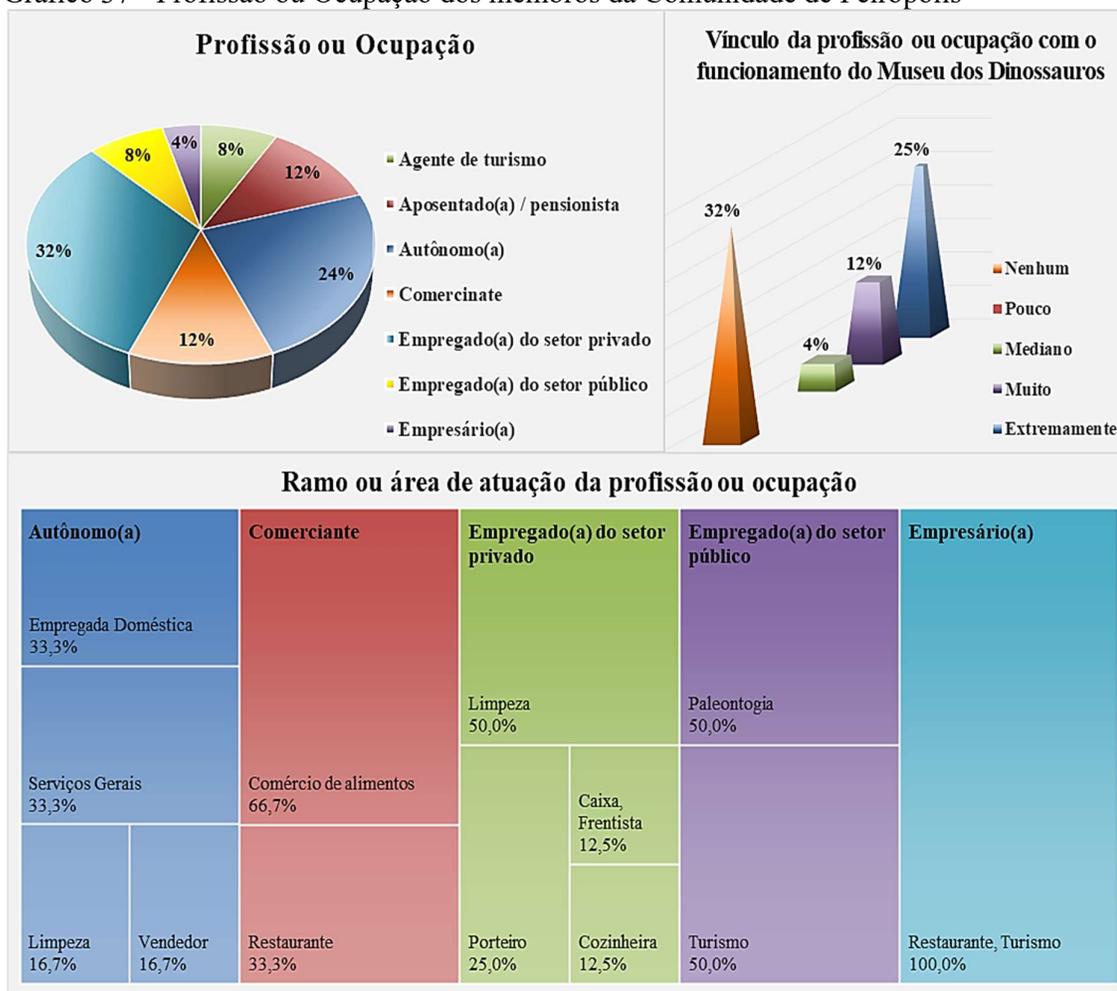
Em continuidade a identificação dos membros da comunidade de Peirópolis, verifica-se também no gráfico 36 quanto à renda domiciliar familiar mensal, que se estabelecem em 52% dentre R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00, no mesmo valor percentual de 20% com renda inferior a R\$ 1.500,00 e dentre R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00, e em 8% dentre R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00.

No gráfico 37 a seguir, verifica-se sobre a profissão e/ou ocupação dos membros da comunidade, compondo-se de 32% de empregados do setor privado, 24% de autônomos, 12% de comerciantes e de aposentados ou pensionistas, 8% de empregados do setor público, e 4% de empresários.

Neste contexto, verifica-se no gráfico 37 sobre algumas profissões e ocupações, as suas especificidades pertinente ao ramo ou área de atuação, constatando que os autônomos dispõe atuações de 33,3% tanto para empregada doméstica como para serviços gerais, e 16,7% tanto

para limpeza como para vendedor; que os comerciantes consistem em 66,7% do ramo de venda de alimentos e 33,3% de restaurante; que os empregados do setor privado se integram de atuações de 50% na área de limpeza, 25% de porteiro, 12,5% para caixa-frentista de posto como também para cozinheira de restaurante; que os empregados do setor público atuam 50% na área de paleontologia e 50% em turismo; e que os empresários são totalitários (100%) do ramo de restaurante e turismo.

Gráfico 37 - Profissão ou Ocupação dos membros da Comunidade de Peirópolis

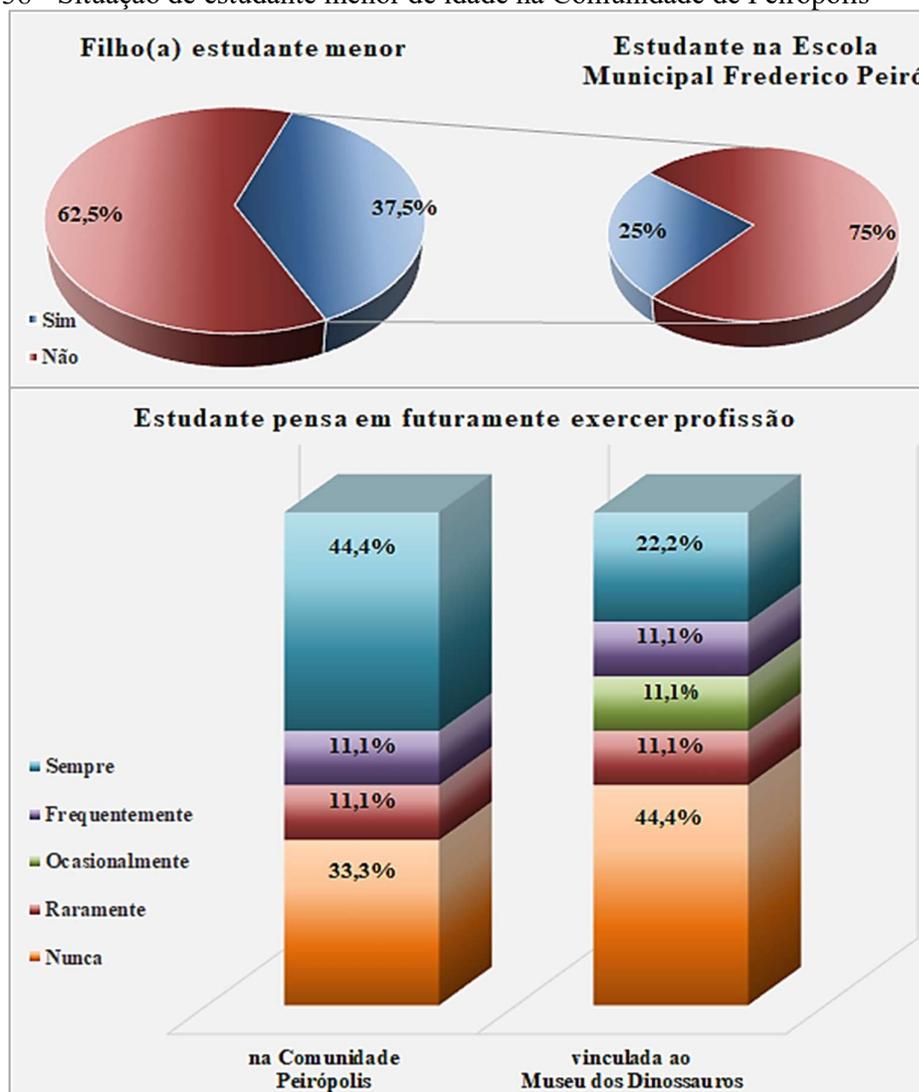


Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

E, ainda, verifica-se no gráfico 37 o vínculo dessas profissões e ocupações com o funcionamento do Museu dos Dinossauros, constatando-se nenhum vínculo no importe de 32%, vínculo mediano em 4%, muito vinculado no valor percentual de 12% e extremamente vinculado ao funcionamento em 25% dessas profissões e ocupações supracitadas.

Nesta conjuntura de identificar os membros da comunidade, averiguou-se dos participantes que 96% dos membros relataram sobre filhos menores estudantes e suas perspectivas futuras, ora demonstrado no gráfico 38 a seguir.

Gráfico 38 - Situação de estudante menor de idade na Comunidade de Peirópolis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, no gráfico 38, que 96% dos informantes, 37,5% dos membros possuem filhos menores estudando. E verifica-se que destes, o valor informativo de 25% encontra-se estudando na Escola Municipal Frederico Peiró situada no bairro Peirópolis.

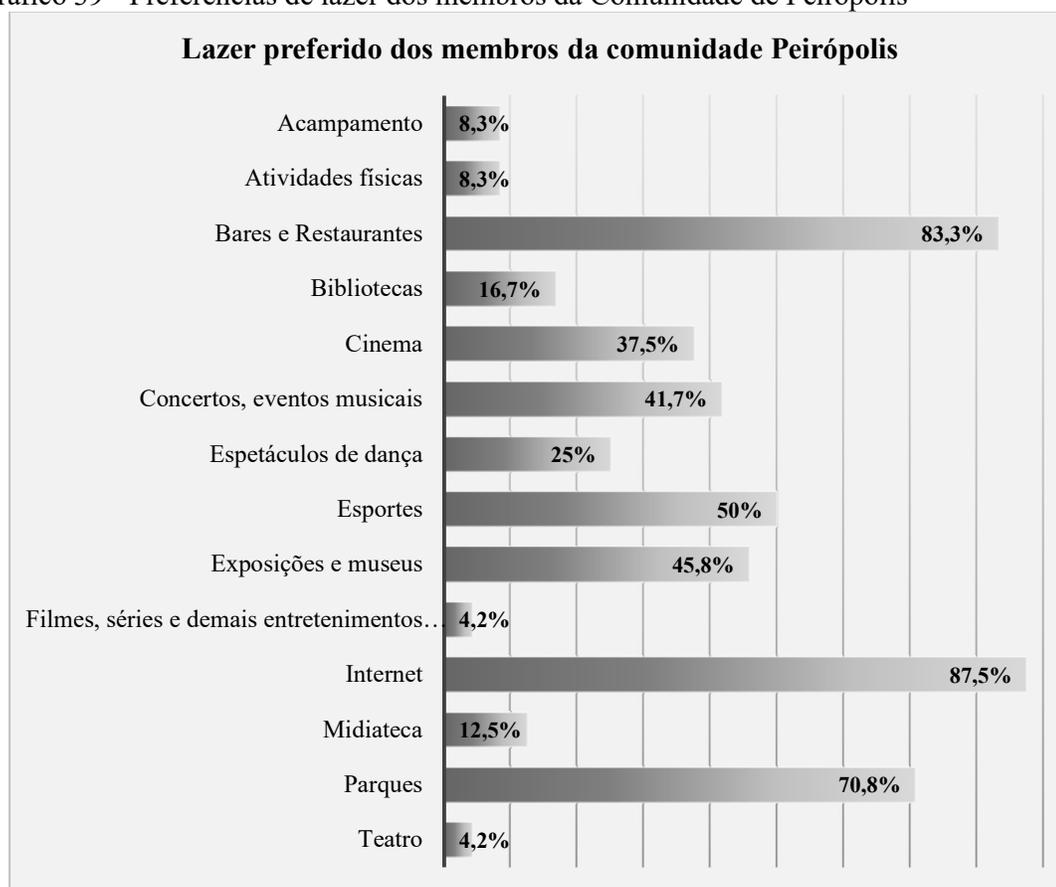
Neste quadro dos menores estudantes, averiguou-se dados quanto a estes pensarem futuramente em exercer alguma profissão na comunidade de Peirópolis, verificando-se que

33,3% nunca pensam, no mesmo importe de 11,1% pensam frequentemente e pensam ocasionalmente, e 44,4% sempre pensam.

Como, ainda, apurando-se quanto a pensarem em exercer alguma profissão vinculada ao funcionamento do Museu dos Dinossauros, constatando que 44,4% nunca pensam, no mesmo importe de 11,1% pensam frequentemente, pensam ocasionalmente e também pensam raramente, enquanto 22,2% sempre pensam.

Por fim, quanto à identificação dos visitantes, observou-se que 96% dos membros participantes da comunidade de Peirópolis, indicaram as suas preferências de lazer, conforme dispostas no gráfico 39 a seguir.

Gráfico 39 - Preferências de lazer dos membros da Comunidade de Peirópolis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

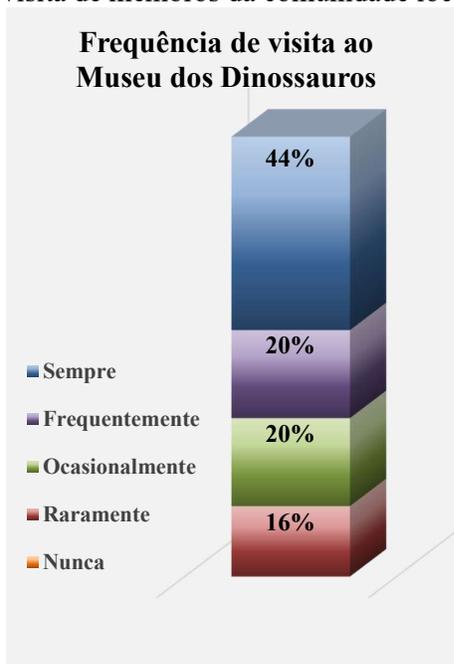
Verifica-se no gráfico 39 que 87,5% curtem *internet*, 83,3% gostam de bares e restaurantes, 70,8% apreciam parques, 45,8% apreciam exposições e museus, 41,7% apreciam concertos ou eventos musicais, 37,5% apreciam cinema, 50% gostam de praticar esportes, 25% apreciam espetáculos de dança, 16,7% gostam de bibliotecas e 12,5% de midiateca, 8,3%

gostam de praticar atividades físicas, 8,3% gostam de acampamento, 4,2% apreciam teatro e o mesmo percentual de filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos.

Este levantamento pertinente à identificação dos membros da comunidade local do Museu dos Dinossauros, além da situação de seus filhos e suas perspectivas futuras, como também os seus gostos culturais, colabora substancialmente como critérios para promover ações compatíveis às demandas deste público, tanto com finalidades de atingi-lo amplamente, como de forma específica a necessidade ou a agregação de determinados grupos, e inclusive promover ações de parcerias e de voluntariados.

Deduziu-se que todos os membros da comunidade local participantes da pesquisa, relataram sobre suas visitas aos Museus dos Dinossauros, conforme gráfico 40 a seguir.

Gráfico 40 - Frequência de visita de membros da comunidade local ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se no gráfico 40 que 16% raramente, 20% ocasionalmente, 20% frequentemente, e 44% sempre visitam o Museu, deduzindo cabíveis ações extensivas para promover e estimular à comunidade.

Neste cenário, verifica-se também os níveis de satisfação desses membros da comunidade com os serviços e funcionalidades prestados pelo Museu dos Dinossauros, expostos no gráfico 41 abaixo.

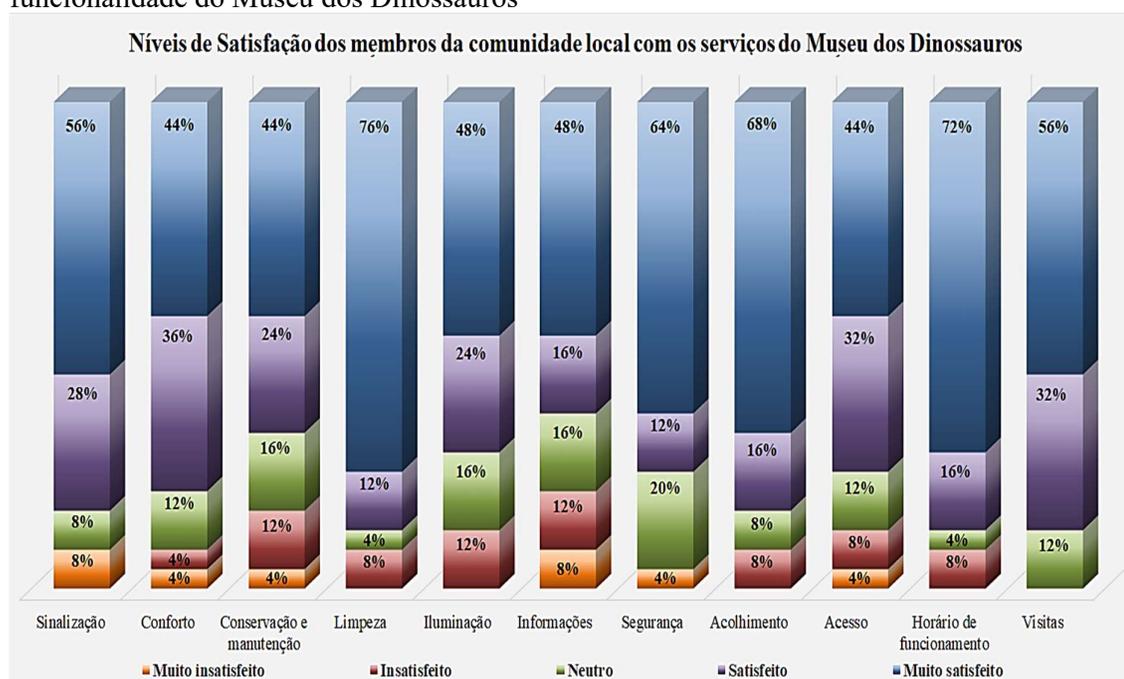
Primeiramente, verifica-se no gráfico 41 os níveis de satisfação pertinente aos serviços de sinalização, como orientação de entrada, saída, banheiros, dentre outras disponibilizadas

pelos espaços do Museu dos Dinossauros, que os membros comunitários ficaram 56% muito satisfeitos, 28% satisfeitos, 8% neutros, e 8% muito insatisfeitos.

No gráfico 41, verifica-se os níveis de satisfação quanto à disponibilização de conforto, como banheiro, temperatura nos ambientes, assentos, bebedouros, dentre outros disponibilizados, ficaram 44% muito satisfeitos, 36% satisfeitos, 12% neutros, 4% insatisfeitos, e 4% muito insatisfeitos.

Verifica-se também no referido gráfico 41 que os níveis de satisfação tocantes à conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros dispostos pelo Museu, que os membros da comunidade ficaram 44% muito satisfeitos, 24% satisfeitos, 16% neutros, 12% insatisfeitos, e 4% muito insatisfeitos.

Gráfico 41 - Níveis de satisfação dos membros da Comunidade de Peirópolis com serviços e funcionalidade do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Verifica-se, ainda no gráfico 41, sobre os níveis de satisfação referentes à limpeza do Museu dos Dinossauros, constatando que 76% dos membros ficaram muito satisfeitos, 12% ficaram satisfeitos, 4% ficaram neutros, e 8% ficaram insatisfeitos.

Nesta conjuntura, verifica-se os níveis de satisfação inerente à iluminação dos espaços do Museu, que 48% dos membros da comunidade ficaram muito satisfeitos, 24% ficaram satisfeitos, 16% ficaram neutros, e 12% ficaram insatisfeitos.

Neste enquadramento, verifica-se inclusive sobre os níveis de satisfação relativos às informações e explicações disponibilizados no Museu dos Dinossauros, mediante painéis, placas orientativas, totens, dentre outros, que os membros comunitários ficaram 48% muito satisfeitos, 16% satisfeitos, 16% neutros, 12% insatisfeitos, e 8% muito insatisfeitos.

Além disso, verifica-se no gráfico 41 quanto aos níveis de satisfação sobre a segurança do Museu que tais membros ficaram 64% muito satisfeitos, 12% satisfeitos, 20% neutros, e 4% muito insatisfeitos.

No gráfico 41, verifica-se também os níveis de satisfação concerne aos serviços de acolhimento disponibilizados no Museu, através de recepcionista, monitor, vigia, recepcionista, guia, mediadores, dentre outros, constatando que 68% dos membros ficaram muito satisfeitos, 16% ficaram satisfeitos, 8% ficaram neutros, e 8% ficaram muito insatisfeitos.

Verifica-se, juntamente no gráfico 41, sobre os níveis de satisfação relacionados aos serviços de acesso ao Museu dos Dinossauros, como facilidade de transitar, de transporte e de estacionamento, sinalização nas ruas, dentre outros, que 44% dos membros de Peirópolis ficaram muito satisfeitos, 32% ficaram satisfeitos, 12% ficaram neutros, 8% ficaram insatisfeitos, e 4% ficaram muito insatisfeitos.

Ademais verifica-se, no gráfico 41 acima, sobre os níveis de satisfação pertinente aos horários de funcionamento do Museu, que os membros ficaram 72% muito satisfeitos, 16% satisfeitos, 4% neutros, e 8% insatisfeitos

E, por fim, verifica-se sobre os níveis de satisfação quanto às visitas realizadas ao Museu dos Dinossauros, identificando que 56% dos membros da comunidade ficaram muito satisfeitos, 32% ficaram satisfeitos, e 12% ficaram neutros.

Diante disso, constata-se que os níveis de satisfação dos membros da comunidade com os serviços e as funcionalidades do Museu dos Dinossauros encontram-se predominantemente positivos, ou seja, apresentando percentual de insatisfação modesto, o qual deve ser ajustado aprimorando conforme especificidade de cada serviço ou funcionalidade em prol de sua eficácia.

Na conjuntura da expansão do reconhecimento patrimonial científico e cultural do Museu dos Dinossauros, que possui significativo impacto sociocultural e turístico em sua comunidade local, coletou se dados pertinentes a suas recomendações e divulgações, donde aferiu-se que todos os membros participantes da pesquisa, informaram que os praticam, conforme frequência e meios elencados respectivamente nos gráficos 42 e 43 abaixo.

Verifica-se quanto às recomendações, no gráfico 42, que 4% dos comunitários as efetuam raramente, 12% praticam ocasionalmente, 32% recomendam frequentemente, e 52% sempre recomendam o Museu dos Dinossauros.

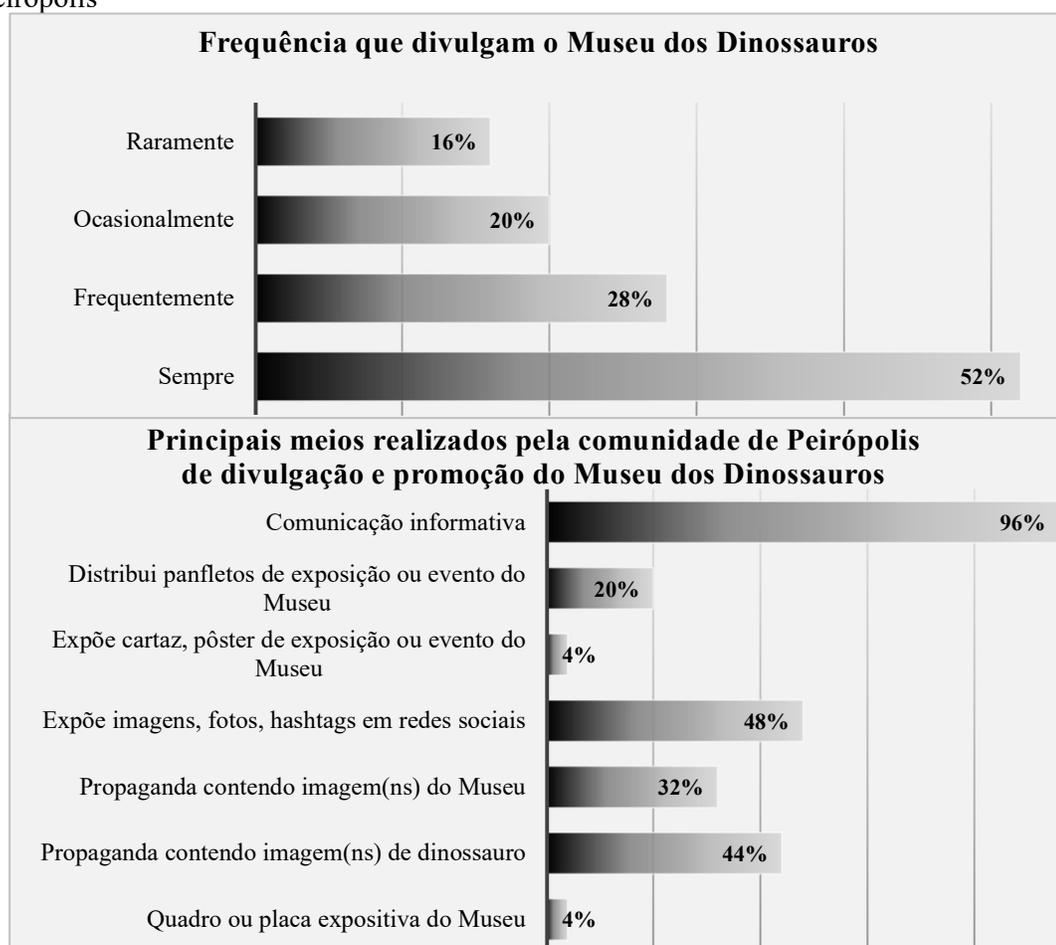
Gráfico 42 - Recomendações de visita ao Museu dos Dinossauros pelos membros da Comunidade de Peirópolis aos turistas



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No gráfico 42, verifica-se ainda que as suas recomendações consistem relevantemente para conhecer o Museu dos Dinossauros no valor percentual de 96%. Sequente para levar os filhos, as crianças em 80%, para conhecer a área externa, área verde do Museu em 60%, para acompanhar amigos ou outras pessoas em 56%, para se divertir em 52%, para conhecer os assuntos das exposições em 44%, para ir ao laboratório de preparação de fósseis em 40%. Subsequente em menor percentual por ter entrada gratuita e para alargar horizontes, conhecer coisas novas no mesmo percentual de 36%, para pesquisar, estudar algum tema em 32%, para conhecer exposição temporária em 24%, para assistir a algum espetáculo e para participar de atividades específicas, ambas em 20%, para conhecer nova exposição em 16%, e para ver alguma peça ou acervo específico em 12%.

Gráfico 43 - Divulgações do Museu dos Dinossauros pelos membros da Comunidade de Peirópolis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Neste contexto, no gráfico 43 acima, verifica-se sobre a prática de divulgação do Museu dos Dinossauros pelos membros da comunidade de Peirópolis, identificando que 16% o

divulgam raramente, 20% o divulgam ocasionalmente, 28% o divulgam frequentemente, 52% o divulgam sempre.

Nesta conjuntura, verifica-se que elevado percentual dos membros no importe de 96% divulgam o Museu mediante comunicação informativa, ou seja, boca a boca. Sequente, verifica-se que 48% desses membros expõem imagens, fotos, *hashtags* em redes sociais como *Facebook, Twitter, Instagram*, e que 44% dos membros divulgam por meio de propaganda de seu comércio ou empreendimento contendo alguma imagem de dinossauro. Subsequente, verifica-se que 32% dos membros divulgam mediante propaganda de seu comércio ou empreendimento contendo alguma imagem do Museu dos Dinossauros da UFTM, enquanto que 20% distribuem panfletos de exposição ou evento do Museu. E, por fim, verifica-se que 4% desses membros expõem quadro ou placa com referência ao Museu, e o mesmo percentual de 4% auxiliam na divulgação de exposição ou evento do referido Museu expondo cartaz, pôster.

Constatando, que tais recomendações são compatíveis com os objetivos de visita e retorno dos visitantes, ora observados na análise do tópico anterior 4.3.3, demonstrados respectivamente nos gráficos 28 e 33, que juntamente com o hábito de divulgação deduz-se relevante a atuação da comunidade no estímulo de turistas e visitantes em conhecer e frequentar o Museu dos Dinossauros. Consequentemente, sendo campo propício a ser trabalhado a favor de aprimorar tais abordagens e efetividade para viabilidade da divulgação e *marketing* do Museu, sob constante busca da expansão de seu reconhecimento territorial científico-cultural com impacto em sua comunidade local.

Em continuidade a análise da pesquisa realizada, averiguou-se dados informativos de todos os participantes inerentes à inter-relação destes com o Museu dos Dinossauros, como, ainda, sugestões de proximidades.

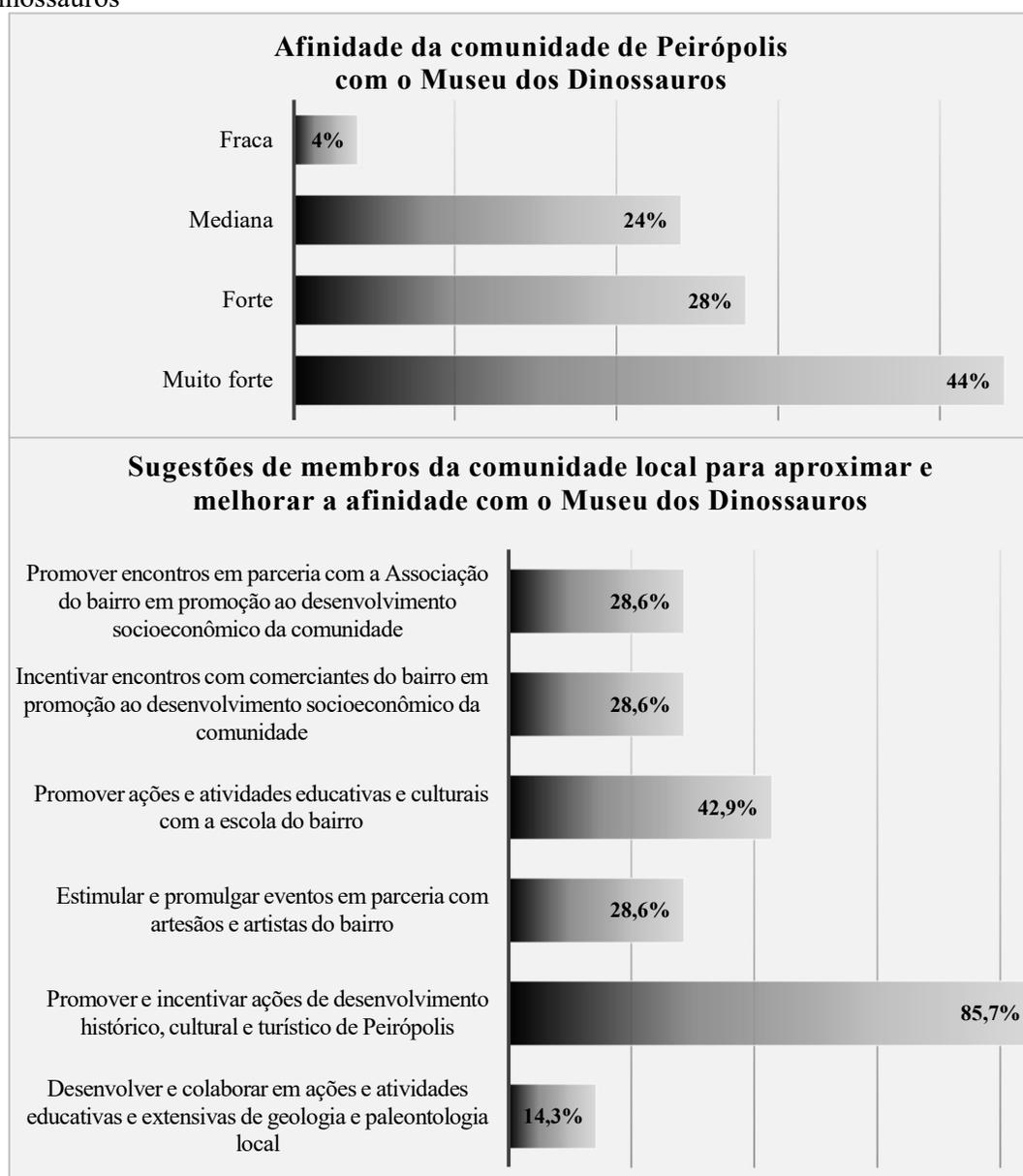
Verifica-se, no gráfico 44 abaixo, que 44% desses membros considera muito forte a sua conexão, 28% considera forte a sua proximidade, 24% considera mediana a sua relação, e 4% considera fraca a sua ligação com o Museu.

Neste enquadramento, captou-se apenas dos membros comunitários que consideram a sua relação mediana a fraca com o Museu dos Dinossauros, incidindo em 28% dos membros participantes, sugestões pertinentes ao que entendem viabilizar a proximidade da comunidade com o referido Museu.

No gráfico 44, verifica-se que sugerem consideravelmente em 85,7% promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis. Sequente, verifica-se em 42,9% a sugestão de promover ações e atividades educativas e culturais com a

escola do bairro. Subsequente, verifica-se no mesmo valor informativo de 28,6% que sugerem estimular e promulgar eventos em parceria com artesãos e artistas da comunidade, como, ainda, incentivar encontros com comerciantes do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade local, e também promover encontros em parceria com a associação de Peirópolis em promoção ao desenvolvimento socioeconômico desta. E, por fim, em 14,3% sugerem desenvolver e colaborar em ações e atividades educativas e extensivas de geologia e paleontologia.

Gráfico 44 - Afinidade dos membros da Comunidade de Peirópolis com o Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

Face a isso, afere-se precisas demandas para efetividade de ações, projetos, eventos no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão, em benefício dessas proximidades interpessoais comunidade e Museu com primazia ao impacto sociocultural e econômico direcionado à Peirópolis.

Averiguou-se, ainda, sugestões de todos os membros participantes sobre métodos de captação de recursos financeiros para contribuir na manutenção e desenvolvimento do Museu dos Dinossauros que podem impactar a atuação da comunidade local, ora referenciadas no gráfico 45 a seguir.

Gráfico 45 - Sugestões dos membros da Comunidade de Peirópolis de atuações e estratégias para captação de recursos financeiros em auxílio à sustentabilidade do Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

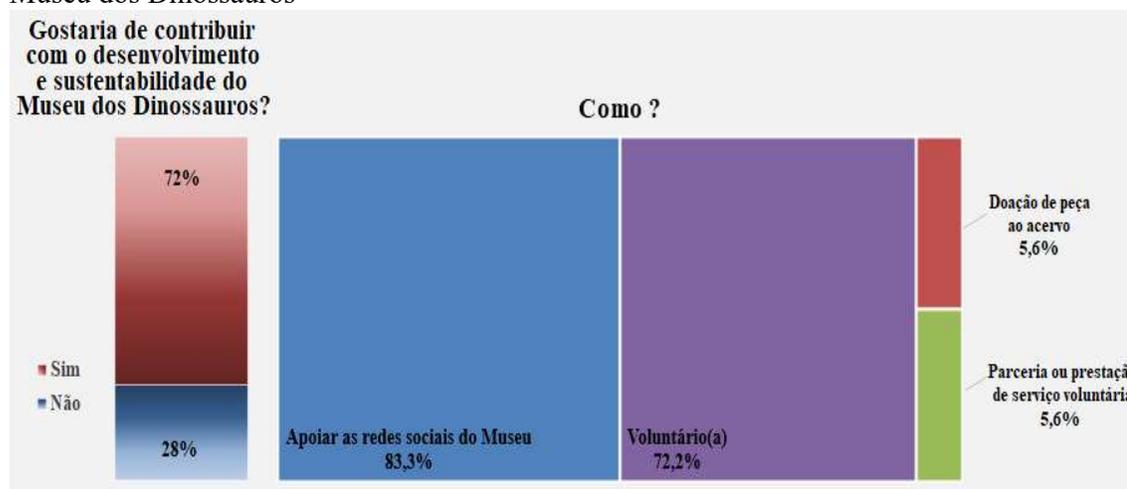
Verifica-se, no gráfico 45, que tais membros comunitários sugerem expressivamente atos comerciais, incidindo 88% em venda de algum produto específico e 72% em venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região, seguida da locação de

espaços respectivamente temporária para eventos em 72% e por prazo determinado para fins comerciais em 68%, da cobrança de ingresso para acesso respectivamente à eventos itinerantes em 68% e ao Museu e seus anexos em 64%, e por fim da oferta de cursos de especialização em 64%. Sequente, verifica-se que os membros da comunidade local sugerem angariar doações financeiras em 52%, por meio de colaborações ou prestações de serviços voluntários em 44%, através de doações de patrimônios em 36% e doações de acervos em 4%.

Observa-se que tais sugestões, além de demonstrarem o interesse e cuidado com o Museu dos Dinossauros por sua comunidade local, também são pertinentes aos métodos de captação de recursos aplicados pelos museus universitários, conforme apresentados na análise no tópico 4.3.1 precisamente em gráfico 15, como ainda tangente aos sugeridos pelos responsáveis pelo desenvolvimento do Museu dos Dinossauros, ora demonstrados no gráfico 18 do tópico 4.3.2, e principalmente condizentes ao almejado pelo público visitante do Museu dos Dinossauros de acordo com o gráfico 31 em tópico anterior. Assim, averiguando-se enorme procedência para intenções de implantação no alcance da sustentabilidade do referido Museu.

Neste contexto, apurou-se também dados informativos de todos os membros da comunidade local participantes da pesquisa quanto ao interesse e meios de contribuição para a sustentabilidade e desenvolvimento do Museu dos Dinossauros, conforme disposto no gráfico 46 a seguir.

Gráfico 46 - Formas de contribuição dispostas pelos membros da Comunidade de Peirópolis ao Museu dos Dinossauros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

No gráfico 46, verifica-se que 72% dos membros da comunidade participantes gostariam de contribuir com o Museu dos Dinossauros. E, ainda, verifica-se neste gráfico 46

que esses membros interessados, gostariam de contribuir em 83,3% através de apoio às redes sociais do Museu, averiguando demanda para implantação de atividades de ensino de informatização para a comunidade direcionada à divulgação por meio das redes sociais dos negócios, do próprio Museu e do turismo local, viabilizando, contudo, o direcionamento destes assuntos em busca de seu público. Sequente, em 72,2% como voluntários e em 5,6% por meio de parceria ou prestação de serviço voluntário, aferindo campo propício e oportuno para atuações de captação de recursos humanos, fundadas no interesse, localidade e familiaridade deste público comunitário com a cultura e turismo local. Subsequente, em 5,6% mediante doação de peças para o acervo, inferindo no estímulo de aplicação de métodos para arrecadação de doações.

E, por fim, as considerações conclusivas deste estudo.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa obteve um diagnóstico da situação dos museus universitários federais quanto à identificação, à infraestrutura, ao funcionamento e ao financeiro mediante a coleta e análise aplicada, inclusive apresentando métodos de captação de recursos e seus meios de recebimento, execução e investimento aplicados em auxílio à sustentabilidade. Oportunizando parâmetros para a constituição de sugestões inovadoras e resolutivas aos demais institutos culturais, com fins de acrescer em seus indicadores de qualidade gerenciais com impacto socioeconômico e cultural.

Tanto que tal diagnóstico possibilitou paramentar a avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM, mediante comparativas para averiguar a sua situação em contribuição a sua gestão organizacional, inclusive em corroboração à constituição de seu plano museológico.

A princípio, percebe que se enquadra dentre a maioria dos museus investigados quanto a sua identificação, ainda assim, distingue-se sobre a sua temática, principalmente quanto aos institutos similares ao Museu dos Dinossauros. E, proporcionou a detecção de adversidades estruturais e funcionais passíveis de algumas adequações organizacionais, de possibilidades de ampliação dos meios de divulgação e *marketing* museal, e da necessidade de incremento e novas ações extensivas junto ao seu público, favorecido por dispor de campo propício e interesse por este público. Concedendo-lhe, assim, a facultatividade gerencial de aprimoramento através de adequações e atuações inovadoras.

Nesta avaliação, além de constatar algumas especificidades sobre o Museu da UFTM que o sobressai no campo museológico, proveniente de seu elevado quantitativo de visitas anuais e de sua grande área expositiva, também averiguou métodos de captação de recursos financeiros procedentes a sua sustentabilidade.

Para uma melhor avaliação da situação do Museu dos Dinossauros, expandiu a pesquisa a seu público visitante e comunitário local, todavia sem o devido êxito junto a este último. Apesar disso, contribuiu significativamente no mapeamento identificatório e cultural de seu público visitante, além de substanciar e fundamentar a criação e aplicação de ações na esfera do ensino, da pesquisa, e da extensão com ênfase em eventos culturais, possibilitando conforme o objetivo atingir equitativamente o seu público amplo, ou específico para oportunizar e agregar as minorias sociais. Como, ainda, proporciona base para promover ações para o alcance de novos públicos viabilizando a expansão do reconhecimento deste instituto cultural.

Neste enquadramento, apurou-se as procedências, necessidades e intenções de seu público quanto à visita, inclusive mensurando os níveis de satisfação quanto aos serviços e às funcionalidades disponibilizadas pelo Museu dos Dinossauros. Proporcionando, o aferimento dos indicadores de desempenho e qualidade do Museu quanto à infraestrutura, ao funcionamento, aos serviços e atendimentos fornecidos, às atividades extensivas e às ações de proximidade com o seu público, que em suma foram consideravelmente positivas.

Entretanto, a avaliação do Museu sob a ótica de seu público também possibilitou identificar algumas problemáticas, permitindo à gestão do Museu da UFTM que constitua e realize as devidas melhorias e proporcione soluções. E, ainda, que promova ações em benefício de atender as reivindicações de seu público propiciando o constante retorno, e que agregue novos públicos em viabilidade da expansão de seu patrimônio científico-cultural.

Para tanto, recomenda-se a gestão do Museu da UFTM, que efetue esporadicamente o mapeamento de seu público visitante, abordando inclusive as suas motivações de visita e de retorno, que mensure as reivindicações de proximidades com a sua comunidade local, e que periodicamente afira os seus indicadores de desempenho e qualidade.

Aproveitando, tal estudo avaliativo do Museu dos Dinossauros, aferiu-se às demandas comerciais e às intenções contributivas almejadas pelo seu público, fomentando à gestão para se embasar e constituir métodos de captação de recursos financeiros, e inclusive humanos através de voluntariado e de parcerias, propícios e cabíveis de implantação para a manutenção e sustentabilidade do Museu em prol de atender adequadamente o seu público visitante com impacto socioeconômico e cultural em sua comunidade local.

Em busca de atuação e funcionalidade eficaz do Museu dos Dinossauros cabe à sua gestão aplicar rotinas organizacionais, requisitar capacitações, dentre outras atividades inerentes ao trabalho gerencial e organizacional, inclusive fundamentar pleitos de recursos financeiros e humanos para melhorias tanto das funcionalidades estruturais, como dos serviços e atendimentos disponibilizados. Podendo a gestão, em auxílio, utilizar-se desta avaliação gerada com fulcro nos dados levantados para fundamentar tais pleitos. Todavia, o Museu continuará à mercê de tais disponibilidades para a sua manutenção e propensão.

Diante disso, percebe-se no estudo realizado sob os museus federais gradativas ocorrências de adesão por estes a fontes de arrecadação para se manterem ou não se extinguirem. Tornando-se pertinente ao Museu dos Dinossauros sob a tutela institucional e as expensas dos recursos provindos do MEC, também criar e instituir estratégias de curto, médio e longo prazo em viabilidade a sua sustentabilidade e desenvolvimento, embasada nas

reivindicações e métodos apurados por este estudo passíveis de aplicação para angariamento de recursos.

Não obstante, deve-se analisar a viabilidade de implantação, considerando o seu déficit de recurso humano, de modo que lhe permita maior flexibilidade de gerenciamento com compensação positiva e célere do retorno financeiro. Para tanto, sob auxílio de plano de trabalho instruído por levantamento orçamentário material e humano, verificar as procedências de simplificar e agilizar tanto a captação como a aplicabilidade dos recursos mediante execução direta pelo instituto, como no mesmo patamar analisar as viabilidades intermediárias de transferir a execução de determinados serviços em planejamento de estratégias de curto à médio prazo, tendo por sugestões legais: mediante licitação por de concessão de uso de espaço e/ou por contratação de empresa terceirizada de serviço para fins comerciais, ambos nos parâmetros da Lei de Licitações e Contratos; por meio de entidade de apoio sem fins lucrativos, nos moldes da Lei nº 8.958/1994 (BRASIL, 2021b; BRASIL, 1994).

No entanto, os museus como instituição cultural contínua e permanente, necessitam essencialmente de estratégias que lhes tragam segurança financeira a longo prazo, conforme disposto neste estudo em tópico 3.2.3, possível mediante fundos permanentes oriundos de doações, cuja a captação, a gestão e os investimentos procedem por meio de organização gestora sem fins lucrativos, recentemente possível sob os respaldos da Lei nº 13.800/2019. Estratégia concebível ao Museu da UFTM, oportunizada por suas condições estruturais e funcionais, a favor de atender as demandas comerciais aferidas, além de possuir especificidades como o seu reconhecimento internacional fortalecida por sua elevadíssima demanda de visitantes, dentre outras que corroboram para tais procedências (BRASIL, 2019).

No entendimento por sua gestão de implantação de métodos para captação de recursos, entende-se pertinente, sob o amparo da Universidade, a constituição de conciso e elaborado plano de trabalho integrado no mínimo por membros responsáveis pelo desenvolvimento do Museu e por membros com notório conhecimento nas áreas de gestão administrativa, preferencialmente em gestão de pessoas, captação e gerenciamento de recursos oriundos de doações e agências de fomento, como também nas áreas de economia e/ou de ciências contábeis, de assuntos educacionais, de produção cultural, de comunicação e *marketing*, com a finalidade de traçar desde a constituição de tais métodos ao seu desenvolvimento, dispondo de forma individual e específica os meios diretos e/ou intermediários viáveis e as equipes necessárias, como de gestão e controle financeiro dos recursos, de gestão e incentivos de atividades determinadas, de divulgação e *marketing*, dentre outras, com todos os atos e etapas devidamente fundamentados por planilhas orçamentárias.

Ressalta-se prudente que o investimento dos recursos arrecadados através de atividades comerciais, ou mediante atividades determinadas por meio de agentes de fomento ou doações, como projetos, pesquisas, ações, eventos, dentre outras subsidiadas pelo Museu da UFTM, inclusive pelo Centro de Pesquisa Paleontológicas Llewellyn Ivor Price, devam além de atender os seus devidos fins de desenvolvimento e execução, também de priorizar as funções no ensino, na pesquisa e na extensão do Museu, e agregar a sua infraestrutura material e humana, de modo que lhe possibilite aprimorar e oportunizar a promulgação e continuidade destas práticas engendrando a sua sustentabilidade.

Neste enquadramento, o Museu dos Dinossauros em conformidade com a sua avaliação situacional possui a seu favor de capitanear recursos, sugestões fundadas em ações que lhe possibilite: expandir o seu recurso humano e aprimorar a estrutura de atendimento ao público com capacitações de seus servidores e colaboradores, que pode ser agregada de ações extensivas em atendimento à demanda voluntariada; investir na divulgação e *marketing* do Museu e de seu acervo, como de produtos emblemáticos; fomentar a reestruturação e infraestrutura predial do Museu e expansão de suas áreas agregada a restauração e ampliação de seu acervo, além de disponibilizar maior segurança, algo primordial para evitar catástrofes como as ocorridas ao Museu Nacional, no Rio de Janeiro em 2018, e ao Museu da Universidade Federal de Minas Gerais que atingiu o Museu de História Natural e o Jardim Botânico da UFMG em meados de 2020; aquisição de equipamentos viabilizando a diversidade no atendimento ao público, como controle de acesso e que possibilite passeios virtuais; investir em equipamentos e materiais de pesquisa e laboratoriais ao CPPLIP, donde uma de suas competências é fomentar projetos e artigos científicos paleontológicos que agrega ao Museu dos Dinossauros os seus resultados científicos, de ensino e extensão; dentre outras atividades pertinentes.

Como ressalva às regulamentações de implantação de métodos de captação de recursos, cabe ao Museu universitário sob a tutela da UFTM fazer o controle orçamentário destes e de seus investimentos, com fulcro nos princípios da legalidade e da transparência, mediante prestação de contas dos recursos e fundos nos parâmetros dos projetos e contratos legais firmados, como ainda através da apresentação de relatórios de recursos ao departamento administrativo responsável, independentemente de ser efetuada diretamente pela gestão do Museu, ou mediante entidade de apoio e/ou organização gestora, posto que estas trabalharão em conjunto com a entidade apoiada respeitando os quesitos e prazos de execução estabelecidos.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Fernanda Carvalho de; FROZZA; Marília de Oliveira. Museus de arte universitários: vocações, especificidades e potencialidades. **Revista do Instituto de Artes da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) Concinnitas**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 36, dez.2019. DOI: <https://doi.org/10.12957/concinnitas.2019.47976>. Acesso em: 24 set. 2020.

GRU: PROAD orienta sobre emissão de GRU via sistema PagTesouro. *In*: UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Comunicados PROAD**. Uberaba, MG: Pró-Reitoria de Administração da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (PROAD/UFTM), 13 jan. 2022a. Disponível em: <http://uftm.edu.br/proad/comunicados-proad/3702-proad-orienta-sobre-emissao-de-gru-via-sistema-pagtesouro>. Acesso em: 16 jan. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. França: Universitaires de France, 1977. Tradução: Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEUREN, Ilse Maria; RAUPP, Fabiano Maury. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. Ministério da Economia. Banco Central do Brasil. Resolução do Banco Central do Brasil (BCB) nº 1, de 12 de agosto de 2020. Institui o arranjo de pagamentos Pix e aprova o seu Regulamento. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 155, p. 44, 13 ago. 2020a.

BRASIL. Ministério da Economia. Banco Central do Brasil. Resolução do Banco Central do Brasil (BCB) nº 30, de 29 de outubro de 2020. Altera a Resolução BCB nº 19, de 1º de outubro de 2020, e o Regulamento anexo à Resolução BCB nº 1, de 12 de agosto de 2020, que disciplina o funcionamento do arranjo de pagamentos Pix. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 209, p. 443, 03 nov. 2020b.

BRASIL. Ministério da Economia. Banco Central do Brasil. Resolução do Banco Central do Brasil (BCB) nº 147, de 28 de setembro de 2021. Altera o Regulamento anexo à Resolução BCB nº 1, de 12 de agosto de 2020, que disciplina o funcionamento do arranjo de pagamentos Pix. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 186, p. 128, 30 set. 2021a.

BRASIL. Ministério da Economia. Banco Central do Brasil. **Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB): Pix**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2020c. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>. Acesso em: 18 jan. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). **Museus em Números**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2011. v. 1.

BRASIL. Poder Executivo. Decreto nº 10.494, de 23 de setembro de 2020. Institui o PagTesouro como plataforma digital para pagamento e recolhimento de valores à Conta Única do Tesouro Nacional. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 184, p. 23, 24 set. 2020d.

BRASIL. Poder Executivo. Decreto nº 4.950, de 9 de janeiro de 2004. Dispõe sobre a arrecadação das receitas de órgãos, fundos, autarquias, fundações e demais entidades

integrantes dos orçamentos fiscal e da seguridade social, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 2, 12 jan. 2004a.

BRASIL. Poder Executivo. Decreto nº 8.124, de 17 de outubro de 2013. Regulamenta dispositivos da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 1, 18 out. 2013.

BRASIL. Poder Executivo. Lei Complementar nº 195, de 8 de julho de 2022. Dispõe sobre apoio financeiro da União aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios para garantir ações emergenciais direcionadas ao setor cultural; altera a Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), para não contabilizar na meta de resultado primário as transferências federais aos demais entes da Federação para enfrentamento das consequências sociais e econômicas no setor cultural decorrentes de calamidades públicas ou pandemias; e altera a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, para atribuir outras fontes de recursos ao Fundo Nacional da Cultura (FNC). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1 (Extra B), n. 128-B, p. 1, 8 jul. 2022.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 10.707, de 30 de julho de 2003. Dispõe sobre as diretrizes para a elaboração da lei orçamentária de 2004 e dá outras providências. **Diário Oficial da União (Edição extra)**, Brasília, DF, seção 1, 31 jul. 2003, ret. [D.O.U.] p. 1, 24 nov. 2003.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 1, 15 jan. 2009a.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009. Cria o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). **Diário Oficial da União**, Brasília, seção 1, DF, p. 1, 21 jan. 2009b.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 13.800, de 4 de janeiro de 2019. Autoriza a administração pública a firmar instrumentos de parceria e termos de execução de programas, projetos e demais finalidades de interesse público com organizações gestoras de fundos patrimoniais; altera as Leis nºs 9.249 e 9.250, de 26 de dezembro de 1995, 9.532, de 10 de dezembro de 1997, e 12.114 de 9 de dezembro de 2009; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 4, p. 1, 7 jan. 2019.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021. Lei de Licitações e Contratos Administrativos. **Diário Oficial da União (Edição extra)**, Brasília, DF, seção 1, n. 61-F, p. 2, 1º abr. 2021b.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. Dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 23935, 12 dez. 1990.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 30261, 24 dez. 1991.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 8.958, de 20 de dezembro de 1994. Dispõe sobre as relações entre as instituições federais de ensino superior e de pesquisa científica e tecnológica

e as fundações de apoio e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, p. 20025, 21 dez. 1994.

BRASIL. Poder Executivo. Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 123, p. 1, 30 jun. 2020e.

BRASIL. Secretaria do Tesouro Nacional. Instrução Normativa nº 120, de 25 de novembro de 2020. Altera a Instrução Normativa STN nº 2, de 22 de maio de 2009, que dispõe sobre a Guia de Recolhimento da União - GRU, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, seção 1, n. 228, p. 16-17, Brasília, DF, 30 nov. 2020f.

BRASIL. Secretaria do Tesouro Nacional. Instrução Normativa nº 2, de 22 de maio de 2009. Dispõe sobre a Guia de Recolhimento da União - GRU, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, seção 1, n. 100, p. 69-71, 28 maio 2009c.

BRASIL. Secretaria do Tesouro Nacional. Instrução Normativa nº 3, de 12 de fevereiro de 2004. Institui e regulamenta os modelos da Guia de Recolhimento da União - GRU, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, seção 1, Brasília, DF, 13 fev. 2004b.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão Eletrônico Repercussão Geral - Mérito. Recurso Extraordinário nº 597854, Goiás, GO. Ementa: Constitucional e Administrativo. Recurso Extraordinário com repercussão geral. Cobrança de mensalidade em curso de pós-graduação *lato sensu* por instituição pública de ensino. Curso de especialização [...]. Tribunal Pleno. Relator: Ministro Edson Fachin, julgado em 26 de abril de 2017. Decisão por maioria e nos termos do Relator. Voto vencido: Ministro Marco Aurélio. **Diário da Justiça Eletrônico**, Brasília, DF, n. 214, p. 1-112, 21 set. 2017. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=312777202&ext=.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2021.

FONSECA JÚNIOR, Luís Adolfo; UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Museu dos Dinossauros**. Uberaba, MG: UFTM, 2021. 4 fotografias, coloridas.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará (UECE), 2002.

FUNDO PATRIMONIAL: UFTM e Fundo Patrimonial Semear assinam acordo de parceria. *In*: UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Últimas notícias**. Uberaba, MG, 26 set. 2022b. Disponível em: <https://www.uftm.edu.br/ultimas-noticias/4202-uftm-e-fundo-patrimonial-semear-assinarao-acordo-de-parceria>. Acesso em 07 dez. 2022.

GOOGLE FORMS. **Google LLC**, Califórnia, 5 jan. 2022. Disponível em: <https://www.google.com/intl/pt-BR/forms/about/>. Acesso em: 26 jan. 2022.

GRU E PAGTESOURO. *In*: BRASIL. Ministério da Fazenda. Tesouro Nacional. **Gov.br**, Brasília, DF, 2020g. Disponível em: <https://www.gov.br/tesourownacional/pt-br/gru-e-pagtesouro>. Acesso em: 18 jan. 2022.

GRU: PROAD orienta sobre emissão de GRU via sistema PagTesouro. *In*: UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Comunicados PROAD**. Uberaba, MG: Pró-Reitoria de Administração da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (PROAD/UFTM),

13 jan. 2022a. Disponível em: <http://uftm.edu.br/proad/comunicados-proad/3702-proad-orienta-sobre-emissao-de-gru-via-sistema-pagtesouro>. Acesso em: 16 jan. 2022.

GUIA 1: Conceitos e benefícios dos *endowments* como mecanismo de financiamento à cultura. In: FÓRUM INTERNACIONAL *ENDOWMENTS* CULTURAIS, 1., São Paulo. São Paulo: Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS), 2016. Disponível em: <https://www.idis.org.br/publicacoesidis/guia-1-conceitos-e-beneficios-dos-endowments-como-mecanismo-de-financiamento-a-cultura/>. Acesso em: 27 ago. 2021.

IDIS - DESENVOLVENDO O INVESTIMENTO SOCIAL. **Pesquisa Doação Brasil**. São Paulo: Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS), 2020. Disponível em: <https://www.idis.org.br/publicacoesidis/pesquisa-doacao-brasil-2020/>. Acesso em: 27 ago. 2021.

MICROSOFT EXCEL. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre, 28 nov. 2022. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Excel. Acesso em: 8 dez. 2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade? Caderno de Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 9, n.3, p. 239-262, jul./set. 1993. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/Bgpmz7T7cNv8K9Hg4J9fJDb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 jan. 2023.

NUNES, Claudia Regina Rodrigues. **Arte gráfica QR Code em pôsteres e cartazes para coleta**. Uberaba, MG, 2022. 2 imagens, coloridas.

OLIVEIRA, Halley Pacheco de. **Palácio de São Cristóvão**. 23 jan. 2011. 1 fotografia, colorida, tamanho original (3,536 × 1,989 pixels, 1.41 MB, jpeg. ID 101/7. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pal%C3%A1cio_de_S%C3%A3o_Crist%C3%B3v%C3%A3o.jpg. Acesso em: 14 jun. 2023.

PEIRÓPOLIS. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre, 27 nov. 2021. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Peir%C3%B3polis>. Acesso em: 8 dez. 2022.

PEIRÓPOLIS: Museu dos Dinossauros está nos Top 10 entre destinos turísticos mais procurados. In: UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Últimas notícias**. Uberaba, MG: Pró-Reitoria de Extensão Universitária da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (PROEXT/UFTM), 25 jan. 2021a. Disponível em: <http://www.uftm.edu.br/ultimas-noticias/3306-museu-dos-dinossauros-esta-nos-top-10-entre-destinos-turisticos-mais-procurados>. Acesso em 25 jun. 2021.

PIERRO, Bruno de. Sustentabilidade financeira e administrativa flexível são desafios para os gestores das instituições: Gestão: Estratégias para manter museus saudáveis. 272 ed. **Pesquisa Fapesp**. São Paulo, p. 26-33, out. 2018. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/estrategias-para-manter-museus-saudaveis/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

REDE NACIONAL DE IDENTIFICAÇÃO DE MUSEUS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Relatório dos museus cadastrados com dados referentes a 2020**, emitido em 09 jun. 2020, disponibilizado em 11 jun. 2020 à Pró-reitora de Extensão Universitária da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (PROEXT/UFTM).

REIS, Edna Afonso; REIS, Ilka Afonso. **Análise descritiva de dados**: [Relatório Técnico do Departamento de Estatística da UFMG]. Belo Horizonte, MG: UFMG, jun. 2002. v. 1. Disponível em: <https://www.est.ufmg.br/portal/arquivos/rts/rte0202.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

SILVA, Elioenai Amuy da; UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Museu dos Dinossauros**. Uberaba, MG: UFTM, 2021. 7 fotografias, coloridas.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Complexo Cultural e Científico de Peirópolis**: Histórico. Uberaba, MG: Pró-Reitoria de Extensão Universitária da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (PROEXT/UFTM), 2022c. Disponível em: <https://www.uftm.edu.br/proext/cccp>. Acesso em: 15 mar. 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Complexo Cultural e Científico de Peirópolis**: Relatório dos visitantes do Museu dos Dinossauros com dados referentes aos anos de 2018 a 2020. Uberaba UFTM, 2021b. (PMPIT/UFTM).

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO. **Complexo Cultural e Científico de Peirópolis**: Resumo do controle de acesso de visitantes do Museu dos Dinossauros com dados referentes ao ano de 2022. Emitido em jan. 2023, disponibilizado em 6 fev. 2023 aos autores da pesquisa. Uberaba: UFTM, 2023. (PMPIT/UFTM).

WOLFFENBÜTTEL, Andréa; FABIANI, Paula Jancso. Panorama dos fundos patrimoniais no Brasil. 1. ed. São Paulo: **IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social**, 2022.

APÊNDICE A - TCLE e Questionário de Gestão de Museu Universitário Federal



Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Primeiramente, clicando na opção correta, informe:

***Obrigatório**

1. Você é? *

Marcar apenas uma oval.

maior de 18 anos (capaz)

menor de 18 anos

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

menor emancipado

legalmente incapaz

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Informe, ainda:

2. Você trabalha junto a Museu Universitário? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 3*

Não

Pular para a pergunta 3

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Infelizmente não se enquadra nos critérios para participação nesta pesquisa! Todavia, agradecemos o seu interesse!

Gestor(a) ou
Membro da
equipe
responsável
pelo Museu
Universitário

Olá, somos pesquisadores do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro e convidamos você a participar da pesquisa para constituição de **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM** que objetiva levantar dados sobre as características, o funcionamento e a situação estrutural e financeira dos museus universitários brasileiros, com ênfase aos federais como parâmetro à avaliação do Museu dos Dinossauros.

3. Se possui interesse em nosso convite, por favor, leia e caso esteja de acordo, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir: *

Marcar apenas uma oval.

- Abrir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)
- Não tenho interesse em participar
Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esclarecimento

Convidamos você a participar da pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, por ser Gestor(a) ou Responsável por Museu em Instituição de Ensino Superior (IES).

OBJETIVO:

O objetivo desta pesquisa é diagnosticar a situação dos museus universitários do Brasil, com ênfase aos federais, através do levantamento de dados que possibilitem mensurar características, funcionamento e situação estrutural e financeira pertinente a arrecadação, controle e investimento dos recursos destes no país, além de dar parâmetro de avaliação ao contexto do Museu dos Dinossauros quanto à sua gestão organizacional e econômica.

Sabemos que os avanços e melhorias na gestão desses espaços culturais e científicos são necessários, por isso a sua participação é tão importante, pois possibilitará predispor tal diagnóstico dos museus universitários do Brasil com impacto gerencial ao Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro,

extensível aos demais museus universitários.

PROCEDIMENTOS:

Caso você aceite participar desta pesquisa será necessário responder a 1 (um) questionário, pertinente ao Museu que se encontra vinculado/responsável, com tempo estimado de preenchimento inferior a 15 (quinze) minutos, que deverá ser atendimento até 15 (quinze) dias de seu recebimento.

RISCO:

O único risco presente nesta pesquisa é o risco de perda de confidencialidade, que consiste na possibilidade, mesmo que remota, de algum dado coletado durante a pesquisa possa ser identificado ou vazado.

Para minimizar esse risco, será adotado o uso de códigos em substituição aos dados identificadores dos participantes para evitar possível identificação por terceiros.

Não será feito nenhum procedimento que lhe traga qualquer desconforto ou risco à sua vida.

BENEFÍCIOS:

Espera-se que o(s) benefício(s) decorrente(s) da participação nesta pesquisa contribua efetivamente para levantamento de dados que possibilitem predispor parâmetros para uma gestão organizacional-econômica com opções de captações de recursos possíveis, como de investimento e controle destes, pertinentes ao referido museu com impacto no desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico.

ESCLARECIMENTOS GERAIS:

Você poderá obter quaisquer informações relacionadas a sua participação nesta pesquisa, a qualquer momento que desejar, por meio dos pesquisadores do estudo.

Sua participação é voluntária, e em decorrência dela você não receberá qualquer valor em dinheiro.

Você não terá nenhum gasto por participar nesse estudo, pois qualquer gasto que você tenha por causa dessa pesquisa lhe será ressarcido.

Você poderá não participar do estudo, ou se retirar a qualquer momento, sem que haja qualquer constrangimento junto aos pesquisadores ou ao Museu dos Dinossauros, ou prejuízo com sua atividade laboral nem junto a sua instituição de atuação, bastando você dizer ao pesquisador que lhe entregou este documento.

Você não será identificado neste estudo, pois a sua identidade será de conhecimento apenas dos pesquisadores da pesquisa, sendo garantido o seu sigilo e privacidade.

Você tem direito a requerer indenização diante de eventuais danos que você sofra em decorrência dessa pesquisa.

Contato dos pesquisadores:

Alessandra Lacerda Gouvêa

Discente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

E-mail: alessandra.gouvea@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9113-0665

Endereço: Av. Frei Paulino, nº 30, 1º andar, Bairro Abadia, Uberaba/MG

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

Docente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

Email: geoffroy.malpass@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9803-1004

Endereço: Av. Doutor Randolfo Borges Júnior, nº 1.250, Bairro Univerdecidade, Uberaba/MG

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões, Bairro Abadia, CEP: 38025-440, Uberaba/MG, com atendimento de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00 ou pelo e-mail cep@uftm.edu.br.

Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto à sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu li o esclarecimento fornecido, e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetido. A explicação que recebi esclarece o risco e os benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo.

Concordo em participar do estudo de levantamento de dados e informações para a pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, e receberei uma cópia de minhas respostas pelo e-mail fornecido para respostas ao questionário.

4. Você consente colaborar da pesquisa? *

Marcar apenas uma oval.

Sim Pular para a pergunta 5

Não

Pular para a pergunta 5

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Agradecemos o seu informe de não participação!

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

5. Informe o seu e-mail! *

Seu endereço de e-mail é importante para validar o seu consentimento e para te enviar os resultados da pesquisa após o seu término.

Identificação do(a) participante

6. Função:

Especifique

Marcar apenas uma oval.

Gestor(a) do Museu

Membro da equipe responsável pelo Museu

Outro: _____

7. Servidor(a) Público?

Em caso **diferente** de Servidor Público efetivo, informe: a sua função, cargo, empresa vinculada, e outros dados que entenda pertinente.

Marcar apenas uma oval.

Sim

Outro: _____

Identificação do Museu

8. Informe a esfera do Museu (da Instituição de Ensino que esta vinculado):

Selecione

Marcar apenas uma oval.

- Federal
- Estadual
- Distrital
- Municipal

9. Razão Social da Instituição de Ensino Superior (IES) que o Museu está vinculado:

Nome do Instituto ou Universidade de Ensino Superior que tutela o Museu

10. Nome do Museu Universitário:

Nome Social do Museu

11. Data de Fundação/Criação do Museu:

Do Museu

12. Data de Vinculação do Museu à Instituição de Ensino Superior (IES) :

13. UF:

Selecione o Estado onde se situa o Museu

Marcar apenas uma oval.

- AC
- AL
- AP
- AM
- BA
- CE
- DF

- ES
- GO
- MA
- MG
- MT
- MS
- PA
- PB
- PR
- PE
- PI
- RJ
- RN
- RS
- RO
- RR
- SC
- SP
- SE
- TO

14. Cidade:

Informe a Cidade onde se situa o Museu

Características do Museu

Área / Acervo / Recursos financeiros

15. Área Expositiva:

(m² ou ha)

16. Área Total:

(m² ou ha)

17. Natureza do acervo:

18. Cite os principais temas abordados por exposições permanentes e temporárias:

19. É aplicado algum método de captação de recursos financeiros para auxiliar na sustentabilidade do Museu?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não *Pular para a pergunta 27*

Pular para a pergunta 27

Características do Museu

Recursos financeiros

20. Marque o(s) método(s) de captação de recursos financeiros utilizado(s) pelo Museu (ou IES vinculada) para auxiliar na sustentabilidade do Museu:

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Recursos orçamentários do Ministério da Educação (MEC)
- Recursos orçamentários da Secretária da Educação Estadual
- Recursos orçamentários da Secretária da Educação Municipal
- Editais de Fomento Federal
- Editais de Fomento Estadual
- Editais de Fomento Municipal
- Cobrança de ingresso para acesso ao Museu
- Cobrança de ingresso à eventos itinerantes
- Instituição de fundo permanente
- Locação de espaços para eventos
- Locação de espaços para comércio (*como: lanchonete, loja, livraria, etc.*)
- Oferta de especialização
- Recebe doações financeiras de pessoas físicas
- Recebe doações financeiras de pessoas jurídicas
- Recebe doações de acervo
- Recebe doações de patrimônio
- Recebe colaborações ou prestações de serviços voluntários
- Recebe apoio não institucional
- Venda de alimentos, bebidas
- Venda de suvenirs, lembranças
- Venda de livros, revistas e afins
- Venda de algum produto específico
- Outro: _____

21. No caso de cobrarem ingresso, qual o valor praticado?

Especifique

22. No caso de venderem algum produto específico, qual(is) seria(m)?

Especifique

23. Marque o(s) meio(s) direto(s) utilizados pelo Museu (ou Instituição de Ensino vinculada) para recebimento dos recursos financeiros captados para auxílio a sustentabilidade do Museu?

Marque todos que se utilizam

Marque todas que se aplicam.

- Dinheiro
- Boleto
- Cartão de débito
- Cartão de crédito
- GRU (Guia de Recolhimento da União)
- Guia de Recolhimento Estadual
- Guia de Recolhimento Municipal
- PagTesouro
- PIX
- Outro: _____

24. Marque o(s) meio(s) intermediário(s) utilizados para recebimento e/ou execução dos recursos financeiros captados como auxílio à sustentabilidade do Museu?

Marque todos que se utilizam

Marque todas que se aplicam.

- Entidade de apoio (*associação ou fundação*)
- Organização gestora de fundo (*associação ou fundação*)
- Empresa contratada (*tercerizada prestadora de serviço*)
- Cessão de uso de espaço
- Outro: _____

25. Aceita compartilhar com esta pesquisa o fluxograma de arrecadação e investimento dos recursos direcionados e aplicados ao Museu?

Marcar apenas uma oval.

- Sim compartilharemos
- Não compartilharemos *Pular para a pergunta 27*
- Não possuímos *Pular para a pergunta 27*

Características do Museu

Recursos financeiros

Por gentileza, faça o *upload* dos arquivos (documentos) de planos e/ou relatórios orçamentários dos recursos disponibilizados ao Museu.

26. Planos e/ou relatórios orçamentários dos recursos disponibilizados ao Museu:

Permite até 10 arquivos no tamanho máximo de 100MB

Arquivos enviados:

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Espaços e Serviços ao público

27. Espaços disponíveis ao público:

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Banheiros
- Banheiros para deficientes
- Fraldário
- Guarda-volumes
- Anfiteatro
- Auditório
- Teatro
- Cinema
- Biblioteca
- Mídia-teca
- Lanchonete ou similar
- Livraria
- Loja
- Jardim ou área externa
- Espaço para piqueniques
- Outro: _____

28. Serviços disponíveis ao público:

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Agendamento
- Visitas guiadas
- Atendimento a professores/outros para preparar a visita
- Atendimento especial para grupos escolares/outros
- Atendimento especial para portadores de necessidades especiais
- Publicações
- Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos
- Oficinas, seminários, conferências, palestras
- Outro: _____

29. Fazem divulgação do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 31*

Pular para a pergunta 31

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de divulgação ao público

30. Quais serviços de divulgação utilizam para promover o Museu?

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

Agência de Publicidade

Audiência customizada em redes sociais (*direcionamento de anúncios para encontrar públicos*)

Campanhas de e-mails, SMS e whatsapp

Interatividade (*apresentação por vídeos, imagens*)

Hashtags

Redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*)

Outro: _____

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de controle de público

31. Fazem controle de acesso dos visitantes?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 39*

Pular para a pergunta 39

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de controle de público

32. Serviço de Controle de Acesso ao público visitante:

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

Livro de assinaturas

Livro de visitantes

Bilheteria

- Entrada eletrônica
- Totens (*controle de acesso automático*)
- Outro: _____

33. A partir de que data o Museu reúne informações sobre o número de visitas?

34. Estimativa de visitantes por ano:

Informe a estimativa

35. Fazem estimativa de frequência por público (*individual, casal, grupo, etc.*) de visitantes?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não *Pular para a pergunta 37*

Pular para a pergunta 37

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Frequência de público visitante

36. Frequência por público de visitantes

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Frequente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Individual	<input type="radio"/>				
Casal	<input type="radio"/>				
Família	<input type="radio"/>				
Grupo de amigos	<input type="radio"/>				
Grupo Escolar	<input type="radio"/>				
Grupo Organizado (excursão)	<input type="radio"/>				

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Frequência de público visitante

37. Fazem estimativa de frequência por faixa etária de visitantes?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 39*

Pular para a pergunta 39

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Frequência de público visitante

38. Frequência por faixa etária de visitantes

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Frequente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Acima 60 anos	<input type="radio"/>				
De 45 a 59 anos	<input type="radio"/>				
De 30 a 44 anos	<input type="radio"/>				
De 18 a 29 anos	<input type="radio"/>				
De 14 a 17 anos	<input type="radio"/>				
De 8 a 13 anos	<input type="radio"/>				
De 0 a 7 anos	<input type="radio"/>				

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Período de Visitação

39. Período Aberto para Visitas:

Dia da semana que não houver visita: não marque período

Marque todas que se aplicam.

	Manhã	Tarde	Noite
Segunda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sexta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feriado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

40. Disponibilizado todos os meses?

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Pular para a pergunta 42*
- Não

Pular para a pergunta 42

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Período de Visitação

41. Quais meses?

Período Aberto para Visitas:

Marque todas que se aplicam.

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Atendimento Administrativo

42. Período de Atendimento Administrativo:

Dia da semana que não houver atendimento administrativo: não marque período

Marque todas que se aplicam.

	Manhã	Tarde	Noite
Segunda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sexta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feriado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

43. Disponibilizado todos os meses?

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 45*

Não

Pular para a pergunta 45

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Atendimento Administrativo

44. Quais meses?

Período de Atendimento Administrativo

Marque todas que se aplicam.

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro

Comentários e sugestões

45. Deseja informar algo não contemplado nas questões anteriores, que entenda ser pertinente, esclarecedor e/ou complementar?

46. Fique a vontade para sugerir implantações que entenda possíveis de captação de recursos financeiros pelo próprio Museu, e de estratégias de investimentos e controle destes.

47. Relate as expectativas deste museu com relação à pesquisa efetuada.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE B - TCLE e Questionário da Gestão do Museu dos Dinossauros



Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Primeiramente, clicando na opção correta, informe:

***Obrigatório**

1. Você é? *

Marcar apenas uma oval.

maior de 18 anos (capaz)

menor de 18 anos

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

menor emancipado

legalmente incapaz

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Informe, ainda:

2. Você trabalha junto ao Museu dos Dinossauros? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 3*

Não

Pular para a pergunta 3

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Infelizmente não se enquadra nos critérios para participação nesta pesquisa! Todavia, agradecemos o seu interesse!

Gestor(a)
ou Membro
da equipe
responsável
pelo Museu
dos
Dinossauros

Olá, somos pesquisadores do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro e convidamos você a participar da pesquisa para constituição de **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM** que objetiva levantar dados sobre as características, o funcionamento e a situação estrutural e financeira dos museus universitários federais como parâmetro à avaliação do Museu dos Dinossauros.

3. Se possui interesse em nosso convite, por favor, leia e caso esteja de acordo, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir: *

Marcar apenas uma oval.

- Abrir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)
 Não tenho interesse em participar
Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esclarecimento

Convidamos você a participar da pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, por ser Gestor(a) ou Membro da equipe responsável pelo Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM).

OBJETIVO:

O objetivo desta pesquisa é diagnosticar a situação dos museus universitários federais através do levantamento de dados que possibilitem mensurar características, funcionamento e situação estrutural e financeira pertinente a arrecadação, controle e investimento dos recursos destes no país, além de dar parâmetro de avaliação ao contexto do Museu dos Dinossauros quanto à sua gestão organizacional e econômica.

Sabemos que os avanços e melhorias na gestão desses espaços culturais e científicos são necessários, por isso a sua participação é tão importante, pois possibilitará predispor tal diagnóstico dos museus universitários federais do Brasil com impacto gerencial ao Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

PROCEDIMENTOS:

Caso você aceite participar desta pesquisa será necessário responder a 1 (um) questionário, pertinente ao Museu dos Dinossauros, com tempo estimado de preenchimento inferior a 15 (quinze) minutos à gestão e inferior a 5 (cinco) minutos a membro da equipe responsável, que deverá ser atendimento até 15 (quinze) dias de seu recebimento.

RISCO:

O único risco presente nesta pesquisa é o risco de perda de confidencialidade, que consiste na possibilidade, mesmo que remota, de algum dado coletado durante a pesquisa possa ser identificado ou vazado.

Para minimizar esse risco, será adotado o uso de códigos em substituição aos dados identificadores dos participantes para evitar possível identificação por terceiros.

Não será feito nenhum procedimento que lhe traga qualquer desconforto ou risco à sua vida.

BENEFÍCIOS:

Espera-se que o(s) benefício(s) decorrente(s) da participação nesta pesquisa contribua efetivamente para levantamento de dados que possibilitem predispor parâmetros para uma gestão organizacional-econômica com opções de captações de recursos possíveis, como de investimento e controle destes, pertinentes ao referido museu com impacto no desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico.

ESCLARECIMENTOS GERAIS:

Você poderá obter quaisquer informações relacionadas a sua participação nesta pesquisa, a qualquer momento que desejar, por meio dos pesquisadores do estudo.

Sua participação é voluntária, e em decorrência dela você não receberá qualquer valor em dinheiro.

Você não terá nenhum gasto por participar nesse estudo, pois qualquer gasto que você tenha por causa dessa pesquisa lhe será ressarcido.

Você poderá não participar do estudo, ou se retirar a qualquer momento, sem que haja qualquer constrangimento junto aos pesquisadores ou ao Museu dos Dinossauros, ou prejuízo com sua atividade laboral nem junto a sua instituição de atuação, bastando você dizer ao pesquisador que lhe entregou este documento.

Você não será identificado neste estudo, pois a sua identidade será de conhecimento apenas dos pesquisadores da pesquisa, sendo garantido o seu sigilo e privacidade.

Você tem direito a requerer indenização diante de eventuais danos que você sofra em decorrência dessa pesquisa.

Contato dos pesquisadores:

Alessandra Lacerda Gouvêa

Discente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

E-mail: alessandra.gouvea@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9113-0665

Endereço: Av. Frei Paulino, nº 30, 1º andar, Bairro Abadia, Uberaba/MG

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

Docente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

Email: geoffroy.malpass@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9803-1004

Endereço: Av. Doutor Randolfo Borges Júnior, nº 1.250, Bairro Univerdecidade, Uberaba/MG

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões, Bairro Abadia, CEP: 38025-440, Uberaba/MG, com atendimento de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00 ou pelo e-mail cep@uftm.edu.br.

Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto à sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu li o esclarecimento fornecido, e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo.

Concordo em participar do estudo de levantamento de dados e informações para a pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, e receberei uma cópia de minhas respostas pelo e-mail fornecido para respostas ao questionário.

4. Você consente participar da pesquisa? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 5*

Não

Pular para a pergunta 5

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Agradecemos o seu informe de não participação!

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

5. Informe o seu e-mail institucional! *

Seu endereço de e-mail é importante para validar o seu consentimento e para te enviar os resultados da pesquisa após o seu término.

Identificação do(a) participante

6. Função/Lotação:

Especifique

Marcar apenas uma oval.

- Diretor(a) do Complexo Cultural e Científico de Peirópolis
- Membro da equipe do Complexo Cultural e Científico de Peirópolis *Pular para a pergunta 40*
- Outro: _____

Pular para a pergunta 40

Identificação do Museu

Museu dos Dinossauros da UFTM

7. Nome do Museu:

Nome Social do Museu

8. Data de Fundação/Criação:

Do Museu

9. Data de Vinculação do Museu à UFTM:

Características do Museu

Área / Acervo / Recursos financeiros

10. Área Expositiva:
(m² ou ha)

11. Área Total:
(m² ou ha)

12. Natureza do acervo:

13. Cite os principais temas abordados por exposições permanentes e temporárias:

Pular para a pergunta 14

Características do Museu

Recursos financeiros

14. É aplicado algum método de captação de recursos financeiros para auxiliar na sustentabilidade do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 20*

Desconheço *Pular para a pergunta 20*

Pular para a pergunta 20

Características do Museu

Recursos financeiros

15. Qual(is) método(s) de captação de recursos financeiros são utilizado(s) para auxiliar na sustentabilidade do Museu:

Especifique:

16. Marque o(s) meio(s) direto(s) utilizados pelo Museu (ou Instituição de Ensino vinculada) para recebimento dos recursos financeiros captados para auxílio a sustentabilidade do Museu?

Marque todos que se utilizam

Marque todas que se aplicam.

- Dinheiro
 Boletim
 Cartão de débito
 Cartão de crédito
 GRU (Guia de Recolhimento da União)
 PagTesouro
 PIX
 Outro: _____

17. Marque o(s) meio(s) intermediário(s) utilizados para recebimento e/ou execução dos recursos financeiros captados como auxílio a sustentabilidade do Museu?

Marque todos que se utilizam

Marque todas que se aplicam.

- Entidade de apoio (*associação ou fundação*)
 Organização gestora de fundo patrimonial (*associação ou fundação*)
 Empresa contratada (*tercerizada prestadora de serviço*)
 Cessão de uso de espaço
 Outro: _____

18. Seria possível compartilhar com esta pesquisa os planos ou relatórios orçamentários, preferencialmente dos últimos 5 anos, dos recursos disponibilizados especificamente a este Setor Responsável, que detalhe os custos ou percentuais fixos e programáticos destinados ao Museu dos Dinossauros e demais setor(es) subordinado(s), provindos por meio de recursos federais (UFTM) e de outros recursos captados e investidos?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Talvez (*mediante envio posterior por e-mail*) *Pular para a pergunta 14*
 Não *Pular para a pergunta 14*

Características do Museu

Recursos financeiros

Por gentileza, faça o *upload* dos arquivos (documentos) de planos e/ou relatórios orçamentários dos recursos disponibilizados ao Museu.

19. Planos e/ou relatórios orçamentários dos recursos disponibilizados ao Museu dos Dinossauros: Permite até 10 arquivos no tamanho máximo de 100MB

Arquivos enviados:

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu**Espaços e Serviços ao público****20. Espaços disponíveis ao público:**

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Banheiros
- Banheiros para deficientes
- Fraldário
- Guarda-volumes
- Anfiteatro
- Auditório
- Teatro
- Cinema
- Biblioteca
- Miateca
- Lanchonete ou similar
- Livraria
- Loja
- Jardim ou área externa
- Espaço para piqueniques
- Outro: _____

21. Serviços disponíveis ao público:

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Agendamento
- Visitas guiadas
- Atendimento a professores/outros para preparar a visita
- Atendimento especial para grupos escolares/outros
- Atendimento especial para portadores de necessidades especiais
- Publicações
- Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos
- Oficinas, seminários, conferências, palestras
- Outro: _____

22. Fazem divulgação do Museu?*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não *Pular para a pergunta 24*

Pular para a pergunta 24

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de divulgação ao público

23. Quais serviços de divulgação utilizam para promover o Museu?
Marque todos que se utilizam

Marque todas que se aplicam.

- Agência de Publicidade
- Audiência customizada em redes sociais (*direcionamento de anúncios para encontrar públicos*)
- Campanhas de e-mails e SMS
- Interatividade (*apresentação por vídeos, imagens*)
- Hashtags
- Redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*)
- Outro: _____

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de controle de público

24. Fazem controle de acesso dos visitantes?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não *Pular para a pergunta 32*

Pular para a pergunta 32

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Serviços de controle de público

25. Serviços de controle de acesso ao público visitante:
Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Livro de assinaturas
- Livro de visitantes
- Bilheteria
- Entrada eletrônica
- Totens
- Outro: _____

26. A partir de que data o museu reúne informações sobre o número de visitas?

27. Estimativa de visitantes por ano

28. Fazem estimativa de frequência por público (*individual, casal, grupo, etc.*) de visitantes?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 30*

Pular para a pergunta 30

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Frequência de público visitante

29. Frequência por público de visitantes

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Freqüente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Individual	<input type="radio"/>				
Casal	<input type="radio"/>				
Família	<input type="radio"/>				
Grupo de amigos	<input type="radio"/>				
Grupo Escolar	<input type="radio"/>				
Grupo Organizado (excursão)	<input type="radio"/>				

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Frequência de público visitante

30. Fazem estimativa de frequência por faixa etária de visitantes?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a pergunta 32*

Pular para a pergunta 32

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu
Frequência de público visitante
31. Frequência por faixa etária de visitantes
Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Frequente	Frequentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Acima 60 anos	<input type="radio"/>				
De 45 a 59 anos	<input type="radio"/>				
De 30 a 44 anos	<input type="radio"/>				
De 18 a 29 anos	<input type="radio"/>				
De 14 a 17 anos	<input type="radio"/>				
De 8 a 13 anos	<input type="radio"/>				
De 0 a 7 anos	<input type="radio"/>				

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu
Período de Visitação
32. Período Aberto para Visitas:

Dia da semana que não houver visita: não marque período

Marque todas que se aplicam.

	Manhã	Tarde	Noite
Segunda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sexta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feriado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. Descreva o horário de visita semanal:

Horário de abertura e encerramento frequente e, se houver, excepcional

34. Disponibilizado todos os meses?

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 36*

Não

Pular para a pergunta 36

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Período de Visitação

35. Quais meses?

Período Aberto para Visitantes

Marque todas que se aplicam.

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Atendimento Administrativo

36. Período de Atendimento Administrativo:

Dia da semana que não houver atendimento administrativo: não marque período

Marque todas que se aplicam.

	Manhã	Tarde	Noite
Segunda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terça	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quarta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sexta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sábado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domingo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feriado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

37. Descreva o horário de atendimento administrativo semanal:
Horário de abertura e encerramento frequente e, se houver, excepcional

38. Disponibilizado todos os meses?

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 40*

Não

Pular para a pergunta 40

Espaços, Serviços e Atendimento disponíveis ao público pelo Museu

Atendimento Administrativo

39. Quais meses?

Período de Atendimento Administrativo

Marque todas que se aplicam.

- Janeiro
 Fevereiro
 Março
 Abril
 Maio
 Junho
 Julho
 Agosto

- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro

Sugestões de Captação de Recursos Financeiros para o Museu

40. Marque pelo menos 5 (cinco) sugestões de captação de recursos que entenda possíveis e promissora a sua implantação para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros além dos recursos provindos da instituição mantenedora:

Marque pelo menos 5 (cinco) sugestões

Marque todas que se aplicam.

- Editais de Fomento
- Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos
- Cobrança de ingresso à eventos itinerantes (*cinema, teatro, palestras, oficinas, festivais, etc.*)
- Instituição de fundo permanente
- Locação de espaços temporárias para eventos
- Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais (*lanchonete, loja, livraria, etc.*)
- Ofertar cursos de especialização (*paleontologia, geologia, história, cultura, turismo e afins*)
- Angaria doações financeiras de pessoas físicas
- Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas
- Angaria doações de acervos
- Angaria doações de patrimônios
- Angaria colaborações e prestações de serviços voluntários
- Angaria algum apoio não institucional
- Venda de alimentos, bebidas
- Venda de suvenires, lembrancinhas
- Venda de livros, revistas e afins
- Venda de algum produto específico
- Outro: _____

Comentários e sugestões

41. Deseja informar algo não contemplado nas questões anteriores, que entenda ser pertinente, esclarecedor e/ou complementar?

42. Fique a vontade para sugerir implantações que entenda possíveis de captação de recursos financeiros pelo próprio Museu, e de estratégias de investimentos e controle destes.

43. Relate as expectativas deste museu com relação à pesquisa efetuada.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE C - TCLE e Questionário de Visitante do Museu dos Dinossauros



Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Primeiramente, clicando na opção correta, informe:

***Obrigatório**

1. Você é? *

Marcar apenas uma oval.

- maior de 18 anos (capaz) *Pular para a pergunta 2*
 menor de 18 anos
 menor emancipado *Pular para a pergunta 2*
 legalmente incapaz

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Infelizmente não se enquadra nos critérios para participação nesta pesquisa! Todavia, agradecemos o seu interesse!

Pular para a pergunta 3

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Informe, ainda:

2. Você é visitante do Museu dos Dinossauros? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Pular para a pergunta 3*
 Não

Pular para a pergunta 3

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Infelizmente não se enquadra nos critérios para participação nesta pesquisa! Todavia, agradecemos o seu interesse!

Caso seja membro da comunidade de Peirópolis e queira participar, o formulário adequado para a sua participação se encontra disponível através do link: <https://forms.gle/xhp5RZF4rsCXFV158>

Visitante do
Museu dos
Dinossauros

Olá, somos pesquisadores do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro e convidamos você a participar da pesquisa para constituição de **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM** que objetiva levantar dados sobre as características, o funcionamento e a situação estrutural e financeira dos museus universitários federais como parâmetro à avaliação do Museu dos Dinossauros.

3. Se possui interesse em nosso convite, por favor, leia e caso esteja de acordo, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir: *

Marcar apenas uma oval.

- Abrir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)
- Não tenho interesse em participar
Pular para a seção 7 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Pular para a seção 7 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esclarecimento

Convidamos você a participar da pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, por ser Gestor(a) ou Membro da equipe responsável pelo Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM).

OBJETIVO:

O objetivo desta pesquisa é diagnosticar a situação dos museus universitários federais através do levantamento de dados que possibilitem mensurar características, funcionamento e situação estrutural e financeira pertinente a arrecadação, controle e investimento dos recursos destes no país, além de dar parâmetro de avaliação ao contexto do Museu dos Dinossauros quanto à sua gestão organizacional e econômica.

Sabemos que os avanços e melhorias na gestão desses espaços culturais e científicos são necessários, por isso a sua participação é tão importante, pois possibilitará predispor tal diagnóstico dos museus universitários federais do Brasil com impacto gerencial ao Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

PROCEDIMENTOS:

Caso você aceite participar desta pesquisa será necessário responder a 1 (um) questionário, pertinente ao Museu dos Dinossauros, com tempo estimado de preenchimento inferior a 15 (quinze) minutos à gestão e inferior a 5 (cinco) minutos a membro da equipe responsável, que deverá ser atendimento até 15 (quinze) dias de seu recebimento.

RISCO:

O único risco presente nesta pesquisa é o risco de perda de confidencialidade, que consiste na possibilidade, mesmo que remota, de algum dado coletado durante a pesquisa possa ser identificado ou vazado.

Para minimizar esse risco, será adotado o uso de códigos em substituição aos dados identificadores dos participantes para evitar possível identificação por terceiros.

Não será feito nenhum procedimento que lhe traga qualquer desconforto ou risco à sua vida.

BENEFÍCIOS:

Espera-se que o(s) benefício(s) decorrente(s) da participação nesta pesquisa contribua efetivamente para levantamento de dados que possibilitem predispor parâmetros para uma gestão organizacional-econômica com opções de captações de recursos possíveis, como de investimento e controle destes, pertinentes ao referido museu com impacto no desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico.

ESCLARECIMENTOS GERAIS:

Você poderá obter quaisquer informações relacionadas a sua participação nesta pesquisa, a qualquer momento que desejar, por meio dos pesquisadores do estudo.

Sua participação é voluntária, e em decorrência dela você não receberá qualquer valor em dinheiro.

Você não terá nenhum gasto por participar nesse estudo, pois qualquer gasto que você tenha por causa dessa pesquisa lhe será ressarcido.

Você poderá não participar do estudo, ou se retirar a qualquer momento, sem que haja qualquer constrangimento junto aos pesquisadores ou ao Museu dos Dinossauros, ou prejuízo em sua relação junto à comunidade, bastando você dizer ao pesquisador que lhe entregou este documento.

Você não será identificado neste estudo, pois a sua identidade será de conhecimento apenas dos pesquisadores da pesquisa, sendo garantido o seu sigilo e privacidade.

Você tem direito a requerer indenização diante de eventuais danos que você sofra em decorrência dessa pesquisa.

Contato dos pesquisadores:

Alessandra Lacerda Gouvêa

Discente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

E-mail: alessandra.gouvea@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9113-0665

Endereço: Av. Frei Paulino, nº 30, 1º andar, Bairro Abadia, Uberaba/MG

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

Docente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

Email: geoffroy.malpass@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9803-1004

Endereço: Av. Doutor Randolpho Borges Júnior, nº 1.250, Bairro Univerdecidade, Uberaba/MG

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões, Bairro Abadia, CEP: 38025-440, Uberaba/MG, com atendimento de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00 ou pelo e-mail cep@uftm.edu.br.

Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto à sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu li o esclarecimento fornecido, e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo.

Concordo em participar do estudo de levantamento de dados e informações para a pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, e receberei uma cópia de minhas respostas pelo e-mail fornecido para respostas ao questionário.

4. Você consente participar da pesquisa? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 5*

Não

Pular para a pergunta 5

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Agradecemos o seu informe de não participação!

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

5. Informe o seu e-mail! *

Seu endereço de e-mail é importante para validar o seu consentimento e para te enviar os resultados da pesquisa após o seu término.

Identificação do(a) participante

6. Idade:

7. Gênero:

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

Prefiro não dizer

Outro: _____

8. Cor/Raça:

Marcar apenas uma oval.

Branco

Preto

Pardo

Amarelo

Indígena

9. Estado Civil:

Situação conjugal atual

Marcar apenas uma oval.

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- União Estável
- Separado(a) Judicialmente
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

10. Escolaridade

Selecione

Marcar apenas uma oval.

- Sem instrução escolar
- Ensino Fundamental (1º Grau) Incompleto
- Ensino Fundamental (1º Grau) Completo
- Ensino Médio (2º Grau) Incompleto
- Ensino Médio (2º Grau) Completo
- Ensino Médio Técnico Incompleto
- Ensino Médio Técnico Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-Doutorado

11. Qual a sua renda domiciliar mensal?

Inclua salários, pensões e outros ganhos de todos os que moram em sua casa

Marcar apenas uma oval.

- Menos de R\$ 1.500,00
- De R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00
- De R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00
- De R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00
- De R\$ 13.000,00 a R\$ 25.000,00
- Acima de R\$ 25.000,00

12. Profissão/Ocupação atual:

Marcar apenas uma oval.

- Agente de turismo
- Aposentado(a) / pensionista
- Autônomo(a)
- Cuida dos afazeres domésticos
- Desempregado(a)
- Empregado(a) do setor privado
- Empregado(a) do setor público
- Empresário(a)
- Estudante
- Profissional Liberal
- Outro: _____

Identificação do(a) participante

13. Onde mora?

Residência principal

Marcar apenas uma oval.

- Uberaba/MG
- Outra cidade... *Pular para a pergunta 16*
- Outro país... *Pular para a pergunta 18*

Pular para a pergunta 20

Identificação do(a) participante

14. Em qual bairro de Uberaba mora?

Especifique

15. Sua visita a Peirópolis foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Pular para a pergunta 20

Identificação do(a) participante

16. Em qual cidade e Estado (UF) reside?

Especifique

17. Sua visita a esta cidade foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Pular para a pergunta 20

Identificação do(a) participante

18. Em qual país reside?

Especifique

19. Sua visita a esta cidade foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Pular para a pergunta 20

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

20. É a primeira vez que visita o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 23*

Não

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

21. Quantas vezes já visitou?

Informe apenas o número de visitas contando com esta última

22. Quando foi sua última visita ao Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Há menos de 1 ano
 Há cerca de 2 anos
 Entre 2 e 3 anos
 Entre 3 e 5 anos
 Há mais de 5 anos

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

23. Você está visitando sozinho(a) o Museu?

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Pular para a pergunta 27*
 Não

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

24. Com quantas pessoas você está visitando/visitou?

Informe apenas o número de pessoas visitando contando com você

25. Você está visitando/visitou o Museu com quem?

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Cônjuge / companheiro(a) / namorado(a)
 Pai / mãe
 Filho(s)
 Outro(s) membro(s) da família
 Amigo(s)
 Grupo organizado (*escolar, excursão, religioso, etc.*)
 Outro: _____

26. Se você visita/visitou o Museu na companhia de menores de 18 anos, informe o quantitativo aproximado conforme a respectiva faixa etária:

Marque conforme se aplicam

Marque todas que se aplicam.

	De 0 a 6 anos	De 7 a 10 anos	De 11 a 14 anos	De 15 a 17 anos
Até 5 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 a 10 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 a 15 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 a 20 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 a 30 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31 a 40 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acima de 41 visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pular para a pergunta 27

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

27. Desde quando você sabe da existência do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Hoje
- Há menos de 1 mês
- Dentre 1 mês a 2 anos
- Dentre 2 a 5 anos
- Há mais de 5 anos

28. Como ficou sabendo a respeito do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Passando em frente ao Museu
- Visitando outros museus
- Visitando outros pontos turísticos da cidade
- Na televisão
- Na rádio
- Através de panfletos, cartazes, outdoors
- Através das redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*)

- Através de pesquisa em site de busca / turismo
- Através de estudos, pesquisa sobre museu, paleontologia e/ou dinossauros
- Através da UFTM (*courses, servidores, docentes, projetos, eventos, site*)
- Lendo jornais ou revistas
- No guia turístico
- Por recomendação de amigos
- Por recomendação de familiares
- Por recomendação de professores / profissionais de ensino
- Por recomendação de moradores / comerciantes de Peirópolis
- Por ser morador(a) de Uberaba ou região
- Pela sinalização de rua em Uberaba
- Pela sinalização na rodovia
- Não me recordo
- Outro: _____

29. Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- A pé
- Bicicleta
- Veículo próprio ou de algum acompanhante *Pular para a pergunta 31*
- Veículo alugado *Pular para a pergunta 31*
- Veículo de aplicativo ou táxi *Pular para a pergunta 31*
- Ônibus, micro-ônibus, van (excursão) *Pular para a pergunta 31*
- Transporte público (ônibus) *Pular para a pergunta 32*
- Outro: _____

Pular para a pergunta 34

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

30. Utilizou este meio por atividade física ou prática esportiva?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

31. Utilizaria o transporte público (ônibus) da área urbana de Uberaba para o bairro rural Peirópolis em outra oportunidade de visita ao Museu?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Talvez
- Não utilizaria por insatisfação com os serviços de transporte público ofertado
- Não utilizaria por desconhecer o funcionamento da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)
Pular para a pergunta 34
- Não utilizaria independente de qualquer motivo *Pular para a pergunta 34*

Pular para a pergunta 34

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

32. Como você se sente com a quantidade de horários disponibilizados de ônibus (transporte público) do trajeto da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

33. Como você se sente com os serviços de transporte público (*conforto, conservação, manutenção, segurança dos ônibus, etc.*) do trajeto da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

Antecedentes e Circunstâncias da Visita

34. Assinale 5 (cinco) atividades de lazer que você mais faz em seus horários livres:

Marque 5 (cinco) atividades

Marque todas que se aplicam.

- Cinema
- Teatro
- Artes / Artesanatos
- Concertos musicais
- Espetáculos de dança
- Esportes
- Games / Jogos
- Clube
- Atividades ao ar livre / natureza
- Parques
- Bibliotecas
- MEDIATECA
- Exposições e museus
- Bares e Restaurantes
- Internet
- Leitura
- Filmes, séries e demais entreterimentos midiáticos
- Viagens
- Outro: _____

35. Quais os principais motivos de sua visita ao Museu dos Dinossauros?

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Conhecer o museu
- Conhecer a área externa/verde do museu
- Rever ou complementar uma visita anterior
- Interesse pelos assuntos das exposições
- Conhecer nova exposição
- Conhecer exposição temporária
- Ver alguma peça ou acervo específico
- Alargar horizontes / conhecer coisas novas
- Pesquisar / estudar algum tema
- Ir ao Laboratório de preparação de fósseis
- Participar de atividades específicas (*palestras, cursos, oficinas, eventos, etc.*)
- Assistir a algum espetáculo (*teatro, concerto, cinema, vídeo, etc.*)
- Entrada gratuita

- Trazer os filhos / as crianças
 Acompanhar amigos / outras pessoas
 Divertir-se
 Outro: _____

36. O quão gostaria de conhecer a área de escavação?



Marcar apenas uma oval.

Gostaria muito

1

2

3

4

5

Nenhum interesse

37. Há outro local sob a responsabilidade do Museu que gostaria de visitar/conhecer? Qual?

38. A gratuidade da visita definiu sua escolha de visita ao Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Sim definiu minha escolha
 Não definiu minha escolha
 Não sabia que era gratuita

39. Até que valor entende acessível a taxação de visita ao Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- R\$ 5,00
 R\$ 10,00
 R\$ 15,00
 R\$ 20,00
 R\$ 25,00

40. Gostaria de encontrar nas mediações do Museu produtos para adquirir, como:

Marque todos que gostaria de encontrar

Marque todas que se aplicam.

- Alimentos, bebidas
 Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região
 Artesanatos de Peirópolis e região
 Suvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu
 Suvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis
 Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região
 Outro: _____

Conhecendo sua Opinião sobre o Museu dos Dinossauros

41. Como você se sente com os serviços de sinalização (*orientação de entrada, saída, banheiros, etc.*) do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

42. Como você se sente com a disponibilização de conforto ao visitante (*banheiro, temperatura nos ambientes, assentos, bebedouros, etc.*) pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

43. Como você se sente com a conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

44. Como você se sente com a limpeza do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

45. Como você se sente com a iluminação do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

46. Como você se sente com os serviços de informações e explicações disponibilizados (*painéis, placas orientativas, totens, etc.*) pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

47. Como você se sente com os serviços de segurança do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

48. Como você se sente com os serviços de acolhimento (*receptionista, monitor, vigia, recepcionista, guia, mediadores, etc.*) oferecidos pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

49. Como você se sente com os serviços de acesso (*facilidade de transitar, de transporte e de estacionamento, sinalização nas ruas, etc.*) ao Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

50. Como você se sente com os horários de funcionamento do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

51. Fique a vontade para nos informar que tipo de serviços, estrutura, confortos gostaria de encontrar nas mediações do Museu para melhorar a visitação:

Relate

52. Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 30 min
- Mais de 30 min a 1 hora
- Mais de 1 a 2 horas
- Mais de 2 horas

53. Como você se sente em relação à visita que acabou de realizar?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

54. Você pretende retornar a este Museu dentre os próximos 24 meses?

Marcar apenas uma oval.

- Certamente sim
- Provavelmente sim
- Não sei prever
- Provavelmente não *Pular para a pergunta 56*
- Certamente não *Pular para a pergunta 56*

Conhecendo sua Opinião sobre o Museu dos Dinossauros

55. Retomaria com quais objetivos?

Marque todos que se aplicam

Marque todas que se aplicam.

- Rever o que mais me interessou
- Completar ou aprofundar esta visita
- Visitar uma nova exposição

- Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular
- Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu
- Participar de uma atividade promovida pelo Museu
- Mostrar este Museu a amigos ou familiares
- Trazer os filhos / sobrinhos / afilhados (crianças)
- Acompanhar amigos / outras pessoas
- Outro: _____

Conhecendo seu interesse no desenvolvimento do Museu dos Dinossauros

56. Gostaria de alguma forma contribuir com o desenvolvimento e sustentabilidade do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Conhecendo seu interesse no desenvolvimento do Museu dos Dinossauros

57. Como gostaria de contribuir?

Marque todas que gostaria

Marque todas que se aplicam.

- Apoiar as redes sociais do Museu
- Doação de peça para o acervo
- Doação financeira
- Voluntário(a)
- Outro: _____

APÊNDICE D - TCLE e Questionário de Membros da Comunidade de Peirópolis



Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Primeiramente, clicando na opção correta, informe:

***Obrigatório**

1. Você é? *

Marcar apenas uma oval.

maior de 18 anos (capaz)

menor de 18 anos

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

menor emancipado

legalmente incapaz

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pular para a seção 3 (Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM)

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Informe, ainda:

2. Você é membro da comunidade de Peirópolis? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 3*

Não

Pular para a pergunta 3

Pesquisa sobre diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM

Infelizmente não se enquadra nos critérios para participação nesta pesquisa! Todavia, agradecemos o seu interesse!

Comunidade de Peirópolis, local do Museu dos Dinossauros

Olá, somos pesquisadores do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro e convidamos você a participar da pesquisa para constituição de **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM** que objetiva levantar dados sobre as características, o funcionamento e a situação estrutural e financeira dos museus universitários federais como parâmetro à avaliação do Museu dos Dinossauros.

3. Se possui interesse em nosso convite, por favor, leia e caso esteja de acordo, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir: *

Marcar apenas uma oval.

- Abrir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)
- Não tenho interesse em participar
Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Pular para a seção 6 (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE))

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Esclarecimentos

Convidamos você a participar da pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, por ser Membro da Comunidade de Peirópolis, local do Museu dos Dinossauros.

OBJETIVO:

O objetivo desta pesquisa é diagnosticar a situação dos museus universitários federais através do levantamento de dados que possibilitem mensurar características, funcionamento e situação estrutural e financeira pertinente a arrecadação, controle e investimento dos recursos destes no país, além de dar parâmetro de avaliação ao contexto do Museu dos Dinossauros quanto à sua gestão organizacional e econômica.

Sabemos que os avanços e melhorias na gestão desses espaços culturais e científicos são necessários, por isso a sua participação é tão importante, pois possibilitará predispor tal diagnóstico dos museus universitários federais do Brasil com impacto gerencial ao Museu dos Dinossauros da Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

PROCEDIMENTOS:

Caso você aceite participar desta pesquisa será necessário responder a 1 (um) questionário, pertinente ao Museu dos Dinossauros, com tempo estimado de preenchimento inferior a 10 (dez) minutos, que deverá ser atendimento até 15 (quinze) dias de seu recebimento.

RISCO:

O único risco presente nesta pesquisa é o risco de perda de confidencialidade, que consiste na possibilidade, mesmo que remota, de algum dado coletado durante a pesquisa possa ser identificado ou vazado.

Para minimizar esse risco, será adotado o uso de códigos em substituição aos dados identificadores dos participantes para evitar possível identificação por terceiros.

Não será feito nenhum procedimento que lhe traga qualquer desconforto ou risco à sua vida.

BENEFÍCIOS:

Espera-se que o(s) benefício(s) decorrente(s) da participação nesta pesquisa contribua efetivamente para levantamento de dados que possibilitem predispor parâmetros para uma gestão organizacional-econômica com opções de captações de recursos possíveis, como de investimento e controle destes, pertinentes ao referido museu com impacto no desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico inclusivo à comunidade local de Peirópolis.

ESCLARECIMENTOS GERAIS:

Você poderá obter quaisquer informações relacionadas a sua participação nesta pesquisa, a qualquer momento que desejar, por meio dos pesquisadores do estudo.

Sua participação é voluntária, e em decorrência dela você não receberá qualquer valor em dinheiro.

Você não terá nenhum gasto por participar nesse estudo, pois qualquer gasto que você tenha por causa dessa pesquisa lhe será ressarcido.

Você poderá não participar do estudo, ou se retirar a qualquer momento, sem que haja qualquer constrangimento junto aos pesquisadores ou ao Museu dos Dinossauros, ou prejuízo em sua relação junto à comunidade, bastando você dizer ao pesquisador que lhe entregou este documento.

Você não será identificado neste estudo, pois a sua identidade será de conhecimento apenas dos pesquisadores da pesquisa, sendo garantido o seu sigilo e privacidade.

Você tem direito a requerer indenização diante de eventuais danos que você sofra em decorrência dessa pesquisa.

Contato dos pesquisadores:

Alessandra Lacerda Gouvêa

Discente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

E-mail: alessandra.gouvea@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9113-0665

Endereço: Av. Frei Paulino, nº 30, 1º andar, Bairro Abadia, Uberaba/MG

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass

Docente do Programa de Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - PMPIT/UFTM

Email: geoffroy.malpass@uftm.edu.br Fone: +55 34 9 9803-1004

Endereço: Av. Doutor Randolpho Borges Júnior, nº 1.250, Bairro Univerdecidade, Uberaba/MG

Em caso de dúvida em relação a esse documento, favor entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Triângulo Mineiro, pelo telefone (34) 3700-6803, ou no endereço Av. Getúlio Guaritá, nº 159, Casa das Comissões, Bairro Abadia, CEP: 38025-440, Uberaba/MG, com atendimento de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 12:00 e das 13:00 às 17:00 ou pelo e-mail cep@uftm.edu.br.

Os Comitês de Ética em Pesquisa são colegiados criados para defender os interesses dos participantes de pesquisas, quanto à sua integridade e dignidade, e contribuir no desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

Consentimento, após esclarecimento

Eu li o esclarecimento fornecido, e compreendi para que serve o estudo e a quais procedimentos serei submetido. A explicação que recebi esclarece os riscos e benefícios do estudo. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação a qualquer momento, sem justificar minha decisão. Sei que meu nome não será divulgado, que não terei despesas e não receberei dinheiro para participar do estudo.

Concordo em participar do estudo de levantamento de dados e informações para a pesquisa: **Diagnóstico da situação de museus universitários federais e avaliação do contexto do Museu dos Dinossauros da UFTM**, e receberei uma cópia de minhas respostas pelo e-mail fornecido para respostas ao questionário.

4. Você consente participar da pesquisa? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Pular para a pergunta 5*

Não

Pular para a pergunta 5

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Agradecemos o seu informe de não participação!

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**5. Informe o seu e-mail ou whatsapp! ***

Seu endereço de e-mail é importante para validar o seu consentimento e para te enviar os resultados da pesquisa após o seu término.

Identificação do(a) participante**6. Idade:**

7. Gênero:

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

Prefiro não dizer

Outro: _____

8. Cor/Raça:

Marcar apenas uma oval.

Branco

Preto

Pardo

Amarelo

Indígena

9. Estado Civil:

Situação conjugal atual

Marcar apenas uma oval.

Solteiro(a)

Casado(a)

- União Estável
- Separado(a) Judicialmente
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

10. Escolaridade:

Selecione

Marcar apenas uma oval.

- Sem instrução escolar
- Ensino Fundamental (1º Grau) Incompleto
- Ensino Fundamental (1º Grau) Completo
- Ensino Médio (2º Grau) Incompleto
- Ensino Médio (2º Grau) Completo
- Ensino Médio Técnico Incompleto
- Ensino Médio Técnico Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-Doutorado

11. Qual a sua renda domiciliar mensal?

Inclua salários, pensões e outros ganhos de todos os que moram em sua casa

Marcar apenas uma oval.

- Menos de R\$ 1.500,00
- De R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00
- De R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00
- De R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00
- De R\$ 13.000,00 a R\$ 25.000,00
- Acima de R\$ 25.000,00

12. Qual a sua ocupação/profissão junto à comunidade de Peirópolis?

Marcar apenas uma oval.

- Não exerço ocupação / profissão junto a Comunidade Peirópolis *Pular para a pergunta 16*
- Agente de turismo *Pular para a pergunta 16*
- Aposentado(a) / pensionista *Pular para a pergunta 16*
- Autônomo(a) *Pular para a pergunta 15*
- Cuida dos afazeres domésticos *Pular para a pergunta 16*
- Desempregado(a) *Pular para a pergunta 16*
- Estudante *Pular para a pergunta 13*

- Empregado(a) do setor privado *Pular para a pergunta 15*
- Empregado(a) do setor público *Pular para a pergunta 15*
- Prestador(a) de serviço *Pular para a pergunta 15*
- Comerciante *Pular para a pergunta 15*
- Empresário(a) *Pular para a pergunta 15*
- Agropecuário(a) *Pular para a pergunta 16*
- Profissional Liberal *Pular para a pergunta 15*
- Outro: _____

Pular para a pergunta 16

Identificação do(a) participante

13. Qual a Instituição de Ensino (escola, faculdade)?

Especifique a denominação da instituição de ensino:

14. Local?

Especifique a localização completa (logradouro, bairro, município/UF) da instituição de ensino:

Pular para a pergunta 16

Identificação do(a) participante

15. Qual ramo/área de atuação?

Especifique

Identificação do(a) participante

16. O quão sua ocupação/profissão é vinculada ao funcionamento do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

Nenhuma

1

2

3

4 5

Extremamente

Identificação do(a) participante

17. Tem filho(s) menor de 18 anos estudando?

Marcar apenas uma oval. Sim Não *Pular para a pergunta 22**Pular para a pergunta 22*

Identificação do(a) participante

18. Tem alguma filho(a) estudando na Escola Municipal Frederico Peiró?

Marcar apenas uma oval. Sim Não *Pular para a pergunta 20**Pular para a pergunta 20*

Identificação do(a) participante

19. Cursando qual ano do Ensino Fundamental?

Selecione. E caso tiver mais de um filho(a) estudando na Escola Municipal Frederico Peiró, selecione o(a) que está em ano maior.

Marcar apenas uma oval. 1º ano 2º ano 3º ano 4º ano 5º ano 6º ano 7º ano 8º ano 9º ano

Identificação do(a) participante

20. Algum(a) filho(a) estudante pensa futuramente em exercer alguma profissão na Comunidade de Peirópolis?

Marcar apenas uma oval.

Nunca

1

2

3

4

5

Sempre

21. Algum(a) filho(a) estudante pensa futuramente em exercer profissão vinculada ao funcionamento do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

Nunca

1

2

3

4

5

Sempre

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

22. Com que frequência visita o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca *Pular para a pergunta 35*
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frequentemente
- Sempre

Pular para a pergunta 35

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

Serviços e Atendimento do Museu dos Dinossauros

23. Como você se sente com os serviços de sinalização (*orientação de entrada, saída, banheiros, etc.*) do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

24. Como você se sente com a disponibilização de conforto ao visitante (*banheiro, temperatura nos ambientes, assentos, bebedouros, etc.*) pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

25. Como você se sente com a conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

26. Como você se sente com a limpeza do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

27. Como você se sente com a iluminação do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

28. Como você se sente com os serviços de informações e explicações disponibilizados (*painéis, placas orientativas, totens, etc.*) pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

29. Como você se sente com os serviços de segurança do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

30. Como você se sente com os serviços de acolhimento (*recepcionista, monitor, vigia, recepcionista, guia, mediadores, etc.*) oferecidos pelo Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

31. Como você se sente com os serviços de acesso (*facilidade de transitar, de transporte e de estacionamento, sinalização nas ruas, etc.*) ao Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

32. Como você se sente com os horários de funcionamento do Museu?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

33. Como você se sente em relação à(s) visita(s) que realizou?

Marcar apenas uma oval.

Muito Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

34. Fique a vontade para nos informar que tipo de serviços, estrutura, confortos gostaria de encontrar nas mediações do Museu para melhorar a visitação:

Relate

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

35. Assinale 5 (cinco) atividades de lazer que você mais faz em seus horários livres:

Marque 5 (cinco) atividades

Marque todas que se aplicam.

- Cinema
- Teatro
- Concertos/Eventos musicais
- Espetáculos de dança
- Esportes
- Parques
- Bibliotecas
- Mideoteca
- Exposições e museus
- Bares e Restaurantes
- Internet
- Outro: _____

36. Com que frequência recomenda aos turistas e/ou clientes visitar o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca *Pular para a pergunta 38*
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frequentemente
- Sempre

Pular para a pergunta 38

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

37. Quais as principais recomendações de visita ao Museu dos Dinossauros que sugere aos turistas e/ou clientes?

Marque todas que sugere

Marque todas que se aplicam.

- Conhecer o Museu
- Conhecer a área externa / verde do Museu
- Conhecer os assuntos das exposições
- Conhecer nova exposição
- Conhecer exposição temporária
- Ver alguma peça ou acervo específico
- Alargar horizontes/conhecer coisas novas
- Pesquisar / estudar algum tema
- Ir ao Laboratório de preparação de fósseis
- Participar de atividades específicas (*palestras, cursos, oficinas, eventos, etc.*)
- Assistir a algum espetáculo (*teatro, concerto, cinema, vídeo, etc.*)
- Entrada gratuita
- Levar os filhos / as crianças
- Acompanhar amigos / outras pessoas
- Divertir-se
- Outro: _____

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

38. Com que frequência divulga o Museu dos Dinossauros e seus eventos?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca *Pular para a pergunta 40*
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frequentemente
- Sempre

Pular para a pergunta 40

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

39. Quais as principais meios de divulgação e promoção do Museu dos Dinossauros que você efetua aos turistas e/ou clientes?

Marque todos que efetua

Marque todas que se aplicam.

- Comunicação informativa ("*boca a boca*", sistemas e plataformas de comunicação)
- Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu
- Expõe cartaz, pôster de exposição ou de evento do Museu
- Expõe imagens, fotos, hashtags em redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*)
- Propaganda contendo imagem(ns) do Museu (*sede, acervo, área verde, réplicas, etc.*)
- Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro

- Quadro / placa expositiva do Museu (*sede, acervo, área verde, réplicas, etc.*)
- Outro: _____

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

40. Como considera a sua conexão com o Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Muito fraca
- Fraca
- Mediana
- Forte *Pular para a pergunta 42*
- Muito forte *Pular para a pergunta 42*

Pular para a pergunta 42

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

41. Quais sugestões recomendaria para se aproximar e melhorar a sua afinidade com o Museu?

Marque todas que recomendaria

Marque todas que se aplicam.

- Promover encontros em parceria com a Associação do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade
- Incentivar encontros com comerciantes do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade
- Promover ações e atividades educativas e culturais com a escola do bairro
- Promulgar ações de extensão e cultura em prol do pequeno produtor rural e agricultor familiar
- Estimular e promulgar eventos em parceria com artesões e artistas do bairro
- Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis
- Desenvolver e colaborar em ações e atividades educativas e extensivas de geologia e paleontologia local
- Outro: _____

Visita e Recomendações ao Museu dos Dinossauros

42. Como membro da comunidade de Peirópolis, marque pelo menos 5 (cinco) sugestões de captação de recursos para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros, que entenda ter promissor impacto ao desenvolvimento socioeconômico, cultural e turístico da comunidade:

Marque pelo menos 5 (cinco) sugestões

Marque todas que se aplicam.

- Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos
- Cobrança de ingresso à eventos itinerantes (*cinema, teatro, palestras, oficinas, festivais, etc.*)
- Locação por prazo determinado de espaços para fins comerciais
- Locação temporária de espaços para eventos
- Ofertar cursos de especialização (*paleontologia, geologia, história, cultura, turismo e afins*)

- Recebimento de doações financeiras
- Recebimento de doações de acervos
- Recebimento de doações de patrimônios
- Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários
- Venda de livros, revistas e afins
- Venda de algum produto específico
- Outro: _____

43. Gostaria de alguma forma contribuir com o desenvolvimento e sustentabilidade do Museu dos Dinossauros?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Contribuição ao Museu dos Dinossauros

44. Como gostaria de contribuir?

Marque todas que gostaria

Marque todas que se aplicam.

- Apoiar as redes sociais do Museu
- Doação financeira
- Doação de peça para o acervo
- Voluntário(a)
- Outro: _____

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

APÊNDICE E - Tabulação de dados coletados de Museus Universitários Federais

FREQUÊNCIAS

	Instituição Federal de Ensino Superior (IFES) de Museu participante	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Instituto Federal Catarinense (IFC) - Campus Santa Rosa do Sul	1	2,3	2,3	2,3
	Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia do Ceará (IFCE)	1	2,3	2,3	4,5
	Universidade Federal da Bahia (UFBA)	3	6,8	6,8	11,4
	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	1	2,3	2,3	13,6
	Universidade Federal de Alagoas (UFAL)	1	2,3	2,3	15,9
	Universidade Federal de Alfnas (UNIFAL)	1	2,3	2,3	18,2
	Universidade Federal de Goiás (UFG)	1	2,3	2,3	20,5
	Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)	3	6,8	6,8	27,3
	Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)	1	2,3	2,3	29,5
	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)	2	4,5	4,5	34,1
	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	3	6,8	6,8	40,9
	Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)	1	2,3	2,3	43,2
	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	2	4,5	4,5	47,7
	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	2	4,5	4,5	52,3
	Universidade Federal de Sergipe (UFS)	1	2,3	2,3	54,5
	Universidade Federal de Uberlândia (UFU)	1	2,3	2,3	56,8
	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	2	4,5	4,5	61,4
Universidade Federal do Amazonas (UFAM)	1	2,3	2,3	63,6	

Universidade Federal do Ceará (UFC)	2	4,5	4,5	68,2
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)	1	2,3	2,3	70,5
Universidade Federal do Pará (UFPA)	1	2,3	2,3	72,7
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	2	4,5	4,5	77,3
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	3	6,8	6,8	84,1
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	2	4,5	4,5	88,6
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	2	4,5	4,5	93,2
Universidade Federal do Tocantins (UFT)	1	2,3	2,3	95,5
Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF)	1	2,3	2,3	97,7
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

	Museu Universitário Federal	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Acervo de Escritores Mineiros	1	2,3	2,3	2,3
	Acervo Povos Indígenas no Tocantins	1	2,3	2,3	4,5
	Casa Arthur Bernardes	1	2,3	2,3	6,8
	Casa da Ciência	1	2,3	2,3	9,1
	Casa de José de Alencar	1	2,3	2,3	11,4
	Centro de Ciências	1	2,3	2,3	13,6
	Coleção Amazoniana de Arte da UFPA	1	2,3	2,3	15,9
	Fortalezas da Ilha de Santa Catarina	1	2,3	2,3	18,2
	Herbário "Professor José Badini" da UFOP	1	2,3	2,3	20,5
	Herbário da Universidade Federal de Sergipe	1	2,3	2,3	22,7
	Memorial da Medicina Brasileira	1	2,3	2,3	25,0
	Memorial da República Presidente Itamar Franco	1	2,3	2,3	27,3

Memorial do IFCE - Raimundo César Gadelha de Alencar Araripe	1	2,3	2,3	29,5
Memorial Henrique Spengler - Fundação da UFMS	1	2,3	2,3	31,8
Museu de Arqueologia (MuArq) da UFMS	1	2,3	2,3	34,1
Museu Afro Brasileiro	1	2,3	2,3	36,4
Museu Amazônico	1	2,3	2,3	38,6
Museu Câmara Cascudo	1	2,3	2,3	40,9
Museu Casa Padre Toledo	1	2,3	2,3	43,2
Museu de Anatomia Patológica Carlos Tokarnia	1	2,3	2,3	45,5
Museu de Arqueologia e Etnologia	1	2,3	2,3	47,7
Museu de Arqueologia e Etnologia Americana	1	2,3	2,3	50,0
Museu de Arqueologia e Etnologia da UFPR	1	2,3	2,3	52,3
Museu de Arte (MUSA) da UFPR	1	2,3	2,3	54,5
Museu de Arte da UFC	1	2,3	2,3	56,8
Museu de Arte Sacra da UFBA	1	2,3	2,3	59,1
Museu de Ciências da Terra Alexis Dorofeef	1	2,3	2,3	61,4
Museu de Ciências da Vida	1	2,3	2,3	63,6
Museu de Fauna da Caatinga (MFC)	1	2,3	2,3	65,9
Museu de Geociências	1	2,3	2,3	68,2
Museu de História Natural	1	2,3	2,3	70,5
Museu de História Natural da UNIFAL	1	2,3	2,3	72,7
Museu de História Natural do Araguaia	1	2,3	2,3	75,0
Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG	1	2,3	2,3	77,3
Museu de Minerais e Rochas	1	2,3	2,3	79,5
Museu de Oceanografia Petrônio Alves Coelho	1	2,3	2,3	81,8
Museu do IFC Campus Santa Rosa Do Sul	1	2,3	2,3	84,1

Museu do Instituto de Química da UFRGS	1	2,3	2,3	86,4
Museu do Observatório Astronômico da UFRGS	1	2,3	2,3	88,6
Museu do Seridó	1	2,3	2,3	90,9
Museu Dom João VI - Escola de Belas Artes/UFRJ	1	2,3	2,3	93,2
Museu Interativo da Física (LADIF)	1	2,3	2,3	95,5
Museu Universitário de Arte	1	2,3	2,3	97,7
Pinacoteca UFPB	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

	Data de fundação do Museu	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	1892	1	2,3	2,3	2,3
	1899	1	2,3	2,3	4,7
	1938	1	2,3	2,3	7,0
	1959	1	2,3	2,3	9,3
	1960	1	2,3	2,3	11,6
	1961	1	2,3	2,3	14,0
	1962	1	2,3	2,3	16,3
	1966	1	2,3	2,3	18,6
	1968	1	2,3	2,3	20,9
	1969	1	2,3	2,3	23,3
	1971	1	2,3	2,3	25,6
	1972	1	2,3	2,3	27,9
	1974	1	2,3	2,3	30,2
	1978	1	2,3	2,3	32,6
	1979	1	2,3	2,3	34,9
	1982	1	2,3	2,3	37,2
	1986	1	2,3	2,3	39,5
	1987	2	4,5	4,7	44,2
	1988	1	2,3	2,3	46,5
	1989	1	2,3	2,3	48,8

1990		1	2,3	2,3	51,2
1993		1	2,3	2,3	53,5
1996		2	4,5	4,7	58,1
1997		1	2,3	2,3	60,5
1998		1	2,3	2,3	62,8
2002		1	2,3	2,3	65,1
2003		1	2,3	2,3	67,4
2006		2	4,5	4,7	72,1
2008		1	2,3	2,3	74,4
2009		1	2,3	2,3	76,7
2010		1	2,3	2,3	79,1
2012		3	6,8	7,0	86,0
2015		1	2,3	2,3	88,4
2017		2	4,5	4,7	93,0
2018		1	2,3	2,3	95,3
2019		1	2,3	2,3	97,7
2022		1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

	Data de vinculação do Museu à IFES	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	1892	1	2,3	2,3	2,3
	1959	1	2,3	2,3	4,7
	1960	1	2,3	2,3	7,0
	1961	1	2,3	2,3	9,3
	1962	1	2,3	2,3	11,6
	1966	1	2,3	2,3	14,0
	1969	1	2,3	2,3	16,3
	1972	1	2,3	2,3	18,6
	1974	1	2,3	2,3	20,9
	1978	1	2,3	2,3	23,3

1979		2	4,5	4,7	27,9
1982		1	2,3	2,3	30,2
1987		2	4,5	4,7	34,9
1988		1	2,3	2,3	37,2
1989		1	2,3	2,3	39,5
1990		1	2,3	2,3	41,9
1991		1	2,3	2,3	44,2
1993		1	2,3	2,3	46,5
1996		2	4,5	4,7	51,2
1997		2	4,5	4,7	55,8
1998		1	2,3	2,3	58,1
1999		1	2,3	2,3	60,5
2002		1	2,3	2,3	62,8
2003		1	2,3	2,3	65,1
2006		2	4,5	4,7	69,8
2008		1	2,3	2,3	72,1
2009		2	4,5	4,7	76,7
2010		1	2,3	2,3	79,1
2011		1	2,3	2,3	81,4
2012		3	6,8	7,0	88,4
2017		2	4,5	4,7	93,0
2018		1	2,3	2,3	95,3
2019		1	2,3	2,3	97,7
2022		1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

UF		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	MG	11	25,0	25,0	25,0
	RJ	4	9,1	9,1	34,1
	ES	1	2,3	2,3	36,4

BA	3	6,8	6,8	43,2
CE	3	6,8	6,8	50,0
PE	3	6,8	6,8	56,8
RN	2	4,5	4,5	61,3
AL	1	2,3	2,3	63,6
PB	1	2,3	2,3	65,9
SE	1	2,3	2,3	68,2
SC	3	6,8	6,8	75,0
PR	2	4,5	4,5	79,5
RS	2	4,5	4,5	84,0
MS	2	4,5	4,5	88,5
GO	1	2,3	2,3	90,8
MT	1	2,3	2,3	93,1
AM	1	2,3	2,3	95,4
PA	1	2,3	2,3	97,7
TO	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

	Cidade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Fortaleza	3	6,8	6,8	6,8
	Juiz de Fora	3	6,8	6,8	13,6
	Rio de Janeiro	3	6,8	6,8	20,5
	Salvador	3	6,8	6,8	27,3
	Belo Horizonte	2	4,5	4,5	31,8
	Porto Alegre	2	4,5	4,5	36,4
	Recife	2	4,5	4,5	40,9
	Viçosa	2	4,5	4,5	45,5
	Alfenas	1	2,3	2,3	47,7
	Aparecida de Goiânia	1	2,3	2,3	50,0
	Barra do Garças	1	2,3	2,3	52,3
	Belém	1	2,3	2,3	54,5
	Caicó	1	2,3	2,3	56,8

Campo Grande	1	2,3	2,3	59,1
Coxim	1	2,3	2,3	61,4
Curitiba	1	2,3	2,3	63,6
Florianópolis	1	2,3	2,3	65,9
Florianópolis e Governador Celso Ramos	1	2,3	2,3	68,2
João Pessoa	1	2,3	2,3	70,5
Maceió	1	2,3	2,3	72,7
Manaus	1	2,3	2,3	75,0
Natal	1	2,3	2,3	77,3
Ouro Preto	1	2,3	2,3	79,5
Paranaguá	1	2,3	2,3	81,8
Petrolina	1	2,3	2,3	84,1
Porto Nacional	1	2,3	2,3	86,4
Santa Rosa do Sul	1	2,3	2,3	88,6
São Cristóvão	1	2,3	2,3	90,9
Seropédica	1	2,3	2,3	93,2
Tiradentes	1	2,3	2,3	95,5
Uberlândia	1	2,3	2,3	97,7
Vitória	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Área Expositiva (m ²)	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	0	5	11,4	15,2
	21	1	2,3	18,2
	30	1	2,3	21,2
	60	1	2,3	24,2
	70	1	2,3	27,3
	114	1	2,3	30,3
	128	1	2,3	33,3
	158	1	2,3	36,4
	200	3	6,8	45,5

210	1	2,3	3,0	48,5
280	1	2,3	3,0	51,5
300	4	9,1	12,1	63,6
370	1	2,3	3,0	66,7
400	2	4,5	6,1	72,7
500	3	6,8	9,1	81,8
700	1	2,3	3,0	84,8
800	1	2,3	3,0	87,9
1500	1	2,3	3,0	90,9
1668	1	2,3	3,0	93,9
1746	1	2,3	3,0	97,0
2000	1	2,3	3,0	100,0
Total	33	75,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	25,0	
Total	44	100,0		

	Área Total (m ²)	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	10	1	2,3	3,1	3,1
	12	1	2,3	3,1	6,3
	40	1	2,3	3,1	9,4
	50	1	2,3	3,1	12,5
	60	2	4,5	6,3	18,8
	80	1	2,3	3,1	21,9
	100	1	2,3	3,1	25,0
	128	1	2,3	3,1	28,1
	138	1	2,3	3,1	31,3
	200	2	4,5	6,3	37,5
	250	1	2,3	3,1	40,6
	300	1	2,3	3,1	43,8
	400	3	6,8	9,4	53,1
	490	1	2,3	3,1	56,3
	520	1	2,3	3,1	59,4

600	1	2,3	3,1	62,5
870	1	2,3	3,1	65,6
900	1	2,3	3,1	68,8
1000	1	2,3	3,1	71,9
1200	1	2,3	3,1	75,0
2000	1	2,3	3,1	78,1
4000	1	2,3	3,1	81,3
4700	1	2,3	3,1	84,4
8600	1	2,3	3,1	87,5
11767	1	2,3	3,1	90,6
14000	1	2,3	3,1	93,8
80000	1	2,3	3,1	96,9
600000	1	2,3	3,1	100,0
Total	32	72,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	12	27,3	
Total	44	100,0		

Natureza do acervo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ciências naturais	18	40,9	40,9	40,9
	Ciências sociais	17	38,6	38,6	79,5
	Ciências humanas	7	15,9	15,9	95,5
	Ciências naturais e sociais	2	4,5	4,5	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Estatística Descritiva

Natureza do acervo	N	Soma	Média
Ciências humanas	44	7	,16
Ciências naturais	44	20	,45
Ciências sociais	44	19	,43
Válido N (listwise)	44		

Tabelas

Ciências humanas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	15,9	15,9	15,9
	Não	37	84,1	84,1	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Ciências naturais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	20	45,5	45,5	45,5
	Não	24	54,5	54,5	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Ciências sociais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	19	43,2	43,2	43,2
	Não	25	56,8	56,8	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Temática semelhante ao Museu dos Dinossauros (paleontologia)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	6,8	6,8
	Não	41	93,2	93,2	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Espaços disponíveis ao público		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Banheiros; Guarda-volumes	3	6,8	7,5	7,5
	Banheiros	2	4,5	5,0	12,5
	Banheiros; Banheiros para deficientes; Auditório; Biblioteca; Lanchonete ou similar; Jardim ou área externa	2	4,5	5,0	17,5
	Banheiros; Banheiros para deficientes; Biblioteca; Jardim ou área externa	2	4,5	5,0	22,5
	Banheiros; Banheiros para deficientes; Jardim ou área externa	2	4,5	5,0	27,5
	Banheiros; Biblioteca	2	4,5	5,0	32,5

Banheiros; Anfiteatro; Auditório; Biblioteca; Loja; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	35,0
Banheiros; Anfiteatro; Biblioteca	1	2,3	2,5	37,5
Banheiros; Auditório; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	40,0
Banheiros; Banheiros para deficientes	1	2,3	2,5	42,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Anfiteatro; Auditório; Loja; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	45,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Auditório; Biblioteca; Lanchonete ou similar; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	47,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Auditório; Biblioteca; Loja; Jardim ou área externa; Coleções Biológicas	1	2,3	2,5	50,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Auditório; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	52,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Cinema; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	55,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Fraldário	1	2,3	2,5	57,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Fraldário; Anfiteatro; Auditório; Biblioteca; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	60,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Fraldário; Guarda-volumes; Auditório; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	62,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Fraldário; Guarda-volumes; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	65,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Fraldário; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	67,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes	1	2,3	2,5	70,0

Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes; Anfiteatro; Auditório; Biblioteca; Lanchonete ou similar; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	72,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes; Auditório; Biblioteca; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	75,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes; Auditório; Biblioteca; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	77,5
Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes; Auditório; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	80,0
Banheiros; Banheiros para deficientes; Guarda-volumes; Biblioteca; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	82,5
Banheiros; Guarda-volumes; Auditório; Biblioteca	1	2,3	2,5	85,0
Banheiros; Guarda-volumes; Auditório; Biblioteca; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	87,5
Banheiros; Guarda-volumes; Auditório; Lanchonete ou similar; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	90,0
Banheiros; Guarda-volumes; Biblioteca; Jardim ou área externa	1	2,3	2,5	92,5
Banheiros; Guarda-volumes; Biblioteca; Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	95,0
Biblioteca	1	2,3	2,5	97,5
Jardim ou área externa; Espaço para piqueniques	1	2,3	2,5	100,0
Total	40	90,9	100,0	
Ausente Não informou(aram)	4	9,1		
Total	44	100,0		

Estadística Descritiva

Espaços disponíveis ao público	N	Soma	Média
Banheiros	40	38	,95

Banheiros para deficientes	40	23	,58
Fraldário	40	5	,12
Guarda-volumes	40	16	,40
Anfiteatro	40	5	,13
Auditório	40	17	,43
Cinema	40	1	,03
Biblioteca	40	20	,50
Lanchonete ou similar	40	5	,13
Loja	40	3	,08
Jardim ou área externa	40	26	,65
Espaço para piqueniques	40	11	,28
Válido N (listwise)	40		

Tabelas

Banheiros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	38	86,4	95,0	95,0
	Não	2	4,5	5,0	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Banheiros para deficientes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	23	52,3	57,5	57,5
	Não	17	38,6	42,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Fraldário		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,5	12,5
	Não	35	79,5	87,5	100,0

Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Guarda-volumes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	36,4	40,0	40,0
	Não	24	54,5	60,0	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Anfiteatro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,5	12,5
	Não	35	79,5	87,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Auditório		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	17	38,6	42,5	42,5
	Não	23	52,3	57,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Cinema		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,5	2,5
	Não	39	88,6	97,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		

Total	44	100,0		
--------------	-----------	--------------	--	--

Biblioteca		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	20	45,5	50,0	50,0
	Não	20	45,5	50,0	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Lanchonete ou similar		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,5	12,5
	Não	35	79,5	87,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Loja		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,5	7,5
	Não	37	84,1	92,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Jardim ou área externa		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	26	59,1	65,0	65,0
	Não	14	31,8	35,0	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Espaço para piqueniques		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	25,0	27,5	27,5
	Não	29	65,9	72,5	100,0
Total		40	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	9,1		
Total		44	100,0		

Serviços disponíveis ao público		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras	5	11,4	11,9	11,9
	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	4	9,1	9,5	21,4
	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	3	6,8	7,1	28,6
	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Oficinas, seminários, conferências, palestras	3	6,8	7,1	35,7
	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Oficinas, seminários, conferências, palestras	3	6,8	7,1	42,9
	Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros	2	4,5	4,8	47,6

Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais; Publicações; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	2	4,5	4,8	52,4
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	2	4,5	4,8	57,1
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento especial para grupos escolares e outros	2	4,5	4,8	61,9
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	64,3
Agendamento; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Publicações	1	2,3	2,4	66,7
Agendamento; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	69,0
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita	1	2,3	2,4	71,4
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos	1	2,3	2,4	73,8
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais;	1	2,3	2,4	76,2

Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras				
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais; Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras; Eventos culturais	1	2,3	2,4	78,6
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações	1	2,3	2,4	81,0
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos	1	2,3	2,4	83,3
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para portadores de necessidades especiais; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	85,7
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos	1	2,3	2,4	88,1
Agendamento; Visitas guiadas; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	90,5
Agendamento; Visitas guiadas; Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	92,9
Atendimento a professores e outros para preparar a visita; Atendimento especial para grupos escolares e outros; Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos	1	2,3	2,4	95,2
Atendimento especial para grupos escolares e outros; Publicações; Material de apoio às visitas escolares	1	2,3	2,4	97,6

	ou demais grupos; Oficinas, seminários, conferências, palestras				
	Publicações; Oficinas, seminários, conferências, palestras	1	2,3	2,4	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Estadística Descritiva

Serviços disponíveis ao público	N	Soma	Média
Agendamento	42	39	,93
Visitas guiadas	42	37	,88
Atendimento a professores e outros para preparar a visita	42	32	,76
Atendimento especial para grupos escolares e outros	42	36	,86
Atendimento especial para portadores de necessidades especiais	42	9	,21
Publicações	42	21	,50
Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos	42	19	,45
Oficinas, seminários, conferências, palestras	42	31	,74
Eventos culturais	42	1	,02
Válido N (listwise)	42		

Tabelas

Agendamento		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	39	88,6	92,9	92,9
	Não	3	6,8	7,1	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Visitas guiadas	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----------------	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	37	84,1	88,1	88,1
	Não	5	11,4	11,9	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Atendimento a professores/ outros para preparar a visita		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	32	72,7	76,2	76,2
	Não	10	22,7	23,8	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Atendimento especial para grupos escolares e outros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	85,7	85,7
	Não	6	13,6	14,3	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Atendimento especial para portadores de necessidades especiais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	20,5	21,4	21,4
	Não	33	75,0	78,6	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Publicações		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	21	47,7	50,0	50,0

	Não	21	47,7	50,0	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Material de apoio às visitas escolares ou demais grupos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	19	43,2	45,2	45,2
	Não	23	52,3	54,8	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Oficinas, seminários, conferências, palestras		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	31	70,5	73,8	73,8
	Não	11	25,0	26,2	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Eventos culturais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,4	2,4
	Não	41	93,2	97,6	100,0
Total		42	95,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	4,5		
Total		44	100,0		

Divulgam o Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	42	95,5	95,5	95,5
	Não	2	4,5	4,5	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Serviços de divulgação do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Redes sociais	13	31,0	31,0	31,0
	Redes sociais; Site institucional	5	11,9	11,9	42,9
	Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i> ; Interatividade; Hashtags; Redes sociais	4	9,5	9,5	52,4
	Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i> ; Redes sociais	3	7,1	7,1	59,5
	Hashtags; Redes sociais	3	7,1	7,1	66,7
	Interatividade; Hashtags; Redes sociais	3	7,1	7,1	73,8
	Interatividade; Redes sociais	3	7,1	7,1	81,0
	Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i> ; Interatividade; Redes sociais	2	4,8	4,8	85,7
	Agência de Publicidade; Redes sociais	1	2,4	2,4	88,1
	Audiência customizada em redes sociais; Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i> ; Interatividade; Hashtags; Redes sociais	1	2,4	2,4	90,5
	Audiência customizada em redes sociais; Redes sociais	1	2,4	2,4	92,9
	Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i>	1	2,4	2,4	95,2
	Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i> ; Hashtags; Redes sociais	1	2,4	2,4	97,6
	Interatividade; Hashtags; Redes sociais; Meios de comunicação	1	2,4	2,4	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Estatística Descritiva

Serviços de divulgação do Museu	N	Soma	Média
Agência de Publicidade	42	1	,02
Audiência customizada em redes sociais	42	2	,05
Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i>	42	12	,29
Interatividade	42	14	,33
Hashtags	42	13	,31
Redes sociais	42	41	,98

Site institucional	42	5	,12
Válido N (listwise)	42		

Tabelas

Agência de Publicidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,4	2,4	2,4
	Não	41	97,6	97,6	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Audiência customizada em redes sociais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	4,8	4,8	4,8
	Não	40	95,2	95,2	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Campanhas de e-mails, SMS e <i>whatsapp</i>		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	28,6	28,6	28,6
	Não	30	71,4	71,4	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Interatividade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	14	33,3	33,3	33,3
	Não	28	66,7	66,7	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Hashtags		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	31,0	31,0	31,0
	Não	29	69,0	69,0	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Redes sociais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
---------------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	41	97,6	97,6	97,6
	Não	1	2,4	2,4	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Site institucional		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,9	11,9	11,9
	Não	37	88,1	88,1	100,0
Total		42	100,0	100,0	

Fazem controle de acesso dos visitantes?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	37	84,1	84,1	84,1
	Não	7	15,9	15,9	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Meios de controle de acesso dos visitantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Livro de assinaturas	14	37,8	37,8	37,8
	Livro de assinaturas; Livro de visitantes	8	21,6	21,6	59,5
	Entrada eletrônica	3	8,1	8,1	67,6
	Bilheteria	2	5,4	5,4	73,0
	Livro de assinaturas; Bilheteria	2	5,4	5,4	78,4
	Livro de assinaturas; Contagem de acesso na entrada	1	2,7	2,7	81,1
	Livro de assinaturas; Controle por agendamento	1	2,7	2,7	83,8
	Livro de assinaturas; Livro de visitantes; Controle por agendamento	1	2,7	2,7	86,5
	Livro de assinaturas; Totens	1	2,7	2,7	89,2
	Livro de visitantes	1	2,7	2,7	91,9
	Livro de visitantes; Bilheteria	1	2,7	2,7	94,6
	Livro de visitantes; Bilheteria; Entrada eletrônica	1	2,7	2,7	97,3
	Livro de visitantes; Controle por agendamento	1	2,7	2,7	100,0

Total	37	100,0	100,0	
--------------	-----------	--------------	--------------	--

Estadística Descritiva

Meios de controle de acesso dos visitantes	N	Soma	Média
Livro de assinaturas	37	28	,76
Livro de visitantes	37	13	,35
Contagem de acesso na entrada	37	1	,03
Controle por agendamento	37	3	,08
Bilheteria	37	6	,16
Entrada eletrônica	37	4	,11
Totens	37	1	,03
Válido N (listwise)	37		

Tabelas

Livro de assinaturas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	28	75,7	75,7	75,7
	Não	9	24,3	24,3	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Livro de visitantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	35,1	35,1	35,1
	Não	24	64,9	64,9	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Contagem de acesso na entrada		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,7	2,7	2,7
	Não	36	97,3	97,3	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Controle por agendamento		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	8,1	8,1	8,1

	Não	34	91,9	91,9	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Bilheteria		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	16,2	16,2	16,2
	Não	31	83,8	83,8	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Entrada eletrônica		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	10,8	10,8	10,8
	Não	33	89,2	89,2	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Totens		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,7	2,7	2,7
	Não	36	97,3	97,3	100,0
Total		37	100,0	100,0	

Desde que data o Museu passou a reunir informações sobre o quantitativo de visitas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	1959	1	2,7	2,9	2,9
	1961	1	2,7	2,9	5,9
	1969	1	2,7	2,9	8,8
	1971	1	2,7	2,9	11,8
	1982	1	2,7	2,9	14,7
	1986	1	2,7	2,9	17,6
	1987	1	2,7	2,9	20,6
	1990	1	2,7	2,9	23,5
	1993	1	2,7	2,9	26,5
	1996	2	5,4	5,9	32,4
	1997	1	2,7	2,9	35,3

1998		1	2,7	2,9	38,2
1999		1	2,7	2,9	41,2
2000		2	5,4	5,9	47,1
2005		1	2,7	2,9	50,0
2006		1	2,7	2,9	52,9
2007		1	2,7	2,9	55,9
2008		3	8,1	8,8	64,7
2010		2	5,4	5,9	70,6
2012		1	2,7	2,9	73,5
2013		1	2,7	2,9	76,5
2015		1	2,7	2,9	79,4
2016		2	5,4	5,9	85,3
2017		1	2,7	2,9	88,2
2018		3	8,1	8,8	97,1
2019		1	2,7	2,9	100,0
Total		34	91,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	8,1		
Total		37	100,0		

Estimativa de visitantes por ano		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	0	2	5,4	5,9	5,9
	100	1	2,7	2,9	8,8
	200	1	2,7	2,9	11,8
	300	1	2,7	2,9	14,7
	400	1	2,7	2,9	17,6
	1000	2	5,4	5,9	23,5
	1300	1	2,7	2,9	26,5
	1400	1	2,7	2,9	29,4
	1500	2	5,4	5,9	35,3
	2000	3	8,1	8,8	44,1
	2500	2	5,4	5,9	50,0

	3000	2	5,4	5,9	55,9
	5000	3	8,1	8,8	64,7
	8000	1	2,7	2,9	67,6
	10000	1	2,7	2,9	70,6
	15000	2	5,4	5,9	76,5
	20000	1	2,7	2,9	79,4
	30000	4	10,8	11,8	91,2
	50000	2	5,4	5,9	97,1
	196000	1	2,7	2,9	100,0
Total		34	91,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	8,1		
Total		37	100,0		

Fazem estimativa de frequência por público de visitantes?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	29,5	35,1	35,1
	Não	24	54,5	64,9	100,0
Total		37	84,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	7	15,9		
Total		44	100,0		

Tabelas

Frequência por tipo de público de visitantes:

Individual		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ocasionalmente	4	30,8	33,3	33,3
	Frequentemente	3	23,1	25,0	58,3
	Muito frequente	5	38,5	41,7	100,0
Total		12	92,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	7,7		
Total		13	100,0		

Casal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Raramente	1	7,7	9,1	9,1
	Ocasionalmente	2	15,4	18,2	27,3
	Frequentemente	5	38,5	45,5	72,7
	Muito frequente	3	23,1	27,3	100,0
Total		11	84,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	2	15,4		
Total		13	100,0		

Família		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ocasionalmente	3	23,1	25,0	25,0
	Frequentemente	4	30,8	33,3	58,3
	Muito frequente	5	38,5	41,7	100,0
Total		12	92,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	7,7		
Total		13	100,0		

Amigos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	1	7,7	8,3	8,3
	Ocasionalmente	3	23,1	25,0	33,3
	Frequentemente	4	30,8	33,3	66,7
	Muito frequente	4	30,8	33,3	100,0
Total		12	92,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	7,7		
Total		13	100,0		

Grupo Escolar		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Frequentemente	1	7,7	8,3	8,3
	Muito frequente	11	84,6	91,7	100,0
Total		12	92,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	7,7		

Total	13	100,0		
--------------	-----------	--------------	--	--

Grupo Organizado (excursão)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nunca	1	7,7	8,3	8,3
	Ocasionalmente	4	30,8	33,3	41,7
	Frequentemente	5	38,5	41,7	83,3
	Muito frequente	2	15,4	16,7	100,0
	Total	12	92,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	7,7		
Total		13	100,0		

Fazem estimativa de frequência por faixa etária de visitantes?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	25,0	29,7	29,7
	Não	26	59,1	70,3	100,0
	Total	37	84,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	7	15,9		
Total		44	100,0		

Tabelas

Frequência por faixa etária de visitantes:

De 0 a 7 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	1	9,1	10,0	10,0
	Ocasionalmente	2	18,2	20,0	30,0
	Frequentemente	5	45,5	50,0	80,0
	Muito frequente	2	18,2	20,0	100,0
	Total	10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

De 8 a 13 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----------------------	--	-------------------	--------------------	---------------------------	-------------------------------

Válido	Frequentemente	3	27,3	30,0	30,0
	Muito frequente	7	63,6	70,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

De 14 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Frequentemente	4	36,4	40,0	40,0
	Muito frequente	6	54,5	60,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

De 18 a 29 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ocasionalmente	1	9,1	10,0	10,0
	Frequentemente	4	36,4	40,0	50,0
	Muito frequente	5	45,5	50,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

De 30 a 44 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ocasionalmente	4	36,4	40,0	40,0
	Frequentemente	2	18,2	20,0	60,0
	Muito frequente	4	36,4	40,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

De 45 a 59 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----------------	--	------------	-------------	-----------------------	---------------------------

Válido	Raramente	1	9,1	10,0	10,0
	Ocasionalmente	3	27,3	30,0	40,0
	Frequentemente	4	36,4	40,0	80,0
	Muito frequente	2	18,2	20,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

Acima 60 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	2	18,2	20,0	20,0
	Ocasionalmente	4	36,4	40,0	60,0
	Frequentemente	2	18,2	20,0	80,0
	Muito frequente	2	18,2	20,0	100,0
Total		10	90,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	9,1		
Total		11	100,0		

Período de Atendimento Administrativo:
Semanal:

Segunda		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	34	77,3	87,2	87,2
	Manhã	3	6,8	7,7	94,9
	Manhã, Tarde, Noite	1	2,3	2,6	97,4
	Nenhum período	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
--------------	-------------------	--------------------	---------------------------	-------------------------------

Válido	Sim	38	86,4	97,4	97,4
	Não	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	35	79,5	89,7	89,7
	Não	4	9,1	10,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,6	2,6
	Não	38	86,4	97,4	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Terça		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	36	81,8	92,3	92,3
	Manhã	2	4,5	5,1	97,4
	Manhã, Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
--------------	-------------------	--------------------	-------------------------------	-----------------------------------

Válido	Sim	39	88,6	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	37	84,1	94,9	94,9
	Não	2	4,5	5,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,6	2,6
	Não	38	86,4	97,4	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Quarta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	35	79,5	89,7	89,7
	Manhã	3	6,8	7,7	97,4
	Manhã, Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	39	88,6	100,0	100,0

Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	92,3	92,3
	Não	3	6,8	7,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,6	2,6
	Não	38	86,4	97,4	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Quinta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	36	81,8	92,3	92,3
	Manhã	2	4,5	5,1	97,4
	Manhã, Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	39	88,6	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		

Total		44	100,0		
--------------	--	-----------	--------------	--	--

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	37	84,1	94,9	94,9
	Não	2	4,5	5,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,6	2,6
	Não	38	86,4	97,4	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Sexta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	35	79,5	89,7	89,7
	Manhã	3	6,8	7,7	97,4
	Manhã, Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	39	88,6	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	92,3	92,3
	Não	3	6,8	7,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	2,3	2,6	2,6
	Não	38	86,4	97,4	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Sábado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	36	81,8	92,3	92,3
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	97,4
	Manhã, Tarde	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		

Total		44	100,0		
--------------	--	-----------	--------------	--	--

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	4,5	5,1	5,1
	Não	37	84,1	94,9	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Domingo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	36	81,8	92,3	92,3
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	97,4
	Manhã, Tarde	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	4,5	5,1	5,1
	Não	37	84,1	94,9	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Feriado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	36	81,8	92,3	92,3
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	97,4
	Manhã, Tarde	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0

Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	4,5	5,1	5,1
	Não	37	84,1	94,9	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Mensal:
Estatística Descritiva

		Total	Parcial											
		Jan a Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
N	Válido	44	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
	Ausente	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Tabelas
Disponibilizado todos os meses:

Janeiro a Dezembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	38	86,4	100,0	100,0
	Não	6	13,6		
Total		44	100,0		

Disponibilizado parcialmente ao ano:

Janeiro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	38	86,4	88,4	88,4
	Não	5	11,4	11,6	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Fevereiro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	42	95,5	97,7	97,7
	Não	1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Março		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	42	95,5	97,7	97,7
	Não	1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Abril		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	42	95,5	97,7	97,7
	Não	1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Maio		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	42	95,5	97,7	97,7
	Não	1	2,3	2,3	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Junho		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	95,3	95,3
	Não	2	4,5	4,7	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Julho		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	40	90,9	93,0	93,0
	Não	3	6,8	7,0	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Agosto		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	43	97,7	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Setembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	43	97,7	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		

Total	44	100,0		
--------------	-----------	--------------	--	--

Outubro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	43	97,7	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Novembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	43	97,7	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Dezembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	40	90,9	93,0	93,0
	Não	3	6,8	7,0	100,0
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Período Aberto para Visitas:**Semanal:**

Segunda		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	20	45,5	51,3	51,3
	Nenhum período	15	34,1	38,5	89,8
	Manhã	2	4,5	5,1	94,9
	Manhã, Noite	1	2,3	2,6	97,5
	Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	23	52,3	59,0	59,0
	Não	16	36,3	41,0	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	21	47,7	53,8	53,8
	Não	18	40,9	46,2	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	4,5	5,1	5,1
	Não	37	84,1	94,9	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Terça		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	30	68,2	76,9	76,9
	Manhã, Tarde, Noite	5	11,4	12,8	89,7
	Manhã	2	4,5	5,1	94,9
	Noite	1	2,3	2,6	97,4
	Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	37	84,1	94,9	94,9
	Não	2	4,5	5,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	92,3	92,3
	Não	3	6,8	7,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	15,9	17,9	17,9
	Não	32	72,7	82,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Quarta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	31	70,4	79,5	79,5
	Manhã, Tarde, Noite	3	6,8	7,7	87,2
	Manhã	2	4,5	5,1	92,3
	Noite	1	2,3	2,6	94,9

	Tarde, Noite	1	2,3	2,6	97,5
	Nenhum período	1	2,3	2,6	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	92,3	92,3
	Não	3	6,8	7,7	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	35	79,5	89,7	89,7
	Não	4	9,1	10,3	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,8	12,8
	Não	34	77,3	87,2	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Quinta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	30	68,2	76,9	76,9

	Manhã, Tarde, Noite	5	11,4	12,8	89,7
	Manhã	2	4,5	5,1	94,9
	Noite	1	2,3	2,6	97,4
	Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	37	84,1	94,9	94,9
	Não	2	4,5	5,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	36	81,8	92,3	92,3
	Não	3	6,8	7,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	15,9	17,9	17,9
	Não	32	72,7	82,1	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Sexta		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Manhã, Tarde	30	68,2	76,9	76,9
	Manhã	3	6,8	7,7	84,6
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	89,7
	Nenhum período	2	4,5	5,1	94,8
	Noite	1	2,3	2,6	97,4
	Tarde, Noite	1	2,3	2,6	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	35	79,5	89,7	89,7
	Não	4	9,1	10,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	33	75	84,7	84,7
	Não	6	13,6	15,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	9,1	10,3	10,3
	Não	35	79,5	89,7	100,0

Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Sábado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	25	56,8	64,1	64,1
	Tarde	4	9,1	10,3	74,4
	Manhã, Tarde	3	6,8	7,7	82,1
	Manhã, Tarde, Noite	3	6,8	7,7	89,8
	Manhã	2	4,5	5,1	94,9
	Noite	2	4,5	5,1	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	18,2	20,5	20,5
	Não	31	70,4	79,5	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	10	22,7	25,6	25,6
	Não	29	65,9	74,4	100,0
	Total	39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,8	12,8
	Não	34	77,2	87,2	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Domingo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	29	65,9	74,4	74,4
	Manhã	3	6,8	7,7	82,1
	Manhã, Tarde	3	6,8	7,7	89,8
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	94,9
	Noite	1	2,3	2,6	97,5
	Tarde	1	2,3	2,6	100,0
	Total		39	88,6	100,0
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	18,2	20,5	20,5
	Não	31	70,4	79,5	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	13,6	15,3	15,3
	Não	33	75	84,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Feriado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum período	32	72,7	82,1	82,1
	Manhã, Tarde	3	6,8	7,7	89,8
	Manhã, Tarde, Noite	2	4,5	5,1	94,9
	Noite	1	2,3	2,6	97,5
	Tarde	1	2,3	2,6	100,0
	Total		39	88,6	100,0
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tabelas

Manhã		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	11,4	12,8	12,8
	Não	34	77,2	87,2	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Tarde		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
--------------	--	-------------------	--------------------	---------------------------	-------------------------------

Válido	Sim	6	13,6	15,3	15,3
	Não	33	75	84,7	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Noite		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	6,8	7,7	7,7
	Não	36	81,8	92,3	100,0
Total		39	88,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	11,4		
Total		44	100,0		

Mensal:
Estatística Descritiva

	Total	Parcial											
	Jan a Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
N Válido	44	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Ausente	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Tabelas
Disponibilizado todos os meses:

Janeiro a Dezembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	34	77,3	79,1	79,1
	Não	9	20,5	20,9	100
Total		43	97,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	2,3		
Total		44	100,0		

Disponibilizado parcialmente ao ano:

Janeiro	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
---------	------------	-------------	-----------------------	---------------------------

Válido	Sim	34	77,3	82,9	82,9
	Não	7	15,9	17,1	100,0
Total		41	93,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Fevereiro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	40	90,9	97,6	97,6
	Não	1	2,3	2,4	100,0
Total		41	93,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Março		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Abril		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Maió		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Junho		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0

Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Julho		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	38	86,4	92,7	92,7
	Não	3	6,8	7,3	100,0
Total		41	93,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Agosto		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Setembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Outubro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Novembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	41	93,2	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Dezembro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	39	88,6	95,1	95,1
	Não	2	4,5	4,9	100,0
Total		41	93,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	6,8		
Total		44	100,0		

Aplica método(s) de captação de recursos financeiros auxiliar(es) na sustentabilidade do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	21	47,7	47,7	47,7
	Não	23	52,3	52,3	100,0
Total		44	100,0	100,0	

Métodos de captação de recursos financeiros utilizados para auxiliar na sustentabilidade do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Editais de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual	4	19,0	20,0	20,0
	Cobrança de ingresso para acesso ao Museu; Locação de espaços para eventos	2	9,5	10,0	30,0
	Cobrança de ingresso para acesso ao Museu; Locação de espaços para eventos; Venda de livros, revistas e afins	1	4,8	5,0	35,0
	Editais de Fomento Estadual; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu; Locação de espaços para eventos; Venda de livros, revistas e afins	1	4,8	5,0	40,0
	Editais de Fomento Federal	1	4,8	5,0	45,0
	Editais de Fomento Federal; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu; Recebe doações de acervo; Venda de livros, revistas e afins	1	4,8	5,0	50,0
	Editais de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu	1	4,8	5,0	55,0

Edital de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Editais de Fomento de Agente Privado	1	4,8	5,0	60,0
Edital de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Editais de Fomento Municipal	1	4,8	5,0	65,0
Edital de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Prestação de serviços pela IFES	1	4,8	5,0	70,0
Edital de Fomento Federal, Editais de Fomento Estadual; Recebe apoio não institucional	1	4,8	5,0	75,0
Edital de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Recebe colaborações ou prestações de serviços voluntários	1	4,8	5,0	80,0
Edital de Fomento Federal; Edital de Fomento Institucional	1	4,8	5,0	85,0
Edital de Fomento Federal; Recebe doações de acervo	1	4,8	5,0	90,0
Edital de Fomento Institucional	1	4,8	5,0	95,0
Recursos orçamentários da Secretaria da Educação Municipal; Editais de Fomento Federal; Editais de Fomento Estadual; Editais de Fomento Municipal; Recebe doações de acervo; Recebe doações de patrimônio; Recebe colaborações ou prestações de serviços voluntários	1	4,8	5,0	100,0
Total	20	95,2	100,0	
Ausente Não informou(aram)	1	4,8		
Total	21	100,0		

Estatística Descritiva

Métodos de captação de recursos financeiros utilizados para auxiliar na sustentabilidade do Museu	N	Soma	Média
Recursos orçamentários da Secretaria da Educação Municipal	20	1	,05
Editais de Fomento Federal	20	15	,75
Editais de Fomento Estadual	20	12	,60
Editais de Fomento Municipal	20	2	,10
Edital de Fomento Institucional	20	2	,10

Editais de Fomento de Agente Privado	20	1	,05
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu	20	6	,30
Locação de espaços para eventos	20	4	,20
Prestação de serviços pela IFES	20	1	,05
Recebe doações de acervo	20	3	,15
Recebe doações de patrimônio	20	1	,05
Recebe colaborações ou prestações de serviços voluntários	20	2	,10
Recebe apoio não institucional	20	1	,05
Venda de livros, revistas	20	3	,15
Válido N (listwise)	20		

Tabelas

Recursos orçamentários da Secretaria da Educação Municipal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	5,0	5,0
	Não	19	90,5	95,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Editais de Fomento Federal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	15	71,4	75,0	75,0
	Não	5	23,8	25,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Editais de Fomento Estadual		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	57,1	60,0	60,0
	Não	8	38,1	40,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Editais de Fomento Municipal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	10,0	10,0
	Não	18	85,7	90,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Edital de Fomento Institucional		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	10,0	10,0
	Não	18	85,7	90,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Editais de Fomento de Agente Privado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	5,0	5,0
	Não	19	90,5	95,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Locação de espaços para eventos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	19,0	20,0	20,0
	Não	16	76,2	80,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Prestação de serviços pela IFES		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	5,0	5,0
	Não	19	90,5	95,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Recebe doações de acervo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	14,3	15,0	15,0
	Não	17	81,0	85,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Recebe doações de patrimônio		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	5,0	5,0
	Não	19	90,5	95,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Recebe colaborações ou prestações de serviços voluntários		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	10,0	10,0
	Não	18	85,7	90,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Recebe apoio não institucional		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	5,0	5,0
	Não	19	90,5	95,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Venda de livros, revistas e afins		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	14,3	15,0	15,0
	Não	17	81,0	85,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Cobrança de ingresso para acesso ao Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	28,6	30,0	30,0
	Não	14	66,7	70,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Valor cobrado ingresso (inteira) para acesso ao museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	R\$ 16,00	1	16,7	16,7	16,7
	R\$ 12,00	1	16,7	16,7	33,4
	R\$ 10,00	4	66,6	66,6	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Valor cobrado (inteira)		Frequência	Valor por Frequência
Válido	R\$ 16,00	1	R\$ 16,00

R\$ 12,00	1	R\$ 12,00
R\$ 10,00	4	R\$ 40,00
Total	6	R\$ 68,00
Média		R\$ 11,34
Mediana		R\$ 10,00
Moda		R\$ 10,00

Vende algum produto característico do museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	11,1	11,1
	Não	16	76,2	88,9	100,0
Total		18	85,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	14,3		
Total		21	100,0		

Meio(s) direto(s) utilizados pelo Museu (ou IFES) para recebimento dos recursos financeiros captados para auxílio a sua sustentabilidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	GRU	3	14,3	30,0	30,0
	PagTeseuro	2	9,5	20,0	50,0
	Boleto; Cartão de débito; Cartão de crédito; GRU	1	4,8	10,0	60,0
	Cartão de crédito	1	4,8	10,0	70,0
	Dinheiro	1	4,8	10,0	80,0
	Dinheiro; GRU	1	4,8	10,0	90,0
	Dinheiro; PIX	1	4,8	10,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

Estadística Descritiva

Meio(s) direto(s) utilizados para recebimento dos recursos financeiros captados para auxílio a sustentabilidade do Museu	N	Sum	Mean
--	---	-----	------

Dinheiro	10	3	,30
Boleto	10	1	,10
Cartão de débito	10	1	,10
Cartão de crédito	10	2	,20
GRU	10	5	,50
PagTesouro	10	2	,20
PIX	10	1	,10
Válido N (listwise)	10		

Tabelas

Venda de livros, revistas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	14,3	15,0	15,0
	Não	17	81,0	85,0	100,0
Total		20	95,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,8		
Total		21	100,0		

Dinheiro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	14,3	30,0	30,0
	Não	7	33,3	70,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

Boleto		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	10,0	10,0
	Não	9	42,9	90,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

Cartão de débito		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,8	10,0	10,0
	Não	9	42,9	90,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

Cartão de crédito		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	20,0	20,0
	Não	8	38,1	80,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

GRU		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	23,8	50,0	50,0
	Não	5	23,8	50,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

PagTeseuro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	20,0	20,0
	Não	8	38,1	80,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

PIX		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	1	4,8	10,0	10,0
	Não	9	42,9	90,0	100,0
Total		10	47,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	52,4		
Total		21	100,0		

Meio(s) intermediário(s) utilizados para recebimento e/ou execução dos recursos financeiros captados para auxílio a sustentabilidade do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Entidade de apoio	7	33,3	53,8	53,8
	Entidade de apoio; Depósito em conta bancária do(a) pesquisador(a) ou responsável do projeto	2	9,5	15,4	69,2
	Cessão de uso de espaço	1	4,8	7,7	76,9
	Entidade de apoio; Cessão de uso de espaço	1	4,8	7,7	84,6
	Entidade de apoio; Organização gestora de fundo	1	4,8	7,7	92,3
	Organização gestora de fundo	1	4,8	7,7	100,0
Total		13	61,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	38,1		
Total		21	100,0		

Estatística Descritiva

Meio(s) intermediário(s) utilizados para recebimento e/ou execução de recursos financeiros captados para a sustentabilidade do Museu	N	Soma	Média
Cessão de uso de espaço	13	2	,15
Depósito em conta bancária do(a) pesquisador(a) ou responsável do projeto	13	2	,15
Entidade de apoio	13	11	,85
Organização gestora de fundo	13	2	,15
Válido N (listwise)	13		

Tabelas

Cessão de uso de espaço		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	15,4	15,4
	Não	11	52,4	84,6	100,0
Total		13	61,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	38,1		
Total		21	100,0		

Depósito em conta bancária do(a) pesquisador(a) ou responsável do projeto		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	15,4	15,4
	Não	11	52,4	84,6	100,0
Total		13	61,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	38,1		
Total		21	100,0		

Entidade de apoio		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	52,4	84,6	84,6
	Não	2	9,5	15,4	100,0
Total		13	61,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	38,1		
Total		21	100,0		

Organização gestora de fundo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	9,5	15,4	15,4
	Não	11	52,4	84,6	100,0
Total		13	61,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	38,1		
Total		21	100,0		

APÊNDICE F - Tabulação de dados coletados do Museus dos Dinossauros

FREQUÊNCIAS

	Sugestões de captação de recursos para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços temporárias para eventos; Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais; Ofertar cursos de especialização, Venda de alimentos, bebidas; Venda de souvenirs, lembrancinhas; Venda de livros, revistas e afins; Venda de algum produto específico	1	16,7	16,7	16,7
	Editais de Fomento; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Instituição de fundo permanente; Locação de espaços temporárias para eventos; Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais; Angaria doações financeiras de pessoas físicas; Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas; Angaria doações de patrimônios; Venda de souvenirs, lembrancinhas; Venda de livros e afins, revistas	1	16,7	16,7	33,3
	Editais de Fomento; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Instituição de fundo permanente; Locação de espaços temporárias para eventos; Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais; Ofertar cursos de especialização; Angaria doações financeiras de pessoas físicas; Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas; Angaria doações de acervos; Angaria doações de patrimônios; Angaria colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de souvenirs, lembrancinhas; Venda de livros, revistas e afins; Venda de algum produto específico	1	16,7	16,7	50,0
	Editais de Fomento; Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Locação de espaços	1	16,7	16,7	66,7

temporárias para eventos; Ofertar cursos de especialização; Venda de suvenires, lembrancinhas				
Editais de Fomento; Instituição de fundo permanente; Ofertar cursos de especialização; Angaria doações financeiras de pessoas físicas; Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas	1	16,7	16,7	83,3
Editais de Fomento; Locação de espaços temporárias para eventos; Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais; Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas; Venda de suvenires, lembrancinhas	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Estadística Descritiva

Sugestões de captação de recursos para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros	N	Soma	Média
Editais de Fomento	6	5	,83
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos	6	4	,67
Cobrança de ingresso à eventos itinerantes	6	3	,50
Instituição de fundo permanente	6	3	,50
Locação de espaços temporárias para eventos	6	5	,83
Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais	6	4	,67
Ofertar cursos de especialização	6	4	,67
Angaria doações financeiras de pessoas físicas	6	3	,50
Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas	6	4	,67
Angaria doações de acervos	6	1	,17
Angaria doações de patrimônios	6	2	,33
Venda de suvenires, lembrancinhas	6	5	,83
Venda de livros, revistas	6	3	,50
Venda de algum produto específico	6	2	,33
Válido N (listwise)	6		

Sugestões de captação de recursos para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros	N	
	Válido	Ausente
Editais de Fomento	6	0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos	6	0
Cobrança de ingresso à eventos itinerantes	6	0
Instituição de fundo permanente	6	0
Locação de espaços temporárias para eventos	6	0
Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais	6	0
Ofertar cursos de especialização	6	0
Angaria doações financeiras de pessoas físicas	6	0
Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas	6	0
Angaria doações de acervos	6	0
Angaria doações de patrimônios	6	0
Venda de souvenirs, lembrancinhas	6	0
Venda de livros, revistas e afins	6	0
Venda de algum produto específico	6	0

Tabelas

Editais de Fomento		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	83,3	83,3	83,3
	Não	1	16,7	16,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	66,7	66,7	66,7
	Não	2	33,3	33,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Cobrança de ingresso à eventos itinerantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	50,0	50,0	50,0
	Não	3	50,0	50,0	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Instituição de fundo permanente		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	50,0	50,0	50,0
	Não	3	50,0	50,0	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Locação de espaços temporárias para eventos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	83,3	83,3	83,3
	Não	1	16,7	16,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Locação de espaços por prazo determinado para fins comerciais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	66,7	66,7	66,7
	Não	2	33,3	33,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Ofertar cursos de especialização		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	66,7	66,7	66,7
	Não	2	33,3	33,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Angaria doações financeiras de pessoas físicas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	50,0	50,0	50,0
	Não	3	50,0	50,0	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Angaria doações financeiras de pessoas jurídicas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	66,7	66,7	66,7
	Não	2	33,3	33,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Angaria doações de acervos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	16,7	16,7	16,7
	Não	5	83,3	83,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Angaria doações de patrimônios		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	33,3	33,3	33,3
	Não	4	66,7	66,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Venda de souvenirs, lembrancinhas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	83,3	83,3	83,3
	Não	1	16,7	16,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Venda de livros, revistas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	50,0	50,0	50,0
	Não	3	50,0	50,0	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Venda de algum produto específico		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	33,3	33,3	33,3
	Não	4	66,7	66,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

APÊNDICE G - Tabulação de dados coletados de Visitantes do Museu dos Dinossauros

FREQUÊNCIAS

Idade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	De 18 a 29 anos	232	25,4	26,5	26,5
	De 30 a 44 anos	481	52,7	55,1	81,6
	De 45 a 59 anos	125	13,7	14,3	95,9
	Acima 60 anos	36	3,9	4,1	100,0
Total		874	95,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	39	4,3		
Total		913	100,0		

Gênero		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Feminino	489	53,6	53,7	53,7
	Masculino	419	45,9	46,0	99,8
	Transgênero	2	,2	,2	100,0
Total		910	99,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	3	,3		
Total		913	100,0		

Cor/Raça		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Branco	596	65,3	65,4	65,4
	Pardo	234	25,6	25,7	91,0
	Preto	63	6,9	6,9	97,9
	Amarelo	17	1,9	1,9	99,8
	Indígena	2	,2	,2	100,0
Total		912	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		913	100,0		

Estado Civil		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Solteiro(a)	358	39,2	39,3	39,3
	Casado(a)	411	45,0	45,1	84,3
	União Estável	83	9,1	9,1	93,4
	Separado(a) Judicialmente	4	,4	,4	93,8
	Divorciado(a)	47	5,1	5,2	99,0
	Viúvo(a)	9	1,0	1,0	100,0
Total		912	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		913	100,0		

Escolaridade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ensino Fundamental (1º Grau) Incompleto	7	,8	,8	,8
	Ensino Fundamental (1º Grau) Completo	6	,7	,7	1,5
	Ensino Médio (2º Grau) Incompleto	16	1,8	1,8	3,3
	Ensino Médio Técnico Incompleto	9	1,0	1,0	
	Ensino Médio (2º Grau) Completo	112	12,3	12,3	16,6
	Ensino Médio Técnico Completo	37	4,1	4,1	20,7
	Superior Incompleto	155	17,0	17,1	37,8
	Superior Completo	237	26,0	26,1	63,9
	Especialização	171	18,7	18,8	82,7
	Mestrado	80	8,8	8,8	91,5
	Doutorado	56	6,1	6,1	97,6
	Pós-Doutorado	22	2,4	2,4	100,0
Total		908	99,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	5	,5		
Total		913	100,0		

Profissão/Ocupação	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
--------------------	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Agente de turismo	4	,4	,4	,4
	Autônomo(a)	111	12,2	12,4	12,8
	Aposentado(a) / pensionista	23	2,5	2,6	15,4
	Cuida dos afazeres domésticos	10	1,1	1,1	16,5
	Desempregado(a)	20	2,2	2,2	18,7
	Empregado(a) do setor privado	207	22,7	23,1	41,8
	Empregado(a) do setor público	240	26,3	26,7	68,5
	Empresário(a)	52	5,7	5,8	74,3
	Estudante	118	12,9	13,1	87,4
	Motorista	7	,8	,8	88,2
	Produtor rural	1	,1	,1	88,3
	Professor(a)	31	3,4	3,5	91,8
	Profissional Liberal	74	8,1	8,2	100,0
	Total	898	98,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	15	1,6		
Total		913	100,0		

Renda domiciliar mensal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Menos de R\$ 1.500,00	96	10,5	10,6	10,6
	De R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00	224	24,5	24,8	35,4
	De R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00	306	33,5	33,8	69,2
	De R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00	163	17,9	18,1	77,3
	De R\$ 13.000,00 a R\$ 25.000,00	87	9,5	9,6	96,9
	Acima de R\$ 25.000,00	28	3,1	3,1	100,0
	Total	904	99,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	9	1,0		
Total		913	100,0		

Reside		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Uberaba/MG	468	51,3	51,5	51,5
	Outra cidade...	434	47,5	47,7	99,2

Outro país...	7	,8	,8	100,0
Total	909	99,6	100,0	
Ausente Não informou(aram)	4	,4		
Total	913	100,0		

Tabelas

Reside em Uberaba/MG:

Bairro de Uberaba/MG		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nossa Senhora da Abadia	37	7,9	8,7	8,7
	Estados Unidos	24	5,1	5,6	14,3
	Boa Vista	20	4,3	4,7	19,0
	Fabício	19	4,1	4,5	23,5
	São Benedito	19	4,1	4,5	28,0
	Santa Maria	17	3,6	4	32,0
	Centro	16	3,4	3,7	35,7
	Mercês	14	3	3,3	39,0
	Recreio dos Bandeirantes	12	2,6	2,9	41,9
	Olinda	10	2,1	2,3	44,2
	Jardim do Lago	7	1,5	1,6	45,8
	Parque do Mirante	7	1,5	1,6	47,4
	Cidade Nova	6	1,3	1,4	48,8
	Jardim Nenê Gomes	6	1,3	1,4	50,2
	Leblon	6	1,3	1,4	51,6
	Residencial Ilha de Marajó I	5	1,1	1,2	52,8
	Beija-Flor II	4	,9	,9	53,7
	Conjunto Frei Eugênio	4	,9	,9	54,6
	Conjunto Guanabara	4	,9	,9	55,5
	Conjunto José Vallim de Melo	4	,9	,9	56,4
	Manoel Mendes	4	,9	,9	57,3
	Núcleo Residencial Tutunas	4	,9	,9	58,2
	Parque dos Buritis	4	,9	,9	59,1

Quinta da Boa Esperança	4	,9	,9	60,0
Residencial Rio de Janeiro	4	,9	,9	60,9
Santa Marta	4	,9	,9	61,8
São José	4	,9	,9	62,7
Antônia Cândida I	3	,6	,7	63,4
Antônio Caiado	3	,6	,7	64,1
Cidade Jardim	3	,6	,7	64,8
Conjunto Cássio Rezende I	3	,6	,7	65,5
Conjunto Uberaba I	3	,6	,7	66,2
Dom Eduardo	3	,6	,7	66,9
Jardim Copacabana	3	,6	,7	67,6
Jardim Libânio	3	,6	,7	68,3
Lourdes	3	,6	,7	69,0
Morumbi	3	,6	,7	69,7
Nenê Gomes	3	,6	,7	70,4
Núcleo Habitacional Silvério Cartafina	3	,6	,7	71,1
Oneida Mendes II	3	,6	,7	71,8
Parque das Gameleiras	3	,6	,7	72,5
Parque São Geraldo	3	,6	,7	73,2
Residencial Estados Unidos	3	,6	,7	73,9
Residencial Morada Du Park	3	,6	,7	74,6
Residencial Presidente Tancredo Neves	3	,6	,7	75,3
Universitário	3	,6	,7	76,0
Vila Olímpica	3	,6	,7	76,7
Alfredo Freire	2	,4	,5	77,2
Antônio Barbosa	2	,4	,5	77,7
Bom Retiro	2	,4	,5	78,2
Grande Horizonte	2	,4	,5	78,7
Jardim América	2	,4	,5	79,2
Jardim Eldorado	2	,4	,5	79,7
Jardim Elza Amuí II	2	,4	,5	80,2

Jardim Elza Amuí IV	2	,4	,5	80,7
Jardim Espírito Santo	2	,4	,5	81,2
Jardim Manhattan	2	,4	,5	81,7
Jardim Maracanã	2	,4	,5	82,2
Jardim Marajó III	2	,4	,5	82,7
Jardim Maria Alice	2	,4	,5	83,2
Jardim Primavera	2	,4	,5	83,7
Jardim Santos Dumont	2	,4	,5	84,2
Jardim São Bento	2	,4	,5	84,7
Jardim Uberaba	2	,4	,5	85,2
Josa Bernardino II	2	,4	,5	85,7
Oneida Mendes	2	,4	,5	86,2
Paraíso	2	,4	,5	86,7
Parque das Américas	2	,4	,5	87,2
Parque das Laranjeiras	2	,4	,5	87,7
Parque dos Girassóis	2	,4	,5	88,2
São Sebastião	2	,4	,5	88,7
Serra Dourada	2	,4	,5	89,2
Vila Arquelau	2	,4	,5	89,7
Vila Celeste	2	,4	,5	90,2
Vila Craide	2	,4	,5	90,7
Zeca Mendes	2	,4	,5	91,2
Amoroso Costa	1	,2	,2	91,4
Beija-Flor	1	,2	,2	91,6
Chácaras Mariita	1	,2	,2	91,8
Chica Ferreira	1	,2	,2	92,0
Conjunto Costa Telles II	1	,2	,2	92,3
Conjunto Pontal	1	,2	,2	92,5
Cyrela	1	,2	,2	92,7
Estância dos Ipês	1	,2	,2	92,9
Flamboyant 3	1	,2	,2	93,1
Frei Eugênio	1	,2	,2	93,4

Jardim Alexandre Campos	1	,2	,2	93,6
Jardim Belo Horizonte	1	,2	,2	93,8
Jardim Califórnia	1	,2	,2	94,0
Jardim Espanha	1	,2	,2	94,2
Jardim Esplanada	1	,2	,2	94,5
Jardim Induberaba	1	,2	,2	94,7
Jardim Itália	1	,2	,2	94,9
Jardim Marajó	1	,2	,2	95,1
Jardim Santa Inez	1	,2	,2	95,3
Jardins	1	,2	,2	95,6
Josa Bernardino	1	,2	,2	95,8
Josa Bernardino I	1	,2	,2	96,0
Loteamento das Américas	1	,2	,2	96,2
Loteamento Ilha Bela	1	,2	,2	96,4
Loteamento Reserva Ushuaia	1	,2	,2	96,7
Loteamento Residencial Tamareiras	1	,2	,2	96,9
Maringá	1	,2	,2	97,1
Pacaembu	1	,2	,2	97,3
Parque das Laranjeiras 2	1	,2	,2	97,5
Parque dos Girassóis IV	1	,2	,2	97,8
Peirópolis	1	,2	,2	98,0
Residencial 2000	1	,2	,2	98,2
Residencial Jardim Morumbi	1	,2	,2	98,4
Residencial Palmeiras	1	,2	,2	98,6
Residencial Terra Nova	1	,2	,2	98,9
Sete Colinas	1	,2	,2	99,1
Tita Rezende	1	,2	,2	99,3
Vila Esperança II	1	,2	,2	99,5
Vila Maria Helena	1	,2	,2	99,7
Volta Grande	1	,2	,2	100
Total	427	91,2	100	

Ausente	Não informou(aram)	41	8,8		
Total		468	100		

Sua visita a Peirópolis foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	418	89,3	89,3	89,3
	Não	50	10,7	10,7	100,0
Total		468	100,0	100,0	

Reside em Outra cidade(UF):

Reside na cidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Uberlândia	83	19,1	23,8	23,8
	São Paulo	21	4,8	6	29,8
	Araxá	14	3,2	4	33,8
	Araguari	11	2,5	3,1	36,9
	Brasília	10	2,3	2,9	39,8
	Ribeirão Preto	10	2,3	2,9	42,7
	Igarapava	9	2,1	2,6	45,3
	Conceição das Alagoas	8	1,8	2,2	47,5
	Sacramento	8	1,8	2,2	49,7
	Catalão	7	1,6	2	51,7
	Franca	7	1,6	2	53,7
	Ituverava	6	1,4	1,7	55,4
	Belo Horizonte	5	1,1	1,4	56,8
	Divinópolis	5	1,1	1,4	58,2
	Frutal	5	1,1	1,4	59,6
	Iturama	5	1,1	1,4	61
	Pirassununga	5	1,1	1,4	62,4
	Campinas	4	,9	1,1	63,5
	Montes Claros	4	,9	1,1	64,6
	Ouro Preto	4	,9	1,1	65,7
Rio de Janeiro	4	,9	1,1	66,8	

Fortaleza	3	,7	,9	67,7
Passos	3	,7	,9	68,6
Patos de Minas	3	,7	,9	69,5
Patrocínio	3	,7	,9	70,4
Piracicaba	3	,7	,9	71,3
Prata	3	,7	,9	72,2
São José do Rio Preto	3	,7	,9	73,1
Altinópolis	2	,5	,6	73,7
Cachoeira Dourada	2	,5	,6	74,3
Campos Altos	2	,5	,6	74,9
Carmo do Paranaíba	2	,5	,6	75,5
Goiânia	2	,5	,6	76,1
Itajubá	2	,5	,6	76,7
Itaúna	2	,5	,6	77,3
Itú	2	,5	,6	77,9
Juazeiro	2	,5	,6	78,5
Patrocínio Paulista	2	,5	,6	79,1
Ponta Porã	2	,5	,6	79,7
São Joaquim da Barra	2	,5	,6	80,3
São José dos Campos	2	,5	,6	80,9
São Sebastião do Paraíso	2	,5	,6	81,5
Votorantim	2	,5	,6	82,1
Alto Paraná	1	,2	,3	82,4
Amparo	1	,2	,3	82,7
Aramina	1	,2	,3	83
Araraquara	1	,2	,3	83,3
Atibaia	1	,2	,3	83,6
Bauru	1	,2	,3	83,8
Blumenau	1	,2	,3	84,1
Bom Jesus dos Perdões	1	,2	,3	84,4
Campo Grande	1	,2	,3	84,7
Capinópolis	1	,2	,3	85

Caraguatatuba	1	,2	,3	85,3
Cascalho Rico	1	,2	,3	85,5
Catanduva	1	,2	,3	85,8
Caxambu	1	,2	,3	86,1
Coromandel	1	,2	,3	86,4
Delta	1	,2	,3	86,7
Dracena	1	,2	,3	87
Glicério	1	,2	,3	87,2
Guará	1	,2	,3	87,5
Guimarânia	1	,2	,3	87,8
Ibiraci	1	,2	,3	88,1
Ibiúna	1	,2	,3	88,4
Ilha Comprida	1	,2	,3	88,7
Indianópolis	1	,2	,3	88,9
Itapetininga	1	,2	,3	89,2
Ituiutaba	1	,2	,3	89,5
Jacareí	1	,2	,3	89,8
Lagoa Santa	1	,2	,3	90,1
Mariana	1	,2	,3	90,4
Maringá	1	,2	,3	90,6
Modelo	1	,2	,3	90,9
Mogi das Cruzes	1	,2	,3	91,2
Mongaguá	1	,2	,3	91,5
Morro Agudo	1	,2	,3	91,8
Olímpia	1	,2	,3	92,1
Orlândia	1	,2	,3	92,3
Passo de Torres	1	,2	,3	92,6
Paulínia	1	,2	,3	92,9
Piracaia	1	,2	,3	93,2
Pirajuba	1	,2	,3	93,5
Pitangueiras	1	,2	,3	93,8
Planalto	1	,2	,3	94

Planura	1	,2	,3	94,3
Porangatu	1	,2	,3	94,6
Porto Seguro	1	,2	,3	94,9
Porto Velho	1	,2	,3	95,2
Pratinha	1	,2	,3	95,5
Presidente Olegário	1	,2	,3	95,7
Raul Soares	1	,2	,3	96
Rifaina	1	,2	,3	96,3
Rio Paranaíba	1	,2	,3	96,6
Salto	1	,2	,3	96,9
Salvador	1	,2	,3	97,2
São Carlos	1	,2	,3	97,4
São João Del Rei	1	,2	,3	97,7
São Miguel do Iguaçu	1	,2	,3	98
São Raimundo Nonato	1	,2	,3	98,3
Sertãozinho	1	,2	,3	98,6
Sinop	1	,2	,3	98,9
Taboão da Serra	1	,2	,3	99,1
Tupaciguara	1	,2	,3	99,4
Viçosa	1	,2	,3	99,7
Votuporanga	1	,2	,3	100,0
Total	349	80,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	86	19,8	
Total	435	100,0		

	UF	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	MG	226	52	56,7	56,7
	SP	120	27,6	30,1	86,8
	DF	15	3,4	3,7	90,5
	GO	11	2,5	2,7	93,2
	BA	5	1,1	1,2	94,4
	PR	4	,9	1	95,4

	RJ	4	,9	1	96,4
	CE	3	,7	,8	97,2
	MS	3	,7	,8	98
	SC	3	,7	,8	98,8
	PI	2	,5	,5	99,3
	ES	1	,2	,2	99,5
	MT	1	,2	,2	99,7
	RO	1	,2	,2	100,0
	Total	399	91,7	100,00	
Ausente	Não informou(aram)	36	8,3		
	Total	435	100,00		

Sua visita a Uberaba foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	351	80,7	80,8	80,8
	Não	83	19,1	19,2	100,0
	Total	434	99,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,2		
	Total	435	100,0		

Reside em Outro país:

Reside no país		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Estados Unidos	2	33,3	33,3	33,3
	Portugal	2	33,3	33,3	66,6
	Alemanha	1	16,7	16,7	83,3
	Austrália	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Sua visita a Uberaba foi motivada pelo interesse em conhecer o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Não	4	66,6	66,6	66,6

	Sim	2	33,4	33,4	100,0
Total		6	100,0	100,0	

	Atividades de lazer preferidas do visitante	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	109	11,9	12,0	12,0
	Cinema; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	75	8,2	8,3	20,3
	Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	74	8,1	8,2	28,5
	Cinema; Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	41	4,5	4,5	33,0
	Cinema; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	27	3,0	3,0	36,0
	Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	19	2,1	2,1	38,1
	Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	16	1,8	1,8	39,9
	Cinema; Teatro; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	16	1,8	1,8	41,7
	Cinema; Esportes; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	15	1,6	1,7	43,3
	Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	14	1,5	1,5	44,9
	Cinema; Teatro; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	13	1,4	1,4	46,3
	Cinema; Teatro; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	13	1,4	1,4	47,7
	Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	11	1,2	1,2	49,0
	Cinema; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	11	1,2	1,2	50,2
	Esportes; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	10	1,1	1,1	51,3
	Cinema; Esportes; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	9	1,0	1,0	52,3

Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	8	,9	,9	53,1
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	7	,8	,8	53,9
Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	7	,8	,8	54,7
Cinema; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	7	,8	,8	55,5
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	6	,7	,7	56,1
Cinema; Espetáculos de dança; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	6	,7	,7	56,8
Cinema; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	6	,7	,7	57,5
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	6	,7	,7	58,1
Cinema; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	6	,7	,7	58,8
Cinema; Parques; Mideoteca; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	6	,7	,7	59,4
Esportes; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	6	,7	,7	60,1
Esportes; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	6	,7	,7	60,8
Cinema; Esportes; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	5	,5	,6	61,3
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Esportes	5	,5	,6	61,9
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques	5	,5	,6	62,4
Cinema; Teatro; Esportes; Parques; <i>Internet</i>	5	,5	,6	63,0
Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	5	,5	,6	63,5

Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	5	,5	,6	64,1
Esportes; Parques; Mideateca; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	5	,5	,6	64,6
Cinema; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	65,1
Cinema; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	4	,4	,4	65,5
Cinema; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	66,0
Cinema; Esportes; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	4	,4	,4	66,4
Cinema; Esportes; Mideateca; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	66,9
Cinema; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	4	,4	,4	67,3
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus	4	,4	,4	67,7
Cinema; Teatro; Esportes; Parques; Exposições e museus	4	,4	,4	68,2
Cinema; Teatro; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	68,6
Cinema; Teatro; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	4	,4	,4	69,1
Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	69,5
Teatro; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	69,9
Teatro; Esportes; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	4	,4	,4	70,4
Teatro; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	4	,4	,4	70,8
Cinema; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	71,2
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Exposições e museus	3	,3	,3	71,5

Cinema; Concertos, eventos musicais; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	,3	,3	71,8
Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	3	,3	,3	72,2
Cinema; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bibliotecas	3	,3	,3	72,5
Cinema; Esportes; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	72,8
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Leitura	3	,3	,3	73,1
Cinema; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	3	,3	,3	73,5
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	,3	,3	73,8
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	74,1
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	74,5
Cinema; Teatro; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	74,8
Cinema; Teatro; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	3	,3	,3	75,1
Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	,3	,3	75,5
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Atividades ao ar livre, na natureza	3	,3	,3	75,8
Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	,3	,3	76,1
Teatro; Esportes; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	3	,3	,3	76,5
Teatro; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	,3	,3	76,8
Cinema; Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	77,0
Cinema; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	2	,2	,2	77,2

Cinema; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	77,5
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	77,7
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; <i>Internet</i>	2	,2	,2	77,9
Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	78,1
Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	2	,2	,2	78,3
Cinema; Espetáculos de dança; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	78,6
Cinema; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Exposições e museus	2	,2	,2	78,8
Cinema; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	2	,2	,2	79,0
Cinema; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Clube	2	,2	,2	79,2
Cinema; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	2	,2	,2	79,4
Cinema; Esportes; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	79,7
Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	79,9
Cinema; Esportes; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	2	,2	,2	80,1
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Confraternizações	2	,2	,2	80,3
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	2	,2	,2	80,6
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Games, Jogos	2	,2	,2	80,8
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Leitura;	2	,2	,2	81,0

Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos				
Cinema; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	2	,2	,2	81,7
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	81,9
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; <i>Internet</i>	2	,2	,2	82,1
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; Parques	2	,2	,2	82,3
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus	2	,2	,2	82,5
Cinema; Teatro; Esportes; Exposições e museus; <i>Internet</i>	2	,2	,2	82,8
Cinema; Teatro; Esportes; Parques; Bibliotecas	2	,2	,2	83,0
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	2	,2	,2	83,2
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	83,4
Concertos, eventos musicais; Esportes; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	2	,2	,2	83,6
Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	2	,2	,2	83,9
Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	2	,2	,2	84,1
Concertos, eventos musicais, Esportes, Parques, Exposições e museus, Bares e Restaurantes	2	,2	,2	84,3
Concertos, eventos musicais, Esportes, Parques, Exposições e museus, <i>Internet</i>	2	,2	,2	84,5
Concertos, eventos musicais, Parques, Bibliotecas, Mideoteca, <i>Internet</i>	2	,2	,2	84,8
Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	2	,2	,2	85,0

Esportes; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	2	,2	,2	85,2
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Clube	2	,2	,2	85,4
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Viagens	2	,2	,2	85,6
Esportes; Parques; Mídia; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	85,9
Parques; Mídia; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	2	,2	,2	86,1
Teatro; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	2	,2	,2	86,3
Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	86,5
Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	86,7
Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	87,0
Teatro; Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	2	,2	,2	87,2
Bibliotecas; Mídia; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	87,5
Cinema; Bibliotecas; Mídia; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	87,6
Cinema; Concertos, eventos musicais; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	87,7
Cinema; Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	87,8
Cinema; Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	87,9
Cinema; Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus; Leitura	1	,1	,1	88,0
Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	88,1
Cinema; Concertos, eventos musicais; Parques; Mídia; <i>Internet</i>	1	,1	,1	88,2

Cinema; Espetáculos de dança; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	88,3
Cinema; Espetáculos de dança; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	88,4
Cinema; Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	88,5
Cinema; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Religião / Crença	1	,1	,1	88,6
Cinema; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	88,7
Cinema; Esportes; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; Passeio pela cidade	1	,1	,1	88,8
Cinema; Esportes; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Descansar, curtir seu lar	1	,1	,1	88,9
Cinema; Esportes; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Games, Jogos	1	,1	,1	89,0
Cinema; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; Leitura	1	,1	,1	89,1
Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; Atividades ao ar livre, na natureza	1	,1	,1	89,2
Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	,1	,1	89,3
Cinema; Esportes; Parques; Exposições e museus	1	,1	,1	89,4
Cinema; Esportes; Parques; <i>Internet</i> ; Artes, artesanatos	1	,1	,1	89,5
Cinema; Esportes; Parques; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	,1	,1	89,6
Cinema; Esportes; Parques; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	89,7
Cinema; Esportes; Parques; Miateca; <i>Internet</i>	1	,1	,1	89,8
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Religião, crença	1	,1	,1	89,9
Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Shopping, lojas	1	,1	,1	90,1

Cinema; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Viagens	1	,1	,1	90,2
Cinema; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	1	,1	,1	90,3
Cinema; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	90,4
Cinema; Parques; Bibliotecas; MEDIATECA; Exposições e museus	1	,1	,1	90,5
Cinema; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	90,6
Cinema; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; Atividades ao ar livre, na natureza	1	,1	,1	90,7
Cinema; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Artes, artesanatos	1	,1	,1	90,8
Cinema; Teatro; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Games, jogos	1	,1	,1	90,9
Cinema; Teatro; Bibliotecas; MEDIATECA; Exposições e museus	1	,1	,1	91,0
Cinema; Teatro; Bibliotecas; MEDIATECA; <i>Internet</i>	1	,1	,1	91,2
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Bares e Restaurantes; Viagens	1	,1	,1	91,3
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus	1	,1	,1	91,4
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; <i>Internet</i>	1	,1	,1	91,5
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Atividades ao ar livre, na natureza	1	,1	,1	91,6
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	91,7
Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	91,8
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	91,9
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Bibliotecas; Exposições e museus	1	,1	,1	92,0

Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; Bibliotecas	1	,1	,1	92,2
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; Exposições e museus	1	,1	,1	92,3
Cinema; Teatro; Espetáculos de dança; Esportes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	92,4
Cinema; Teatro; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	92,5
Cinema; Teatro; Esportes; Bibliotecas; <i>Internet</i>	1	,1	,1	92,6
Cinema; Teatro; Esportes; Mídia; <i>Internet</i>	1	,1	,1	92,7
Cinema; Teatro; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Leitura; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	,1	,1	92,8
Cinema; Teatro; Parques; Bibliotecas; Mídia	1	,1	,1	92,9
Cinema; Teatro, Parques; Exposições e museus; Confraternizações	1	,1	,1	93,0
Cinema; Teatro; Parques; <i>Internet</i>	1	,1	,1	93,1
Cinema; Teatro; Parques; Mídia; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	93,3
Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	93,4
Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Mídia; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	93,5
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	93,6
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	93,7
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bibliotecas	1	,1	,1	93,8
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	93,9
Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	94,0

Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Atividades ao ar livre, na natureza	1	,1	,1	94,1
Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	94,3
Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	94,4
Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	94,5
Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	94,6
Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	,1	,1	94,7
Concertos, eventos musicais; Parques; Mídiateca; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	94,8
Espetáculos de dança; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	94,9
Espetáculos de dança; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	95,0
Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; Clube	1	,1	,1	95,1
Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	95,2
Espetáculos de dança; Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	95,4
Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Religião, crença	1	,1	,1	95,5
Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; Confraternizações	1	,1	,1	95,6
Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	95,7

Espectáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	95,8
Espectáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	95,9
Esportes; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	96,0
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Caminhada; Leitura; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	,1	,1	96,1
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Confraternizações	1	,1	,1	96,2
Esportes; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; Religião, crença	1	,1	,1	96,4
Esportes; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	1	,1	,1	96,5
Esportes; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i> ; Viagens	1	,1	,1	96,6
Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; Shopping, lojas	1	,1	,1	96,7
Esportes; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	96,8
Esportes; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Viagens	1	,1	,1	96,9
Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Religião, crença	1	,1	,1	97,0
Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	97,1
Parques; Bibliotecas; Miateca; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	97,2
Parques; Bibliotecas; Miateca; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	97,3
Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Artes, artesanatos	1	,1	,1	97,5
Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Atividades ao ar livre, na natureza	1	,1	,1	97,6

Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Clube	1	,1	,1	97,7
Parques; Exposições e museus, Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Games, jogos	1	,1	,1	97,8
Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Leitura	1	,1	,1	97,9
Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Passeio pela cidade	1	,1	,1	98,0
Teatro, Concertos, eventos musicais, Espetáculos de dança, Bares e Restaurantes, <i>Internet</i>	1	,1	,1	98,1
Teatro, Concertos, eventos musicais, Espetáculos de dança, Exposições e museus, Bares e Restaurantes	1	,1	,1	98,2
Teatro, Concertos, eventos musicais, Espetáculos de dança, Parques, Exposições e museus	1	,1	,1	98,3
Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	98,5
Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Exposições e museus	1	,1	,1	98,6
Teatro; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; <i>Internet</i>	1	,1	,1	98,7
Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	98,8
Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus	1	,1	,1	98,9
Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	99,0
Teatro; Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	99,1
Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	99,2
Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	99,3
Teatro; Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Mídioteca	1	,1	,1	99,4

Teatro; Esportes; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	99,6
Teatro; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	,1	,1	99,7
Teatro; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Viagens	1	,1	,1	99,8
Teatro; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	,1	,1	99,9
Teatro; Parques; Bibliotecas; Exposições e museus; <i>Internet</i>	1	,1	,1	100,0
Total	905	99,1	100,0	
Ausente Não informou(aram)	8	,9		
Total	913	100,0		

Tabelas

Artes, artesanatos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	,3	,3	,3
	Não	902	98,8	99,7	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Atividades ao ar livre, na natureza		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	,9	,9	,9
	Não	897	98,2	99,1	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Bares e Restaurantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	730	80,0	80,7	80,7
	Não	175	19,2	19,3	100,0

Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Bibliotecas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	159	17,4	17,6	17,6
	Não	746	81,7	82,4	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Cinema		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	622	68,1	68,7	68,7
	Não	283	31,0	31,3	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Clube		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	,7	,7	,7
	Não	899	98,5	99,3	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Concertos, eventos musicais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	186	20,4	20,6	20,6
	Não	719	78,8	79,4	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Confraternizações		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	,5	,6	,6
	Não	900	98,6	99,4	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Espectáculos de dança		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	103	11,3	11,4	11,4
	Não	802	87,8	88,6	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Esportes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	523	57,3	57,8	57,8
	Não	382	41,8	42,2	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Exposições e museus		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	479	52,5	52,9	52,9
	Não	426	46,7	47,1	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	18	2,0	2,0	2,0
	Não	887	97,2	98,0	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Games, jogos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	,5	,6	,6
	Não	900	98,6	99,4	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Internet		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	660	72,3	72,9	72,9
	Não	245	26,8	27,1	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Leitura		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	1,8	1,8	1,8
	Não	889	97,4	98,2	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Midioteca		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	36	3,9	4,0	4,0
	Não	869	95,2	96,0	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Parques		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	741	81,2	81,9	81,9
	Não	164	18,0	18,1	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Passeio pela cidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	,2	,2
	Não	903	98,9	99,8	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Religião, crença		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	,5	,6	,6
	Não	900	98,6	99,4	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Shopping, Lojas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	,2	,2

	Não	903	98,9	99,8	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Teatro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	172	18,8	19,0	19,0
	Não	733	80,3	81,0	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Viagens		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	,8	,8	,8
	Não	898	98,4	99,2	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

Visitando sozinho(a) o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	45	4,9	4,9	4,9
	Não	868	95,1	95,1	100,0
Total		913	100,0		

Visita ao Museu dos Dinossauros acompanhado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Amigo(s)	63	7,3	7,4	7,4
	Amigo(s); Grupo organizado	10	1,2	1,2	8,6
	Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a)	75	8,6	8,7	17,3
	Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Amigo(s)	22	2,5	2,5	19,8

Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Amigo(s); Grupo organizado	3	,3	,3	20,1
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Criança(s) e/ou adolescente(s)	32	3,7	3,7	23,8
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Filho(s)	137	15,8	15,9	39,7
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Filho(s); Amigo(s)	24	2,8	2,8	42,5
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Filho(s); Grupo organizado	1	,1	,1	42,6
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Filho(s); Outro(s) membro(s) da família	36	4,1	4,1	46,7
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Filho(s); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	4	,5	,5	47,2
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Grupo organizado	5	,6	,6	7,8
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Outro(s) membro(s) da família	42	4,8	4,8	52,6
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	14	1,6	1,6	54,2
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s); Grupo organizado	1	,1	,1	54,3
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe	9	1,0	1,0	55,3
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Amigo(s)	3	,3	,3	55,6
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Amigo(s); Grupo organizado	1	,1	,1	55,7
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Criança(s) e/ou adolescente(s)	3	,3	,3	56,0
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Filho(s)	25	2,9	2,9	58,9
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Amigo(s)	9	1,0	1,0	59,9

Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Filho(s); Outro(s) membro(s) da família	27	3,1	3,1	63,0
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Filho(s); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	12	1,4	1,4	64,4
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Outro(s) membro(s) da família	21	2,4	2,4	66,8
Cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a); Pai e/ou mãe; Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	8	,9	,9	67,7
Criança(s) e/ou adolescente(s)	1	,1	,1	67,8
Filho(s)	22	2,5	2,5	70,3
Filho(s); Amigo(s)	5	,6	,6	70,9
Filho(s); Outro(s) membro(s) da família	16	1,8	1,8	72,7
Filho(s); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	1	,1	,1	72,8
Grupo organizado	90	10,4	10,5	83,3
Outro(s) membro(s) da família	56	6,5	6,6	89,9
Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	8	,9	,9	90,8
Pai e/ou mãe	9	1,0	1,0	91,8
Pai e/ou mãe; Amigo(s)	7	,8	,8	92,6
Pai e/ou mãe; Criança(s) e/ou adolescente(s)	9	1,0	1,0	93,6
Pai e/ou mãe; Filho(s)	6	,7	,7	94,3
Pai e/ou mãe; Filho(s); Amigo(s)	2	,2	,2	94,5
Pai e/ou mãe; Filho(s); Outro(s) membro(s) da família	8	,9	,9	95,4
Pai e/ou mãe; Filho(s); Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	1	,1	,1	95,5
Pai e/ou mãe; Grupo organizado	1	,1	,1	95,6
Pai e/ou mãe; Outro(s) membro(s) da família	28	3,2	3,2	98,8
Pai e/ou mãe; Outro(s) membro(s) da família; Amigo(s)	10	1,2	1,2	100,0
Total	867	99,9	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

Tabelas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	514	59,2	59,3	59,3
	Não	353	40,7	40,7	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	199	22,9	22,9	22,9
	Não	668	77,0	77,1	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	336	38,7	38,7	38,7
	Não	531	61,2	61,3	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	291	33,5	33,5	33,5
	Não	576	66,4	66,5	100,0
Total		867	99,9	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

Amigo(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	208	24,0	24,0	24,0
	Não	659	75,9	76,0	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

Criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	45	5,2	5,2	5,2
	Não	822	94,7	94,8	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

Grupo organizado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	112	12,9	12,9	12,9
	Não	755	87,0	87,1	100,0
Total		867	99,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	,1		
Total		868	100,0		

Acompanhados de até 5 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	542	62,5	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	325	37,5		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	329	12,9	12,9	12,9
	Não	213	87,0	87,1	100,0
Total		542	62,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	325	37,5		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	186	21,4	34,3	34,3
	Não	356	41,1	65,7	100,0
Total		542	62,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	325	37,5		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	123	14,2	22,7	22,7
	Não	419	48,3	77,3	100,0
Total		542	62,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	325	37,5		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	109	12,6	20,2	20,2
	Não	433	49,9	79,8	100,0
Total		542	62,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	325	37,5		
Total		867	100,0		

Acompanhados de 6 a 10 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa

Válido	Sim	34	3,9	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	833	96,1		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	1,8	46,2	46,2
	Não	18	2,1	53,8	100,0
Total		34	3,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	833	96,1		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	,8	20,5	20,5
	Não	27	3,1	79,5	100,0
Total		34	3,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	833	96,1		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	,6	15,4	15,4
	Não	29	3,3	84,6	100,0
Total		34	3,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	833	96,1		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	1,4	35,9	35,9
	Não	22	2,5	64,1	100,0
Total		34	3,9	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	833	96,1		
Total		867	100,0		

Acompanhados de 11 a 15 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	1,4	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	,8	57,1	57,1
	Não	5	,6	42,9	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	14,3	14,3
	Não	10	1,2	85,7	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	,4	28,6	28,6
	Não	9	1,2	71,4	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	,5	35,7	35,7
	Não	8	,9	64,3	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

Acompanhados de 16 a 20 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	7	,8	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	860	99,2		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Não	7	,8	71,4	100,0
Total		7	,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	860	99,2		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	25	25
	Não	5	,6	75	100,0
Total		7	,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	860	99,2		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	,5	62,5	62,5
	Não	3	,3	37,5	100,0

Total		7	,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	860	99,2		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	,5	62,5	62,5
	Não	3	,3	37,5	100,0
Total		7	,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	860	99,2		
Total		867	100,0		

Acompanhados de 21 a 30 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	1,8	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	851	98,2		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	,4	22,2	22,2
	Não	12	1,4	77,8	100,0
Total		16	1,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	851	98,2		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	11,1	11,1
	Não	14	1,6	88,9	100,0
Total		16	1,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	851	98,2		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	,7	38,9	38,9
	Não	10	1,1	61,1	100,0
Total		16	1,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	851	98,2		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	,7	38,9	38,9
	Não	10	1,1	61,1	100,0
Total		16	1,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	851	98,2		
Total		867	100,0		

Acompanhados de 31 a 40 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	1,4	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	,4	28,6	28,6
	Não	9	1,2	71,4	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
----------------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	3	,4	28,6	28,6
	Não	9	1,2	71,4	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	14,3	14,3
	Não	10	1,2	85,7	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	,5	35,7	35,7
	Não	8	,9	64,3	100,0
Total		12	1,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	855	98,6		
Total		867	100,0		

Acompanhados com acima de 40 criança(s) e/ou adolescente(s)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	15	1,7	100,0	100,0
Ausente	Não informou(aram)	852	98,3		
Total		867	100,0	100,0	

Tabelas

De 0 a 6 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	11,8	11,8
	Não	13	1,5	88,2	100,0
Total		15	1,7	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	852	98,3		
Total		867	100,0		

De 7 a 10 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	,3	17,6	17,6
	Não	12	1,4	82,4	100,0
Total		15	1,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	852	98,3		
Total		867	100,0		

De 11 a 14 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	,3	17,6	17,6
	Não	12	1,4	82,4	100,0
Total		15	1,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	852	98,3		
Total		867	100,0		

De 15 a 17 anos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	,9	52,9	52,9
	Não	7	,8	47,1	100,0
Total		15	1,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	852	98,3		
Total		867	100,0		

Desde quando sabe do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Há mais de 5 anos	527	57,7	57,7	57,7
	Dentre 2 a 5 anos	143	15,7	15,7	73,4
	Dentre 1 mês a 2 anos	101	11,1	11,1	84,4
	Há menos de 1 mês	82	9,0	9,0	93,4
	Hoje	60	6,6	6,6	100,0

Total		913	100,0	100,0	
Como soube do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Por recomendação de amigos	283	31,0	31,1	31,1
	Por recomendação de familiares	143	15,7	15,7	46,9
	Por recomendação de professores e/ou de profissionais de ensino	125	13,7	13,8	60,6
	Através das redes sociais	66	7,2	7,3	67,9
	Passando em frente ao Museu	45	4,9	5,0	72,8
	Na televisão	44	4,8	4,8	77,7
	Visitando outros pontos turísticos da cidade	32	3,5	3,5	81,2
	Pela sinalização na rodovia	28	3,1	3,1	84,3
	Lendo jornais ou revistas	25	2,7	2,8	87,0
	Pela sinalização de rua em Uberaba	21	2,3	2,3	89,3
	Através de panfletos, cartazes, outdoors	20	2,2	2,2	91,5
	No guia turístico	19	2,1	2,1	93,6
	Através da UFTM	14	1,5	1,5	95,2
	Através de pesquisa em site de busca e/ou de turismo	12	1,3	1,3	96,5
	Por recomendação de moradores e/ou de comerciantes de Peirópolis	10	1,1	1,1	97,6
	Por ser morador(a) de Uberaba ou região	9	1,0	1,0	98,6
	Através de estudos, pesquisa sobre museu, paleontologia e/ou dinossauros	4	,4	,4	99,0
	Visitando outros museus	4	,4	,4	99,4
	Não me recordo	3	,3	,3	99,8
	Na rádio	2	,2	,2	100,0
	Total	909	99,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	,4		
Total		913	100,0		

Meio de transporte utilizado para visitar o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Veículo próprio ou de algum acompanhante	729	79,8	80,2	80,2
	Ônibus, micro-ônibus, van (excursão)	90	9,9	9,9	90,1
	Transporte público (ônibus)	44	4,8	4,8	94,9
	Veículo alugado	26	2,8	2,9	97,8
	À pé	10	1,1	1,1	98,9
	Veículo de aplicativo ou táxi	6	,7	,7	99,6
	Bicicleta	4	,4	,4	100,0
Total		909	99,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	4	,4		
Total		913	100,0		

Visitou o Museu dos Dinossauros a pé ou de bicicleta como forma de atividade física ou prática esportiva?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	78,6	78,6	78,6
	Não	3	21,4	21,4	100,0
Total		14	100,0	100,0	

Utilizaria o transporte público (ônibus) de Uberaba (trecho área urbana - bairro urbano-rural Peirópolis) em outra oportunidade de visita ao Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	354	38,9	41,3	41,3
	Talvez	215	23,7	25,1	66,4
	Não utilizaria independente de qualquer motivo	123	13,5	14,3	80,7
	Não utilizaria por desconhecer o funcionamento da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)	110	12,1	12,8	93,5
	Não utilizaria por insatisfação com os serviços de transporte público ofertado	55	6,1	6,5	100,0
Total		857	94,3	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	52	5,7		
Total		909	100,0		

Tabelas

Como você se sente com a quantidade de horários disponibilizados de ônibus (transporte público) do trajeto da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	82	9,0	15,0	15,0
	Insatisfeito	76	8,4	14,0	29,0
	Neutro	192	21,1	35,0	64,0
	Satisfeito	65	7,2	11,9	75,9
	Muito satisfeito	132	14,5	24,1	100,0
	Total	547	60,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	362	39,8		
Total		909	100,0		

Como você se sente com os serviços de transporte público (conforto, conservação, manutenção, segurança dos ônibus, etc.) do trajeto da Linha 58 (Terminal Manoel Mendes - Peirópolis)?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	66	7,3	12,3	12,3
	Insatisfeito	90	9,9	16,6	28,9
	Neutro	185	20,4	34,3	63,2
	Satisfeito	73	8,0	13,4	76,6
	Muito satisfeito	126	13,9	23,4	100,0
	Total	540	59,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	369	40,6		
Total		909	100,0		

Principais motivos da visita ao Museu dos Dinossauros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Acompanhar amigos, outras pessoas	11	1,2	1,2	1,2
	Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	6	,7	,7	1,9
	Alargar horizontes, conhecer coisas novas	5	,5	,6	2,4
	Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	2,5
	Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	2,6
	Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	2,8
	Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	3,0
	Conhecer a área externa, área verde do Museu	4	,4	,4	3,4
	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	3,5
	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	3,7
	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	1	,1	,1	3,9
	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	4,0
	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis;	1	,1	,1	4,1

Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	4,2
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	4,3
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	4,4
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Divertir-se	1	,1	,1	4,5
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	4,6
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	4,7
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	4,9
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	5,0
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	5,1

Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	5,2
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita	1	,1	,1	5,3
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	5,5
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	5,6
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	5,7
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir- se	1	,1	,1	5,8
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	6,0
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar	1	,1	,1	6,1

uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças				
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	6,2
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	6,3
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	6,4
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	6,5
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	6,6
Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	6,7
Conhecer nova exposição	3	,3	,3	7,1
Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	7,2
Conhecer nova exposição; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	7,3
Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	7,5
Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	7,6
Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	7,7
Conhecer o museu	146	16,0	16,1	23,8
Conhecer o museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,3	24,1

Conhecer o museu; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	5	,5	,6	24,7
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	3	,3	,3	25,0
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	25,1
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	25,2
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	25,4
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	3	,3	,3	25,7
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita	1	,1	,1	25,8
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	2	,2	,2	26,0
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	26,1
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	26,2
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	26,4
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	26,5

Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	26,6
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	26,7
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	26,8
Conhecer o museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	26,9
Conhecer o museu; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	27,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu	16	1,8	1,8	28,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	29,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	4	,4	,4	29,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	1	,1	,1	29,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	29,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	29,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	1	,1	,1	30,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu;	1	,1	,1	30,1

Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	30,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	4	,4	,4	30,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Divertir-se	2	,2	,2	30,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	31,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	31,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	31,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Divertir-se	1	,1	,1	31,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	31,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	31,6

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	31,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	32,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças	2	,2	,2	32,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	32,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	32,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	32,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	32,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	32,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição	1	,1	,1	33,0

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	33,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	33,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	33,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	33,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	33,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	33,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Divertir-se	1	,1	,1	33,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	34,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças;	1	,1	,1	34,1

Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	34,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	34,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	34,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	34,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	34,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	34,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	34,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Pesquisar, estudar algum tema; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	35,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Trazer os	2	,2	,2	35,3

filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	35,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Divertir-se	8	,9	,9	36,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita	3	,3	,3	36,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	36,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	36,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Divertir-se	2	,2	,2	37,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	3	,3	,3	37,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	37,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	4	,4	,4	37,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	38,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições	6	,7	,7	38,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das	2	,2	,2	39,0

exposições; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	39,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	3	,3	,3	39,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	39,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir- se	1	,1	,1	39,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	3	,3	,3	40,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	40,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	40,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes,	1	,1	,1	40,6

conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	40,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	40,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	41,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	41,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	41,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças, Divertir-se	1	,1	,1	41,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar,	1	,1	,1	41,6

estudar algum tema; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	41,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	41,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	41,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	42,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	42,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita;	1	,1	,1	42,3

Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição	2	,2	,2	42,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	42,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	42,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	43,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,3

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	43,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	43,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	43,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Entrada gratuita	1	,1	,1	44,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu;	1	,1	,1	44,1

Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	44,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	44,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	44,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer nova exposição; Divertir-se	1	,1	,1	44,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer nova exposição; Divertir-se	1	,1	,1	44,7

exposições; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	44,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	44,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	1	,1	,1	45,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	1	,1	,1	45,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	45,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	45,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das	1	,1	,1	45,4

exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir- se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Divertir- se	4	,4	,4	45,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita	1	,1	,1	46,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	46,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	46,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	46,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	46,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	46,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	46,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades	1	,1	,1	46,7

específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	46,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	47,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Divertir-se	2	,2	,2	47,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças	3	,3	,3	47,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	4	,4	,4	48,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico	1	,1	,1	48,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	48,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita	1	,1	,1	48,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das	1	,1	,1	48,4

exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	48,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	48,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	48,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	49,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	49,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita	1	,1	,1	49,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	49,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Participar de atividades específicas; Por motivo de trabalho	1	,1	,1	49,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Pesquisar, estudar algum tema; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	49,5

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Pesquisar, estudar algum tema; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	49,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior	2	,2	,2	49,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	49,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	1	,1	,1	50,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	50,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita	1	,1	,1	50,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	50,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	50,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer exposição temporária; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita	1	,1	,1	50,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior;	1	,1	,1	50,7

Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	50,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	50,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	51,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Divertir-se	1	,1	,1	51,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	51,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	51,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Divertir-se	2	,2	,2	51,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	51,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	2	,2	,2	51,9

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições	2	,2	,2	52,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior;	1	,1	,1	52,8

Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	52,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	53,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	53,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	53,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova	2	,2	,2	53,5

exposição; Conhecer exposição temporária				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	53,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	53,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	53,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	53,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição	1	,1	,1	54,0

temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	5	,5	,6	54,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	54,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	54,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou acervo específico; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita	1	,1	,1	54,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou	1	,1	,1	55,0

acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Divertir-se	1	,1	,1	55,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	55,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	55,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	55,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	55,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	55,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	55,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever	1	,1	,1	55,9

ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	56,0
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	56,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças	3	,3	,3	56,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças;	1	,1	,1	56,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Divertir- se	2	,2	,2	56,8
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Ver alguma peça ou acervo específico	1	,1	,1	56,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças	4	,4	,4	57,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,3	57,7
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	8	,9	,9	58,5

Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	12	1,3	1,3	59,9
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico	2	,2	,2	60,1
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	1	,1	,1	60,2
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	60,3
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	60,4
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	60,5
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	60,6
Conhecer o museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	60,7
Conhecer o museu; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	60,9
Conhecer o museu; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	61,0
Conhecer o museu; Conhecer exposição temporária; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	61,1

Conhecer o museu; Conhecer nova exposição	2	,2	,2	61,3
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	61,4
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	1	,1	,1	61,5
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	61,6
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	61,7
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	61,9
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária	1	,1	,1	62,0
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	62,1
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Divertir-se	1	,1	,1	62,2
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita	3	,3	,3	62,5
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	62,6
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	62,7
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	62,8
Conhecer o museu; Conhecer nova exposição; Ver alguma peça ou	1	,1	,1	63,0

acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu; Divertir-se	8	,9	,9	63,8
Conhecer o museu; Entrada gratuita	2	,2	,2	64,1
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	3	,3	,3	64,4
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	64,5
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	64,6
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	64,7
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	4	,4	,4	65,2
Conhecer o museu; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	65,3
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições	10	1,1	1,1	66,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	66,5
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	3	,3	,3	66,8
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	67,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	2	,2	,2	67,3
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	67,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar	2	,2	,2	67,6

horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Divertir-se				
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos as crianças, Acompanhar / amigos, outras pessoas, Divertir-se	1	,1	,1	67,7
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	67,8
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	67,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	68,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Divertir-se	1	,1	,1	68,1
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	68,2
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	68,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	68,5
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição	1	,1	,1	68,6
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes,	1	,1	,1	68,7

conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu;	1	,1	,1	68,8
Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	68,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	69,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	69,1
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Divertir-se	2	,2	,2	69,3
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	69,5
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Pesquisar, estudar algum tema	2	,2	,2	69,7
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	69,8
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	69,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Divertir-se	2	,2	,2	70,1

Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita	1	,1	,1	70,2
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	70,5
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	70,6
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	70,7
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos as crianças, Divertir-se /	2	,2	,2	70,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	71,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas	3	,3	,3	71,3
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	71,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	71,6
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita	3	,3	,3	71,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	72,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema	4	,4	,4	72,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar,	1	,1	,1	72,5

estudar algum tema; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Divertir-se	1	,1	,1	72,7
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	72,8
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	72,9
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças	5	,5	,6	73,4
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	73,5
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	2	,2	,2	73,8
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	74,0
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas	2	,2	,2	74,2
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	74,3
Conhecer o museu; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	74,4
Conhecer o museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	74,5

Conhecer o museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita	1	,1	,1	74,6
Conhecer o museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	74,8
Conhecer o museu; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	74,9
Conhecer o museu; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	75,0
Conhecer o museu; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	75,1
Conhecer o museu; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	75,2
Conhecer o museu; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	75,3
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior	1	,1	,1	75,4
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	75,6
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	75,7
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	75,9
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer exposição temporária; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	76,0
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior;	1	,1	,1	76,1

Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se				
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	76,2
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	76,3
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições	1	,1	,1	76,4
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	76,6
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	76,7
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	76,8
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	77,0
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao	1	,1	,1	77,1

Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	77,2
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	77,3
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	77,4
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	77,5
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	77,6
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	77,7
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou	1	,1	,1	77,8

acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas				
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Pesquisar, estudar algum tema; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	77,9
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	78,1
Conhecer o museu; Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	78,2
Conhecer o museu; Trazer os filhos, as crianças	10	1,1	1,1	79,3
Conhecer o museu; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,3	79,6
Conhecer o museu; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	79,7
Conhecer o museu; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	9	1,0	1,0	80,7
Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita	1	,1	,1	80,8
Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Assistir a algum espetáculo, Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	80,9
Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	81,0
Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Entrada gratuita	1	,1	,1	81,1
Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	81,3

Conhecer o museu; Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema	1	,1	,1	81,4
Divertir-se	9	1,0	1,0	82,4
Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	82,5
Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	82,6
Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	82,8
Interesse pelos assuntos das exposições	10	1,1	1,1	83,9
Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	84,1
Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo, Divertir-se	1	,1	,1	84,2
Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	84,3
Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	84,5
Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Por motivo de trabalho	1	,1	,1	84,6
Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	84,7

Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	84,8
Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	84,9
Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	85,0
Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	85,1
Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	85,2
Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	85,3
Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema	1	,1	,1	85,4
Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças	2	,2	,2	85,7
Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	85,8
Interesse pelos assuntos das exposições; Ver alguma peça ou acervo específico; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo	1	,1	,1	85,9
Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita	1	,1	,1	86,0
Participar de atividades específicas	5	,5	,6	86,5
Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	86,7

Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	86,8
Pesquisar, estudar algum tema	3	,3	,3	87,1
Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	87,2
Rever ou complementar uma visita anterior	24	2,6	2,6	89,9
Rever ou complementar uma visita anterior; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	90,1
Rever ou complementar uma visita anterior; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	4	,4	,4	90,5
Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	90,6
Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	1	,1	,1	90,7
Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	90,8
Rever ou complementar uma visita anterior; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	91,0
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer exposição temporária; Assistir a algum espetáculo, Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	91,1
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Divertir-se	1	,1	,1	91,2
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Assistir a algum espetáculo, Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	91,3

Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	91,4
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	91,5
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	,1	,1	91,6
Rever ou complementar uma visita anterior; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	91,7
Rever ou complementar uma visita anterior; Divertir-se	1	,1	,1	91,8
Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	92,0
Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	92,1
Rever ou complementar uma visita anterior; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	92,2
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	92,3
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	92,4
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	92,5
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Alargar horizontes,	1	,1	,1	92,6

conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	92,7
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	92,8
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	92,9
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	93,1
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	93,2
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	93,3
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	93,4

Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	93,5
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Divertir-se	1	,1	,1	93,6
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas	1	,1	,1	93,7
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Participar de atividades específicas; Divertir-se	1	,1	,1	93,8
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças	2	,2	,2	94,0
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	94,2
Rever ou complementar uma visita anterior; Interesse pelos assuntos das exposições; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	94,3
Rever ou complementar uma visita anterior; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	94,4
Rever ou complementar uma visita anterior; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	94,5
Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças	6	,7	,7	95,1
Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	95,3
Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	95,4

Rever ou complementar uma visita anterior; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	2	,2	,2	95,6
Rever ou complementar uma visita anterior; Ver alguma peça ou acervo específico; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	95,7
Trazer os filhos, as crianças	27	3,0	3,0	98,7
Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	98,8
Trazer os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas Divertir-se	3	,3	,3	99,1
Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	4	,4	,4	99,6
Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Trazer os filhos, as crianças; Divertir-se	1	,1	,1	99,7
Ver alguma peça ou acervo específico; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	,1	,1	99,8
Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Entrada gratuita	1	,1	,1	99,9
Ver alguma peça ou acervo específico; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Trazer os filhos, as crianças	1	,1	,1	100,0
Total	907	99,3	100,0	
Ausente Não informou(aram)	6	,7		
Total	913	100,0		

Tabelas

Conhecer o museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	668	73,2	73,6	73,6
	Não	239	26,2	26,4	100,0
Total		907	99,3	100,0	

Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Conhecer a área externa, área verde do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	340	37,2	37,5	37,5
	Não	567	62,1	62,5	100,0
	Total	907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Rever ou complementar uma visita anterior		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	179	19,6	19,7	19,7
	Não	728	79,7	80,3	100,0
	Total	907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Interesse pelos assuntos das exposições		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	281	30,8	31,0	31,0
	Não	626	68,6	69,0	100,0
	Total	907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Conhecer nova exposição		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	150	16,4	16,5	16,5
	Não	757	82,9	83,5	100,0
	Total	907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Conhecer exposição temporária		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	53	5,8	5,8	5,8
	Não	854	93,5	94,2	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Ver alguma peça ou acervo específico		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	61	6,7	6,7	6,7
	Não	846	92,7	93,3	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Alargar horizontes, conhecer coisas novas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	205	22,5	22,6	22,6
	Não	702	76,9	77,4	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Pesquisar, estudar algum tema		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	66	7,2	7,3	7,3
	Não	841	92,1	92,7	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Ir ao Laboratório de preparação de fósseis		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	80	8,8	8,8	8,8
	Não	827	90,6	91,2	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Participar de atividades específicas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	105	11,5	11,6	11,6
	Não	802	87,8	88,4	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Assistir a algum espetáculo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	49	5,4	5,4	5,4
	Não	858	94,0	94,6	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Entrada gratuita		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	206	22,6	22,7	22,7
	Não	701	76,8	77,3	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Trazer os filhos, as crianças		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-------------------------------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	335	36,7	36,9	36,9
	Não	572	62,7	63,1	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Acompanhar amigos, outras pessoas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	290	31,8	32,0	32,0
	Não	617	67,6	68,0	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Divertir-se		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	384	42,1	42,3	42,3
	Não	523	57,3	57,7	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Por motivo de trabalho		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,2	,2	,2
	Não	905	99,1	99,8	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

O quão gostaria de conhecer a área de escavação?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhum	404	44,2	44,6	44,6
	Pouco	46	5,0	5,1	49,7

Mediano		65	7,1	7,2	56,9
Muito		60	6,6	6,6	63,5
Extremamente		330	36,1	36,5	100,0
Total		905	99,1	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	8	,9		
Total		913	100,0		

A gratuidade de acesso definiu sua escolha de visita ao Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Não definiu minha escolha	251	27,5	27,8	27,8
	Não sabia que era gratuita	165	18,1	18,2	46,0
	Sim definiu minha escolha	488	53,5	54,0	100,0
Total		904	99,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	9	1,0		
Total		913	100,0		

Até que valor entende acessível a taxaço de visita ao Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	R\$ 5,00	500	54,8	56,8	56,8
	R\$ 10,00	247	27,1	28,1	84,9
	R\$ 15,00	70	7,7	8,0	92,8
	R\$ 20,00	46	5,0	5,2	98,1
	R\$ 25,00	17	1,9	1,9	100,0
Total		880	96,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	33	3,6		
Total		913	100,0		

Valor acessível a taxaço de visita ao Museu dos Dinossauros		Frequência	Valor por Frequência
Válido	R\$ 5,00	500	R\$ 2.500,00
	R\$ 10,00	247	R\$ 2.470,00
	R\$ 15,00	70	R\$ 1.050,00

R\$ 20,00	46	R\$ 920,00
R\$ 25,00	17	R\$ 425,00
Total	880	R\$ 7.365,00
Média		R\$ 8,37
Mediana		R\$ 5,00
Moda		R\$ 5,00

Produtos que gostaria de adquirir nas imediações do Museu dos Dinossauros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Alimentos, bebidas	52	5,7	5,8	5,8
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região	39	4,3	4,4	10,2
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região	15	1,6	1,7	11,9
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	5	,5	,6	12,5
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	7	,8	,8	13,2
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	2	,2	,2	13,5
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	24	2,6	2,7	16,2
	Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	10	1,1	1,1	17,3

Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	48	5,3	5,4	22,7
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	29	3,2	3,3	25,9
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	3	,3	,3	26,3
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	7	,8	,8	27,0
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	2	,2	,2	27,3
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	14	1,5	1,6	28,8
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	7	,8	,8	29,6
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	8	,9	,9	30,5
Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	2	,2	,2	30,8

Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região	22	2,4	2,5	33,2
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região	19	2,1	2,1	35,4
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	3	,3	,3	35,7
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	3	,3	,3	36,0
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	36,1
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	16	1,8	1,8	37,9
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	5	,5	,6	38,5
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	54	5,9	6,1	44,6
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	135	14,8	15,2	59,7

Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	59,8
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	2	,2	,2	60,0
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	9	1,0	1,0	61,1
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	61,2
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	10	1,1	1,1	62,3
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	4	,4	,4	62,7
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	5	,5	,6	63,3
Alimentos, bebidas; Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	2	,2	,2	63,5
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região	11	1,2	1,2	64,8
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Livros, revistas,	11	1,2	1,2	66,0

informativos, mapa turístico de Peirópolis e região				
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	6	,7	,7	66,7
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	4	,4	,4	67,1
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	20	2,2	2,2	69,4
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	8	,9	,9	70,3
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	11	1,2	1,2	71,5
Alimentos, bebidas; Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	5	,5	,6	72,1
Alimentos, bebidas; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	6	,7	,7	72,7
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	8	,9	,9	73,6
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	73,7
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	20	2,2	2,2	76,0
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do	6	,7	,7	76,7

Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região				
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	12	1,3	1,3	78,0
Alimentos, bebidas; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	78,1
Artesanatos de Peirópolis e região	24	2,6	2,7	80,8
Artesanatos de Peirópolis e região; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	4	,4	,4	81,3
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	7	,8	,8	82,0
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	,1	,1	82,2
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	13	1,4	1,5	83,6
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	3	,3	,3	84,0
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	30	3,3	3,4	87,3
Artesanatos de Peirópolis e região; Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	11	1,2	1,2	88,6
Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	16	1,8	1,8	90,3
Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	13	1,4	1,5	91,8

Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	3	,3	,3	92,1
Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu	43	4,7	4,8	97,0
Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	6	,7	,7	97,6
Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis	15	1,6	1,7	99,3
Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu; Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis; Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	6	,7	,7	100,0
Total	891	97,6	100,0	
Ausente Não informou(aram)	22	2,4		
Total	913	100,0		

Tabelas

Alimentos, bebidas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	696	76,2	78,1	78,1
	Não	195	21,4	21,9	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Alimentos, bebidas típicos de Peirópolis e região		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	514	56,3	57,7	57,7
	Não	377	41,3	42,3	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Artesanatos de Peirópolis e região		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	546	59,8	61,3	61,3
	Não	345	37,8	38,7	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Souvenirs, lembrancinhas, recordações do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	584	64,0	65,5	65,5
	Não	307	33,6	34,5	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Souvenirs, lembrancinhas, recordações de Peirópolis		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	450	49,3	50,5	50,5
	Não	441	48,3	49,5	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	306	33,5	34,3	34,3
	Não	585	64,1	65,7	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Como você se sente com os serviços de sinalização do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	45	4,9	5,0	5,0
	Insatisfeito	68	7,4	7,5	12,5
	Neutro	174	19,1	19,2	31,6
	Satisfeito	219	24,0	24,1	55,8
	Muito satisfeito	401	43,9	44,2	100,0
Total		907	99,3	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	6	,7		
Total		913	100,0		

Como você se sente com a disponibilização de conforto ao visitante pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	33	3,6	3,7	3,7
	Insatisfeito	73	8,0	8,1	11,8
	Neutro	216	23,7	23,9	35,7
	Satisfeito	235	25,7	26,1	61,8
	Muito satisfeito	345	37,8	38,2	100,0
Total		902	98,8	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	11	1,2		
Total		913	100,0		

Como você se sente com a conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	36	3,9	4,0	4,0
	Insatisfeito	53	5,8	5,9	9,9
	Neutro	142	15,6	15,8	25,6
	Satisfeito	237	26,0	26,3	51,9
	Muito satisfeito	433	47,4	48,1	100,0
Total		901	98,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	12	1,3		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Como você se sente com a limpeza do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	36	3,9	4,0	4,0
	Insatisfeito	32	3,5	3,5	7,5
	Neutro	80	8,8	8,8	16,4
	Satisfeito	206	22,6	22,8	39,2
	Muito satisfeito	550	60,2	60,8	100,0
Total		904	99,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	9	1,0		
Total		913	100,0		

Como você se sente com a iluminação do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	42	4,6	4,7	4,7
	Insatisfeito	36	3,9	4,0	8,7
	Neutro	112	12,3	12,4	21,1
	Satisfeito	223	24,4	24,8	45,8
	Muito satisfeito	488	53,5	54,2	100,0
Total		901	98,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	12	1,3		
Total		913	100,0		

Como você se sente com os serviços de informações e explicações disponibilizados pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	40	4,4	4,4	4,4
	Insatisfeito	69	7,6	7,6	12,1
	Neutro	154	16,9	17,0	29,1
	Satisfeito	214	23,4	23,7	52,8
	Muito satisfeito	427	46,8	47,2	100,0
Total		904	99,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	9	1,0		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Como você se sente com os serviços de segurança do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	36	3,9	4,0	4,0
	Insatisfeito	53	5,8	5,9	9,9
	Neutro	147	16,1	16,3	26,2
	Satisfeito	229	25,1	25,4	51,6
	Muito satisfeito	436	47,8	48,4	100,0
	Total	901	98,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	12	1,3		
Total		913	100,0		

Como você se sente com os serviços de acolhimento oferecidos pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	50	5,5	5,5	5,5
	Insatisfeito	68	7,4	7,5	13,1
	Neutro	157	17,2	17,4	30,5
	Satisfeito	181	19,8	20,0	50,5
	Muito satisfeito	447	49,0	49,5	100,0
	Total	903	98,9	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	10	1,1		
Total		913	100,0		

Como você se sente com os serviços de acesso ao Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	42	4,6	4,7	4,7
	Insatisfeito	54	5,9	6,0	10,7
	Neutro	169	18,5	18,9	29,6
	Satisfeito	197	21,6	22,0	51,6
	Muito satisfeito	433	47,4	48,4	100,0
	Total	895	98,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	18	2,0		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Como você se sente com os horários de funcionamento do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	41	4,5	4,6	4,6
	Insatisfeito	26	2,8	2,9	7,5
	Neutro	91	10,0	10,2	17,7
	Satisfeito	214	23,4	24,0	41,8
	Muito satisfeito	519	56,8	58,2	100,0
Total		891	97,6	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	22	2,4		
Total		913	100,0		

Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Mais de 2 horas	240	26,3	26,7	26,7
	De 1 a 2 horas	218	23,9	24,2	50,9
	De 30 min a 1 hora	287	31,4	31,9	82,9
	Menos de 30 min	154	16,9	17,1	100,0
Total		899	98,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	14	1,5		
Total		913	100,0		

Como você se sente em relação à visita que acabou de realizar?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	29	3,2	3,2	3,2
	Insatisfeito	34	3,7	3,8	7,0
	Neutro	74	8,1	8,2	15,3
	Satisfeito	220	24,1	24,5	39,8
	Muito satisfeito	541	59,3	60,2	100,0
Total		898	98,4	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	15	1,6		

Total	913	100,0		
--------------	------------	--------------	--	--

Pretende retornar ao Museu dos Dinossauros dentre os próximos 24 meses?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Certamente não	9	1,0	1,0	1,0
	Certamente sim	466	51,0	51,4	52,4
	Não sei prever	152	16,6	16,8	69,2
	Provavelmente não	37	4,1	4,1	73,3
	Provavelmente sim	242	26,5	26,7	100,0
Total		906	99,2	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	7	,8		
Total		913	100,0		

Quais objetivos retornaria ao Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Acompanhar amigos, outras pessoas	21	2,3	2,5	2,5
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	9	1,0	1,1	3,5
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	3,7
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	3,8
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	4,3
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	4,4
	Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	4,8

Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	2	,2	,2	5,1
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	5,2
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	5	,5	,6	5,8
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	5,9
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	6,3
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	9	1,0	1,1	7,3
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	7,4
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	7,6
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	7,9
Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados	1	,1	,1	8,0

(crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Completar ou aprofundar esta visita	18	2,0	2,1	10,2
Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	10,3
Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	10,4
Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	10,5
Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	10,6
Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular	2	,2	,2	10,9
Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	11,0
Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	11,1

Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	11,2
Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	11,3
Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	11,6
Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	11,9
Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	12,2
Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças), Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	12,5
Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	12,8
Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	12,9
Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	13,1
Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	13,2

Completar ou aprofundar esta visita; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	13,6
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição	3	,3	,4	13,9
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	2	,2	,2	14,2
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	14,3
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	14,5
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	14,7
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	14,8
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	14,9
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	3	,3	,4	15,2
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou	3	,3	,4	15,6

familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	15,7
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	5	,5	,6	16,3
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	16,7
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	16,8
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	16,9
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	17,0
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade	1	,1	,1	17,1

promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas				
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	17,3
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	17,4
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	17,5
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	17,6
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	17,7
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	17,8
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	18,0
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	18,3

Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	18,6
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	18,7
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	18,8
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	19,1
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	19,5
Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	19,6
Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular	5	,5	,6	20,2
Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	20,3
Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	20,4

Mostrar este Museu a amigos ou familiares	32	3,5	3,8	24,2
Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	6	,7	,7	24,9
Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	14	1,5	1,7	26,6
Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	21	2,3	2,5	29,1
Participar de uma atividade promovida pelo Museu	2	,2	,2	29,3
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	29,4
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	29,6
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	29,7
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	30,0
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	5	,5	,6	30,6
Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	30,9
Rever o que mais me interessou	55	6,0	6,5	37,4
Rever o que mais me interessou; Acompanhar amigos, outras pessoas	5	,5	,6	37,9
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	5	,5	,6	38,5

Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	39,0
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	39,2
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	39,7
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	40,0
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	2	,2	,2	40,2
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	40,3
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	40,5
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	7	,8	,8	41,4
Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	41,5

Rever o que mais me interessou; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	41,6
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita	7	,8	,8	42,4
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	42,8
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	2	,2	,2	43,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	43,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	43,3
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	43,5
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	43,9
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados	2	,2	,2	44,1

(crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular	3	,3	,4	44,4
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	44,6
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	44,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	44,8
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	44,9
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	45,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em	1	,1	,1	45,2

particular; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)				
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	5	,5	,6	45,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	46,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	46,3
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	46,5
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	46,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	46,9
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	47,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	47,2
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os	2	,2	,2	47,4

filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)				
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição	7	,8	,8	48,2
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	48,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	1	,1	,1	48,8
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	48,9
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	49,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	49,2
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	49,3
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	3	,3	,4	49,6
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita;	5	,5	,6	50,2

<p>Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas</p>				
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)</p>	5	,5	,6	50,8
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas</p>	15	1,6	1,8	52,6
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)</p>	1	,1	,1	52,7
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)</p>	1	,1	,1	52,8
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas</p>	2	,2	,2	53,1
<p>Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular</p>	3	,3	,4	53,4

Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	53,5
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	53,8
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	3	,3	,4	54,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	54,5
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	55,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo	37	4,1	4,4	59,3

Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	59,5
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	59,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	59,8
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	60,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	60,2
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	4	,4	,5	60,6

Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	61,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	8	,9	,9	62,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	7	,8	,8	62,9
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	63,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	63,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	63,4
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	63,6
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	64,1
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição;	4	,4	,5	64,5

Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	64,7
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	65,0
Rever o que mais me interessou; Completar ou aprofundar esta visita; Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	65,2
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular	2	,2	,2	65,5
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	65,6
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	65,8
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	66,0
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	66,1

Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	66,2
Rever o que mais me interessou; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	66,3
Rever o que mais me interessou; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	6	,7	,7	67,0
Rever o que mais me interessou; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	67,4
Rever o que mais me interessou; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	67,8
Rever o que mais me interessou; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	7	,8	,8	68,7
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	68,8
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	68,9
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	69,0
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	69,3
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou	3	,3	,4	69,6

afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	70,1
Rever o que mais me interessou; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	70,2
Rever o que mais me interessou; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	8	,9	,9	71,2
Rever o que mais me interessou; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	3	,3	,4	71,5
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição	6	,7	,7	72,2
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	72,5
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	72,6
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	72,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	73,0
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	6	,7	,7	73,8

Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	4	,4	,5	74,2
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	7	,8	,8	75,1
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	6	,7	,7	75,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	9	1,0	1,1	76,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	77,1
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Visitar o local de escavação	1	,1	,1	77,2
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	77,4

Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	77,5
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	2	,2	,2	77,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	78,0
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	78,1
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	6	,7	,7	78,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	79,3
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	79,8
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	3	,3	,4	80,1

Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	80,6
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	2	,2	,2	80,9
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	81,0
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	5	,5	,6	81,6
Rever o que mais me interessou; Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	81,7
Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	30	3,3	3,5	85,2
Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	9	1,0	1,1	86,3
Visitar uma nova exposição	15	1,6	1,8	88,1
Visitar uma nova exposição; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	88,2
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	6	,7	,7	88,9
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	89,0
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	7	,8	,8	89,8

Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	90,3
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	4	,4	,5	90,8
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu	1	,1	,1	90,9
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	91,1
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	4	,4	,5	91,6
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	6	,7	,7	92,3
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	4	,4	,5	92,8
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	8	,9	,9	93,7
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu;	2	,2	,2	94,0

Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)				
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	94,1
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	3	,3	,4	94,4
Visitar uma nova exposição; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	94,7
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular	1	,1	,1	94,8
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu	1	,1	,1	94,9
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	,1	,1	95,0
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	95,2
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	95,4
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Mostrar este Museu a amigos ou familiares;	1	,1	,1	95,5

Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas				
Visitar uma nova exposição; Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	1	,1	,1	95,6
Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	6	,7	,7	96,3
Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	96,6
Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	6	,7	,7	97,3
Visitar uma nova exposição; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	5	,5	,6	97,9
Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares	3	,3	,4	98,2
Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	5	,5	,6	98,8
Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Mostrar este Museu a amigos ou familiares; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas	2	,2	,2	99,1
Visitar uma nova exposição; Participar de uma atividade promovida pelo Museu; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	1	,1	,1	99,2
Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)	6	,7	,7	99,9
Visitar uma nova exposição; Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados	1	,1	,1	100,0

	(crianças); Acompanhar amigos, outras pessoas			
Total		846	92,7	100,0
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3	
Total		913	100,0	

Tabelas

Rever o que mais me interessou		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	430	47,1	50,8	50,8
	Não	416	45,6	49,2	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Completar ou aprofundar esta visita		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	298	32,6	35,2	35,2
	Não	548	60,0	64,8	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Visitar uma nova exposição		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	404	44,2	47,8	47,8
	Não	442	48,4	52,2	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	114	12,5	13,5	13,5

	Não	732	80,2	86,5	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Assistir a um espetáculo, evento promovido pelo Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	322	35,3	38,1	38,1
	Não	524	57,4	61,9	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Participar de uma atividade promovida pelo Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	306	33,5	36,2	36,2
	Não	540	59,1	63,8	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Mostrar este Museu a amigos ou familiares		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	497	54,4	58,7	58,7
	Não	349	38,2	41,3	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Trazer os filhos, sobrinhos, e/ou afilhados (crianças)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	426	46,7	50,4	50,4
	Não	420	46,0	49,6	100,0

Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Acompanhar amigos, outras pessoas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	354	38,8	41,8	41,8
	Não	492	53,9	58,2	100,0
Total		846	92,7	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	67	7,3		
Total		913	100,0		

Gostaria de contribuir com o desenvolvimento e sustentabilidade do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	626	68,6	69,6	69,6
	Não	273	29,9	30,4	100,0
Total		899	98,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	14	1,5		
Total		913	100,0		

Como gostaria de contribuir?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Apoiar as redes sociais do Museu	418	46,5	67,7	67,7
	Apoiar as redes sociais do Museu; Voluntário(a)	74	8,2	11,9	79,6
	Voluntário(a)	34	3,8	5,5	85,1
	Apoiar as redes sociais do Museu; Doação financeira	24	2,7	3,9	89,0
	Doação financeira	24	2,7	3,9	92,9
	Apoiar as redes sociais do Museu; Doação de peça para o acervo	9	1,0	1,5	94,4
	Apoiar as redes sociais do Museu; Doação de peça para o acervo; Doação financeira; Voluntário(a)	7	,8	1,1	95,6
	Apoiar as redes sociais do Museu; Doação financeira; Voluntário(a)	7	,8	1,1	96,8

Apoiar as redes sociais do Museu; Doação de peça para o acervo; Doação financeira	6	,7	1,0	97,8
Apoiar as redes sociais do Museu; Doação de peça para o acervo; Voluntário(a)	5	,6	,9	98,7
Parceria ou prestação de serviço voluntária	3	,3	,4	99,1
Apoiar as redes sociais do Museu; Parceria ou prestação de serviço voluntária	2	,2	,3	99,4
Doação financeira; Voluntário(a)	2	,2	,3	99,7
Apoiar as redes sociais do Museu; Desenvolvendo atividades de ensino e extensão	1	,1	,1	99,8
Apoiar as redes sociais do Museu; Parceria ou prestação de serviço voluntária; Desenvolvendo atividades de ensino e extensão	1	,1	,1	99,9
Doação de peça para o acervo; Doação financeira	1	,1	,1	100,0
Total	618	68,7	100,0	
Ausente Não informou(aram)	281	31,3		
Total	899	100,0		

Tabelas

Apoiar as redes sociais do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	554	89,6	89,6	89,6
	Não	64	10,4	10,4	100,0
Total		618	100,0	100,0	

Doação de peça para o acervo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	28	4,5	4,5	4,5
	Não	590	95,5	95,5	100,0
Total		618	100,0	100,0	

Doação financeira		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-------------------	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	71	11,5	11,5	11,5
	Não	547	88,5	88,5	100,0
Total		618	100,0	100,0	

Voluntário(a)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	129	20,9	20,9	20,9
	Não	489	79,1	79,1	100,0
Total		618	100,0	100,0	

Parceria ou prestação de serviço voluntária		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	1,0	1,0	1,0
	Não	612	99,0	99,0	100,0
Total		618	100,0	100,0	

Desenvolvendo atividades de ensino e extensão		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	,3	,3	,3
	Não	616	99,7	99,7	100,0
Total		618	100,0	100,0	

APÊNDICE H - Tabulação de dados coletados de Membros da Comunidade de Peirópolis

FREQUÊNCIAS

Idade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	De 18 a 29 anos	3	12,0	12,0	12,0
	De 30 a 44 anos	10	40,0	40,0	52,0
	De 45 a 59 anos	8	32,0	32,0	84,0
	Acima 60 anos	4	16,0	16,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Gênero		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Feminino	13	52,0	52,0	52,0
	Masculino	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Cor/Raça		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Branco	12	48,0	48,0	48,0
	Pardo	5	20,0	20,0	68,0
	Preto	7	28,0	28,0	96,0
	Amarelo	1	4,0	4,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Estado Civil		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Solteiro(a)	8	32,0	32,0	32,0
	Casado(a)	15	60,0	60,0	92,0
	Divorciado(a)	2	8,0	8,0	99,0
Total		25	100,0	100,0	

Escolaridade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Ensino Fundamental (1º Grau) Incompleto	2	8,0	8,0	8,0

Ensino Médio (2º Grau) Incompleto	5	20,0	20,0	28,0
Ensino Médio (2º Grau) Completo	10	40,0	40,0	68,0
Superior Incompleto	1	4,0	4,0	72,0
Superior Completo	6	24,0	24,0	96,0
Doutorado	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Renda domiciliar mensal		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Menos de R\$ 1.500,00	5	20,0	20,0	20,0
	De R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00	13	52,0	52,0	72,0
	De R\$ 3.000,00 a R\$ 7.000,00	5	20,0	20,0	92,0
	De R\$ 7.000,00 a R\$ 13.000,00	2	8,0	8,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Profissão/Ocupação		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Agente de turismo	2	8,0	8,0	8,0
	Aposentado(a) / pensionista	3	12,0	12,0	20,0
	Autônomo(a)	6	24,0	24,0	44,0
	Comerciante	3	12,0	12,0	56,0
	Empregado(a) do setor privado	8	32,0	32,0	88,0
	Empregado(a) do setor público	2	8,0	8,0	96,0
	Empresário(a)	1	4,0	4,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Tabelas

Especificação do ramo / área de atuação:

Autônomo(a)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Empregada Doméstica	2	33,3	33,3	33,3
	Serviços Gerais	2	33,3	33,3	66,6
	Limpeza	1	16,7	16,7	83,3
	Vendedor(a)	1	16,7	16,7	100,0
Total		6	100,0	100,0	

Comerciante		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Comércio de alimentos	2	66,7	66,7	66,7
	Restaurante	1	33,3	33,3	100,0
Total		3	100,0	100,0	

Empregado(a) do setor privado		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Caixa, Frentista	1	12,5	12,5	12,5
	Cozinheira em restaurante	1	12,5	12,5	25,0
	Limpeza	4	50,0	50,0	75,0
	Porteiro	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Empregado(a) do setor público		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Paleontologia	1	50,0	50,0	50,0
	Turismo	1	50,0	50,0	100,0
Total		2	100,0	100,0	

Empresário(a)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Restaurante e Turismo	1	100,0	100,0	100,0
Total		1	100,0	100,0	

O quão sua ocupação/profissão é vinculada ao funcionamento do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nenhuma	8	32,0	32,0	32,0
	Mediano	1	4,0	4,0	36,0
	Muito	3	12,0	12,0	48,0
	Extremamente	13	25,0	25,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Filho(a) menor estudando?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	37,5	37,5
	Não	15	60,0	62,5	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Tabelas

Estuda na Escola Municipal Frederico Peiró?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	22,2	25,0	25,0
	Não	6	66,7	75,0	100,0
Total		8	62,5	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	11,1		
Total		9	100,0	100,0	

Seu filho(s) estudante pensa futuramente em exercer alguma profissão na Comunidade de Peirópolis?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nunca	3	33,3	33,3	33,3
	Raramente	1	11,1	11,1	44,4
	Ocasionalmente	1	11,1	11,1	55,5
	Sempre	4	44,4	44,4	100,0
Total		9	100,0	100,0	

Seu filho(s) estudante pensa futuramente em exercer profissão vinculada ao funcionamento do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Nunca	4	44,4	44,4	44,4
	Raramente	1	11,1	11,1	55,5
	Ocasionalmente	1	11,1	11,1	66,6
	Frequentemente	1	11,1	11,1	77,7

Sempre	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

	Atividades de lazer preferidas de membro da comunidade de Peirópolis	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Bibliotecas; Mideateca; Exposições e museus; <i>Internet</i> ; Atividades físicas	1	4,0	4,2	4,2
	Cinema; Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	8,3
	Cinema; Concertos, eventos musicais; Mideateca; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	12,5
	Cinema; Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	16,7
	Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; Acampamento	1	4,0	4,0	20,8
	Cinema; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	25,0
	Cinema; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos	1	4,0	4,0	29,2
	Cinema; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	33,4
	Cinema; Parques; Mideateca; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	37,5
	Cinema; Teatro; Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques	1	4,0	4,0	41,7
	Concertos, eventos musicais; Bibliotecas; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	45,9
	Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	50,0
	Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Bibliotecas; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	54,2
Concertos, eventos musicais; Espetáculos de dança; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes	1	4,0	4,0	58,4	

Concertos, eventos musicais; Esportes; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Atividades físicas	1	4,0	4,0	62,5
Concertos, eventos musicais; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	66,7
Concertos, eventos musicais; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	70,9
Espectáculos de dança; Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	75,0
Espectáculos de dança; Parques; Bibliotecas; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	79,2
Esportes; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i> ; Acampamento	1	4,0	4,0	83,4
Esportes; Parques; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	1	4,0	4,0	87,5
Esportes; Parques; Exposições e museus; Bares e Restaurantes; <i>Internet</i>	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tabelas

Acampamento		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	8,0	8,3	8,3
	Não	22	88,0	91,7	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Atividades físicas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	8,0	8,3	8,3
	Não	22	88,0	91,7	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		

Total		25	100,0	100,0	
--------------	--	-----------	--------------	--------------	--

Bares e Restaurantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	20	80,0	83,3	83,3
	Não	4	16,0	16,7	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Bibliotecas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	16,0	16,7	16,7
	Não	20	80,0	83,3	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Cinema		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	37,5	37,5
	Não	15	60,0	62,5	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Concertos, eventos musicais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	10	40,0	41,7	41,7
	Não	14	56,0	58,3	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Espetáculos de dança		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	24,0	25,0	25,0
	Não	18	72,0	75,0	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Esportes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	50,0	50,0	50,0
	Não	12	50,0	50,0	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Exposições e museus		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	44,0	45,8	45,8
	Não	13	52,0	54,2	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Filmes, séries e demais entretenimentos midiáticos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,0	4,2	4,2
	Não	23	92,0	95,8	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

<i>Internet</i>	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
-----------------	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Sim	21	84,0	87,5	87,5
	Não	3	12,0	12,5	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Midioteca		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	12,0	12,5	12,5
	Não	21	84,0	87,5	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Parques		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	17	68,0	70,8	70,8
	Não	7	28,0	29,2	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Teatro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,0	4,2	4,2
	Não	23	92,0	95,8	100,0
Total		24	96,0	100,0	
Ausente	Não informou(aram)	1	4,0		
Total		25	100,0	100,0	

Frequência que visitam o Museu dos Dinossauros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	4	16,0	16,0	16,0

Ocasionalmente	5	20,0	20,0	36,0
Frequentemente	5	20,0	20,0	56,0
Sempre	11	44,0	44,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Como você se sente com os serviços de sinalização do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	2	8,0	8,0	8,0
	Neutro	2	8,0	8,0	16,0
	Satisfeito	7	28,0	28,1	44,0
	Muito satisfeito	14	56,0	56,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com a disponibilização de conforto ao visitante pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	1	4,0	4,0	4,0
	Insatisfeito	1	4,0	4,0	8,0
	Neutro	3	12,0	12,0	20,0
	Satisfeito	9	36,0	36,0	56,0
	Muito satisfeito	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com a conservação e manutenção dos equipamentos, dos objetos expostos, dentre outros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	1	4,0	4,0	4,0
	Insatisfeito	3	12,0	12,0	16,0
	Neutro	4	16,0	16,0	32,0
	Satisfeito	6	24,0	24,0	56,0
	Muito satisfeito	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com a limpeza do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
--	--	------------	-------------	--------------------	------------------------

Válido	Insatisfeito	2	8,0	8,0	8,0
	Neutro	1	4,0	4,0	12,0
	Satisfeito	3	12,0	12,0	24,0
	Muito satisfeito	19	76,0	76,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com a iluminação do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Insatisfeito	3	12,0	12,0	12,0
	Neutro	4	16,0	16,0	58,0
	Satisfeito	6	24,0	24,0	52,0
	Muito satisfeito	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com os serviços de informações e explicações disponibilizados pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	2	8,0	8,0	8,0
	Insatisfeito	3	12,0	12,0	20,0
	Neutro	4	16,0	16,0	36,0
	Satisfeito	4	16,0	16,0	52,0
	Muito satisfeito	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com os serviços de segurança do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	1	4,0	4,0	4,0
	Neutro	5	20,0	20,0	24,0
	Satisfeito	3	12,0	12,0	36,0
	Muito satisfeito	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com os serviços de acolhimento oferecidos pelo Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Insatisfeito	2	8,0	8,0	8,0

Neutro	2	8,0	8,0	16,0
Satisfeito	4	16,0	16,0	32,0
Muito satisfeito	17	68,0	68,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Como você se sente com os serviços de acesso ao Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Muito insatisfeito	1	4,0	4,0	4,0
	Insatisfeito	2	8,0	8,0	12,0
	Neutro	3	12,0	12,0	24,0
	Satisfeito	8	32,0	32,0	56,0
	Muito satisfeito	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente com os horários de funcionamento do Museu?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Insatisfeito	2	8,0	8,0	8,0
	Neutro	1	4,0	4,0	12,0
	Satisfeito	4	16,0	16,0	28,0
	Muito satisfeito	18	72,0	72,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como você se sente em relação à(s) visita(s) que realizou?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Neutro	3	12,0	12,0	12,0
	Satisfeito	8	32,0	32,0	44,0
	Muito satisfeito	14	56,0	56,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Frequência que recomendam visitar o Museu dos Dinossauros e seus eventos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	4	16,0	16,0	16,0
	Ocasionalmente	5	20,0	20,0	36,0
	Frequentemente	7	28,0	28,0	64,0

Sempre	9	52,0	52,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

	Principais recomendações de visita ao Museu dos Dinossauros que sugerem aos turistas de Peirópolis	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Conhecer a área externa, área verde do Museu; Pesquisar, estudar algum tema; Levar os filhos, as crianças	1	4,0	4,0	4,0
	Conhecer o Museu	2	8,0	8,0	12,0
	Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Participar de atividades específicas; Levar os filhos, as crianças; Divertir-se	1	4,0	4,0	16,0
	Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Assistir a algum espetáculo; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	20,0
	Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	4,0	4,0	24,0
	Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	28,0
	Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	4,0	4,0	32,0

Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	4,0	4,0	36,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	40,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Levar os filhos, as crianças	1	4,0	4,0	44,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Assistir a algum espetáculo; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	48,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	52,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Conhecer exposição temporária; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis	1	4,0	4,0	56,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Conhecer nova exposição; Conhecer	1	4,0	4,0	60,0

exposição temporária; Ver alguma peça ou acervo específico; Alargar horizontes, conhecer coisas novas; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Participar de atividades específicas; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se				
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	64,0
Conhecer o Museu; Conhecer a área externa, área verde do Museu; Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	68,0
Conhecer o Museu; Conhecer nova exposição; Conhecer exposição temporária; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	4,0	4,0	72,0
Conhecer o Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Levar os filhos, as crianças	1	4,0	4,0	76,0
Conhecer o Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Assistir a algum espetáculo, Levar os filhos, as crianças; Acompanhar amigos, outras pessoas; Divertir-se	1	4,0	4,0	80,0
Conhecer o Museu; Conhecer os assuntos das exposições; Pesquisar, estudar algum tema; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Levar os filhos, as crianças; Divertir-se	1	4,0	4,0	84,0
Conhecer o Museu; Entrada gratuita; Acompanhar amigos, outras pessoas	1	4,0	4,0	88,0
Conhecer o Museu; Ir ao Laboratório de preparação de fósseis; Entrada gratuita; Levar os filhos, as crianças	1	4,0	4,0	92,0
Conhecer o Museu; Levar os filhos, as crianças; Divertir-se	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tabelas

Conhecer o museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	24	96,0	96,0	96,0
	Não	1	4,0	4,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Conhecer a área externa, área verde do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	15	60,0	60,0	60,0
	Não	10	40,0	40,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Conhecer nova exposição		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	4	16,0	16,0	16,0
	Não	21	84,0	84,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Conhecer exposição temporária		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	24,0	24,0	24,0
	Não	19	76,0	76,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Ver alguma peça ou acervo específico		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	12,0	12,0	12,0
	Não	22	88,0	88,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Alargar horizontes, conhecer coisas novas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	36,0	36,0
	Não	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Pesquisar, estudar algum tema		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	32,0	32,0	32,0
	Não	17	68,0	68,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Ir ao Laboratório de preparação de fósseis		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	10	40,0	40,0	40,0
	Não	15	60,0	60,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Participar de atividades específicas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	20,0	20,0	20,0
	Não	20	80,0	80,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Assistir a algum espetáculo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	20,0	20,0	20,0
	Não	20	80,0	80,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Entrada gratuita		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	36,0	36,0
	Não	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Levar os filhos, as crianças		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	20	80,0	80,0	80,0
	Não	5	20,0	20,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Acompanhar amigos, outras pessoas		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	14	56,0	56,0	56,0
	Não	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Divertir-se		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	52,0	52,0	52,0
	Não	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Frequência que divulgam o Museu dos Dinossauros e seus eventos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Raramente	4	16,0	16,0	16,0
	Ocasionalmente	5	20,0	20,0	36,0
	Frequentemente	7	28,0	28,0	64,0
	Sempre	9	52,0	52,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Principais meios de divulgação e promoção do Museu dos Dinossauros que os membros da comunidade local realizam com os turistas de Peirópolis		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Comunicação informativa	8	32,0	32,0	32,0
	Comunicação informativa; Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro; Quadro ou placa expositiva do Museu	1	4,0	4,0	36,0
	Comunicação informativa; Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu; Expõe imagens, fotos, hashtags em redes sociais, Propaganda contendo imagem(ns) do Museu	1	4,0	4,0	40,0
	Comunicação informativa; Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu; Expõe imagens, fotos, hashtags em redes sociais;	1	4,0	4,0	44,0

Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro				
Comunicação informativa; Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu	1	4,0	4,0	48,0
Comunicação informativa; Expõe cartaz, pôster de exposição ou de evento do Museu; Expõe imagens, fotos, hashtags em redes sociais; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	52,0
Comunicação informativa; Expõe imagens, fotos, hashtags em redes sociais; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	56,0
Comunicação informativa; Expõe imagens, fotos, <i>hashtags</i> em redes sociais	3	12,0	12,0	68,0
Comunicação informativa; Expõe imagens, fotos, <i>hashtags</i> em redes sociais; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	3	12,0	12,0	80,0
Comunicação informativa; Expõe imagens, fotos, <i>hashtags</i> em redes sociais; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu	1	4,0	4,0	84,0
Comunicação informativa; Expõe imagens, fotos, <i>hashtags</i> em redes sociais; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	88,0
Comunicação informativa; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	92,0
Comunicação informativa; Propaganda contendo imagem(ns) do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	96,0
Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu; Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tabelas

Comunicação informativa		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	24	96,0	96,0	96,0
	Não	1	4,0	4,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Distribui panfletos de exposição ou de evento do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	5	20,0	20,0	20,0
	Não	20	80,0	80,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Expõe cartaz, pôster de exposição ou de evento do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,0	4,0	4,0
	Não	24	96,0	96,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Expõe imagens, fotos, <i>hashtags</i> em redes sociais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	12	48,0	48,0	48,0
	Não	13	52,0	52,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Propaganda contendo imagem(ns) do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	8	32,0	32,0	32,0
	Não	17	68,0	68,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Propaganda contendo imagem(ns) de dinossauro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	44,0	44,0	44,0

	Não	14	56,0	56,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Quadro ou placa expositiva do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	4,0	4,0	4,0
	Não	24	96,0	96,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

O quão está a sua conexão com o Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Fraca	1	4,0	4,0	4,0
	Mediana	6	24,0	24,0	28,0
	Forte	7	28,0	28,0	56,0
	Muito forte	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Sugestões para aproximar e melhorar a afinidade do Museu dos Dinossauros com a comunidade local		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Estimular e promulgar eventos em parceria com artesãos e artistas do bairro	1	14,3	14,3	14,3
	Promover ações e atividades educativas e culturais com a escola do bairro; Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis	1	14,3	14,3	28,6
	Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis	3	42,8	42,8	71,4
	Promover encontros em parceria com a Associação do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade; Incentivar encontros com comerciantes do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade; Promover ações e atividades educativas e culturais com a escola do bairro; Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis; Desenvolver e	1	14,3	14,3	85,7

colaborar em ações e atividades educativas e extensivas de geologia e paleontologia local				
Promover encontros em parceria com a Associação do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade; Incentivar encontros com comerciantes do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade; Promover ações e atividades educativas e culturais com a escola do bairro; Estimular e promulgar eventos em parceria com artesãos e artistas do bairro; Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Tabelas

Promover encontros em parceria com a Associação do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	28,6	28,6	28,6
	Não	5	71,4	71,4	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Incentivar encontros com comerciantes do bairro em promoção ao desenvolvimento socioeconômico da comunidade		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	28,6	28,6	28,6
	Não	5	71,4	71,4	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Promover ações e atividades educativas e culturais com a escola do bairro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	3	42,9	42,9	42,9
	Não	4	57,1	57,1	100,0

Total		7	100,0	100,0	
--------------	--	----------	--------------	--------------	--

Estimular e promulgar eventos em parceria com artesãos e artistas do bairro		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	2	28,6	28,6	28,6
	Não	5	71,4	71,4	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Promover e incentivar ações de desenvolvimento histórico, cultural e turístico de Peirópolis		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	6	85,7	85,7	85,7
	Não	1	14,3	14,3	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Desenvolver e colaborar em ações e atividades educativas e extensivas de geologia e paleontologia local		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	14,3	14,3	14,3
	Não	6	85,7	85,7	100,0
Total		7	100,0	100,0	

Sugestões de captação de recursos para a sustentabilidade do Museu dos Dinossauros		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	4,0
	Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de doações de patrimônios;	1	4,0	4,0	8,0

Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico				
Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações de patrimônios; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	12,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	4	16,0	16,0	28,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de doações de patrimônios; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	4	16,0	16,0	44,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Ofertar cursos de especialização; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	48,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de patrimônios	1	4,0	4,0	52,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes;	1	4,0	4,0	56,0

Locação de espaços para fins comerciais; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Venda de algum produto específico				
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	60,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	64,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Cobrança de ingresso à eventos itinerantes; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários	1	4,0	4,0	68,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Locação de espaços para fins comerciais; Ofertar cursos de especialização; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	72,0
Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos; Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região	1	4,0	4,0	76,0
Locação de espaços para eventos; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	80,0

Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de doações de patrimônios; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	84,0
Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Recebimento de doações financeiras; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	88,0
Locação de espaços para fins comerciais; Locação de espaços para eventos; Ofertar cursos de especialização; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	92,0
Ofertar cursos de especialização; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	96,0
Recebimento de doações financeiras; Recebimento de doações de acervos; Recebimento de doações de patrimônios; Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região; Venda de algum produto específico	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tabelas

Cobrança de ingresso para acesso ao Museu e seus anexos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	64,0	64,0	64,0
	Não	9	36,0	36,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Cobrança de ingresso à eventos itinerantes		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	17	68,0	68,0	68,0
	Não	8	32,0	32,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Locação por prazo determinado de espaços para fins comerciais		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	17	68,0	68,0	68,0
	Não	8	32,0	32,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Locação temporária de espaços para eventos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	18	72,0	72,0	72,0
	Não	7	28,0	28,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Ofertar cursos de especialização		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	16	64,0	64,0	64,0
	Não	9	36,0	36,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Recebimento de doações financeiras		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	52,0	52,0	52,0
	Não	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Recebimento de doações de acervos		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	36,0	36,0
	Não	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Recebimento de doações de patrimônios		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	9	36,0	36,0	36,0
	Não	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Recebimento de colaborações e prestações de serviços voluntários		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	11	44,0	44,0	44,0
	Não	14	56,0	56,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Venda de livros, revistas, informativos, mapa turístico de Peirópolis e região		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	18	72,0	72,0	72,0
	Não	7	28,0	28,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Venda de algum produto específico		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	22	88,0	88,0	88,0
	Não	3	12,0	12,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Gostaria de contribuir com o desenvolvimento e sustentabilidade do Museu dos Dinossauros?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	18	72,0	72,0	72,0
	Não	7	28,0	28,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Como gostaria de contribuir?		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Apoiar as redes sociais do Museu	5	27,8	27,8	27,8

Apoiar as redes sociais do Museu; Doação de peça para o acervo; Voluntário(a)	1	5,6	5,6	33,3
Apoiar as redes sociais do Museu; Parceria ou prestação de serviço voluntária; Voluntário(a)	1	5,6	5,6	38,9
Apoiar as redes sociais do Museu; Voluntário(a)	8	44,4	44,4	83,3
Voluntário(a)	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Tabelas

Apoiar as redes sociais do Museu		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	15	83,3	83,3	83,3
	Não	3	16,7	16,7	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Doação de peça para o acervo		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	5,6	5,6	5,6
	Não	17	94,4	94,4	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Parceria ou prestação de serviço voluntária		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	1	5,6	5,6	5,6
	Não	17	94,4	94,4	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Voluntário(a)		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Válido	Sim	13	72,2	72,2	72,2
	Não	5	27,8	27,8	100,0
Total		18	100,0	100,0	