

Planejamento criativo, econômico e estratégico para o Museu da Escola de Minas em Ouro Preto - MG

ANNA KAROLYNA SOUZA SILVA (Autor), RICARDO ANDRE DA COSTA (Orientador)

O presente trabalho busca evidenciar uma estratégia de gestão criativa e um planejamento econômico para tentar tornar o Museu de Ciência Técnica da Escola de Minas em Ouro Preto - MG mais competitivo, gerando maior recurso para o seu patrimônio. A principal motivação é que o museu possui acervo diversificado e é pouco visitado, o que reduz possibilidades de sustentabilidade do patrimônio e turismo no local. Acredita-se que, por se tratar de um patrimônio, a reestruturação dos seus processos de gestão tende a possibilitar a otimização e ganhos ao espaço. Para tentar identificar o perfil de acesso ao museu, foram aplicados 150 questionários, aos turistas e moradores da cidade, durante duas semanas, obtendo informações da opinião popular. Com isso, verificou-se o nível de atratividade e importância que o mesmo apresenta à população, a partir de análises estatísticas e descritivas. Em sequência, adotou-se a Business Model Canvas (BMC) para propor o planejamento institucional e agregar valor ao patrimônio. Os resultados revelaram que o museu possui pouca visibilidade entre os entrevistados, o que está ligado ao fato de haver outros equipamentos mais divulgados e visitados, estarem muito próximos àquele. Uma fraqueza revelada é a falta de divulgação em mídias eletrônicas e para os moradores. Além disso, o horário de funcionamento constitui fator limitante, e a falta de guias no interior do museu é outro atravessador potencial. Pelas informações e aplicação do BMC, pensa-se um projeto cultural que proponha a revitalização que repense a gestão local. Dentre as sugestões está a melhor utilização dos espaços ociosos, promovendo competitividade. Pondera-se ainda viabilidade de desenvolver algum aplicativo para celular, nele o visitante teria informações dos ambientes e das exposições.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Ouro Preto