

# **Acesso ao estádio Palestra Itália: uma avaliação de seus clientes**

**Ricardo Brito Teixeira de Souza**  
**SETEMBRO 2009**



# ÍNDICE

**Objetivos** 2

**Resultados** 6

**Conclusão** 9

Produzido e editado por

**Ricardo Brito Teixeira de Souza**

Graduando e pesquisador da Universidade Presbiteriana  
Mackenzie

Telefone: (11)2043-6307 / (11) 9450-7636

Email: teixeira.riccardo@gmail.com

Twitter: twitter.com/RicaTeixeira

SETEMBRO 2009



## Autor

**Ricardo Brito Teixeira de Souza**  
19 anos (24/09/1990)

• Graduando em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie

• Estágio no Planejamento de Transportes da Cia. Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM)

No campo do marketing esportivo já coordenou uma pesquisa sobre o comportamento e exigências de torcedores palmeirenses.

Faz iniciação científica pelo Mackenzie, onde já concluiu e publicou uma pesquisa sobre Marketing Esportivo e Terceira Idade.

Atualmente, coordena um novo estudo sobre Marketing Esportivo no futebol com jovens torcedores.

# OBJETIVOS

- Identificar os fatores que ocorrem e influenciam sobre a avaliação do torcedor no momento da compra de ingressos;
- Identificar a frequência dos torcedores que vão ao estádio Palestra Itália;
- Identificar a grau de satisfação perante a operadora responsável pela venda de ingressos;
- Avaliar o serviço de venda de ingressos do jogo específico contra o Grêmio Foot-ball Club, realizado no dia 06 de Agosto de 2009;
- Identificar um possível desejo pelo retorno da antiga operadora responsável pela venda de ingressos.



# METODOLOGIA E LIMITAÇÕES



- Questionário disponibilizado online através da ferramenta GoogleDocs, divulgado em comunidades virtuais, grupos de emails palmeirenses e Mídia Palestrina.
- Período : 06/08 à 20/09
- Público : usuários de internet sem restrições de idade, sexo, renda.
- Tamanho da Amostra : 2000 pessoas

*Sua principal limitação está ligada ao processo de amostragem não probabilístico que não permite generalizações para o total do universo.*

*Os resultados podem estar influenciados pelo vício da amostra (comunidades da oposição, resultado em campo, etc.)*

# CONTEÚDO

Perguntas fechadas abordando os seguintes conteúdos:

## Frequência

1. Qual a sua frequência na temporada?
2. Qual setor costuma ir?

## Avaliação Outplan

3. Como você avalia a venda de ingressos no Palestra Itália?
4. Como você avalia a venda de ingressos nos pontos de vendas?

## Avaliação BWA (PALMEIRAS X GRÊMIO 06/08/2009)

5. Você aprovou a volta da antiga operadora do serviço neste jogo, a BWA?
6. Como você avalia o serviço prestado no Palestra Itália pela BWA em parceria com a ITAUCARD?
7. Você é favorável à volta da BWA no Palestra Itália?



# CONTEÚDO

Pergunta aberta abordando o seguinte conteúdo:

Fatores que influenciam a frequência

8. Marque as queixas abaixo:

Cambista

Fila

Poucos pontos de venda

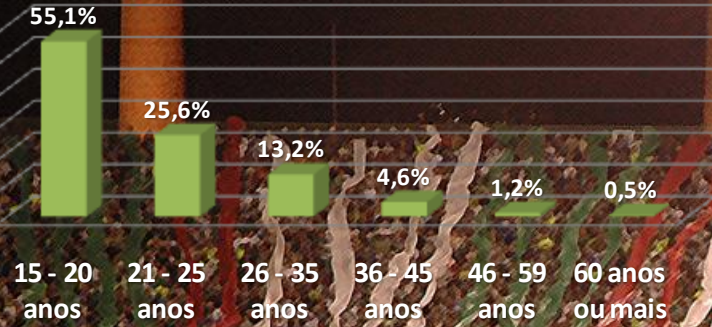
Falta de ingressos

Outro (*serão expostos os mais citados*)



# RESULTADOS

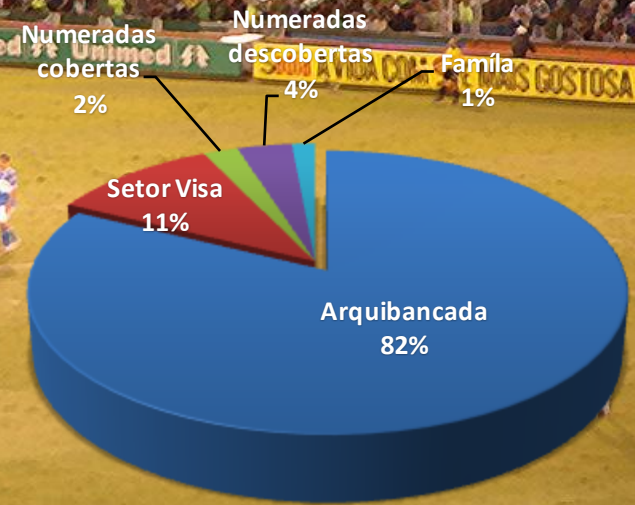
## Faixa etária



## 1. Qual a sua frequência na temporada?

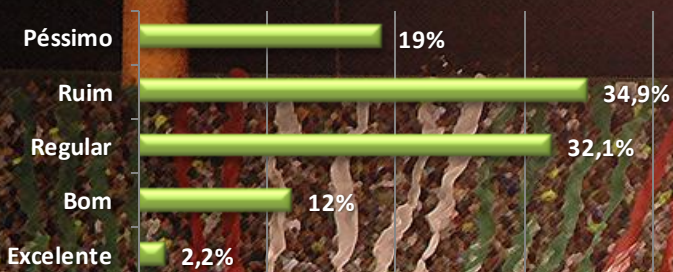


## 2. Qual setor costuma ir?



# RESULTADOS

## 3. Como você avalia a venda de ingressos no Palestra Itália?



## 4. Como você avalia a venda de ingressos nos pontos de vendas?

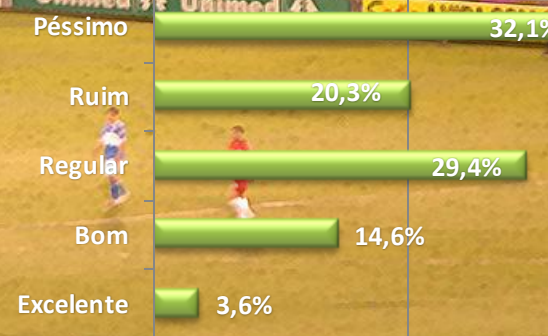


## 5. Você aprovou a volta da antiga operadora no jogo contra o Grêmio (06/08)?\*



\*Amostra: 645 pessoas

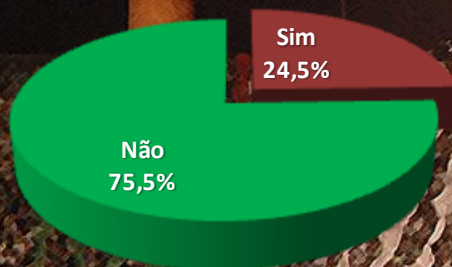
## 6. Como você avalia o serviço prestado no Palestra Itália pela BWA em parceria com a ITAUCARD?\*



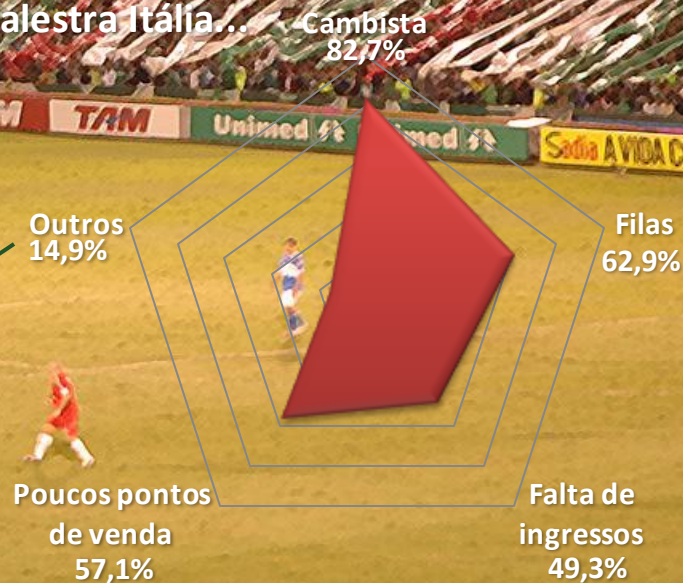
\*Amostra: 645 pessoas

# RESULTADOS

## 7. Você é favorável à volta da BWA no Palestra Itália?



## 8. Fatores indesejáveis no Palestra Itália...



*O fator mais indesejado para os que citaram "outros" foi a falta de ingressos Meia Entrada, citada por 5,3%.*

# CONCLUSÃO

O serviço de venda de ingressos prestado atualmente pela Outplan no Palestra Itália é **considerado ineficiente** por seus clientes. Em nenhuma das avaliações, as classificações positivas ultrapassaram a marca dos 15%. Enquanto as classificações negativas ultrapassavam os 50%.

Porém, **não desejam a volta da antiga operadora (BWA).**

Com relação aos fatores indesejáveis no momento da compra de ingressos, **o mais indesejado foi o cambista**, seguido por **Filas** e **Poucos pontos de venda**.

Pode-se dizer interessante as citações, na opção “outros”, sobre a **falta de ingressos meia entrada (5,3%)**. Provavelmente pela maioria da amostra (80,7%) possuir entre 15 e 25 anos.

No jogo Palmeiras X Grêmio, a BWA em parceria com a ITAUCARD, comercializou ingressos para o setor verde-limão. Daqueles que admitiram ir em tal jogo, 52,4% avaliaram negativamente o serviço prestado. E também não aprovaram a sua “volta” nesta partida.

