Fecomércio RN
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFC

Apresentação da Pesquisa de
Perfil dos Participantes do Festival

Mada

Outubro 2026

Escala, método e significado econômico

600
entrevistas presenciais,
em 16 e 17 de outubro

95%
de confiança e margem de erro de ±4 p.p.

40 mil
Público acumulado
20 mil por noite
(informação da organização)

Perfil do público: jovem adulto, escolarizado e com orçamento calculado

82,4%

Têm menos de 35 anos, idade média de **27,6**.

83,5%

Ensino superior e pós-graduação.

R$ 4.136,30

Renda individual media, **46,8%** recebem até **R$ 3.500** por mês e **26,8%** são estudantes.

Natal é a base, mas a Paraíba é o segundo mercado do festival

Natal responde por **57,3%** do público;
O **Rio Grande do Norte** totaliza **76,3%**.



Destaque regional

Paraíba	17%
João Pessoa	10,3%

Mais que Parnamirim (6,3%)

Fora do RN estão **23,7%** dos participantes.

Atrações e convivência explicam a presença e a fidelidade

Atrações musicais motivam **62,5%** das idas; **diversão e lazer**, **22,7%**.

Mais da metade participa com amigos (54,8%) e 70% pretendiam estar nas duas noites.



Entre quem respondeu sobre edições anteriores, **65,3%** já haviam **participado de duas ou mais**.

O público externo transforma festival em turismo

Entre visitantes e turistas

49,6%
ficaram em **hotel ou pousada**.

77,3%
planejavam **participar das duas noites**.

Visitantes e turistas gastam **R$ 552,91** por dia, **R$ 263,59** acima do **residente** — **91,1% a mais**.

Mobilidade é uma fortaleza operacional e uma agenda de aprimoramento

63,2%

Táxi e aplicativo são os principais meios de chegada

27%

Carro próprio

Avaliação do acesso e transporte

80,7% positivas

13,8% regulares

Chegada e saída merecem gestão específica.

O Mada gera transbordamento para alimentação e varejo

Locais frequentados por causa do evento
(entre **145** entrevistados)

52,4%
restaurantes e bares

39,3%
shoppings

26,2%
feiras/ artesanatos

21,4%
comércio local

Experiência é muito bem avaliada; preço é a principal fricção

Estrutura	94,4%
Segurança	92,3%
Serviços	88,7%
Equipamentos/Audiovisual	86,8%
Organização	85%

Avaliação dos preços

40,1% Positiva

36,7% regular

Preços são a principal sugestão de melhoria (26,5%), seguidos por **organização/atendimento** (13,8%), **estrutura/conforto** (9,2%) e **alimentação/bebidas** (8,5%).

Lealdade alta, sobretudo entre visitantes e turistas

8,94 Nota média

+64,8 NPS

94,8% Intenção de retorno

O **NPS** é **+70,3** entre **visitantes e turistas** e **+60,8** entre **residentes**. A diferença é um sinal favorável, mas **deve ser lida com cautela** por ser uma comparação entre subgrupos amostrais.

Gasto médio diário revela o peso financeiro do evento

Gasto médio geral
R$ 401,79/dia

Residentes
R$ 289,32/dia

Visitantes e turistas
R$ 552,91/dia

O valor dos **visitantes e turistas** inclui uma **cesta mais ampla** de despesas associadas a **hospedagem, deslocamento e alimentação** fora de casa.

O visitante é minoria nas presenças, mas maioria na movimentação

Visitantes e turistas

Público
42,7%

Consumo estimado
58,7%

R$ 9,44 milhões

Contra
R$ 6,64 milhões
movimentados pelos **residentes**.

Movimentação econômica estimada de R$16,07 milhões

Aplicando os gastos médios à composição das **40 mil** presenças, a **movimentação estimada alcança R$ 16.071.402,67**.

É uma estimativa de consumo direto, não faturamento das empresas nem impacto econômico total.

Quatro frentes para crescer com mais conforto de consumo

1. Priorizar mercado paraibano e visitante regional.
2. Estimular hospedagem e permanência.
3. Redesenhar a proposta de preços, alimentação e água para um público jovem.
4. Organizar a mobilidade por aplicativo.

Festival

Mada

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC