ISCA FACULDADES

CURSO DE TURISMO

21 ª FESTA DO PEÃO BOIADEIRO DE LIMEIRA - 2005

RESULTADOS DE PESQUISA DE DEMANDA

Profa. Dra. Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz

Coord. Turismo

INTRODUÇÃO

O propósito principal deste relatório é apresentar os resultados de pesquisa desenvolvida junto aos visitantes da 21 ª Festa do Peão Boiadeiro de Limeira, realizada em setembro de 2005, por equipe de alunos do curso de Turismo do ISCA Faculdades. A supervisão geral foi feita pela profa. MSc. M. Cristina dos Santos Cruanhes, diretora do ISCA Faculdades, coordenação da profa. Dra Odaléia T.M.M.Queiroz e orientação da profa Marcela Candioto e de Rosangela Brassali Alessandra Prada, da diretoria do Clube dos Cavaleiros de Limeira. A tabulação de dados foi realizada pelo aluno do curso de Turismo Murilo Zacarias. Os objetivos da pesquisa foram:

- Fazer uma caracterização sócio-econômica do conjunto de participantes da Festa do Peão Boiadeiro (caracterização da demanda);
- Levantar/apontar pontos positivos e negativos da organização do evento;
- Sugerir estratégias/procedimentos para que o evento continue sendo uma Festa Popular, oferecendo informações importantes que possam implementar seu sucesso entre a população local e seja um fator de atração turística regional.

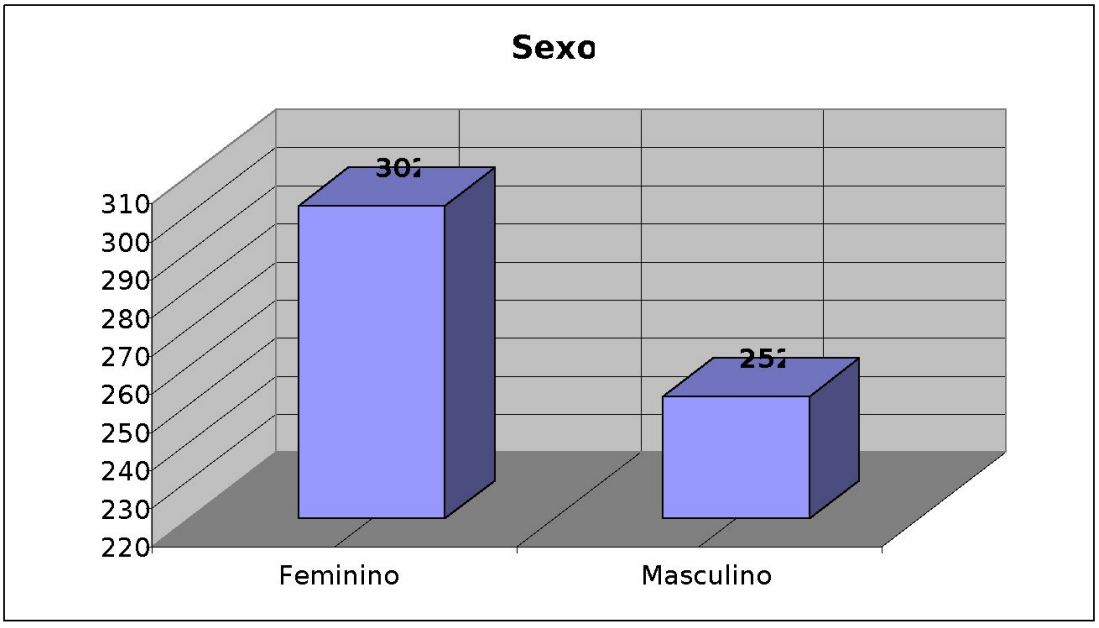
A Festa do Peão Boiadeiro de Limeira, como manifestação cultural e como evento turístico, pode contribuir o desenvolvimento social e econômico do município.

A Festa do Peão Boiadeiro de Limeira, começou em 1983, de maneira tímida e hoje movimenta um mercado considerável.

A 21ª Festa do Peão Boiadeiro de Limeira aconteceu de 10 a 15 de setembro no

terreno da UNICAMP[1], no Jardim Morro Azul, atraindo grande.

1. Sexo:		%
Feminino	302	54,5
Masculino	252	45,5
Total de pesquisas	**554**	100

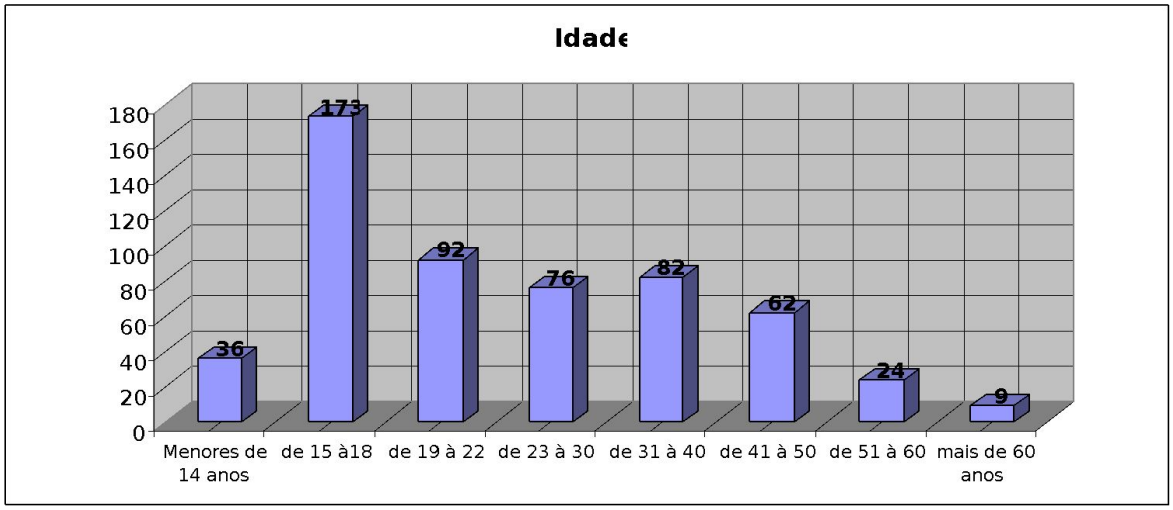


Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

A Festa do Peão de Limeira em 2005 recebeu (aproximadamente 10%) mais mulheres do que homens. Esta é uma informação preciosa para os organizadores que poderão, no futuro, pensarem em ter mais atrativos para o público feminino. Este dado também nos leva a refletir sobre uma mudança na tradição das festas de peão em geral, que, normalmente, eram, no passado, eventos quase exclusivamente masculinos.

[1] Universidade Estadual de Campinas.

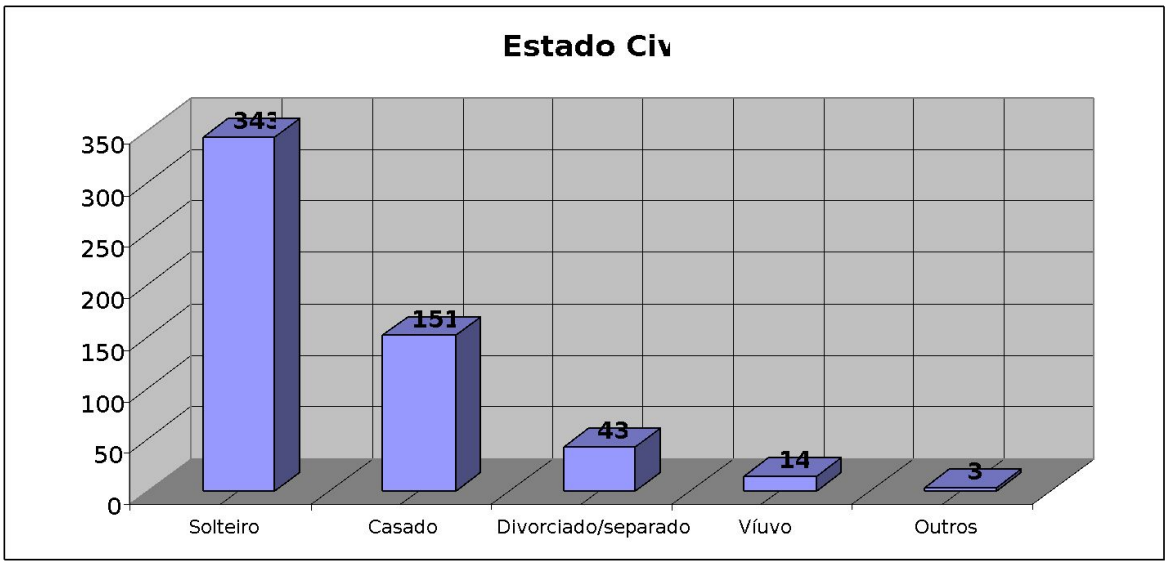
2. Faixa etária		%
Menores de 14 anos	36	6,5
de 15 à18	173	31,2
de 19 à 22	92	16,6
de 23 à 30	76	13,7
de 31 à 40	82	14,8
de 41 à 50	62	11,2
de 51 à 60	24	4,33
mais de 60 anos	9	1,62
Total de pesquisas	**554**	100



Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

Pelos dados da pesquisa, a idade predominante na festa foi de 15 a 18 (31.2%) e de 19 a 22 anos (16.6%) somando um percentual de 48%.

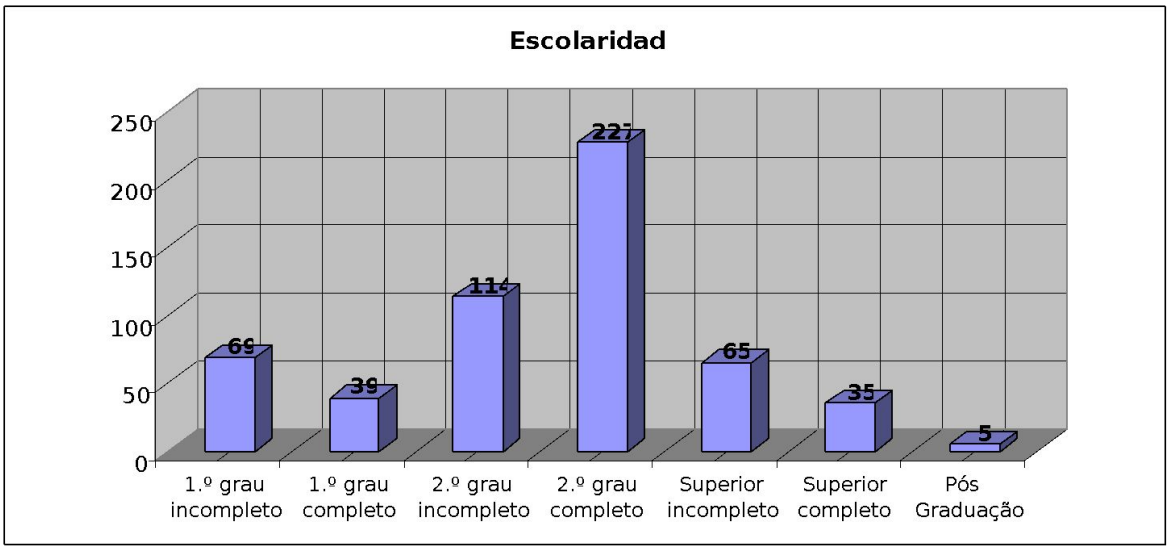
3. Estado Civil		%
Solteiro	343	61,9
Casado	151	27,3
Divorciado/separado	43	7,76
Viúvo	14	2,53
Outros	3	0,54
Total de pesquisas	**554**	100



Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

Predominantemente, os solteiros são maioria na festa do Peão de Limeira.

4. Escolaridade:		%
Ensino Fundamental incompleto	69	12,5
Ensino Fundamental completo	39	7,04
Ensino Médio incompleto	114	20,6
Ensino Médio completo	227	41
Superior incompleto	65	11,7
Superior completo	35	6,32
Pós Graduação	5	0,9
Total de pesquisas	**554**	100

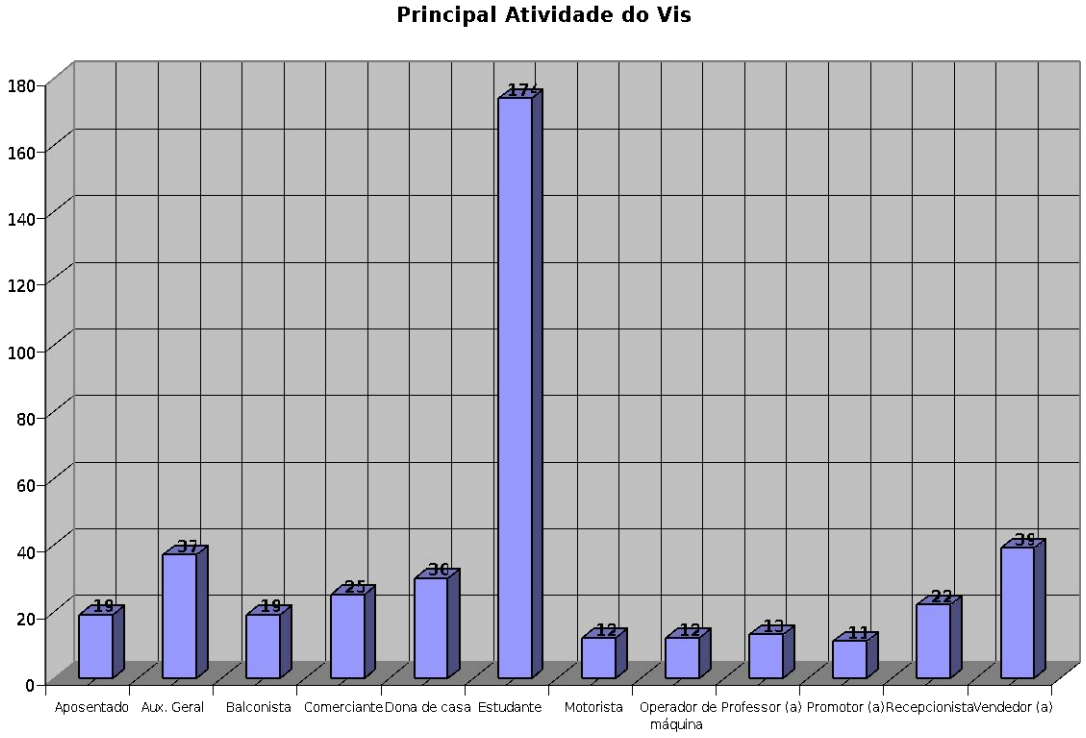


Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

A escolaridade dos visitantes entrevistados com maior destaque foi ensino médio completo com 41% e em seguida, ensino médio incompleto com 20.6%.

5. Atividade do visitante		%
Advogado (a)	2	0,36
Agricultor	3	0,54
Ambulante	1	0,18
Aposentado	19	3,43
Assis. Social	6	1,08
Atleta	1	0,18
Autonômo	1	0,18
Aux. Farmácia	1	0,18
Aux. Geral	37	6,68
Aux.Administrativo	6	1,08
Babá	1	0,18
Balconista	19	3,43
Bancário	2	0,36
Caixa	1	0,18
Caminhoneiro	1	0,18
Carpinteiro	1	0,18
Carteiro	1	0,18
Catador	1	0,18
Chefe de cozinha	2	0,36
Cobrador (a)	1	0,18
Comerciante	25	4,51
Costureira	1	0,18
Dona de casa	30	5,42
Eletricista	1	0,18
Empresário	5	0,9
Encarregado	1	0,18
Enfermeira	7	1,26
Engenheiro (a)	1	0,18
Estagiário (a)	5	0,9

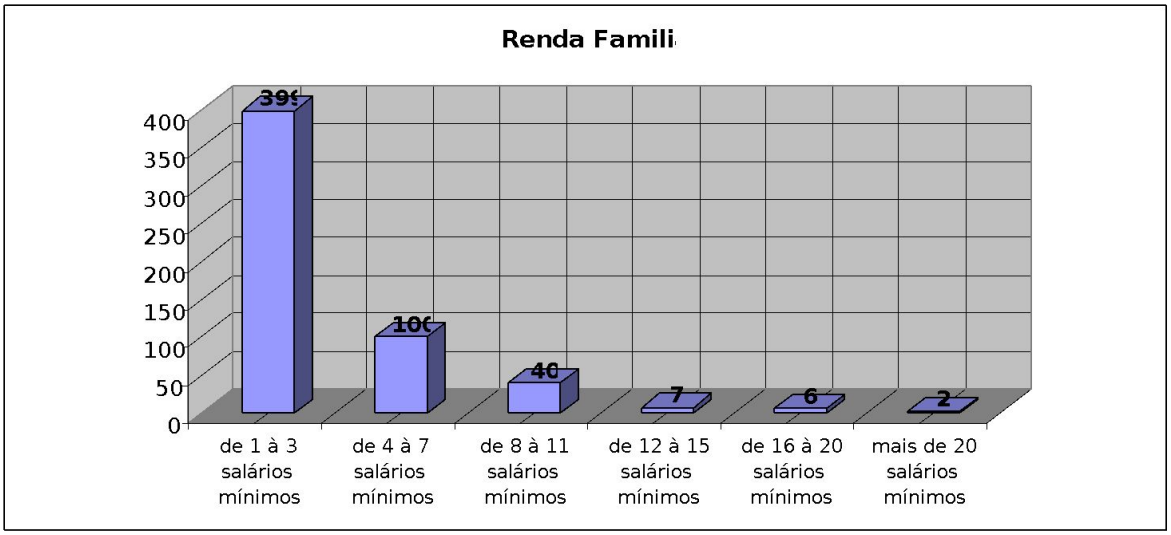
Esteticista	1	0,18
Estudante	174	31,4
Func. Público	5	0,9
Gerente	3	0,54
Lixeiro	1	0,18
Manicure	3	0,54
Mecânico	9	1,62
Médico (a)	2	0,36
Metalúrgico	4	0,72
Moto Boy	4	0,72
Motorista	12	2,17
Músico	1	0,18
Operador de máquina	12	2,17
Ourives	10	1,81
Patrulheiros	6	1,08
Peão	1	0,18
Pedreiro	10	1,81
Piloto	7	1,26
Pintor	6	1,08
Porteiro	1	0,18
Professor (a)	13	2,35
Promotor (a)	11	1,99
Publicitário	1	0,18
Recepcionista	22	3,97
Repositora	1	0,18
Representante comercial	1	0,18
Supervisor (a)	9	1,62
Técnico de Informática	1	0,18
Vendedor (a)	39	7,04
Vigilante	1	0,18
Total de Pesquisas	**554**	100



Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

A ocupação do público da festa é bem diversificada, profissões de todos os setores da economia visitam a festa. Entre os jovens, a maioria é estudante.

6. Renda familiar- em salários mínimos		%
de 1 à 3 s m	399	72
de 4 à 7 s m	100	18,1
de 8 à 11 s m	40	7,22
de 12 à 15 s m	7	1,26
de 16 à 20 s m	6	1,08
mais de 20 s m	2	0,36
Total de Pesquisas	**554**	100



Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

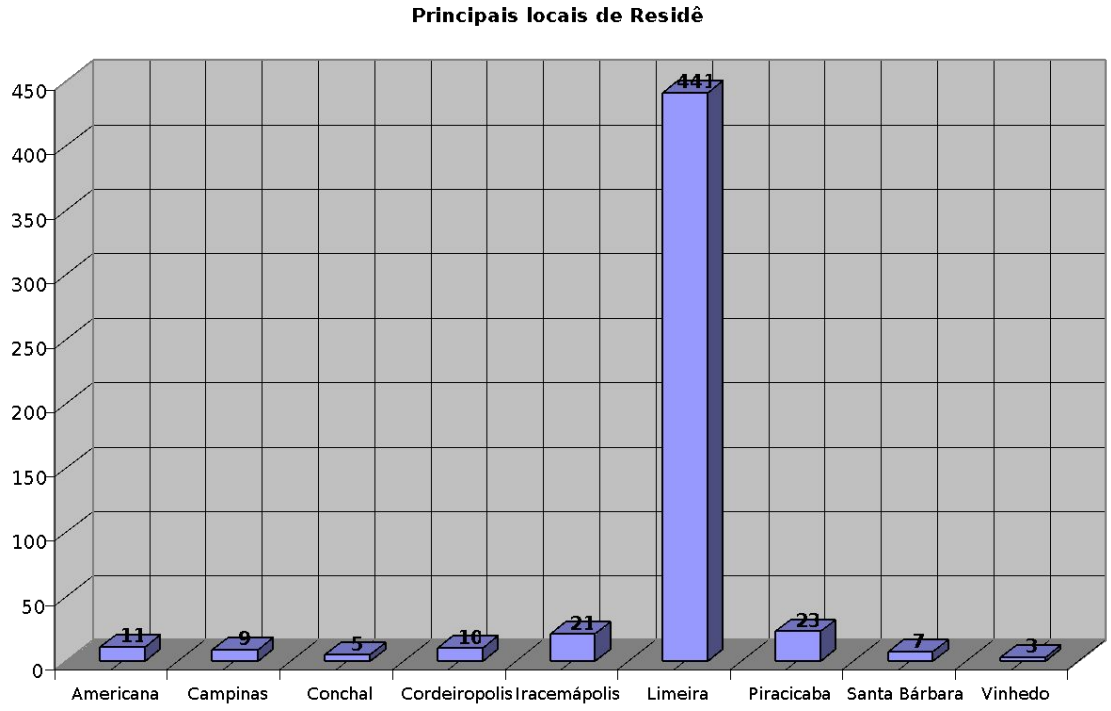
O item renda foi expresso em salários mínimos (R$300,00). A faixa com maior representatividade foi de 1 a 3 salários (72%) e em seguida de 4 a 7 salários (18%). Os dados mostram que mais da metade dos visitantes tem renda equivalente a novecentos reais mensais, o que não permite grandes gastos em lazer e divertimento.

Notamos que a maioria dos freqüentadores da festa são pessoas de médio e baixo poder aquisitivo. Isso é compreensível quando fazemos o cruzamento dos dados com o grau de escolaridade dos visitantes.

7. Local de residência		%
Americana	11	1,99
Araraquara	1	0,18
Campinas	9	1,62
Charqueada	1	0,18
Conchal	5	0,9
Cordeirópolis	10	1,81
Cosmópolis	4	0,72
Engenheiro Coelho	3	0,54

Ipeúna	1	0,18
Iracemápolis	21	3,79
Itapira	1	0,18
Leme	1	0,18
Limeira	441	79,6
Marília	1	0,18
Piracicaba	23	4,15
Ribeirão Preto	2	0,36
Rio Claro	2	0,36
Rio de Janeiro	1	0,18
Santa Bárbara	7	1,26
Santa Gertrudes	2	0,36
Santo André	1	0,18
São Carlos	1	0,18
São Paulo	1	0,18
São Pedro	1	0,18
Vinhedo	3	0,54
Total de Pesquisas	**554**	100

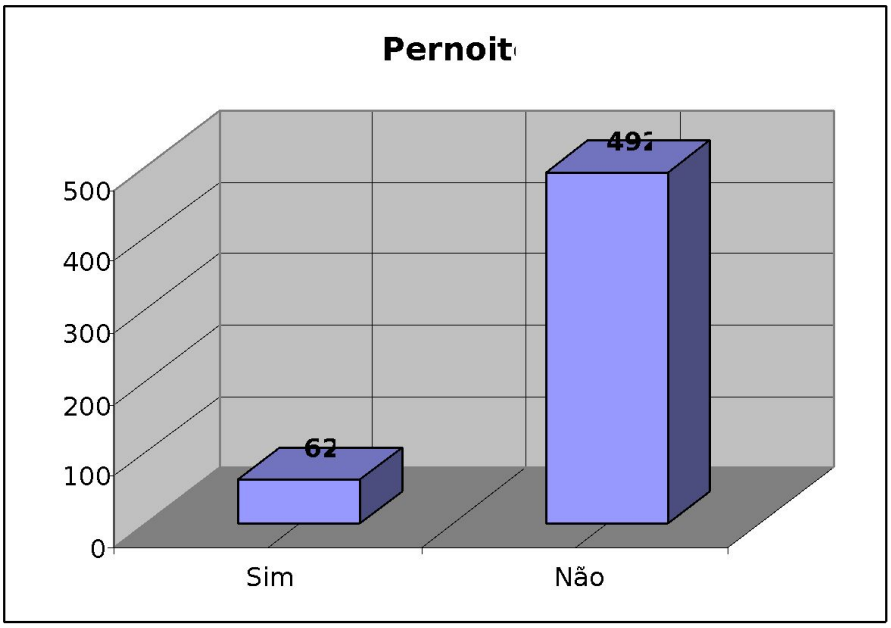
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Maciçamente, os visitantes são de Limeira. As cidades vizinhas também mandam turistas, mas em menor número. Então, a Festa deve ser direcionada ao morador local, com suas especificidades. Acreditamos ser este o fator principal da baixa demanda nos setores de hotelaria e restaurantes.

8. Pernoita (para os que não moram em Limeira)?		%
Sim	62	11,2
Não	492	88,8
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Devido à proximidade entre as cidades citadas e Limeira a maioria dos visitantes retornam a cidade de origem, não movimentando o setor hoteleiro da cidade.

9. Qual o meio de hospedagem utilizado?		%
Hotel	7	11,3
Motel	1	1,61
Pousada	3	4,84
Casa de parentes/amigos	39	62,9
Outros	12	19,4

Total de Pesquisas	**62**	100

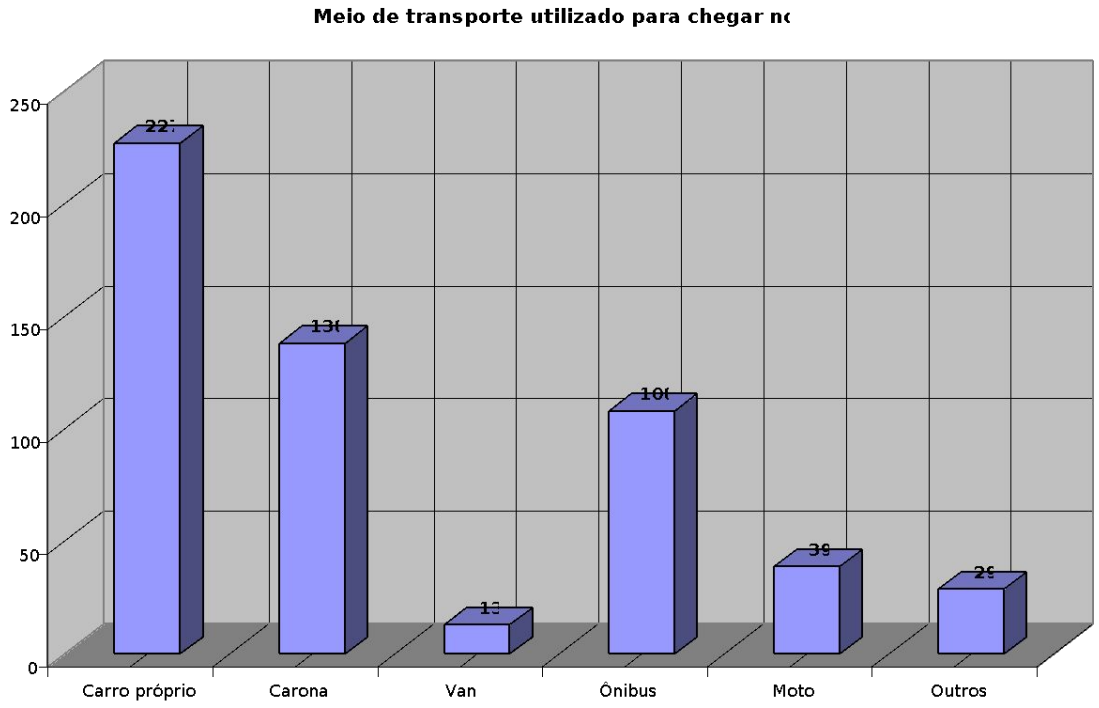
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

Para os visitantes de outras cidades que responderam sim na questão anterior, foi questionado qual o meio de hospedagem utilizado.Cerca de 13% utilizam meios de hospedagem (hotel e motel) mais da metade, isto é, 63% ficam em "casa de parentes e amigos" . Comparando-se com os dados obtidos em 2004, podemos verificar que houve um certo aumento no uso de hotéis.

10. Meio de transporte utilizado para chegar ao evento?		%
Carro próprio	227	41
Carona	138	24,9

Van	13	2,35
Ônibus	108	19,5
Moto	39	7,04
Outros	29	5,23
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

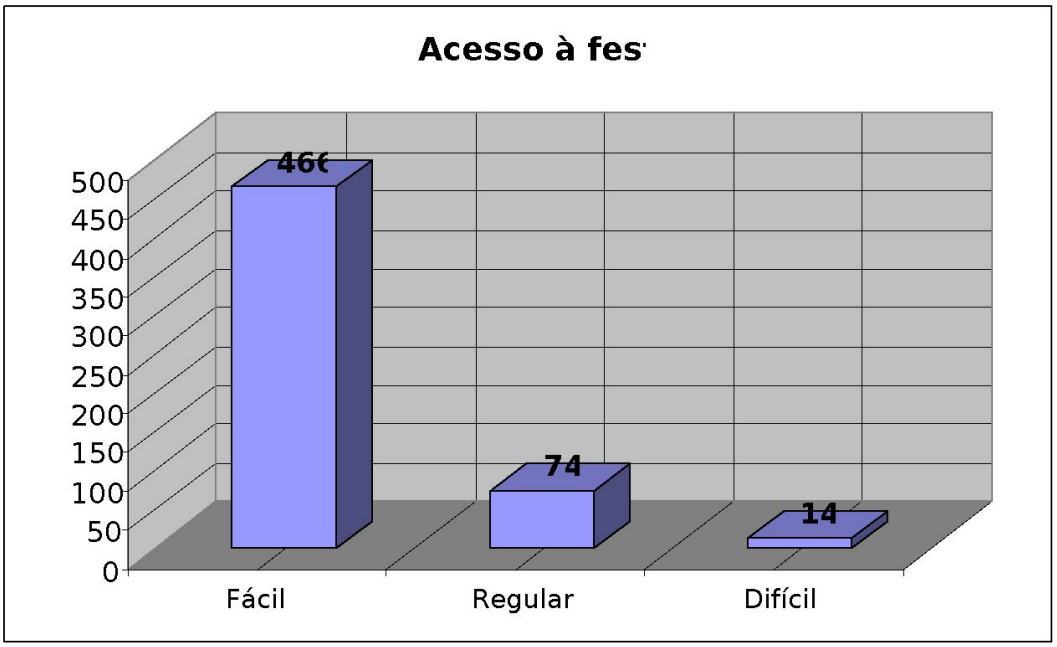


Cerca de 41% dos visitantes deslocam-se ao recinto do evento com veículo próprio e quase 25% deslocam-se pegando “carona” com outras pessoas, isto é, também usam carros. Assim, podemos dizer que a área de estacionamento é essencial para Festa do Peão de Limeira, embora quase 20% dos freqüentadores da Festa, utilizam transporte coletivo, ou seja, Ônibus, o que indica a necessidade de termos um bom serviço urbano.

11. Acesso à festa:		%
Fácil	466	84,1
Regular	74	13,4

Difícil	14	2,53
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



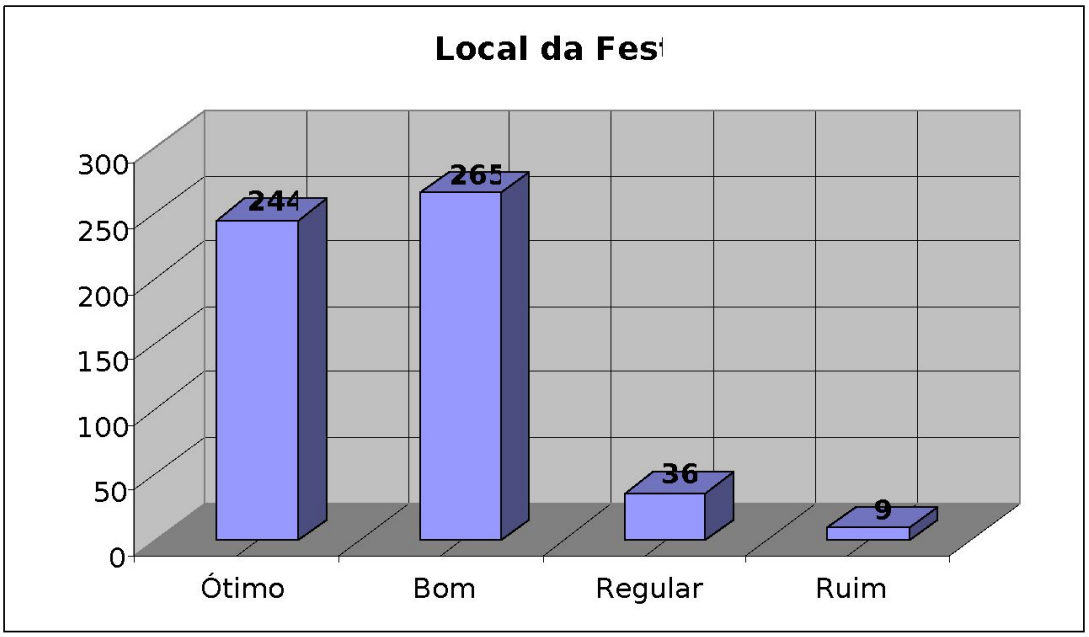
A grande maioria considerou fácil o acesso ao local do evento, indicando que a decisão da organização em mudar a Festa para o terreno da Unicamp foi acertada.

12. Local da festa:		%
Ótimo	244	44
Bom	265	47,8
Regular	36	6,5

Ruim	9	1,62
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

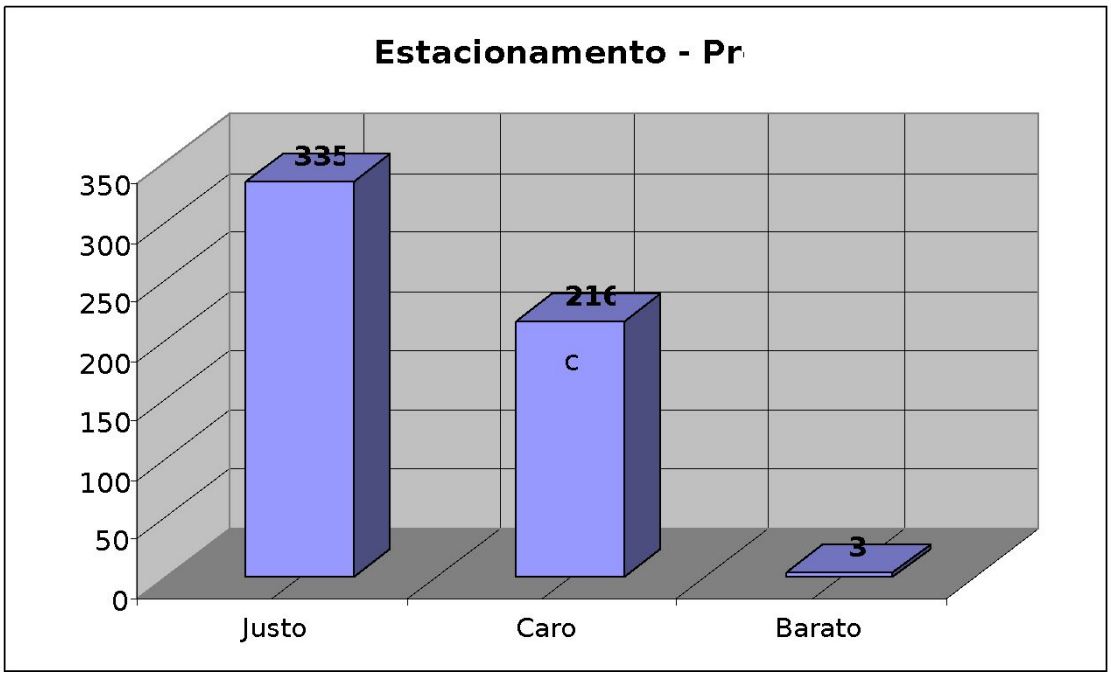
O local do evento foi altamente elogiado, os visitantes gostaram muito.



13.1. Estacionamento - Preço:		%
Justo	335	60,5
Caro	216	39
Barato	3	0,54
Total de Pesquisas	**554**	100

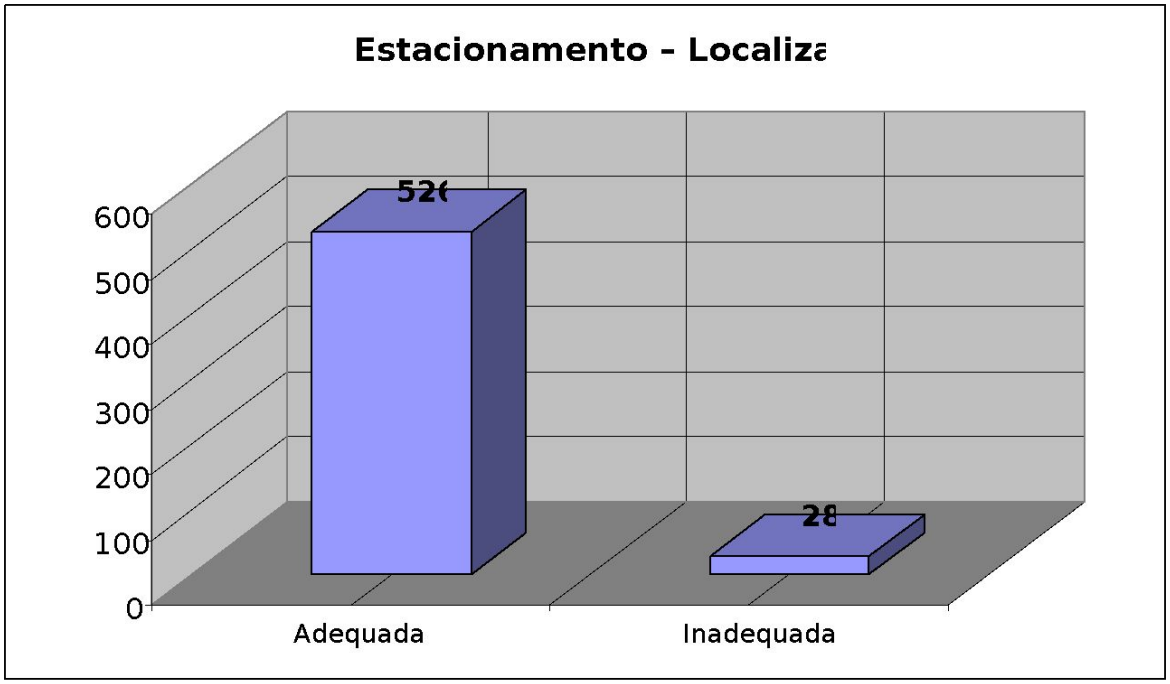
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

Uma parcela considerável dos visitantes considerou o preço do estacionamento caro (39%), embora mais de 6% deles tenham afirmado ser o valor justo. É um tema a ser pensado para 2006.



13.2. Estacionamento - Localização:		%
Adequada	526	94,9
Inadequada	28	5,05
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

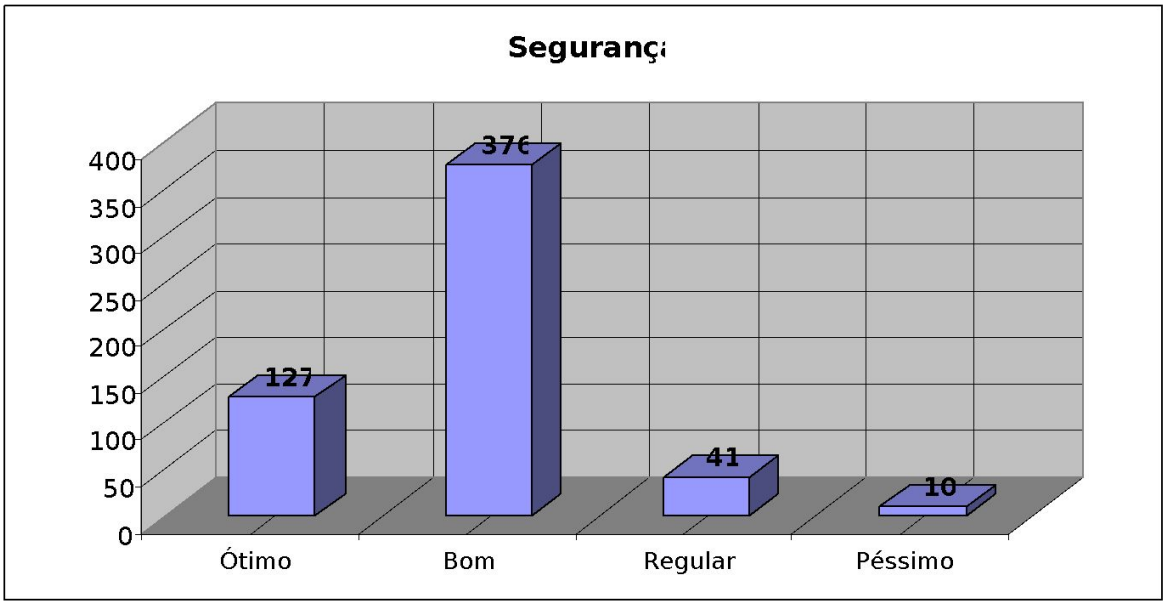


A maior parte dos entrevistados considerou a localização do estacionamento adequada. Dessa forma, o serviço deve continuar sendo semelhante em 2006.

14. Segurança:		%
Ótimo	127	22,9
Bom	376	67,9
Regular	41	7,4
Péssimo	10	1,81
Total de Pesquisas	**554**	100

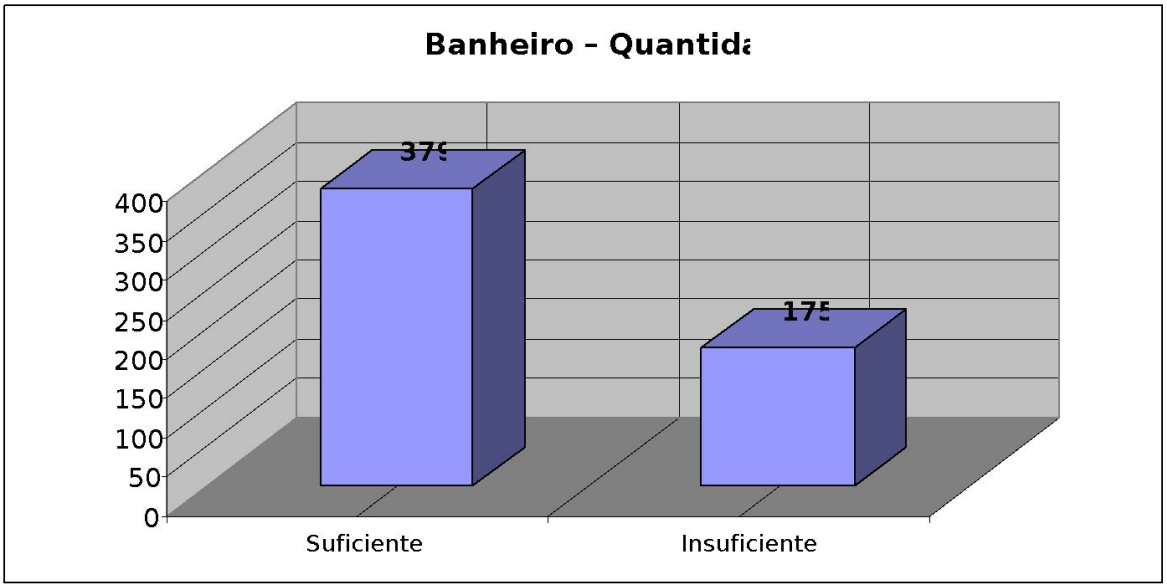
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

O público sentiu-se seguro no recinto da festa, e este dado reflete a melhor adequação do serviço de 2004 para 2005.



15.1. Banheiros - Quantidade:		%
Suficiente	379	68,4
Insuficiente	175	31,6
Total de Pesquisas	**554**	100

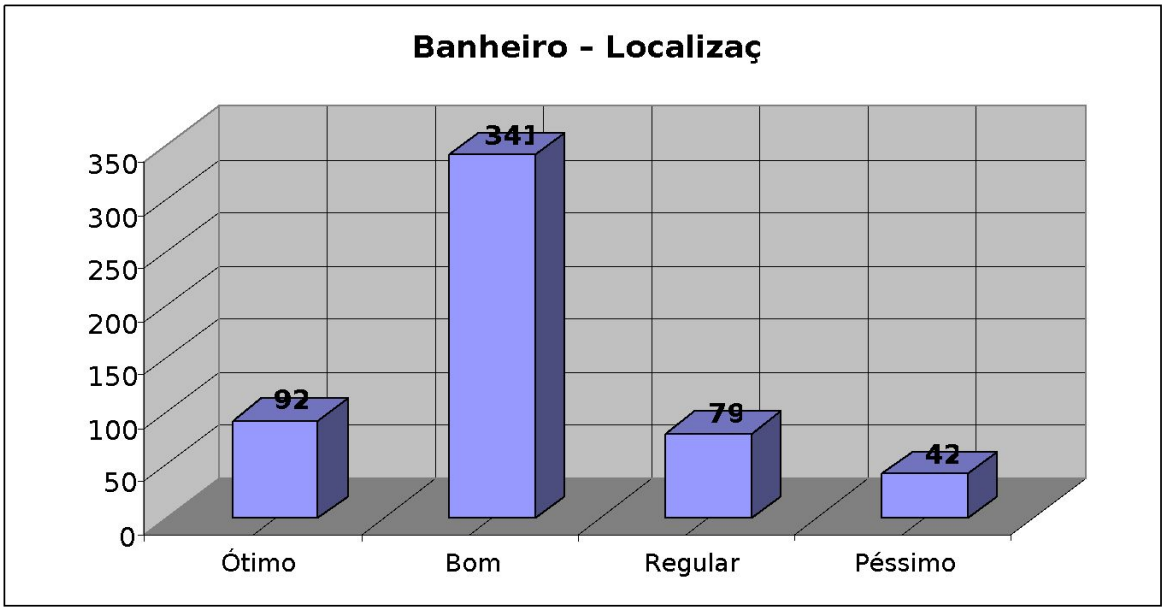
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Quase 70% dos visitantes afirmaram que a quantidade de sanitários foi suficiente. Entretanto, mais de 30% consideraram, justamente, o contrário, insuficiente. Talvez os banheiros tenham momentos de maior afluxo de visitantes, provocando essa reação. Mas é importante rever o assunto para 2006.

15.2. Banheiros - Localização:		%
Ótimo	92	16,6
Bom	341	61,6
Regular	79	14,3
Péssimo	42	7,58
Total de Pesquisas	**554**	100

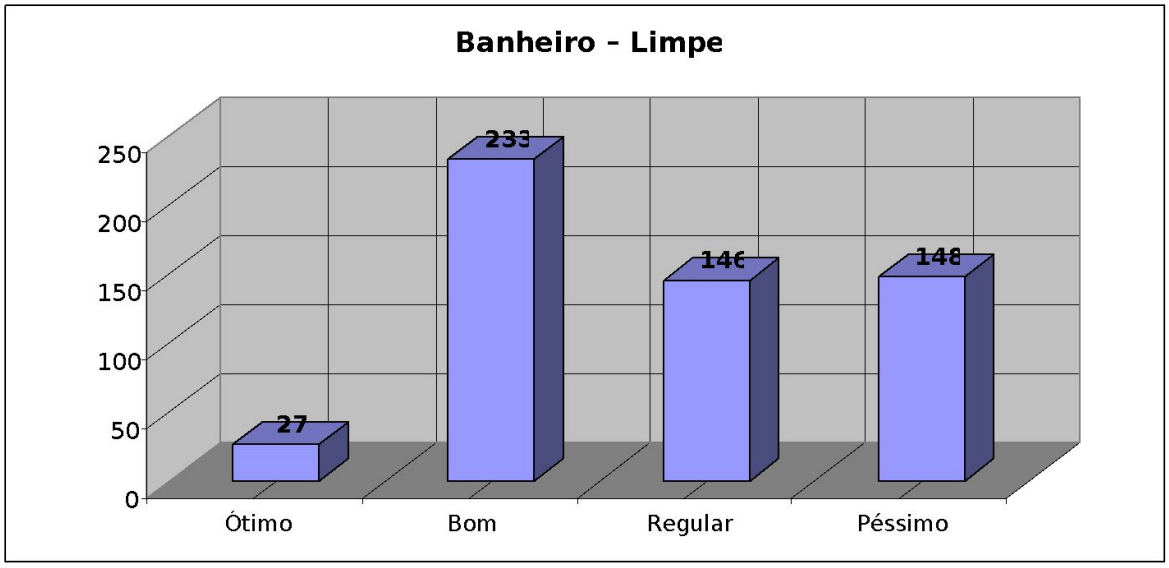
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



O local dos banheiros foi considerado ótimo e bom pela maioria.

15.3. Banheiros - Limpeza:		%
Ótimo	27	4,87
Bom	233	42,1
Regular	146	26,4
Péssimo	148	26,7
Total de Pesquisas	**554**	100

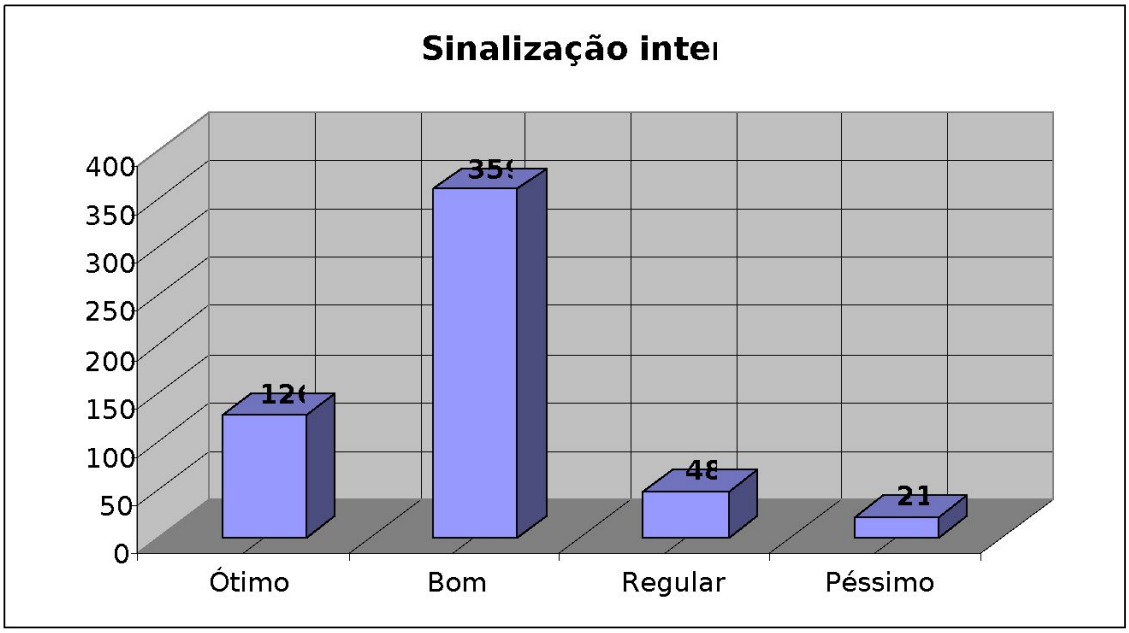
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Atenção com a limpeza dos banheiros, este é um item a ser analisado com cuidado, requerendo maior agilidade no serviço.

16. Sinalização interna:		%
Ótimo	126	22,7
Bom	359	64,8
Regular	48	8,66
Péssimo	21	3,79
Total de Pesquisas	**554**	100

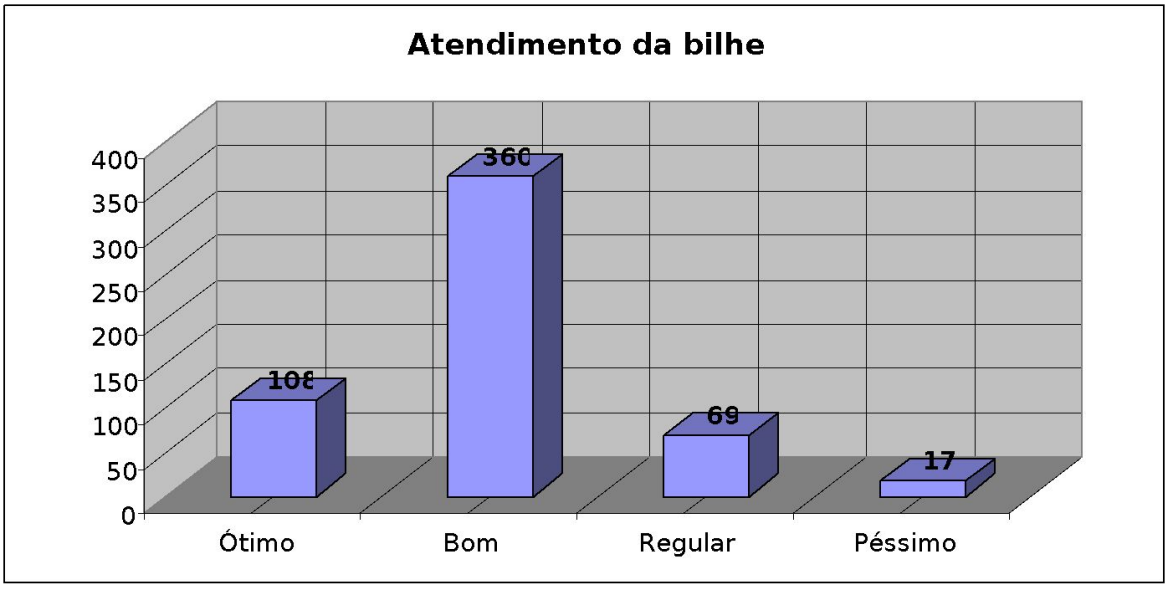
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



A sinalização interna foi bem percebida pelos visitantes, sendo adequada para maioria.

17. Atendimento da bilheteria:		%
Ótimo	108	19,5
Bom	360	65
Regular	69	12,5
Péssimo	17	3,07
Total de Pesquisas	**554**	100

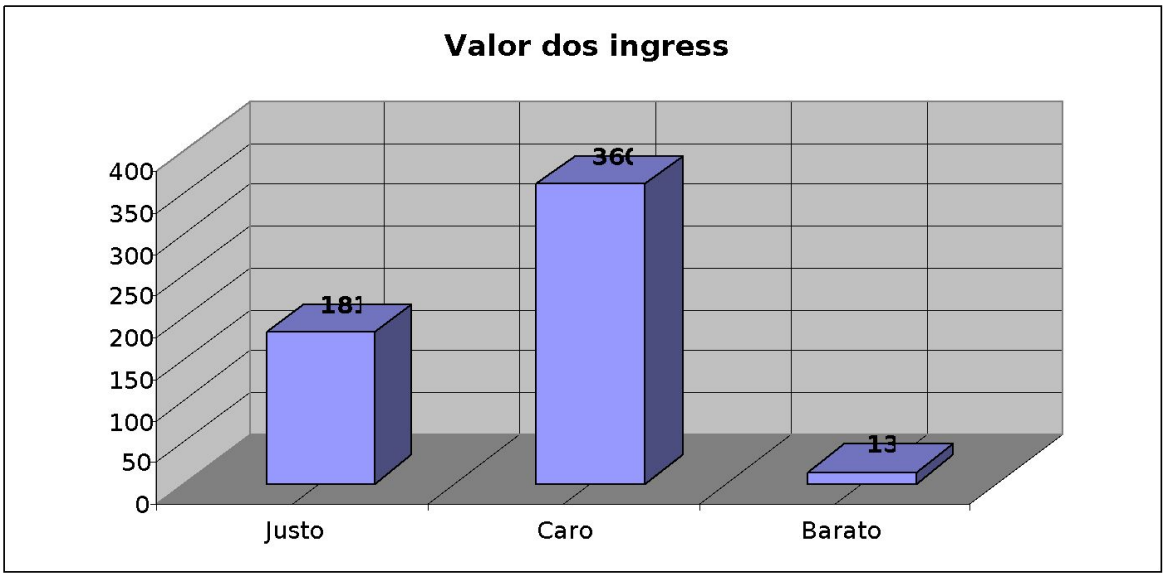
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Atendimento na bilheteria foi considerado muito bom, pela maioria dos entrevistados.

18. Valor do ingresso:		%
Justo	181	32,7
Caro	360	65
Barato	13	2,35
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

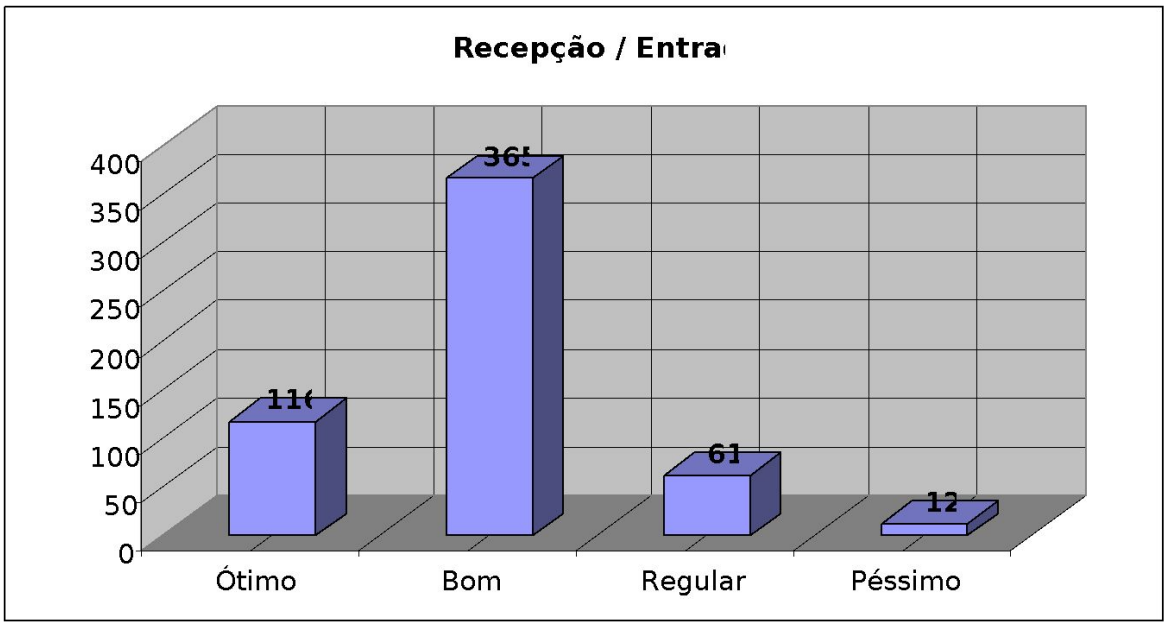


Muitos afirmaram que o preço do ingresso é caro, resposta que indica baixo poder aquisitivo da maioria que vai à Festa do peão. É importante ter atenção com o assunto.

19. Recepção/Entrada:		%
Ótimo	116	20,9
Bom	365	65,9
Regular	61	11
Péssimo	12	2,17
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

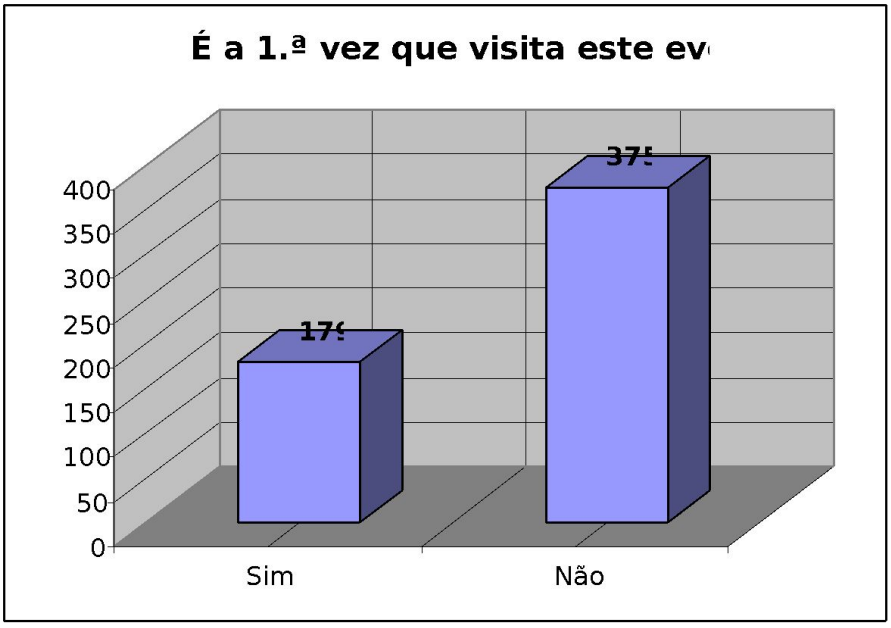
A recepção foi muito bem avaliada por quase todos, isto é, a equipe de estagiários do curso de Turismo do ISCA Faculdades e os membros do Clube dos Cavaleiros de Limeira brilhou ao dar as boas vindas aos turistas.



20. É a 1.ª vez que visita este evento?		%
Sim	179	32,3
Não	375	67,7
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

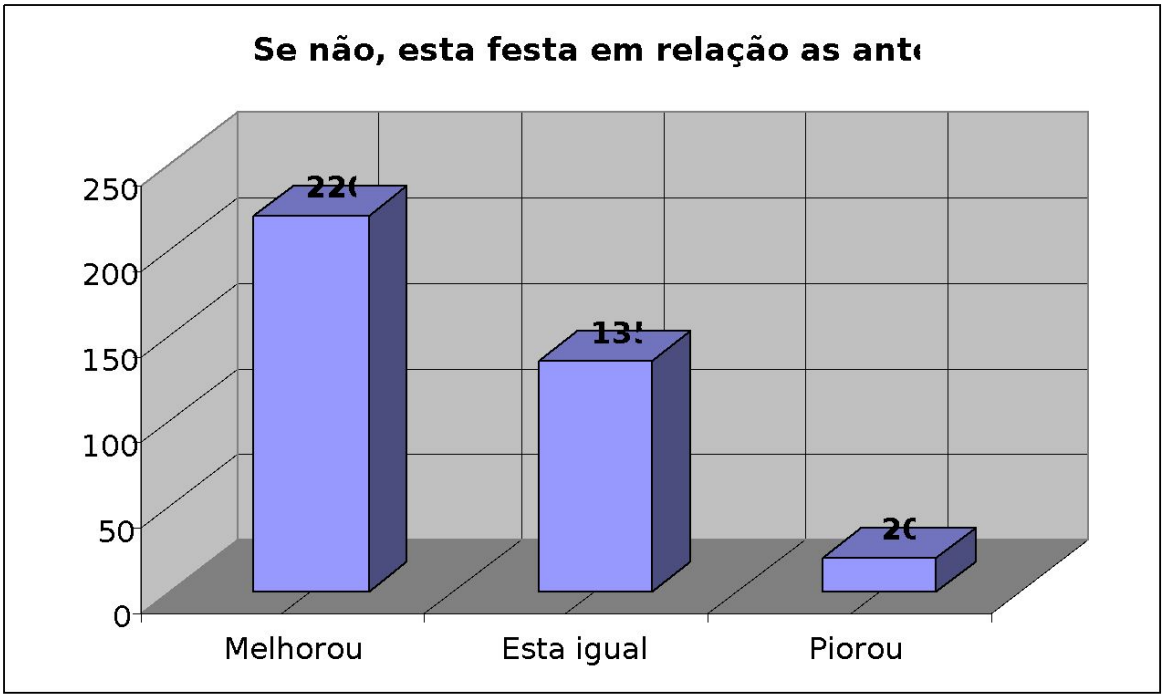
Maior parte já veio outras vezes ao evento, indicando ser uma tradição local.



21. Se não, esta festa em relação as anteriores?		%
Melhorou	220	58,7
Esta igual	135	36
Piorou	20	5,33
Total de Pesquisas	**554**	100

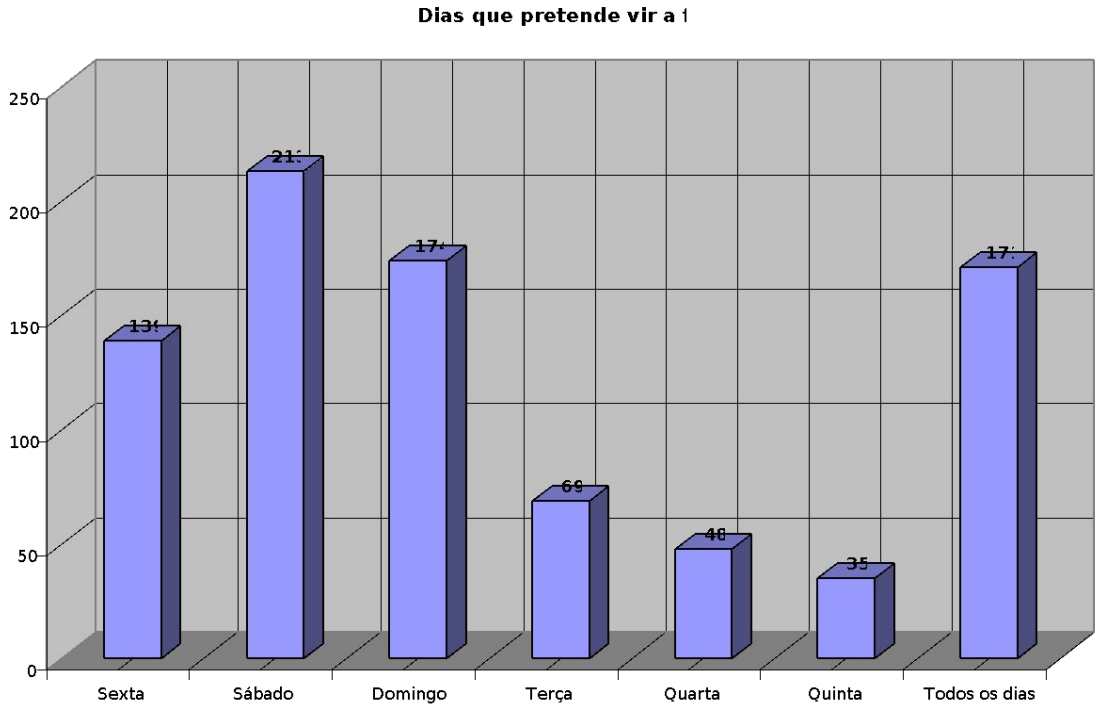
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

Muitos acreditam que a festa melhorou bastante, evidenciando o esforço da organização.



22. Dias que pretende vir à festa?		%
Sexta	139	16,4
Sábado	213	25,1
Domingo	174	20,5
Terça	69	8,13
Quarta	48	5,65
Quinta	35	4,12
Todos os dias	171	20,1
Total de Pesquisas	**849**	100

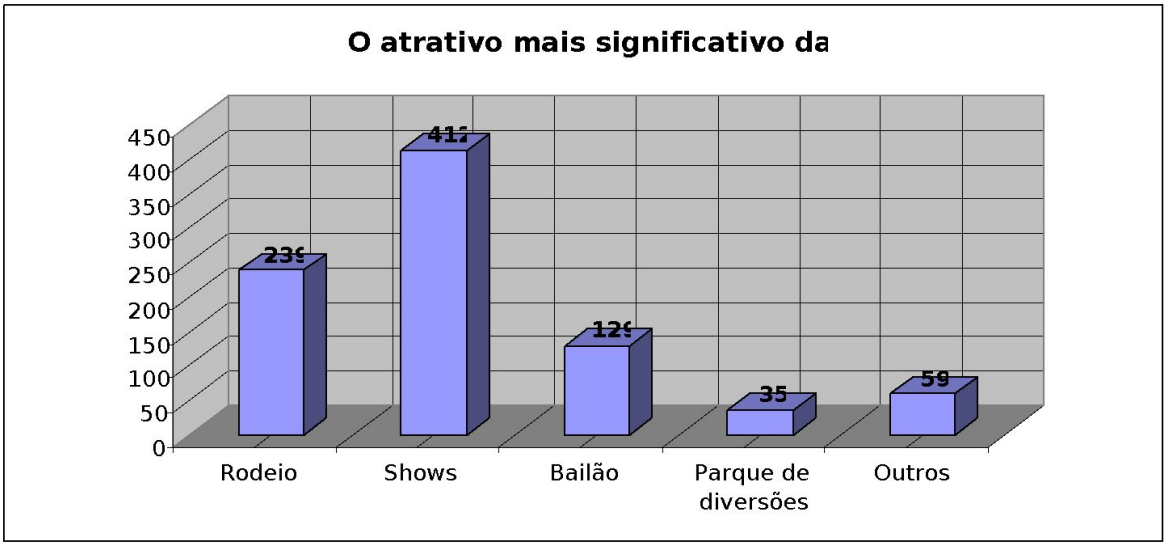
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Final de semana é o período de maior freqüência de visitantes.

23. O atrativo mais significativo da festa é:		%
Rodeio	239	27,3
Shows	412	47,1
Bailão	129	14,8
Parque de diversões	35	4
Outros	59	6,75
Total de Pesquisas	**874**	100

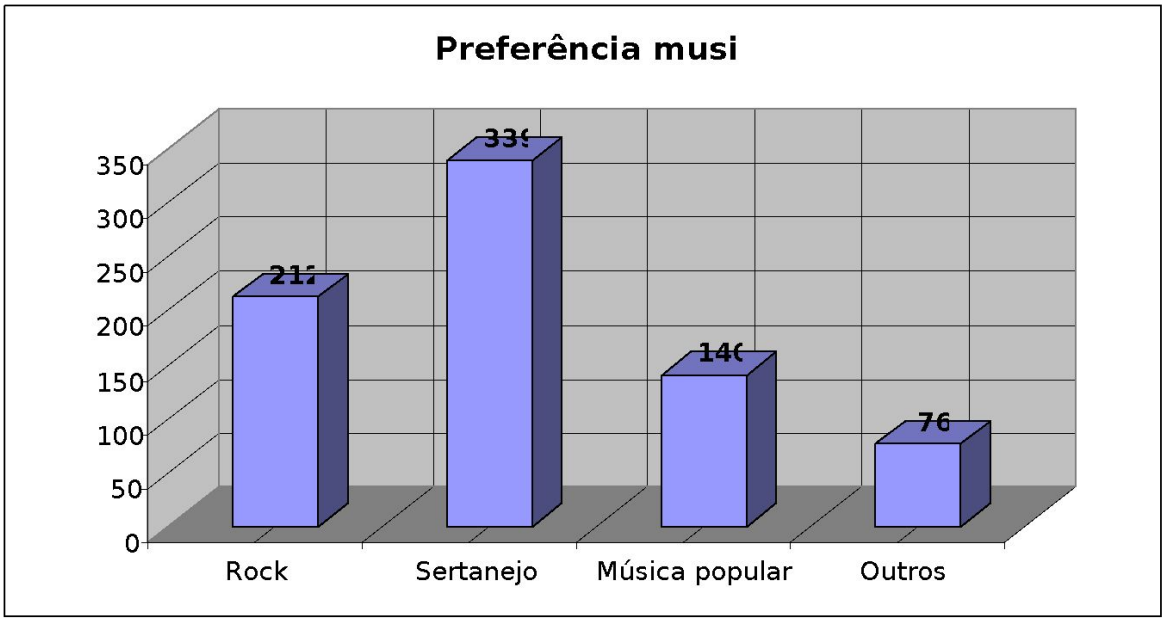
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Sem dúvida, os shows são o principal atrativo da Festa, devendo sempre receber muita atenção dos organizadores.

24. Preferência musical?		%
Rock	212	27,6
Sertanejo	339	44,2
Música popular	140	18,3
Outros	76	9,91
Total de Pesquisas	**767**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

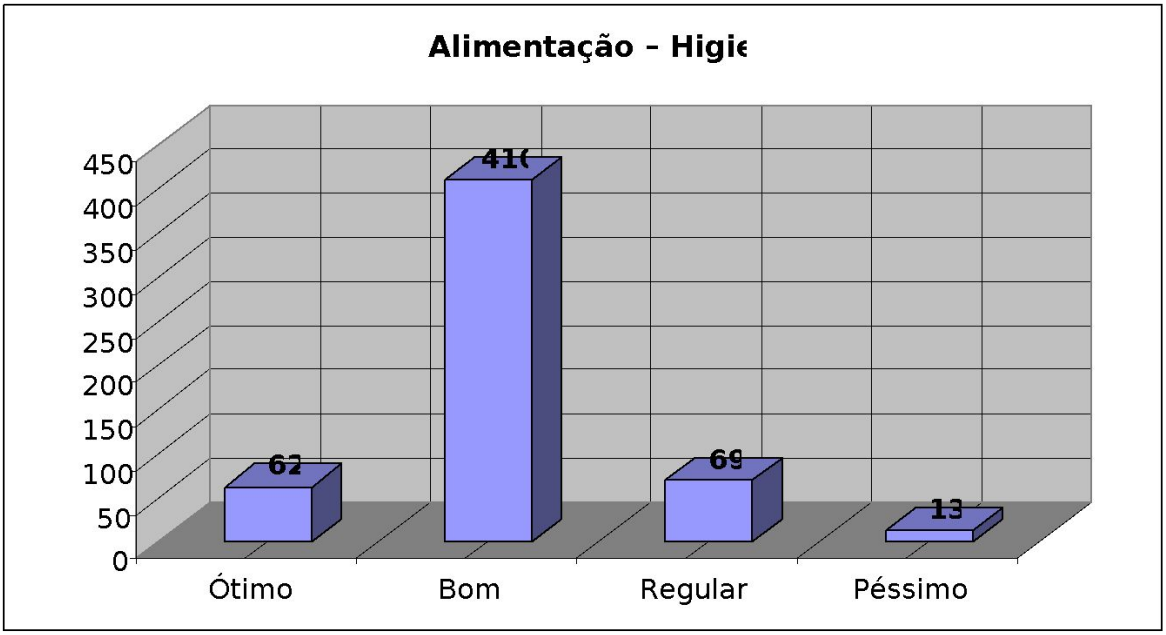


O sertanejo é o estilo preferido da maioria, mas há outros estilos que também são apreciados pelos visitantes. Portanto, é interessante diversificar os estilos.

25.1. Alimentação - Higiene:		%
Ótimo	62	11,2
Bom	410	74
Regular	69	12,5

Péssimo	13	2,35
Total de Pesquisas	**554**	100

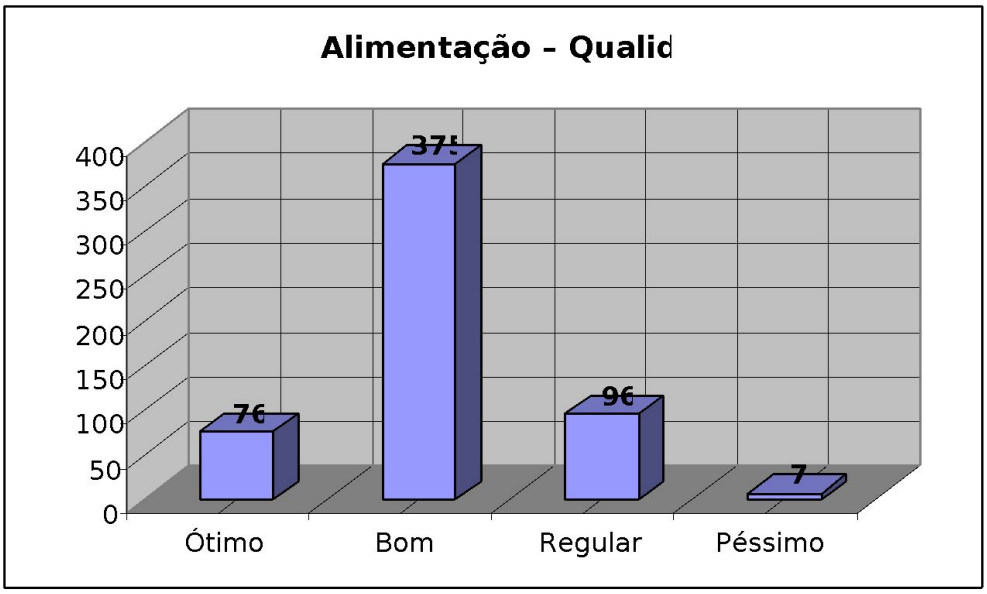
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



25.2. Alimentação - Qualidade:		%
Ótimo	76	13,7
Bom	375	67,7
Regular	96	17,3
Péssimo	7	1,26

Total de Pesquisas	**554**	100

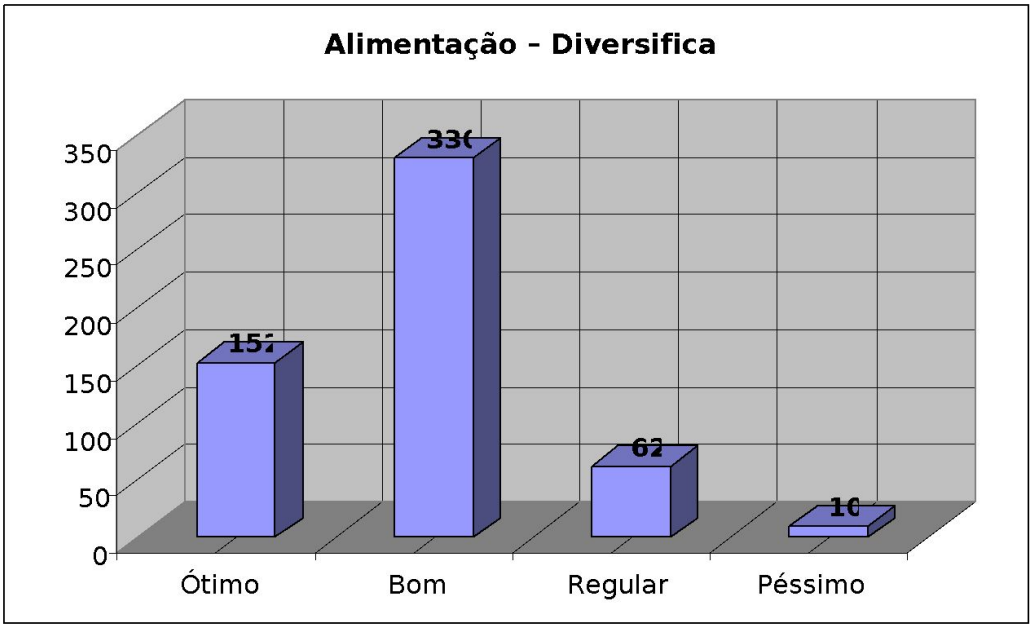
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



25.3. Alimentação - Diversificação:		%
Ótimo	152	27,4
Bom	330	59,6

Regular	62	11,2
Péssimo	10	1,81
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

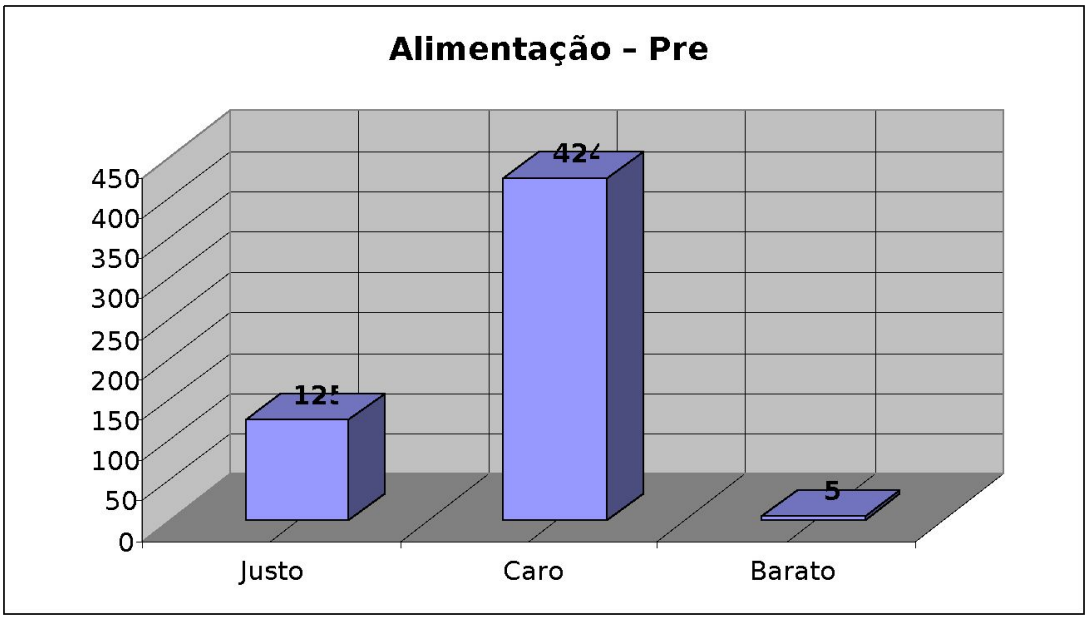


Quanto aos itens higiene, qualidade e diversificação, a alimentação foi considerada muito boa.

25.4. Alimentação - Preço:		%
Justo	125	22,6

Caro	424	76,5
Barato	5	0,9
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.

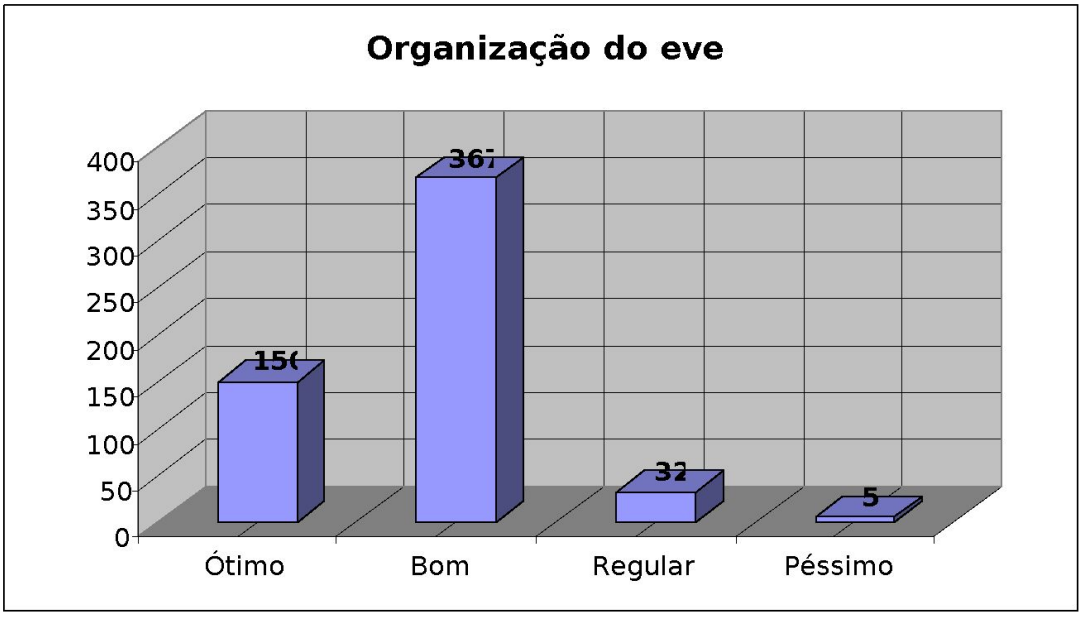


A alimentação comercializada na festa foi considerada cara. É um item a ser repensado para 2006, pois como já foi dito, a maioria dos visitantes tem baixo pode aquisitivo.

26. Organização do		%

evento:		
Ótimo	150	27,1
Bom	367	66,2
Regular	32	5,78
Péssimo	5	0,9
Total de Pesquisas	**554**	100

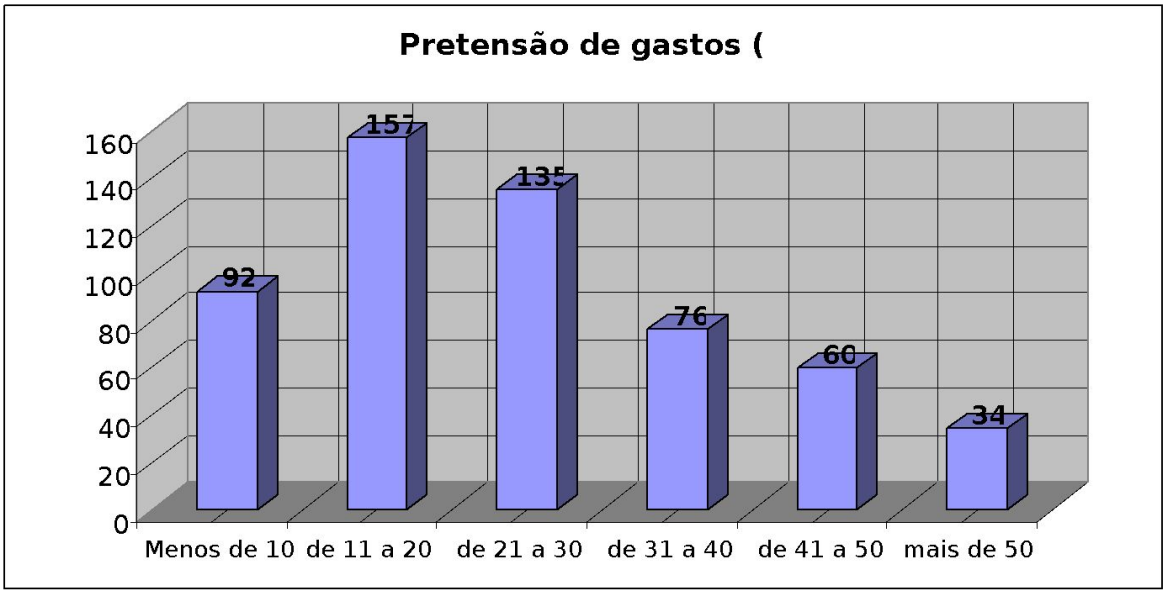
Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



Organização do evento satisfez, de maneira significativa, a maioria dos visitantes.

27. Pretensão de gastos (R$):		%
Menos de 10	92	16,6
de 11 a 20	157	28,3
de 21 a 30	135	24,4
de 31 a 40	76	13,7
de 41 a 50	60	10,8
mais de 50	34	6,14
Total de Pesquisas	**554**	100

Fonte: Curso de Turismo ISCA Faculdades, 2005.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Festa do Peão Boiadeiro de Limeira se caracteriza como um grande evento popular, principalmente, quando pensamos na faixa de renda da maioria do público visitante, que possui baixo poder aquisitivo.

Durante estes últimos 22 anos, desde a realização da primeira Festa do Peão Boiadeiro em Limeira aos dias atuais, observa-se uma verdadeira evolução, um crescimento. Inicialmente, a Festa foi criada para fazer parte das comemorações do aniversário da cidade, assumindo diferentes características conforme a administração municipal vigente.

Nas primeiras festas a competição esportiva era a sua principal razão, com atrações musicais em estilos sertanejos, caracterizando-se como uma festa tipicamente boiadeira.

Passando o tempo, a festa sofreu alterações, passando a ser um mega evento turístico com a preocupação de atrair um grande número de público, tendo como maior atração os *shows* musicais do que, propriamente dito, a competição entre os peões, motivo principal pelo qual foi organizada a primeira festa de Barretos, inspiradora de muitas festas pelo país, inclusive a de Limeira.

Hoje, a Festa do Peão Boiadeiro de Limeira se configura como o maior evento turístico para a cidade, gera lazer e entretenimento. Deve ser direcionada para sustentabilidade, ou seja, para a valorização da cultura e promovendo a inclusão social com geração de emprego e renda para a população.

PESQUISA FESTA DO PEÃO

1. Sexo ( ) fem ( ) masc
2. Idade( )de 15 à 18( )de 19 à 22( )de 23 à 30 ( )de 31 à 40 ( )de 41 à 50( )de 51 à 60 ( ) mais de 60 anos
3. Estado civil ( ) solteiro ( ) casado ( ) divorciado/separado ( ) viúvo ( ) outros.....
4. Escolaridade ( ) 1º. grau incompleto ( ) 1º.grau completo
( ) 2º. grau incompleto ( ) 2º.grau completo
( ) superior incompleto ( ) superior completo
( ) Pós graduação
5. Ocupação
6. Renda ( ) de 1 à 3 salários mínimos ( ) de 4 à 7 salários mínimos
( ) de 8 à 11 salários mínimos ( ) de 12 à 15 salários mínimos
( ) de 16 à 20 salários mínimos( ) mais de 20 salários mínimos
7. Local de residência.....
8. Meio de transporte utilizado para chegar ao evento
( ) carro próprio( ) carona( ) van ( ) ônibus( ) moto( ) outros.....
9. Estacionamento
a) preço ( ) justo ( ) caro ( ) barato
b) localização ( ) adequada ( ) inadequada
10. Segurança( ) Ótimo ( ) Bom ( ) regular ( ) péssimo
11. Banheiros
a) quantidade ( ) suficiente ( ) insuficiente
b) localização( ) Ótimo ( ) Bom ( ) regular ( ) péssimo
c) limpeza( ) Ótimo ( ) Bom ( ) regular ( ) péssimo
12. Atendimento da bilheteria
( ) Ótimo ( ) Bom ( ) regular ( ) péssimo
13. Valor do ingresso ( ) justo ( ) caro ( ) barato
14. Recepção/Entrada
( ) Ótimo ( ) Bom ( ) regular ( ) péssimo
15. É a 1ª. vez que visita este evento? ( ) sim ( ) não
16. Se sim, esta festa em relação ao ano anterior?
( ) melhorou ( ) está igual ( ) piorou
17. Com que freqüência pretende vir ao evento?
( ) 1 vez ( ) de 2 vezes à 3 vezes ( ) de 4 à 5 vezes ( ) todas as noites
18. O atrativo mais significativo da festa é:
( ) rodeio ( ) shows ( ) bailão ( ) parque de diversão ( ) outros.....
19. Alimentação
a) higiene ( ) ótimo ( ) bom ( ) regular ( ) péssimo
b) qualidade ( ) ótimo ( ) bom ( ) regular ( ) péssimo
c) diversificação ( ) ótimo ( ) bom ( ) regular ( ) péssimo

d) preço ( ) justo ( ) caro ( ) barato
20. Organização do evento ( ) ótimo ( ) bom ( ) regular ( ) péssimo