

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas
e Sociais do Piauí – CEPRO**

Relatório de Pesquisa

Demanda Turística

Teresina, Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia)
e São Raimundo Nonato

Novembro de 2005

Governo do Estado do Piauí

Governador: José Wellington Barroso de Araújo Dias

Secretaria Estadual do Planejamento

Secretário: Merlong Solano Nogueira

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO

Presidente: Oscar de Barros Sousa

Gerência de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas

Carlos Ferreira Lima

Coordenação de Contas Regionais

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

Coordenação de Avaliação de Autarquias

Francisco Carvalho Chaves

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

Equipe Central de Elaboração

Elaboração / Coordenação

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Colaboração

Carlos Ferreira Lima
Maria Bernadete Oliveira

Supervisão de Campo

Teresina

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Aeroporto:

Maria Bernadete Oliveira

Rodoviária:

José Alcion de Oliveira Costa

Litoral

Lúcia Maria Said Adad

Vera Lúcia Sousa Araújo (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Ivone dos Reis Galdino (apoio)

Revisão

Almir Cassimiro Queiroga
Luciana Maura S. de Sousa

Checagem da Revisão

Eva Maria Evangelista Leal
Ilma Araújo Veras
Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

Diagramação e Gráficos

Alcides Luís Gomes da Silva

Programador

Eduyges Martins da Silva

Entrevistadores

Teresina

Amália Chaves Monteiro
Maria da Cruz da Silva
Francisco de Assis B. de Carvalho
Edevaldo Saraiva Costa
Jéferson Vaz Rego
José Alcion de Oliveira Costa
Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão
Luana de Oliveira Brandão
Maria Bernadete Oliveira
Najla Kely de Araújo Cunha
Paulo de Társio Pereira da Silva
Ivone Meneses do Amaral
Izaurina Machado Miguel
Maria Elenildes de Assis Morais

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Amparo Gardenha Guerra de Macêdo
Claudete Nascimento da Silva
Isabelita Silva Ferreira
Laércio Amorim Mendes
Lília Maria Pereira Cardoso
Luís Alberto Silva Ferreira
Maria de Jesus Lima de Souza
Maryanne de Macêdo Linhares
Muridan Silva Ferreira
Rosileide da Silva Oliveira (PIEMTUR)

São Raimundo Nonato

Ana Alice Alves Paes
Ângelo José Pereira da Silva
Francinaldo Pereira dos Santos
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Mário Ribeiro dos Santos Filho
Neiva Ribeiro dos Santos
Ismalha da Conceição Silva

Digitação

Teresina e Litoral

Lucia Maria Said Adad

São Raimundo Nonato

Paulo de Társio Pereira da Silva
Sônia Maria Ribeiro Feitosa

SUMÁRIO

Apresentação	07
Teresina	
1. Procedência dos Turistas	11
2. Perfil dos Turistas	14
2.1. Aspectos pessoais	14
2.2. Aspectos econômico-financeiros	17
3. Meios de Transporte e de Hospedagem	19
4. Motivações e Atrativos da Viagem	20
5. Aspectos Espaciais	24
6. Avaliação Geral dos Turistas	26
Litoral (Parnaíba e Luís Correia)	
1. Procedência dos Turistas	35
2. Perfil dos Turistas	38
2.1. Aspectos pessoais	38
2.2. Aspectos econômico-financeiros	41
3. Meios de Transporte e de Hospedagem	43
4. Motivações e Atrativos da Viagem	43
5. Aspectos Espaciais	47
6. Avaliação Geral dos Turistas	48
São Raimundo Nonato	
1. Procedência dos Turistas	55
2. Perfil dos Turistas	57
2.1. Aspectos pessoais	57
2.2. Aspectos econômico-financeiros	60
3. Meios de Transporte e de Hospedagem	62
4. Motivações e Atrativos da Viagem	63
5. Aspectos Espaciais	66
6. Avaliação Geral dos Turistas	67

APRESENTAÇÃO

A Fundação CEPRO apresenta os resultados das pesquisas sobre Demanda Turística em Teresina, Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato. Os dados de campo foram colhidos na última semana de Novembro/2005.

Trabalho semelhante é realizado pelos demais estados nordestinos e coordenados pelo Centro de Turismo Integrado do Nordeste – órgão colegiado dos secretários estaduais de Turismo nesta região. É um esforço para o planejamento deste segmento da atividade humana tão vital para o Nordeste brasileiro, o turismo.

Integrada nesta tarefa desde 2002, a CEPRO dá sua contribuição assimilando a metodologia definida para o trabalho e incorporando a pesquisa como rotina de trabalho. A pesquisa tem por objetivo o recolhimento de dados e informações sobre variáveis que são indicadores das tendências de segmento do setor turístico.

Lembrando sempre das parcerias que possibilitam este trabalho, é preciso citar a Secretaria do Planejamento – SEPLAN e o Instituto Interamericano para a Cooperação Agrícola – IICA –, com o suporte financeiro necessário, a PIEMTUR, a Polícia Militar, a Secretaria de Saúde do Estado e órgãos como INFRAERO, Polícia Rodoviária Federal, a Fundação Museu do Homem Americano – FUMDHAM –, bem como as prefeituras de Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato.

Particularmente faço questão de citar todos os servidores da Fundação CEPRO que, de uma forma ou de outra, contribuem para a concretização deste trabalho e dos demais da Fundação.

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas
e Sociais do Piauí – CEPRO**

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Teresina

Novembro de 2005

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em Novembro de 2005, os turistas que visitaram ou estiveram em Teresina eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 98,0%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 2,0%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	98,0
Exterior	2,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Estados Unidos, com 47,6%, seguidos por Argentina e Portugal, com 14,3% e 9,5%, respectivamente.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países	(%)
Estados Unidos	47,6
Argentina	14,3
Portugal	9,5
Outros	28,6
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes Estados: Piauí, com 27,6%; Ceará, com 17,0%; São Paulo, com 10,8%; Maranhão, com 10,4% e Pernambuco, com 7,5%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 68,1%; a região Sudeste, 16,6%; e a Centro-Oeste, 7,7%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	4,5
Acre	0,1
Pará	3,6
Amazonas	0,3
Tocantins	0,3
Roraima	0,1
Amapá	0,1
Nordeste	68,1
Piauí	27,6
Maranhão	10,4
Ceará	17,0
Pernambuco	7,5
Bahia	1,9
Rio Grande do Norte	1,8
Paraíba	1,1
Alagoas	0,5
Sergipe	0,3
Sudeste	16,6
São Paulo	10,8
Rio de Janeiro	4,1
Minas Gerais	1,7
Centro-Oeste	7,7
Distrito Federal	6,1
Goiás	1,2
Mato Grosso	0,3
Mato Grosso do Sul	0,1
Sul	3,1
Paraná	1,4
Rio Grande do Sul	1,0
Santa Catarina	0,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

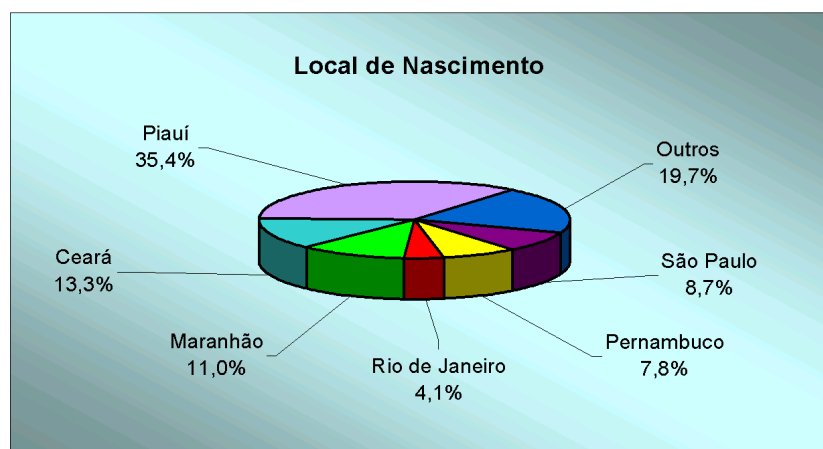
Quanto ao local de nascimento dos turistas que aportaram em Teresina, evidenciou-se que a maioria nasceu no Piauí, tendência que vem se constatando através das pesquisas realizadas, correspondendo a 35,4%, seguida dos nascidos no Ceará (13,3%), Maranhão (11,0%) e São Paulo (8,7%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	35,4
Ceará	13,3
Maranhão	11,0
São Paulo	8,7
Pernambuco	7,8
Rio de Janeiro	4,1
Outros Estados	19,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas

2.1 Aspectos pessoais

Observa-se, de conformidade com a Tabela 5, que entre os turistas predominam aqueles do sexo masculino, o qual corresponde a 62,7% no geral e a 74,2% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior e pós-graduados representam 53,1%.

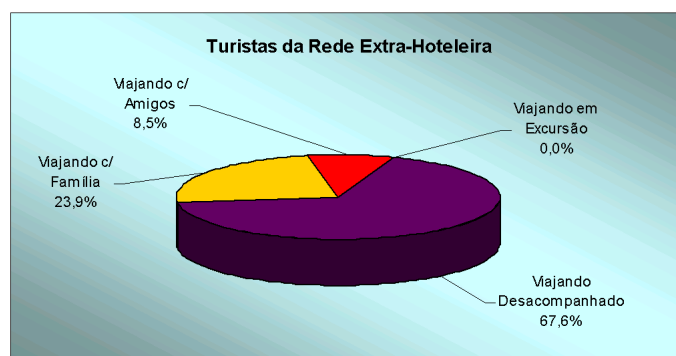
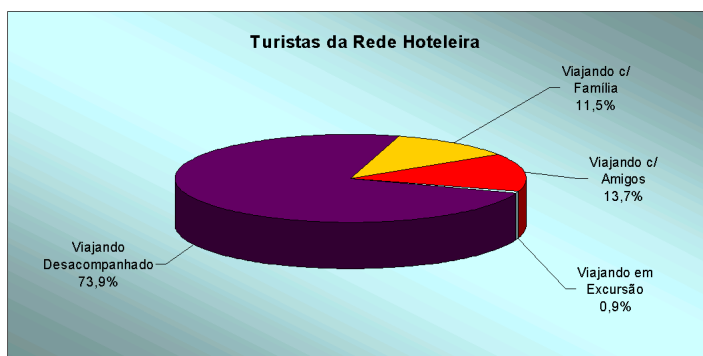
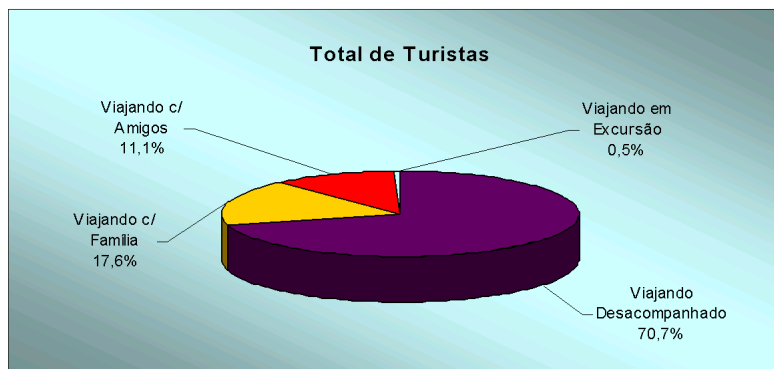
O percentual de turistas casados atingiu 58,1%. Dentre os entrevistados, 70,7% viajaram desacompanhados e 17,6%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 73,9% viajaram desacompanhados, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 67,6%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	74,2	50,7	62,7
Feminino	25,8	49,3	37,3
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	0,4	0,8	0,6
18 a 25 Anos	8,0	20,2	14,0
26 a 35 Anos	28,8	28,5	28,6
36 a 50 Anos	43,7	31,4	37,7
51 a 65 Anos	16,1	14,3	15,2
Acima de 65 Anos	3,0	4,8	3,9
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	6,5	15,8	11,1
Médio	16,3	40,3	28,1
Técnico	4,5	1,2	2,8
Superior	47,9	29,3	38,8
Pós-Graduação	22,4	5,9	14,3
Outros	2,4	7,5	4,9
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	63,1	52,8	58,1
Solteiro	21,9	36,6	29,1
Separado	10,2	5,6	7,9
Viúvo	2,6	3,1	2,8
Outros	2,2	1,9	2,1
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	73,9	67,6	70,7
Com a Família	11,5	23,9	17,6
Com Amigos	13,7	8,5	11,2
Em Excursão	0,9	-	0,5
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,7	1,5	1,6

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que apenas 17,4% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 25,8%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	25,8	8,7	17,4
Não	74,2	91,3	82,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: funcionário público, com 9,9%; autônomo, 6,8%; professor, 6,5%; empresário, 5,7%, e engenheiro, 5,4%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	9,3	10,6	9,9
Autônomo	4,3	9,4	6,8
Professor	5,8	7,3	6,5
Empresário	6,7	4,6	5,7
Engenheiro	9,1	1,5	5,4
Aposentado	2,0	7,3	4,6
Estudante	1,7	7,5	4,5
Dona-de-Casa	2,2	6,7	4,4
Comerciante	2,4	5,2	3,8
Gerente de Vendas	6,1	1,2	3,7
Lavrador/Agricultor	1,5	4,2	2,8
Representante Comercial	4,5	1,0	2,7
Médico	3,2	1,9	2,6
Advogado	3,9	0,8	2,4
Administrador	3,5	1,2	2,4
Vendedor	1,9	2,1	2,0
Técnico de Nível Médio	3,2	0,6	1,9
Bancário	2,2	0,8	1,5
Comerciário	0,6	2,5	1,5
Militar	1,1	1,3	1,2
Consultor	1,7	0,8	1,2
Empregado Doméstico	-	2,3	1,1
Analista de Sistemas	1,3	0,4	0,9
Enfermeiro	0,7	0,8	0,8
Dentista	1,1	0,2	0,7
Religioso	0,2	0,8	0,5
Outras	19,8	17,0	18,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no mês de novembro foi, em média, 6,9 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 9,2 dias, enquanto os da rede hoteleira, 4,7 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 377,30, correspondendo a R\$ 54,72 per capita/dia, incluída 1,3 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, essa média foi de R\$ 304,95, correspondendo a R\$ 33,13 per capita/dia, incluída 1,4 pessoa.

Quanto aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 458,33, cerca de R\$ 98,11 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,2 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,7	9,2	6,9
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	589,41	447,34	519,03
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,2	1,4	1,3
Gasto per Capita (R\$)	458,33	304,95	377,30
Gasto per Capita/Dia (R\$)	98,11	33,13	54,72
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.858,64	1.932,39	3.458,10

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram hospedagem (19,1%) e compras (18,7%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	20,9	12,1	19,1
Compras	19,7	19,6	18,7
Diversões / Passeios	10,9	14,9	12,8
Alimentação	9,3	11,6	9,8
Transporte	10,6	7,0	8,4
Outros	28,6	34,8	31,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

A Tabela 10 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional	98,0	7,0	465,80	66,85
Norte	4,3	7,3	819,16	112,82
Acre	0,1	18,0	1.500,00	83,33
Amapá	0,1	3,0	600,00	200,00
Amazonas	0,3	7,7	1.093,33	142,61
Pará	3,5	7,6	693,49	91,31
Roraima	0,1	3,0	6.000,00	2.000,00
Tocantins	0,3	2,0	214,00	107,00
Nordeste	67,0	6,6	409,06	62,06
Maranhão	10,2	8,1	511,03	63,51
Piauí	27,2	7,8	278,42	35,63
Ceará	16,6	5,0	453,11	90,00
Rio Grande do Norte	1,8	3,4	500,95	148,78
Paraíba	1,0	11,9	396,64	33,31
Pernambuco	7,4	3,5	586,85	167,06
Alagoas	0,5	13,0	404,00	31,08
Sergipe	0,3	3,7	529,33	144,36
Bahia	1,9	5,8	568,15	98,81
Sudeste	16,3	7,7	498,40	64,80
Minas Gerais	1,7	6,8	831,11	121,63
Rio de Janeiro	4,0	5,8	506,55	59,76
São Paulo	10,6	7,5	441,87	58,64
Centro-Oeste	7,5	9,2	688,15	74,88
Mato Grosso	0,3	7,0	633,33	90,48
Mato Grosso do Sul	0,1	4,0	436,00	109,00
Goiás	1,1	3,0	611,92	203,97
Distrito Federal	6,0	10,6	709,29	67,20
Sul	2,9	5,4	491,45	89,62
Paraná	1,3	4,9	497,29	100,90
Santa Catarina	0,7	4,1	427,14	103,10
Rio Grande do Sul	0,9	7,2	528,30	73,38
Internacional	2,0	11,5	1.145,71	99,83
Argentina	0,3	6,3	866,67	136,84
Canadá	0,1	10,0	1.000,00	100,00
El Salvador	0,1	3,0	200,00	66,67
Espanha	0,1	8,0	2.000,00	250,00
Estados Unidos	0,9	12,7	1.120,00	88,19
França	0,1	1,0	160,00	160,00
Itália	0,1	45,0	4.00,09	88,88
Líbano	0,1	1,0	0,00	0,00
Portugal	0,2	13,5	1.450,00	107,41
Total	100,0	6,9	377,30	54,72

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **7,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 112,82**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 62,06**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **7,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 64,80**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **9,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 74,88**;

e) A região **Sul** aponta uma permanência média de **5,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 89,62**;

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **11,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 99,83**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de novembro, 50,8% utilizaram como principal meio de transporte o avião, outros (40,7%) se deslocaram de ônibus e com a mais baixa participação aparece o automóvel (6,7%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	72,8	27,9	50,8
Ônibus	20,6	61,7	40,7
Automóvel	4,6	8,9	6,7
Outros	2,0	1,5	1,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

A rede hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em novembro, correspondendo a 50,4%, com destaque para hospedagem em hotel, com 42,8%. A participação da extra-hoteleira atingiu 49,6%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em casa de parentes/amigos, com 36,8%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

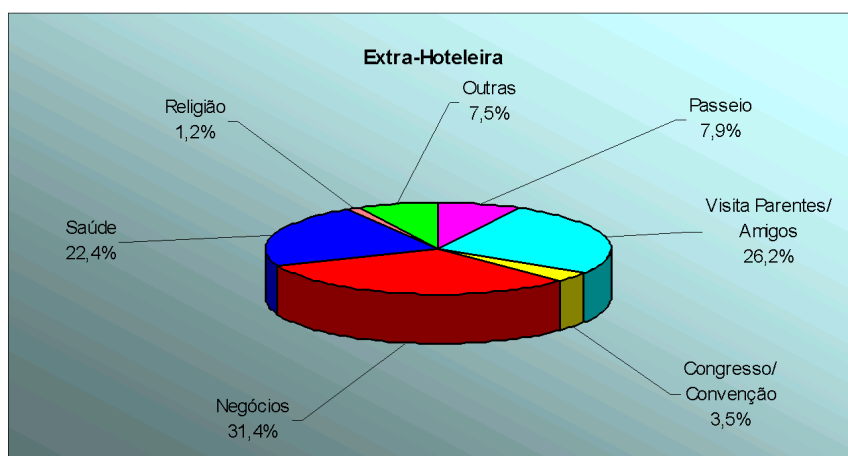
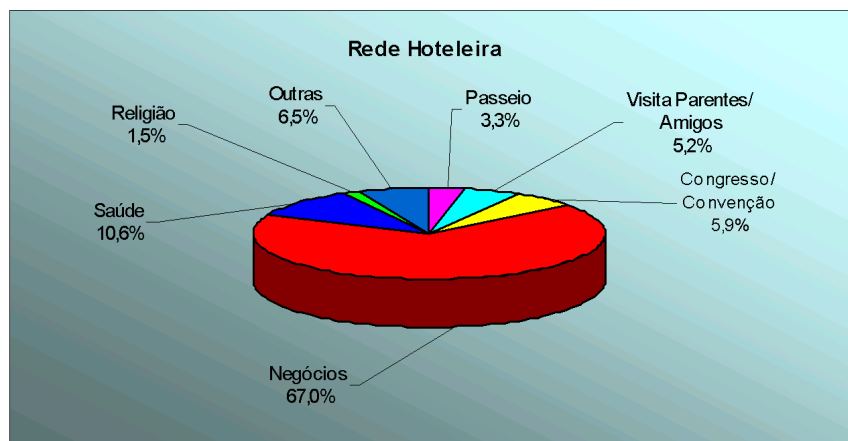
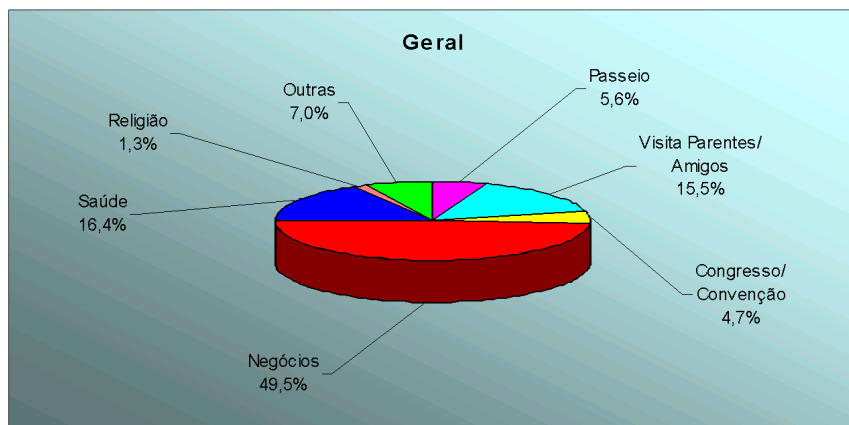
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	50,4
Hotel	42,8
Pensão / Hospedaria	5,0
Pousada	1,9
Flat / Apart-Hotel	0,7
Rede extra-hoteleira	49,6
Casa Parentes/Amigos	36,8
Casa Própria	3,1
Casa / Apart. de Aluguel	1,5
Albergue	0,4
Outros	7,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações colhidas, ver nos gráficos seguintes, foram: negócios, com 49,5%; tratamento de saúde, com 16,4%; e ainda visita de parentes/amigos, com 15,5%. Já para os turistas da rede hoteleira e extra-hoteleira, o motivo negócios respondeu por 67,0% e 31,4%, respectivamente.

Figura 3
Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 53,3%. Os atrativos naturais (18,3%) aparecem também com significativa representação quanto à motivação.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	5,6	23,8	18,3
Patrimônio Histórico-Cultural	22,2	14,3	16,7
Compras	5,6	7,1	6,7
Manifestações Populares	11,1	2,4	5,0
Outros	55,5	52,4	53,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 30,6%, já conhecia o local, com 25,4%, e por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 22,0%.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	27,8	31,8	30,6
Já Conhecia o Local	27,8	24,4	25,4
Propaganda/Publicidade	27,8	14,6	18,6
Agência de Viagem	-	2,4	1,7
Internet	5,6	-	1,7
Outros	11,0	26,8	22,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar a Teresina; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser

a primeira vez que visitavam Teresina. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Tabela 15
Taxa de Retorno do Turista a Teresina (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Visita a Teresina			
Primeira Vez	24,5	11,0	17,9
Mais de Uma Vez	75,5	89,0	82,1
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sim	96,7	97,1	96,9
Não	3,3	2,9	3,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Dos turistas consultados, apenas 17,9% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 82,1% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,9% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital, sendo que, destes, 50,0% confirmaram a previsão de retornar no decorrer de 2006.

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar a Teresina (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	23,8	29,3	26,5
Em 2006	50,0	49,8	50,0
Em 2007	1,0	3,6	2,2
Em 2008	-	0,4	0,2
Em 2009	0,2	-	0,1
Sem Previsão	25,0	16,9	21,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (17,4%), Picos (12,5%), seguidos de Piripiri (5,4%) e Floriano (4,9%).

Tabela 17
Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	32,0	6,3
Barras	1,6	2,3
Luís Correia	3,6	10,4
Parnaíba/Delta	17,4	5,4
Pedro II	1,3	5,2
Piracuruca/Sete Cidades	2,7	11,0
Piripiri	5,4	3,3
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	8,2	11,4
Altos	2,2	19,0
Campo Maior	4,7	3,7
Castelo do Piauí	0,4	15,5
José de Freitas	0,7	11,0
Monsenhor Gil	0,2	8,0
Pólo do Agronegócio	3,2	2,5
Bom Jesus	0,7	2,7
Uruçuí	2,5	2,2
Pólo Histórico-Cultural	10,2	6,9
Amarante	1,3	4,0
Floriano	4,9	3,0
Oeiras	4,0	13,8
Pólo das Origens	0,7	6,3
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	0,7	6,3
Outros	45,0	6,8
Agricolândia	0,2	8,0
Água Branca	3,4	4,7
Alegrete do Piauí	0,2	1,0
Alto Longá	0,2	4,0
Angical do Piauí	0,4	3,5
Aroazes	1,6	1,9
Arraial	0,2	10,0
Baixa Grande do Ribeiro	0,2	8,0
Barro Duro	0,2	1,0
Bertolínia	0,4	2,5
Buriti dos Lopes	1,1	5,0
Canto do Buriti	0,7	17,3
Capitão de Campos	0,2	1,0
Cocal	0,2	60,0

Continua

Continuação

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Corrente	0,4	4,0
Cristalândia	0,2	4,0
Curimatá	0,2	3,0
Demerval Lobão	0,9	2,3
Elesbão Veloso	0,7	1,3
Eliseu Martins	1,1	25,0
Fronteiras	1,1	3,2
Gilbués	0,2	1,0
Guadalupe	1,6	10,6
Hugo Napoleão	0,2	1,0
Inhuma	0,7	1,3
Ipiranga do Piauí	1,1	8,2
Jaicós	0,2	5,0
Joaquim Pires	0,4	15,5
Juazeiro do Piauí	0,2	7,0
Luzilândia	0,2	1,0
Miguel Alves	0,2	1,0
Nazaré	0,2	3,0
Novo Santo Antônio	0,2	1,0
Padre Marcos	0,2	10,0
Palmeirais	0,9	5,0
Patos do Piauí	0,2	1,0
Paulistana	0,9	1,0
Picos	12,5	6,2
Prata do Piauí	0,2	5,0
Redenção do Gurguéia	0,2	1,0
Regeneração	1,1	4,6
Ribeiro Gonçalves	0,2	2,0
Santa Cruz do Piauí	0,2	2,0
Santa Filomena	0,2	1,0
Santa Rosa	0,2	1,0
Santo Antônio de Lisboa	0,2	6,0
São Félix do Piauí	0,2	1,0
São Francisco do Piauí	0,4	5,5
São Gonçalo do Gurguéia	0,2	8,0
São Gonçalo do Piauí	0,2	5,0
São João do Piauí	0,7	79,3
São Miguel do Fidalgo	0,2	3,0
São Miguel do Tapuio	0,7	2,3
São Pedro do Piauí	0,9	4,3
União	1,1	1,6
Valença do Piauí	3,1	6,5
Total	100,0	6,7

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

6 Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 18 mostra a avaliação realizada pelos visitantes, no que diz respeito ao produto turístico consumido.

Tabela 18
Teresina – Avaliação Geral dos Turistas (%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice %
Atrativos						
Naturais	25,8	52,6	14,9	5,5	1,2	56,7
Patrimônios Históricos	15,1	62,5	19,2	2,7	0,5	55,1
Manifestações Populares	25,8	56,9	13,9	2,7	0,7	65,4
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	36,6	46,9	14,2	1,8	0,6	67,0
Passeios Oferecidos	8,7	73,1	12,4	5,4	0,4	63,6
Serviços Receptivos/Empresas	18,5	66,9	10,7	1,8	2,1	70,8
Hospitalidade do Povo*	34,9	59,3	4,6	0,6	0,6	88,6
Informações Turísticas	12,7	38,6	25,6	15,8	7,3	2,5
Sinalização Turística	6,1	41,1	27,6	17,5	7,7	- 5,5
Guias de Turismo	18,1	36,3	19,5	18,1	7,9	8,8
Meios de Hospedagem*	25,9	62,8	9,2	1,8	0,3	77,3
Bares e Restaurantes	16,6	68,9	12,7	1,2	0,6	71,0
Comércio/Compras	9,8	70,1	17,3	1,8	0,9	59,8
Diversões Noturnas	19,5	59,7	16,2	2,5	2,0	58,5
Serviços de Táxis	13,9	73,8	8,4	3,0	0,8	75,3
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	21,3	64,2	11,1	2,2	1,2	71,0
Sinalização Urbana	5,1	61,5	25,2	5,9	2,4	33,2
Segurança Pública	6,6	50,3	35,3	5,7	2,1	13,8
Limpeza Pública	6,0	52,4	32,7	6,3	2,6	17,0
Ônibus Urbano	12,3	48,3	32,6	5,8	1,0	21,3
Terminal Rodoviário	8,6	62,6	23,6	3,3	1,9	42,3
Aeroporto	6,8	43,9	38,7	7,7	2,9	1,4

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

* Item que obteve conceito (BOM+ÓTIMO) – (REGULAR+RUIM+PÉSSIMO) de, pelo menos, 80% na avaliação dos entrevistados.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de 12 itens avaliados, obteve um índice de avaliação superior a 80%. Vale ressaltar que os itens meios de hospedagem, serviços de táxis e bares e restaurantes atingiram índices expressivos (77,3%),

75,3% e 71,0%, respectivamente. No aspecto de infra-estrutura em Teresina, o item mais representativo foi comunicações (correios/fone), sem, contudo, alcançar avaliação de, pelo menos, 80% (no caso, 71,0%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: informações turísticas (2,5%), aeroporto (1,4%) e sinalização turística (-5,5%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	6,1	5,4	5,8
Razoáveis	77,8	75,2	76,4
Elevados	14,8	17,1	16,0
Exorbitantes	1,3	2,3	1,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 76,5% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, e 17,8% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (29,8%), serviço de saúde (9,0%), tudo (cidade em geral) (5,8%) e shopping center (5,2%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	3,9
Clima	1,1
Belezas Naturais	1,2
Limpeza da Cidade	1,6
Infra-Estrutura Urbana	13,4
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	2,7
Tranqüilidade da Cidade	3,1
Beleza da Cidade /Avenidas	1,4
Trânsito Moderado	0,9
Crescimento da Cidade	0,5
Conservação das Praças	0,4
Patrimônio Histórico	2,6
Sinalização Urbana	0,1
Centro da Cidade	0,6
Segurança Pública	0,8
Infra-Estrutura	0,3
Infra-Estrutura Turística	17,0
Diversão Noturna	3,0
Alimentação/Culinária	4,4
Beleza Piauiense	1,5
Meios de Hospedagem	1,6
Pontos Turísticos	1,1
Passeios	0,2
Restaurantes e Bares	3,0
Congressos e Eventos	0,8
Serviços dos Hotéis	0,2
Opções de Lazer	0,8
Festas Populares	0,4
Educação, Informação e Comunicação	36,5
Hospitalidade do Povo	29,8
Rever Amigos e Familiares	4,0
Educação Formal	1,4
Aspectos Cultural-Históricos	1,1
Serviços de Comunicações	0,2

Continua

Aspectos Positivos	Continuação (%)
Comércio e Serviços	23,2
Serviços de Saúde	9,0
Bons Negócios	4,0
Comércio	3,8
Shopping Center	5,2
Transporte Coletivo	0,5
Artesanato	0,7
Outros	6,0
Tudo (cidade em geral)	5,8
Pesquisa de Campo	0,1
Produtos Regionais	0,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (51,2%), falta de saneamento básico (6,8%), falta de segurança (5,3%) e desemprego (3,6%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	52,5
Clima	51,2
Poluição	1,3
Infra-Estrutura Urbana	22,9
Falta de Segurança	5,3
Falta de Conservação da Rodoviária/Banheiros	1,3
Limpeza Pública (falta)	3,5
Falta de Saneamento Básico	6,8
Congestionamento no Trânsito	1,5
Estrutura do Aeroporto	1,3
Sinalização Urbana Precária	0,7
Infra-Estrutura da Cidade	1,7
Iluminação Pública	0,6
Aspecto Urbanismo	0,2
Infra-Estrutura Turística	8,5
Falta de Informação Turística	3,1
Poucas Opções de Restaurantes	1,3
Falta de Opção de Lazer	1,4
Serviços no Aeroporto/Atendimento	1,6
Culinária	0,1
Serviços de Hotéis	0,8
Atrativos/Pontos Turísticos	0,1
Locação de Carro	0,1
Educação, Informação e Comunicação	1,6
População Despreparada para Lidar com o Turista	0,7
Atendimento nos Restaurantes	0,6
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	0,1
Falta de Divulgação de Evento Artístico da Cidade	0,2
Comércio e Serviços	4,6
Serviços de Comunicação	0,3
Preços Elevados	0,3
Comércio/Atendimento	0,4
Transporte Coletivo	2,8
Serviço de Moto Táxi/Táxi	0,1
Serviços de Saúde	0,3
Atendimento Geral	0,4
Outros	9,9
Pobreza/Mendicância	1,8
Má-Administração Pública	2,7
Desemprego	3,6
Pernilongos	0,1
Poucos Vôos	1,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística em Teresina foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída de Teresina, tais como: Aeroporto, Rodoviária, BRs. O levantamento de campo foi realizado de 24 a 30/11/2005, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 1.058 turistas receptivos.

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas
e Sociais do Piauí – CEPRO**

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)

Novembro 2005

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em novembro de 2005, os turistas que visitaram o Litoral do Piauí eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 98,8%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 1,2%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	98,8
Exterior	1,2
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram: Peru (33,4%), Espanha e Itália, com 33,3% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Espanha	33,3
Itália	33,3
Peru	33,4
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (52,6%), Maranhão (17,6%) e Ceará (13,0%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 85,8%; a Sudeste, 5,3%, e a Centro-Oeste, com 4,6%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	2,7
Pará	2,7
Nordeste	85,8
Piauí	52,6
Ceará	13,0
Maranhão	17,6
Bahia	1,1
Paraíba	0,4
Rio Grande do Norte	1,1
Sudeste	5,3
São Paulo	3,8
Rio de Janeiro	1,5
Centro-Oeste	4,6
Distrito Federal	4,2
Goiás	0,4
Sul	1,6
Rio Grande do Sul	0,8
Santa Catarina	0,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

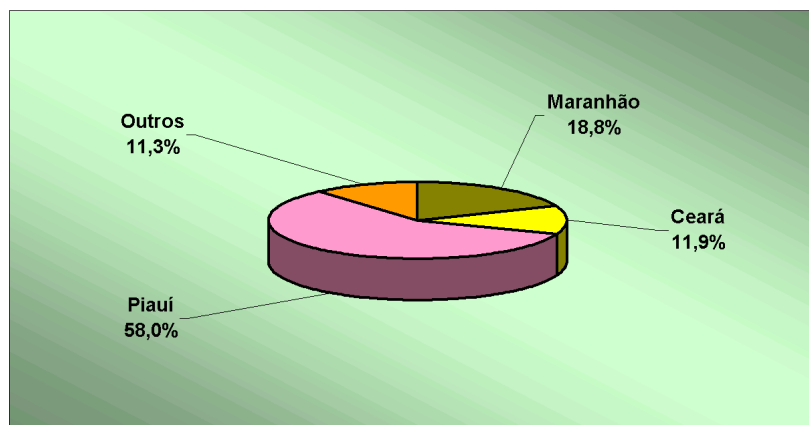
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 58,0%, seguida dos nascidos no Maranhão (18,8%) e Ceará (11,9%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	58,0
Maranhão	18,8
Ceará	11,9
Bahia	1,5
São Paulo	2,3
Pará	2,3
Pernambuco	1,2
Santa Catarina	1,2
Rio de Janeiro	0,8
Outros	2,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas

2.1 Aspectos pessoais

Observando-se a Tabela 5, percebe-se que entre os turistas que estiveram no Litoral do Piauí predominaram aqueles do sexo masculino, correspondendo a 62,5% no geral e a 70,5% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 39,0%.

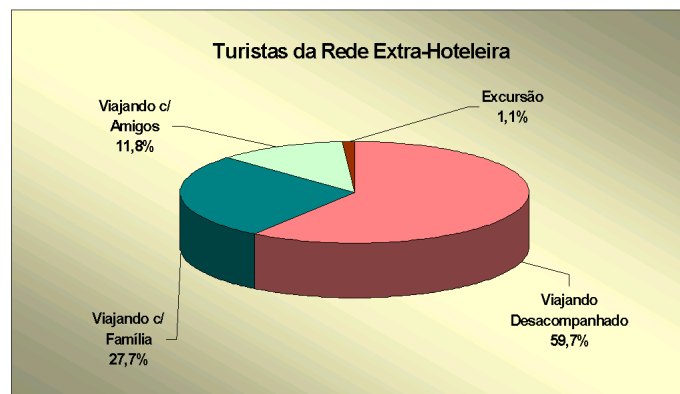
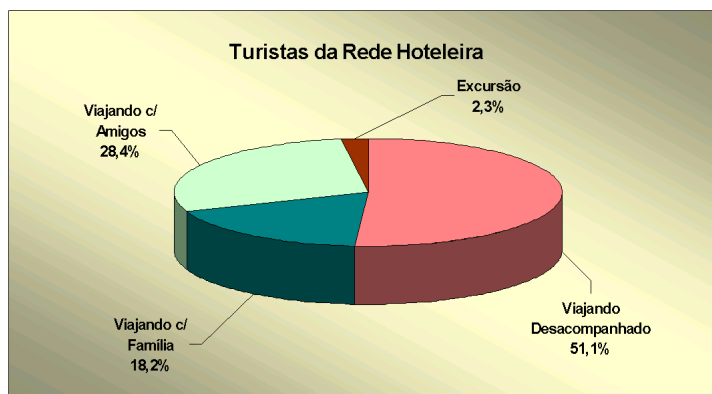
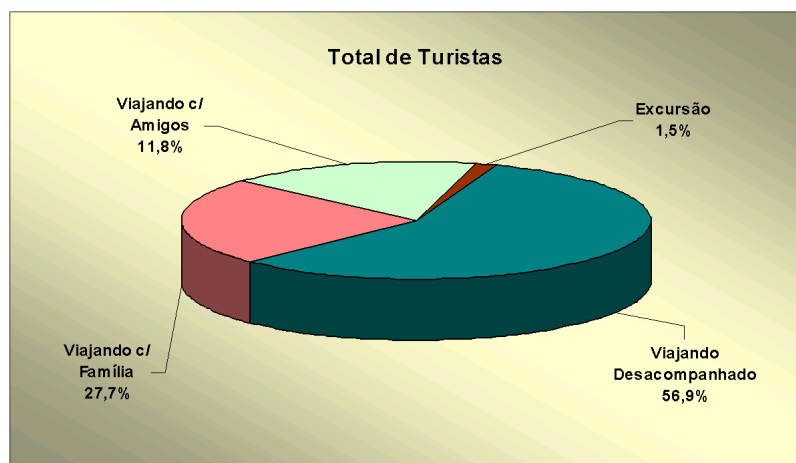
O percentual de turistas casados atingiu 49,3%. Dentre os entrevistados, sobressaem os que viajavam desacompanhados, no geral, na rede extra-hoteleira e na rede hoteleira, com 56,9%, 59,7% e 51,1%, respectivamente, mostrando que na baixa estação os turistas viajam mais desacompanhados, se compararmos com a alta estação (julho de 2005), quando a maioria viaja com a família.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	70,5	58,5	62,5
Feminino	29,5	41,5	37,5
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	-	-
18 a 25 Anos	15,9	18,8	17,8
26 a 35 Anos	36,4	28,4	31,1
36 a 50 Anos	37,5	40,3	39,3
51 a 65 Anos	9,1	9,7	9,5
Acima de 65 Anos	1,1	2,8	2,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	5,7	21,6	16,3
Médio	30,7	46,0	40,9
Técnico	2,3	1,7	1,9
Superior	47,8	25,0	32,6
Pós-Graduação	12,4	3,4	6,4
Outros	1,1	2,3	1,9
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	54,6	46,5	49,3
Solteiro	34,1	38,1	36,7
Separado	10,2	9,7	9,8
Viúvo	1,1	1,7	1,5
Outros	-	4,0	2,7
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	51,1	59,7	56,9
Com a Família	18,2	27,3	24,2
Com Amigos	28,4	11,9	17,4
Em Excursão	2,3	1,1	1,5
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,1	2,6	2,3

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 4,2% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Dos turistas que utilizaram a rede hoteleira 3,4% tiveram sua viagem organizada por agência; dos da rede extra-hoteleira, 4,5%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	3,4	4,5	4,2
Não	96,6	95,5	95,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (26,5%), representante comercial/vendedor (14,4%), autônomo (8,3%) e estudante (6,4%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	31,8	23,9	26,5
Estudante	4,5	7,4	6,4
Comerciante	1,1	8,5	6,1
Professor	4,5	1,1	2,3
Aposentado/Pensionista	3,4	5,1	4,5
Rep. Comercial/Vendedor	25,0	9,1	14,4
Empresário	8,0	1,7	3,8
Desempregado	-	2,6	2,3
Técnico Nível Médio	3,4	-	1,1
Autônomo	4,5	10,2	8,3
Lavrador/Agricultor	-	1,7	1,1
Dona-de-Casa	-	6,8	4,5
Militar	1,1	2,8	2,3
Motorista	-	2,3	1,5
Contador/Auditor	1,1	1,1	1,1
Empregada Doméstica	1,1	1,7	1,1
Bancário	3,4	1,1	1,9
Outras	7,1	12,9	10,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no mês de novembro permaneceram, em média, 7,6 dias, os turistas extra-hoteleiros, em média, 8,6 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 5,6 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 254,61, correspondendo a R\$ 33,39 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,6 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 246,32, correspondendo a R\$ 28,46 per capita/dia, incluída 1,6 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 272,61, cerca de R\$ 48,96 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,5 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	5,6	8,6	7,6
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	407,34	418,45	414,63
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,5	1,6	1,6
Gasto per Capita (R\$)	272,61	246,32	254,61
Gasto per Capita/Dia (R\$)	48,96	28,46	33,39
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.685,12	1.471,58	1.912,38

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: alimentação (23,1%) e compra (19,9%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	12,8	18,5	16,7
Alimentação	24,2	22,5	23,1
Compras	14,2	22,5	19,9
Hospedagem	37,9	0,4	12,1
Transporte	4,2	5,7	5,2
Outros	6,7	30,4	23,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

A Tabela 10 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional	98,8	7,7	398,32	51,73
Norte	2,6	45,4	785,71	17,30
Pará	2,6	45,4	785,71	17,30
Nordeste	84,8	7,1	303,35	54,58
Maranhão	17,4	7,9	255,80	32,51
Piauí	51,9	4,9	322,39	65,53
Ceará	12,9	4,7	515,21	109,48
Paraíba	0,4	2,0	90,00	45,00
Bahia	1,1	18,3	360,0	19,64
Rio Grande do Norte	1,1	5,0	276,67	55,33
Sudeste	5,3	20,0	1.079,25	50,80
Rio de Janeiro	1,5	26,5	1.612,50	60,85
São Paulo	3,8	13,4	546,00	40,75
Centro-Oeste	4,6	8,5	565,91	102,90
Goiás	0,4	2,0	300,00	150,00
Distrito Federal	4,2	14,9	831,82	55,79
Sul	1,5	3,5	412,50	59,09
Rio Grande do Sul	0,8	5,5	750,00	68,18
Santa Catarina	0,7	1,5	75,00	50,0
Internacional	1,2	2,3	134,28	44,76
Espanha	0,4	2,0	140,00	70,00
Itália	0,4	2,0	0,00	0,00
Peru	0,4	3,0	800,00	266,67
Total	100,0	7,6	254,61	33,39

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **45,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 17,30**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **7,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 54,58**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **20,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 50,80**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **8,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 102,90**;

e) A região **Sul** revela uma permanência média de **3,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 59,09**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí no mês de novembro, 73,2% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (24,2%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	69,3	75,0	73,2
Automóvel	28,4	22,2	24,2
Avião	2,3	1,1	1,5
Outros	-	1,7	1,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 69,7%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 52,2% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 30,3%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	30,3
Hotel	15,5
Pousada	14,8
Rede Extra-Hoteleira	69,7
Casa / Apart. de Aluguel	2,3
Casa Própria	7,2
Casa Parentes/Amigos	52,2
Outras	8,0
Total	100,0

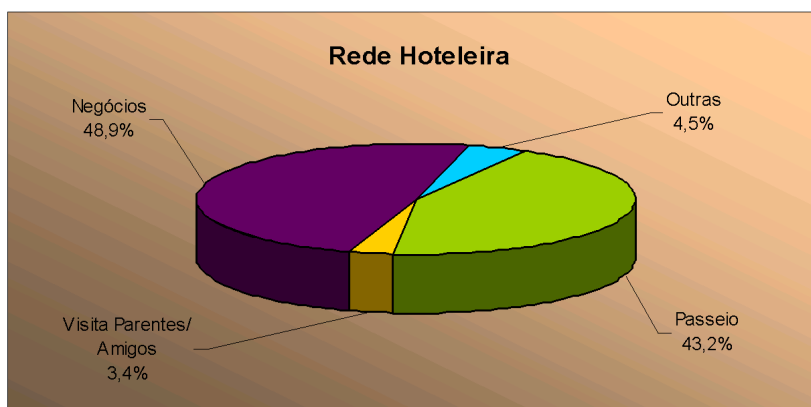
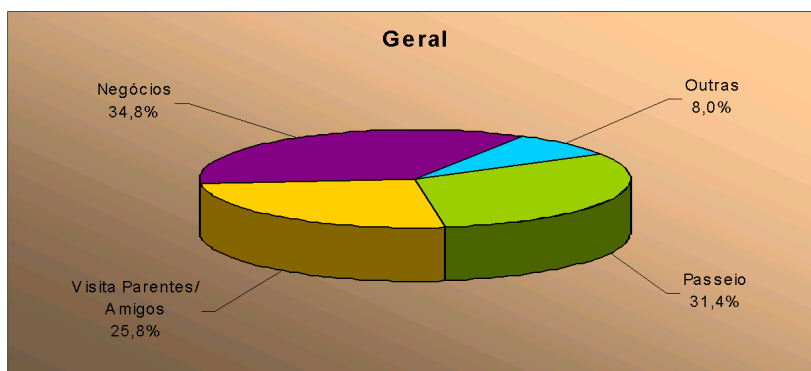
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Embora se tratando de uma região litorânea, mas em período de baixa temporada, o principal motivo da viagem foi negócio (34,8%), vindo em seguida passeio (31,4%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócio ocupa também maior relevância (48,9%), destaca-se, ainda, a participação no motivo passeio, com 43,2%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como a

visita a parentes/amigos (36,9%) e em seguida negócio (27,8%) são as mais relevantes.

Figura 3
Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem ao litoral (motivada por passeio) teve nos atrativos naturais um estímulo de 89,2%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	86,8	91,1	89,2
Compras	2,6	2,2	2,4
Outros	10,6	6,7	8,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

O conhecimento prévio do local (59,0%) e os comentários de parentes/amigos (30,1%) foram os fatores determinantes da decisão quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	34,2	26,7	30,1
Já Conhecia o Local	49,9	66,7	59,0
Propaganda/Publicidade	5,3	-	2,4
Internet	5,3	4,4	4,8
Outros	5,3	2,2	3,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar ao litoral; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser a primeira vez que visitavam o litoral. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Tabela 15
Taxa de Retorno do Turista ao Litoral (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Visita ao Litoral			
Primeira Vez	27,3	10,8	16,3
Mais de Uma Vez	72,7	89,2	83,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	94,3	98,3	97,0
Não	5,7	1,7	3,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Dos turistas consultados, apenas 16,3% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 83,7% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,0% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 58,1% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer do ano de 2006.

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	26,5	19,7	21,9
Em 2006	54,2	60,1	58,1
Em 2007	-	2,3	1,6
Em 2008	1,2	-	0,4
Sem Previsão	18,1	17,9	18,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (18,1%) , Piripiri (14,3%), Floriano (7,8%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Litoral*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	33,8	2,1
Barras	2,6	2,5
Batalha	5,2	2,5
Esperantina	6,5	2,4
Pedro II	2,6	1,0
Piracuruca	2,6	2,0
Piripiri	14,3	2,1
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	28,5	2,3
Altos	2,6	1,0
Campo Maior	6,5	2,0
José de Freitas	1,3	1,0
Teresina	18,1	5,1
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	2,6	2,5
São Raimundo Nonato	2,6	2,5
Pólo Histórico-Cultural	10,4	1,8
Amarante	1,3	2,0
Floriano	7,8	1,5
Oeiras	1,3	2,0
Pólo do Agronegócio	5,2	5,8
Bom Jesus	5,2	5,8
Outros	19,5	16,5
Água Branca	1,3	1,0
Bom Princípio	1,3	2,0
Buriti dos Lopes	1,3	1,0
Canto do Buriti	1,3	2,0
Cocal	2,6	1,5
Corrente	1,3	2,0
Fronteiras	1,3	2,0
Luzilândia	2,6	1,5
Picos	5,2	1,5
Valença	1,3	2,0
Total	100,0	5,2

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

* Litoral igual a Parnaíba e Luís Correia.

6 Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 18 mostra a avaliação do produto turístico consumido pelo visitante.

Tabela 18
Litoral do Piauí – Avaliação Geral dos Turistas (%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais*	55,3	40,7	3,7	0,0	0,4	91,9
Patrimônios Históricos	25,6	52,6	17,3	1,5	3,0	56,4
Manifestações Populares	7,3	43,9	41,5	4,9	2,4	2,4
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	15,3	43,1	27,1	8,2	5,9	17,6
Passeios Oferecidos	27,1	46,5	24,0	1,6	0,8	47,3
Serviços Receptivos/Empresas	19,3	56,3	21,8	1,7	0,8	51,3
Hospitalidade do Povo	39,6	52,2	7,5	0,8	0,0	83,5
Informações Turísticas	6,7	43,8	29,2	13,5	6,7	1,1
Sinalização Turística	3,5	28,5	38,2	16,0	13,9	-36,1
Guias de Turismo	2,2	52,2	21,7	19,6	4,3	8,7
Meios de Hospedagem	19,8	70,2	9,9	0,0	0,0	80,2
Bares e Restaurantes	8,4	60,7	26,4	2,5	2,1	38,1
Comércio/Compras	8,4	51,3	33,0	55,8	1,6	19,4
Diversões Noturnas	20,5	34,1	31,8	10,6	3,0	9,1
Serviços de Táxis	8,1	40,7	30,2	11,6	9,3	-2,3
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	14,5	75,5	6,6	1,7	1,7	80,1
Sinalização Urbana	5,4	42,0	36,2	10,3	6,3	-5,4
Segurança Pública	5,7	53,8	29,1	8,9	2,4	19,0
Limpeza Pública	7,5	43,7	29,5	13,0	6,3	2,4
Ônibus Urbano	1,4	41,4	21,4	21,4	14,3	-14,3
Terminal Rodoviário	2,7	51,1	33,3	11,8	1,1	7,5
Aeroporto	18,8	62,5	0,0	12,5	6,3	62,5

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

* Item que obteve conceito (BOM+ÓTIMO) – (REGULAR+RUIM+PÉSSIMO) de, pelo menos, 80% na avaliação dos entrevistados.

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (91,9%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, apenas hospitalidade do povo e meios de hospedagem obtiveram uma avaliação superior a 80,0%. No aspecto de Infra-Estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 80,1%), seguido pelo aeroporto (62,5%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-36,1%), ônibus urbano (-14,3%), sinalização urbana (-5,4%); e ainda serviço de táxi (-2,3%), de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	3,4	1,7	2,3
Razoáveis	71,6	60,2	63,9
Elevados	18,2	32,4	27,7
Exorbitantes	6,8	5,7	6,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 63,9% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 33,8 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (31,0%), clima (21,7%) e hospitalidade do povo piauiense (12,7%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	60,9
Belezas Naturais	31,0
Clima	21,7
Delta do Parnaíba	5,9
Lagoa do Portinho	2,3
Infra-Estrutura Urbana	5,2
Tranqüilidade da Cidade	2,9
Paisagismo/Aspectos Urbanístico	2,1
Serviço de Transporte	0,2
Infra-Estrutura Turística	9,6
Culinária	3,6
Diversão Noturna	2,5
Restaurantes/Bares	1,6
Artesanato	1,0
Aspectos Cultural-Históricos	0,7
Meios de Hospedagem	0,2
Educação, Informação e Comunicação	16,7
Hospitalidade do Povo	12,7
Amigos e Familiares	2,9
Beleza Piauiense	1,1
Comércio e Serviços	1,4
Comércio	1,4
Outros	6,2
Tudo (cidade em geral)	3,9
Administração Pública	2,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: preços elevados (14,3%), limpeza pública (9,1%) e a falta de opções de lazer (7,7%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	5,9
Sujeira da Praia	5,5
Clima	0,4
Infra-Estrutura Urbana	19,2
Transporte Coletivo	9,2
Infra-Estrutura da Cidade	4,4
Falta de Segurança	1,8
Sinalização Urbana Precária	1,5
Falta de Conservação da Rodoviária	1,5
Falta de Conservação das Rodovias	0,4
Calçamento Ruim	0,4
Infra-Estrutura Turística	21,8
Falta de Opção de Lazer	7,7
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	6,1
Sinalização Turística	5,8
Falta de Investimento	2,2
Educação, Informação e Comunicação	6,0
Despreparo no Relacionamento com o Turista	2,6
Educação no Trânsito	1,5
Povo Mal Educado	1,1
Tradição Cultural	0,8
Comércio e Serviços	30,2
Preços Elevados	14,3
Infra-Estrutura – Água – Luz – Iluminação	5,5
Comércio	3,3
Saúde	3,0
Serviço de Hotéis	1,9
Atendimento nos Restaurantes	1,5
Vôos (poucos)	0,7
Outros	16,9
Limpeza Pública	9,1
Desemprego (falta indústria)	3,3
Pobreza (esmola)	2,9
Administração Pública	0,8
Poluição Visual	0,4
Mau Atendimento Geral	0,4
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2005.

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística no Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia) foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do litoral, tais como: Rodoviárias, BRs e PIs. O levantamento de campo foi realizado no período de 25 de novembro a 01 de dezembro de 2005, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 264 turistas receptivos.

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas
e Sociais do Piauí – CEPRO**

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Novembro/2005

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em novembro de 2005, os turistas que visitaram São Raimundo Nonato eram, na sua totalidade, brasileiros, com representatividade de 100,00%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	100,0
Exterior	0,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Conforme a Tabela 2, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (70,4%), Pernambuco (7,8%) e Bahia (5,0%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato: a região Nordeste, com 90,6%, e a região Sudeste, com 4,5%.

Tabela 2
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	1,1
Pará	1,1
Nordeste	90,6
Piauí	70,4
Alagoas	1,7
Ceará	2,8
Maranhão	0,6
Bahia	5,0
Pernambuco	7,8
Rio Grande do Norte	0,6
Paraíba	1,7
Sudeste	4,4
São Paulo	2,8
Rio de Janeiro	0,6
Minas Gerais	1,1
Centro-Oeste	2,8
Distrito Federal	1,1
Goiás	1,7
Sul	1,1
Paraná	1,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

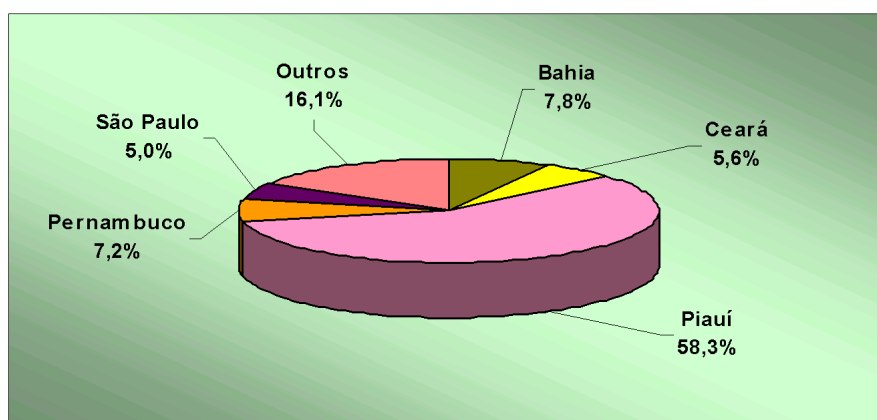
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é do Piauí, com um percentual de 58,3%, seguido dos nascidos na Bahia (7,8%), Pernambuco (7,2%) e Ceará (5,6%).

Tabela 3
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	58,3
Alagoas	1,7
Maranhão	2,6
Ceará	5,6
Bahia	7,8
São Paulo	5,0
Paraná	1,1
Pernambuco	7,2
Minas Gerais	2,8
Rio de Janeiro	1,1
Rio Grande do Norte	2,8
Outros	4,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas

2.1 Aspectos pessoais

Observando-se a Tabela 4, percebe-se que entre os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato predominaram aqueles do sexo masculino, o que corresponde a 58,3% no geral e a 75,7% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 45,6%.

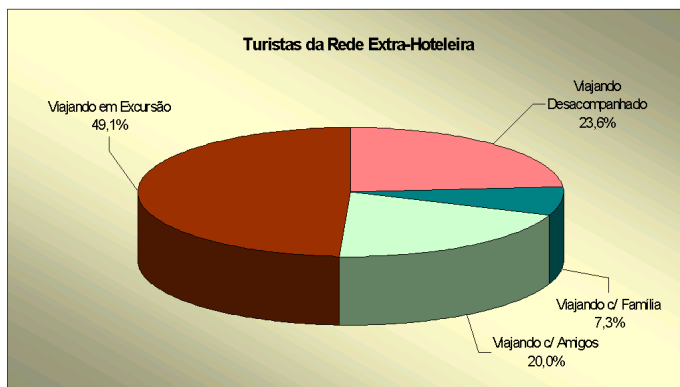
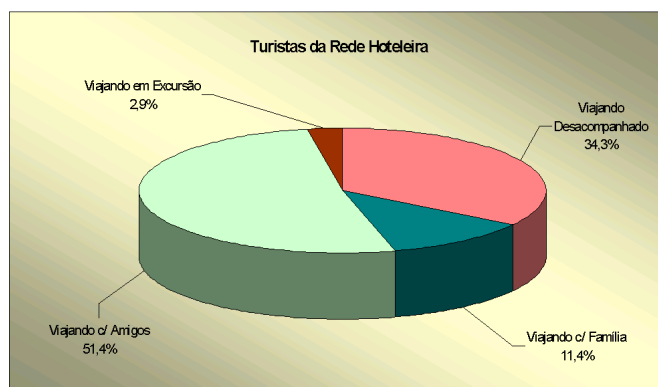
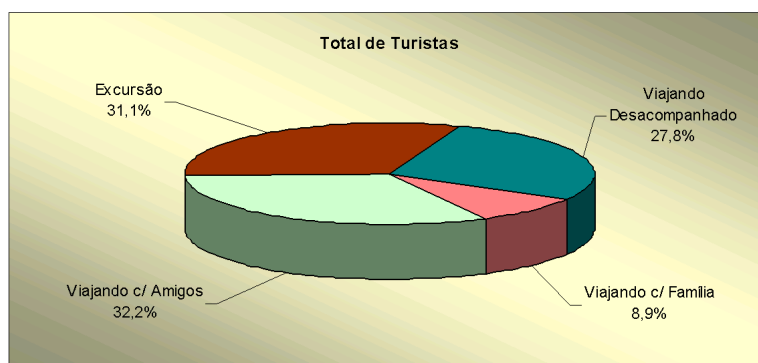
O percentual de turistas casados atingiu 43,3%. Dentre os entrevistados, 27,8% viajavam desacompanhados. Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira, 2,9 % viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam em excursão, correspondendo a 49,1%.

Tabela 4
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	75,7	47,3	58,3
Feminino	24,3	52,7	41,7
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	0,9	10,9	6,7
18 a 25 Anos	18,6	37,3	29,9
26 a 35 Anos	31,4	23,6	26,7
36 a 50 Anos	35,7	25,5	29,4
51 a 65 Anos	12,0	2,7	6,7
Acima de 65 Anos	1,4	0,0	0,6
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	11,4	21,8	17,8
Médio	31,5	31,9	31,7
Técnico	5,7	4,5	4,9
Superior	30,0	28,2	28,9
Pós-Graduação	21,4	13,6	16,7
Outros	0,0	0,0	0,0
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	48,6	40,0	43,3
Solteiro	34,3	52,7	45,6
Separado	11,4	6,4	8,3
Viúvo	1,4	0,0	0,6
Outros	4,3	0,9	2,2
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	34,3	23,6	27,8
Com a Família	11,4	7,3	8,9
Com Amigos	51,4	20,0	32,2
Em Excursão	2,9	49,1	31,1
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	3,3	18,7	12,7

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que somente 5,0% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência, dos quais, 2,9% utilizaram a rede hoteleira e 6,4%, a rede extra-hoteleira.

Tabela 5
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	2,9	6,4	5,0
Não	97,1	93,6	95,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o estudante (17,8%), professor (12,8%), funcionário público (9,4%) e o representante comercial/vendedor (8,9%).

Tabela 6
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Estudante	1,4	28,2	17,8
Professor	7,1	16,4	12,8
Funcionário Público	10,0	9,1	9,4
Rep. Comercial/Vendedor	20,0	1,8	8,9
Motorista	4,3	9,1	7,2
Comerciante	7,1	4,5	5,6
Engenheiro	8,6	1,8	4,4
Pesquisador	4,3	0,9	2,2
Artista	2,9	1,8	2,2
Dona-de-Casa	1,4	1,8	1,7
Outras	32,9	24,6	27,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no mês de novembro de 2005 permaneceram, em média, 5,4 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 6,5 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,5 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 128,14, correspondendo a R\$ 23,93 por dia, incluída nestes gastos 1,9 pessoas.

Na rede extra-hoteleira a média destes gastos foi de R\$ 90,31 por turista, equivalendo a R\$ 13,87 *per capita/dia*, incluídas 2,2 pessoas.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 216,40, cerca de R\$ 61,08 *per capita/dia*, por estar incluída nestes gastos 1,5 pessoas.

Tabela 7
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade (dias)	3,5	6,5	5,4
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	319,90	200,87	247,54
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,5	2,2	1,9
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	216,40	90,31	128,14
Gasto per Capita/Dia (R\$)	61,08	13,87	23,93
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.742,70	1.547,00	2.089,89

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (23,7%), transportes (20,8%) e diversões (16,2%).

Tabela 8
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	25,2	20,7	23,7
Hospedagem	17,6	31,2	20,8
Diversões / Passeios	14,9	15,2	16,2
Transporte	14,3	14,5	15,5
Alimentação	11,9	10,5	12,0
Outros	16,1	7,9	11,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

A Tabela 9 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 9
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita/Dia (R\$)
Norte	1,1	1,5	171,00	114,00
Pará	1,1	1,5	171,00	114,00
Nordeste	90,6	4,5	237,43	52,87
Alagoas	1,7	4,0	266,67	66,67
Maranhão	0,6	4,0	130,00	32,50
Piauí	70,5	3,9	233,40	59,52
Ceará	2,8	3,0	220,00	73,33
Pernambuco	7,8	10,6	266,07	25,17
Bahia	5,0	2,0	222,56	111,28
Rio Grande do Norte	0,6	3,0	200,00	66,67
Paraíba	1,7	11,3	366,67	32,35
Sudeste	4,4	24,4	302,63	12,42
Rio de Janeiro	0,6	3,0	200,00	66,67
São Paulo	2,8	14,0	257,20	18,37
Minas Gerais	1,1	61,0	467,50	7,66
Centro-Oeste	2,8	6,2	384,20	61,97
Goiás	1,7	8,7	357,00	41,19
Distrito Federal	1,1	2,5	425,00	170,00
Sul	1,1	1,5	91,00	60,67
Paraná	1,1	1,5	91,00	60,67
Total	100,0	5,4	242,04	45,19

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **1,5** dia e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 114,00**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **4,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 52,87**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **24,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 12,42**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **6,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 61,97**;

e) A região **Sul** revela uma permanência média de **1,5** dia e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 60,67**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em São Raimundo Nonato no mês de novembro, 61,6% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (35,6%).

Tabela 10
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	31,4	80,9	61,6
Automóvel	65,7	16,4	35,6
Avião	2,9	0,9	1,7
Outros	0,0	1,8	1,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Neste município, sobressai-se a rede extra-hoteleira (61,0%) como o principal meio de hospedagem. Observa-se que a rede hoteleira participa com um percentual de 39,0%, na qual o hotel representa 25,6% da preferência.

Tabela 11
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	39,0
Hotel	25,6
Pousada	12,8
Pensão / Hospedaria	0,6
Flat / Apart-Hotel	0,0
Rede Extra-Hoteleira	61,0
Casa Parentes/Amigos	11,1
Camping/Albergue	6,1
Casa Própria	4,4
Casa / Apart. de Aluguel	3,3
Outros ¹	36,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

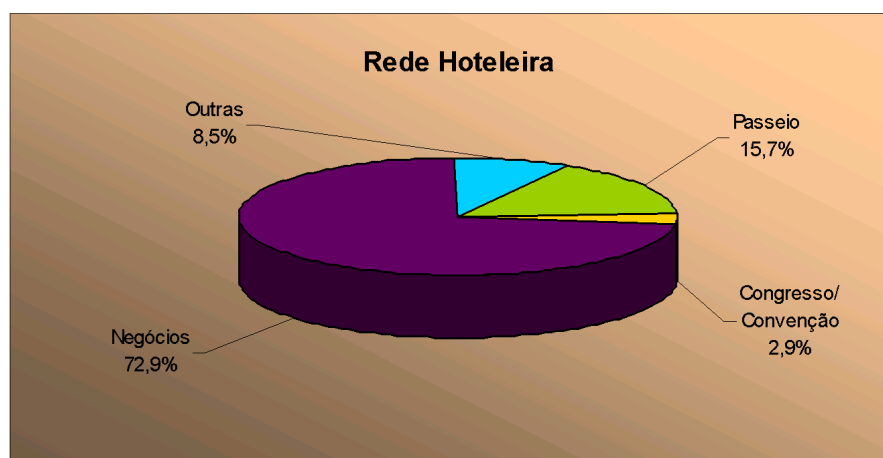
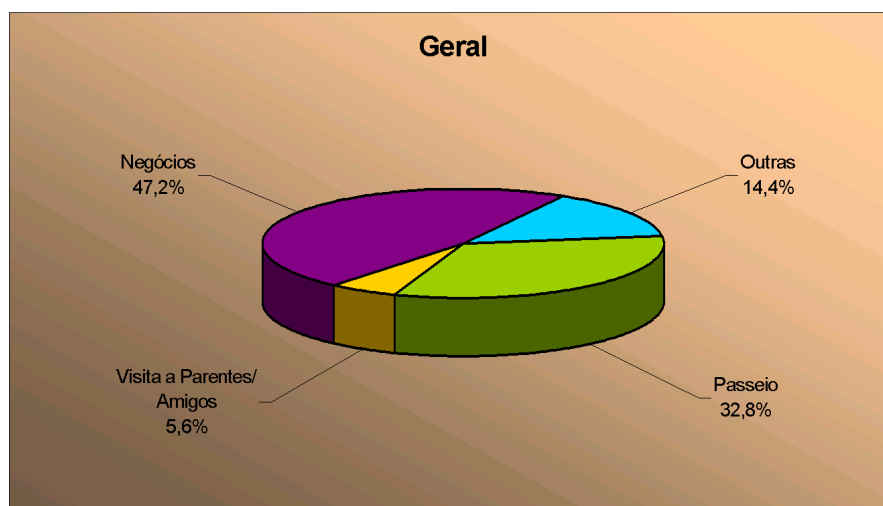
¹ As excursões turísticas, geralmente colegiais, procedentes de microrregiões próximas que demandam o Parque Nacional da Serra da Capivara/Museu do Homem Americano, visitam-no e retornam para seus municípios no mesmo dia, sem se hospedarem.

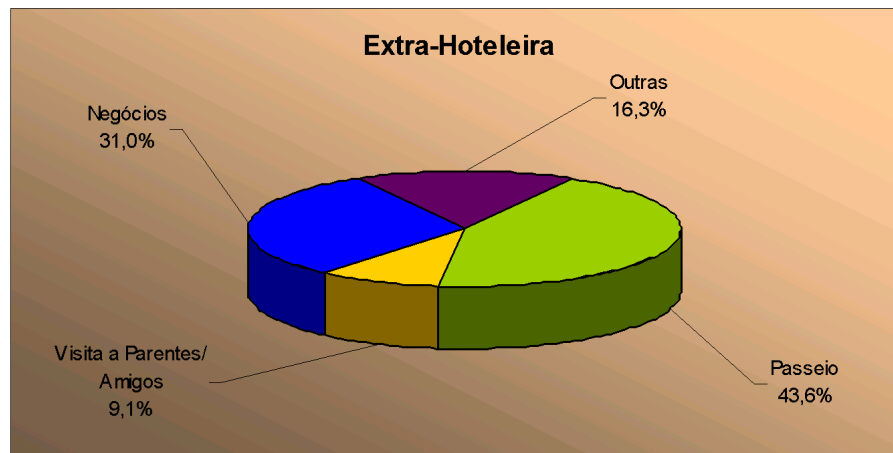
4 Motivações e Atrativos da Viagem

Apesar de São Raimundo Nonato sediar um Patrimônio Histórico Cultural, de modo geral, o principal motivo da viagem foi negócio (47,2%), seguido de passeio (32,8%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa maior relevância (72,9%). O motivo passeio teve uma participação de 15,7%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio e negócios sobressaíram, correspondendo a 43,6% e 31,0%, respectivamente.

Ressalta-se que a motivação passeio apresenta menor índice em relação a negócios, por tratar-se de um período de baixa estação.

Figura 3
Motivações para a Viagem





É importante ressaltar que o turismo em São Raimundo Nonato teve nos Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural um estímulo de 91,5%, justificado pelo Parque Nacional da Serra da Capivara e o Museu do Homem Americano, localizados na região compreendida pelos Municípios de São Raimundo Nonato e Coronel José Dias.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural	81,8	93,7	91,5
Outros	18,2	2,1	5,1
Manifestações Populares	0,0	4,2	3,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Os comentários de parentes/amigos (39,1,%) e a propaganda/publicidade (20,3%) foram os fatores determinantes para a escolha do local neste período.

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	27,2	41,7	39,1
Propaganda/Publicidade	27,3	18,8	20,3
Já Conhecia o Local	18,2	18,8	18,6
Internet	9,1	0,0	1,7
Agência de Viagem	0,0	0,0	0,0
Outros	18,2	20,7	20,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar a São Raimundo Nonato; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser a primeira vez que visitavam o município. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista a São Raimundo Nonato (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Visita a São Raimundo Nonato			
Primeira Vez	32,9	49,1	42,8
Mais de Uma Vez	67,1	50,9	57,2
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Local			
Sim	94,3	95,5	95,0
Não	5,7	4,5	5,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Dos turistas consultados, 42,8% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 57,2% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,0% demonstraram pretensão de voltar à cidade, sendo que, destes, 49,7% confirmaram a previsão de retornar em 2006.

Tabela 15
Quando Pretendem Voltar ao Local (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	33,3	23,8	27,5
Em 2006	42,4	54,3	49,7
Em 2007	3,0	10,5	7,6
Sem Previsão	21,2	9,4	14,0
Outros	0,0	2,0	1,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

5 Aspectos Espaciais

Além do berço das origens (São Raimundo Nonato), destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: a Serra das Confusões (Caracol), com 11,8%, e Picos (10,1%). Em seguida aparecem São João do Piauí e Canto do Buriti, ambos com 7,8%.

Tabela 16
Principais Municípios Visitados Além do Berço das Origens*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	11,9	1,8
Esperantina	1,6	1,5
Luís Correia	2,4	3,0
Parnaíba	3,9	2,2
Pedro II	0,8	1,0
Piracuruca /Sete Cidades	0,8	1,0
Piripiri	2,4	2,3
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	6,3	3,5
Campo Maior	0,8	5,0
Teresina	5,5	2,1
Pólo das Origens –Turismo Arqueológico	11,8	2,6
Caracol (Serra das Confusões)	11,8	2,6
Pólo Histórico-Cultural	11,0	1,5
Floriano	5,5	1,7
Oeiras	5,5	1,4
Pólo do Agronegócio	1,6	2,0
Bom Jesus	1,6	2,0
Outros	57,4	8,9
Anísio de Abreu	5,5	1,6
Bonfim do Piauí	0,8	1,0
Canto do Buriti	7,8	2,5
Coronel José Dias	3,1	2,3
Corrente	2,4	1,7
Eliseu Martins	2,4	2,0
Guaribas	0,8	90,0
Paulistana	2,4	6,3
Picos	10,1	4,6
São Braz do Piauí	0,8	1,0
São João do Piauí	7,8	1,0
São Lourenço	1,6	1,0
Simplício Mendes	4,7	11,2
Várzea Grande	2,4	3,3
Outros	4,8	4,1
Total	100,0	20,3

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

* Berço das origens igual a São Raimundo Nonato.

6 Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 17 mostra a avaliação do produto turístico consumido pelo visitante.

Tabela 17
Berço das Origens – Avaliação Geral dos Turistas (%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Patrimônios Históricos/Naturais*	69,6	27,3	3,1	0,0	0,0	93,8
Manifestações Populares	40,0	44,0	12,0	2,0	2,0	68,0
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Guias de Turismo	54,2	41,1	3,7	0,0	0,9	90,7
Hospitalidade do Povo	43,5	48,2	7,7	0,6	0,0	83,3
Passeios Oferecidos	31,6	52,6	13,7	2,9	0,0	68,4
Meios de Hospedagem	16,7	59,8	21,6	1,0	1,0	52,9
Serviços Receptivos/Empresas	24,6	50,0	22,1	0,0	3,3	49,2
Informação Turística	28,9	42,2	12,6	8,1	8,1	42,2
Equipamentos de Lazer	20,9	46,5	16,3	11,6	4,7	34,9
Comércio/Compras	4,3	62,1	27,6	1,7	4,3	32,8
Diversões Noturnas	14,9	51,4	17,6	5,4	10,8	32,4
Bares e Restaurantes	22,3	40,8	31,5	1,5	3,8	26,2
Sinalização Turística	18,6	37,9	18,6	14,3	10,7	12,9
Serviços de Táxis	8,3	36,1	38,9	5,6	11,1	-11,1
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	17,2	48,4	28,1	2,3	3,9	31,3
Ônibus Urbano	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Segurança Pública	5,0	39,6	28,1	17,3	10,1	-10,8
Sinalização Urbana	4,3	24,2	24,2	23,6	23,6	-42,9
Limpeza Pública	7,2	15,1	22,3	23,5	31,9	-55,4
Terminal Rodoviário	2,2	2,2	5,4	17,2	73,1	-91,4

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

* Item que obteve conceito (BOM+ÓTIMO) – (REGULAR+RUIM+PÉSSIMO) de, pelo menos, 80% na avaliação dos entrevistados.

Os atrativos de Patrimônios Históricos/Naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (93,8%), seguidos dos guias de turismo (90,7%) e hospitalidade do povo (83,3%). Avaliação negativa foi atribuída com maior relevância ao terminal rodoviário (-91,4%), limpeza pública (-55,4%), e sinalização urbana (-42,9%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, obtiveram índices aceitáveis os guias de turismo (90,7%) e hospitalidade do povo (83,3%). No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone 31,3%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: terminal rodoviário (-91,4%), limpeza pública (-55,4%), sinalização urbana (-42,9%) e segurança pública (-10,8%).

Tabela 18
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	5,7	2,7	3,9
Razoáveis	64,3	59,1	61,1
Elevados	27,1	36,4	32,8
Exorbitantes	2,9	1,8	2,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 61,1% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 35,0% dos turistas avaliaram os preços como elevados a exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: o Parque Nacional da Serra da Capivara e Museu do Homem Americano, juntos com 39,1%, seguidos de hospitalidade do povo piauiense, com 19,5%.

Tabela 19
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	9,4
Clima	6,4
Belezas Naturais	3,0
Infra-Estrutura Urbana	3,6
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	2,0
Tranqüilidade da Cidade	1,3
Serviço de Transporte	0,3
Infra-Estrutura Turística	57,5
Parque Nacional da Serra da Capivara	23,3
Museu do Homem Americano	15,8
Aspecto Cultural/Histórico	6,7
Pontos Turísticos	3,0
Culinária	2,3
Diversão Noturna/Opções de Lazer	2,0
Meios de Hospedagem	1,7
Festas Populares	1,3
Restaurantes/Bares	0,7
Guias de Turismo	0,7
Educação, Informação e Comunicação	21,5
Hospitalidade do Povo	19,5
Beleza Piauiense	1,7
Amigos e Familiares	0,3
Comércio e Serviços	4,7
Comércio	4,7
Outros	3,3
Tudo (cidade em geral)	2,0
Administração Pública	1,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Em geral, os itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados foram os seguintes: limpeza pública (21,0%) e trânsito desordenado (17,9%), ambos inseridos na Infra-Estrutura Urbana.

Tabela 20
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	2,9
Falta de Arborização	1,7
Clima	0,8
Poluição Sonora	0,4
Infra-Estrutura Urbana	65,6
Limpeza Pública	21,0
Trânsito Desordenado	17,9
Falta de Conservação da Rodoviária	7,6
Infra-Estrutura da Cidade (traçado das ruas)	6,2
Falta de Saneamento Básico	5,8
Administração Pública	3,7
Sinalização Urbana Precária	2,1
Aeroportos (campo de pouso)	1,3
Infra-Estrutura Turística	8,2
Falta de Opção de Lazer	1,7
Informação Turística	1,6
Poucas Opções de Restaurantes	1,3
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	1,2
Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer)	0,8
Pontos de Venda de Artesanato	0,4
Atrativo Turístico	0,4
Guias de Turismo (poliglota)	0,4
Falta de Divulgação dos Eventos Artísticos	0,4
Educação, Informação e Comunicação	0,8
Tradição Cultural	0,4
Hospitalidade	0,4
Comércio e Serviços	12,1
Infra-Estrutura	7,1
Escassez de Ônibus Intermunicipais e Interestaduais	1,7
Comércio (feira/mercado)	1,6
Saúde	1,3
Preços Elevados	0,4
Outros	10,4
Falta de Conservação das Rodovias (asfalto)	4,2
Cidade Parada	3,3
Nenhum	1,7
Politicagem	1,2
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2005.

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística de São Raimundo Nonato foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do local, tais como: Rodoviária, PIs e o Museu do Homem Americano. O levantamento de campo foi realizado no período de 25 de novembro a 01 de dezembro de 2005, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 180 turistas receptivos.