

**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**

---



## **Governo do Estado do Piauí**

Governador: José Wellington Barroso de Araújo Dias

### **Secretaria Estadual do Planejamento**

Secretário: Sérgio Gonçalves de Miranda

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

Presidente: Oscar de Barros Sousa

### **Gerência de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas**

Carlos Ferreira Lima

### **Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística**

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

### **Supervisão de Publicações**

Almir Cassimiro Queiroga (*in memoriam*)

## **Equipe Central de Elaboração**

---

### **Elaboração / Coordenação**

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

### **Supervisão de Campo**

#### ***Teresina***

Lucia Maria Said Adad

#### ***Aeroporto:***

Maria Bernadete Oliveira

#### ***Rodoviária:***

José Alcion de Oliveira Costa

#### ***Litoral***

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Vera Lúcia de Sousa Araújo (apoio)

#### ***São Raimundo Nonato***

Gerson Portela Lima

Tânia Maria Waquim (apoio)

### **Colaboração**

Carlos Ferreira Lima

Lucia Maria Said Adad

Maria Bernadete Oliveira

Vera Lúcia de Sousa Araújo

### **Revisão**

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Vêras

Inizete Roberta de Sousa Meirelles

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

### **Diagramação e Gráficos**

Alcides Luís Gomes da Silva

### **Programador**

Eduyges Martins da Silva

---

## Entrevistadores

---

### ***Teresina***

José Alcion de Oliveira Costa (Supervisão)  
Maria Bernadete Oliveira (Supervisão)  
Alice Maria Almeida e Sá  
Ângelo José Pereira da Silva  
Cecília Maria Araújo Vieira  
Erika Lopes Ferreira  
Fernanda Barbosa Castelo Branco  
Heloisi da Costa Mourão Roseno  
João Henrique Gonçalves Moreira  
Marco Avelar Mousinho  
Maria Elenildes de Assis Morais  
Rogério Costa e Silva  
Ruan Ribeiro Feitosa Cipriano Borges

### ***Litoral (Parnaíba e Luís Correia)***

Dênnia Magalhães Sousa  
Guilhermino Vicente de Sousa Silva  
Izabelita Silva Ferreira  
Kayo Carvalho Veras  
Laércio Amorim Mendes  
Luís Alberto Silva Ferreira  
Lúna Mara Rocha Silva  
Manoela Amorim Mendes  
Manuel Valdeci Alves Júnior  
Mayanne Brunna Silva Sipaúba  
Muridan Silva Ferreira  
Najla Kely Araújo Cunha  
Wlisses Harry Fernandes de Araújo

### ***São Raimundo Nonato***

Alvaneide Nunes dos Passos  
Carolinne Cristina Dias de Macêdo  
Hulda da Silva Pereira  
Karla Andréa da S. Vieira  
Mário Afonso F. Paes Landim  
Neide Ribeiro Soares Silva  
Obidália Maria dos Reis  
Ramira Coêlho de Oliveira Costa  
Valdomir da Silva Costa Filho  
Wayne Dias Paes

---

## Digitação

---

### ***Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato.***

Lucia Maria Said Adad  
Paulo de Társio Pereira da Silva

---

## SUMÁRIO

Apresentação .....	07
<b>Teresina</b>	
1 Procedência dos Turistas .....	11
2 Meios de Hospedagem e de Transporte .....	13
3 Perfil dos Turistas .....	14
3.1 Aspectos pessoais .....	14
3.2 Aspectos econômico-financeiros .....	17
4 Motivações e Atrativos da Viagem .....	20
5 Aspectos Espaciais .....	24
6 Avaliação Geral dos Turistas .....	26
<b>Litoral (Parnaíba e Luís Correia)</b>	
1 Procedência dos Turistas .....	33
2 Meios de Hospedagem e de Transporte .....	35
3 Perfil dos Turistas .....	36
3.1 Aspectos pessoais .....	36
3.2 Aspectos econômico-financeiros .....	39
4 Motivações e Atrativos da Viagem .....	42
5 Aspectos Espaciais .....	46
6 Avaliação Geral dos Turistas .....	47
<b>São Raimundo Nonato</b>	
1 Procedência dos Turistas .....	53
2 Meios de Hospedagem e de Transporte .....	55
3 Perfil dos Turistas .....	56
3.1 Aspectos pessoais .....	56
3.2 Aspectos econômico-financeiros .....	59
4 Motivações e Atrativos da Viagem .....	62
5 Aspectos Espaciais .....	66
6 Avaliação Geral dos Turistas .....	67
Nota Metodológica .....	71
<b>Anexo</b>	
Mapa da Pesquisa de Demanda Turística .....	75



## **APRESENTAÇÃO**

Apresentamos aqui os resultados da pesquisa de Demanda Turística, de julho/2008 (alta estação), compreendendo os municípios de Teresina, Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato.

Um fator de destaque que se constatou entre os três referidos destinos, comparando-se com o mesmo período do ano anterior, foi o gasto dos turistas na localidade, tendo apresentado acréscimo de 22,20%, 15,76% e 59,45% em Teresina, no Litoral e São Raimundo Nonato, respectivamente. Nesse período, em se tratando de gastos per capita/dia, o Pólo de Teresina obteve crescimento em oito estados, quando comparado com o ano de 2007, distribuídos nas regiões Norte, Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste.

No Pólo do Litoral (Parnaíba e Luís Correia) a evidência maior desta pesquisa de Demanda Turística foi obtida através do gasto dos turistas na localidade, compreendendo a rede hoteleira e extra-hoteleira, que acarretou um acréscimo de 15,76% em relação ao ano anterior, considerando-se o mesmo período.

O Pólo de São Raimundo Nonato nesse período também se destacou na área do gasto per capita por regiões. Com exceção da região Norte, as outras obtiveram crescimento, sendo o de maior expressão registrado na região Sudeste, da ordem de 175,1%.

Os resultados obtidos nesta pesquisa de Demanda Turística são reflexos dos esforços do governo do Estado do Piauí, por intermédio da Secretaria do Turismo, que deu encaminhamento à Fundação CEPRO para sua realização. Esta iniciativa favorece a adoção de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do turismo no Estado, bem como promove uma maior integração entre os organismos que tratam desse segmento na região Nordeste.

**OSCAR DE BARROS SOUSA**  
Presidente da Fundação CEPRO



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

**Relatório de Pesquisa Demanda Turística**

---

**Teresina**

---

Julho/2008



## 1. Procedência dos Turistas

Com a observação das tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem do turista que visitou Teresina na última temporada de férias, verificou-se que 97,3% são brasileiros. Do total de estrangeiros que estiveram em Teresina, 37,9% são dos Estados Unidos; 13,8% de Portugal; Bélgica, Peru e Suíça com 6,9% cada; ainda estiveram na capital estrangeiros procedentes da Argentina, Canadá, Dinamarca, Equador, Guatemala, Holanda, Itália e Rússia, agrupados no item outros da tabela 2, totalizando 27,6%.

Quanto aos brasileiros, 51,1% são nordestinos, dentre eles 18,9% são piauienses. Em seguida temos a região Sudeste, com 23,0%, sendo São Paulo o estado que mais se sobressai, com 16,2%. A região Centro-Oeste contribui com 18,9%, destacando-se o Distrito Federal com 16,9% dos entrevistados (Tabela 3).

**Tabela 1**  
**Procedência dos Turistas**

Origem	Qtde.	Geral (%)
Brasil	1.028	97,3
Exterior	29	2,7
<b>Total</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 2**  
**Procedência dos Turistas Internacionais**

Países de Origem	Qtde.	(%)
Estados Unidos	11	37,9
Portugal	4	13,8
Bélgica	2	6,9
Peru	2	6,9
Suíça	2	6,9
Outros	8	27,6
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 3**  
**Procedência dos Turistas Nacionais**

<b>Regiões e Estados de Origem</b>	<b>Qtde.</b>	<b>(%)</b>
<b>Norte</b>	<b>42</b>	<b>4,1</b>
Pará	21	2,0
Rondônia	6	0,6
Tocantins	5	0,5
Amazonas	4	0,4
Roraima	3	0,3
Amapá	2	0,2
Acre	1	0,1
<b>Nordeste</b>	<b>525</b>	<b>51,1</b>
Piauí	194	18,9
Ceará	129	12,5
Maranhão	83	8,1
Pernambuco	57	5,5
Bahia	33	3,2
Rio Grande do Norte	13	1,3
Paraíba	7	0,7
Alagoas	5	0,5
Sergipe	4	0,4
<b>Centro-Oeste</b>	<b>194</b>	<b>18,9</b>
Distrito Federal	174	16,9
Goiás	16	1,6
Mato Grosso	2	0,2
Mato Grosso do Sul	2	0,2
<b>Sudeste</b>	<b>237</b>	<b>23,0</b>
São Paulo	167	16,2
Rio de Janeiro	40	3,9
Minas Gerais	28	2,7
Espírito Santo	2	0,2
<b>Sul</b>	<b>30</b>	<b>2,9</b>
Paraná	13	1,3
Rio Grande do Sul	10	0,9
Santa Catarina	7	0,7
<b>Total</b>	<b>1.028</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 65,2%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 59,8% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 34,8%.

**Tabela 4**  
**Demanda Turística por Local de Hospedagem**

Hospedagem	Qtde.	Geral (%)
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>368</b>	<b>34,8</b>
Hotel	310	29,3
Pensão Hospedaria	40	3,8
Flat	12	1,1
Pousada	6	0,6
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>689</b>	<b>65,2</b>
Casa Parentes/Amigos	632	59,8
Casa Própria	33	3,1
Casa / Apart. de Aluguel	4	0,4
Outras	20	1,9
<b>Total</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar a Teresina, o turista serviu-se principalmente de voo regular (59,5%); seguido de ônibus de linha (34,0%).

**Tabela 5**  
**Demanda Turística por Meio de Transporte**

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Voo Regular	71,6	53,0	629	59,5
Ônibus de Linha	22,2	40,3	359	34,0
Automóvel	5,1	6,0	60	5,7
Outros	1,1	0,7	9	0,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3. Perfil dos Turistas

#### 3.1 Aspectos pessoais

Com relação aos aspectos pessoais dos turistas que estiveram em Teresina, a Tabela 6 evidencia a predominância do sexo masculino, correspondendo a 54,5%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (35,4%). No item nível de escolaridade, o destaque foi para o de nível superior (46,6%) não estando incluídos neste percentual a área de pós-graduação com (12,0%).

Quanto ao estado civil, 51,7% dos entrevistados disseram ser casados e 39,0%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam desacompanhados (61,3%); sendo que 70,2% se hospedaram na rede hoteleira e 56,6%, na rede extra-hoteleira.

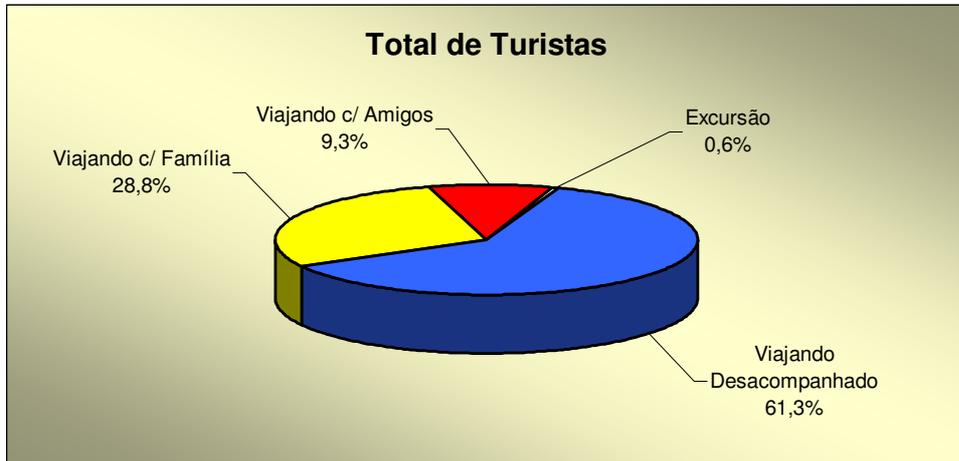
**Tabela 6**  
**Perfil dos Turistas Entrevistados**

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Masculino	67,2	47,4	576	54,5
Feminino	32,8	52,3	481	45,5
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Até 17 Anos	1,1	3,6	29	2,7
18 a 25 Anos	8,9	23,1	192	18,2
26 a 35 Anos	30,6	26,3	294	27,8
36 a 50 Anos	40,1	32,9	374	35,4
51 a 65 Anos	16,3	10,0	129	12,2
Acima de 65 Anos	3,0	4,1	39	3,7
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	3,8	11,6	94	8,9
Médio	19,2	35,2	313	29,6
Técnico	1,4	1,6	16	1,5
Superior	58,8	40,1	493	46,6
Pós-Graduação	16,0	9,9	127	12,0
Outros	0,8	1,6	14	1,3
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Casado	58,0	48,2	546	51,7
Solteiro	31,7	42,9	412	39,0
Separado	6,5	4,8	57	5,4
Viúvo	1,9	3,8	33	3,1
Outros	1,9	0,3	9	0,8
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	70,2	56,6	648	61,3
Com a Família	14,9	36,3	305	28,8
Com Amigos	13,3	7,1	98	9,3
Em Excursão	1,6	-	6	0,6
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>1,7</b>	<b>4,4</b>	<b>3.662</b>	<b>3,5</b>

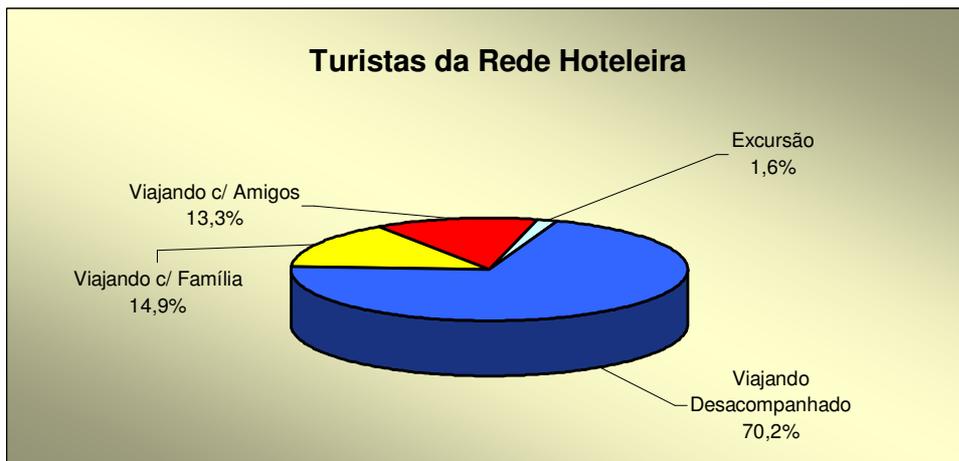
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Figura 1**  
**Nível de Sociabilidade**

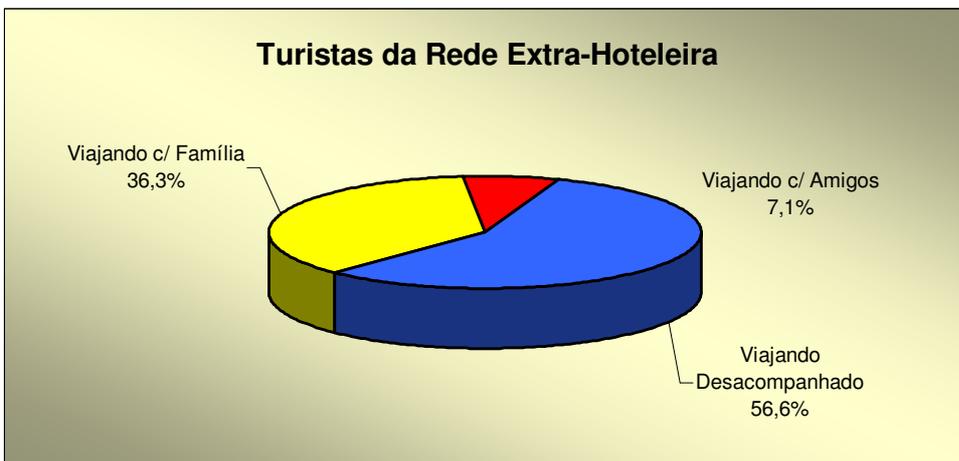
**Figura 1.1**



**Figura 1.2**



**Figura 1.3**



A tabela 7 mostra o uso de agências de viagens pelos turistas. A pesquisa detectou que nenhum dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência.

**Tabela 7**  
**Organização da Viagem por Agência**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Sim	-	-	-	-
Não	100,0	100,0	1.057	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (23,2%), profissional liberal (19,0%) e estudante (10,7%).

**Tabela 8**  
**Ocupação Principal dos Turistas**

<b>Ocupação / Profissão</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Funcionário Público	20,9	24,4	245	23,2
Profissional Liberal	26,8	14,8	201	19,0
Estudante	4,3	14,1	113	10,7
Dona-de-Casa	3,0	6,8	58	5,5
Aposentado/Pensionista	2,7	6,5	55	5,2
Comerciante	5,7	3,2	43	4,1
Comerciário	3,0	3,3	34	3,2
Autônomo	1,4	3,6	30	2,8
Professor	1,6	2,8	25	2,4
Industriário	2,7	2,2	25	2,4
Rep. Comercial	3,3	0,7	17	1,6
Bancário	1,9	1,5	17	1,6
Militar	1,4	1,3	14	1,3
Motorista	0,5	1,3	11	1,0
Empresário	1,4	0,7	10	0,9
Consultor	2,2	0,1	9	0,9
Religioso	0,3	1,2	9	0,9
Industrial	1,4	0,3	7	0,6
Técnico Nível Médio	0,5	0,7	7	0,6
Jornalista/Radialista	1,4	0,1	6	0,6
Empregada Doméstica	-	0,7	5	0,5
Analista de Sistema	0,8	0,3	5	0,5
Banqueiro	0,3	0,6	5	0,5
Agropecuária	-	0,3	2	0,2
Lavrador	-	0,3	2	0,2
Outras	12,5	8,2	102	9,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa permaneceram, em média, 6,92 dias; os turistas da rede extra-hoteleira, em média, 8,03 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,83 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 571,03, correspondendo a R\$ 82,56 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,45 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 502,17, correspondendo a R\$ 62,50 per capita/dia, incluída 1,55 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 731,33, cerca de R\$ 151,35 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,26 pessoas.

**Tabela 9**  
**Informações Econômico-Financeiras**

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,83	8,03	6,92
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	920,94	782,93	830,85
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,26	1,55	1,45
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	731,33	502,17	571,03
Gasto per Capita/Dia (R\$)	151,35	62,50	82,56
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.705,46	2.961,71	3.629,84

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: tratamento de saúde (21,8%), hospedagem (18,3), e compras (16,9%) .

**Tabela 10**  
**Composição dos Gastos dos Turistas (%)**

Gastos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Geral (%)
Saúde	26,3	22,6	21,8
Hospedagem	20,2	6,8	18,3
Compras	15,7	19,5	16,9
Diversões / Passeios	9,5	17,1	13,9
Alimentação	10,8	13,5	11,3
Transporte	7,7	8,1	7,3
Outros	9,8	12,4	10,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

A Tabela 11 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

**Tabela 11**  
**Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores**

<b>Procedência</b>	<b>Participação (%)</b>	<b>Permanência (dias)</b>	<b>Gasto per Capita (R\$)</b>	<b>Gasto per Capita / Dia (R\$)</b>
<b>Nacional</b>	<b>97,3</b>	<b>6,9</b>	<b>560,25</b>	<b>81,34</b>
<b>Norte</b>	<b>4,0</b>	<b>7,5</b>	<b>685,78</b>	<b>91,73</b>
Pará	1,9	6,5	584,39	90,24
Tocantins	0,5	6,0	340,00	56,67
Amazonas	0,4	8,5	868,33	102,16
Rondônia	0,6	11,8	476,67	40,28
Acre	0,1	6,0	4.000,00	666,67
Roraima	0,3	2,7	268,33	100,63
Amapá	0,2	14,5	3.450,00	237,93
<b>Nordeste</b>	<b>49,7</b>	<b>5,9</b>	<b>432,71</b>	<b>73,30</b>
Piauí	18,3	6,4	338,35	52,68
Ceará	12,2	5,4	405,41	74,93
Maranhão	7,9	6,3	466,66	74,63
Bahia	3,1	4,5	624,05	140,09
Pernambuco	5,4	5,4	630,04	115,85
Paraíba	0,7	4,1	253,13	61,10
Rio Grande do Norte	1,2	4,3	625,80	145,28
Alagoas	0,5	14,2	488,00	34,37
Sergipe	0,4	5,8	552,00	92,00
<b>Centro-Oeste</b>	<b>18,4</b>	<b>7,2</b>	<b>653,98</b>	<b>91,28</b>
Distrito Federal	16,5	7,3	639,51	87,69
Goiás	1,5	6,2	434,08	70,15
Mato Grosso	0,2	6,5	3.500,00	538,46
Mato Grosso do Sul	0,2	4,5	1.833,33	407,41
<b>Sudeste</b>	<b>22,4</b>	<b>8,4</b>	<b>637,51</b>	<b>75,47</b>
São Paulo	15,8	8,6	640,22	74,45
Rio de Janeiro	3,8	9,0	587,97	65,69
Minas Gerais	2,6	6,9	709,13	102,35
Espírito Santo	0,2	7,0	300,00	42,86
<b>Sul</b>	<b>2,8</b>	<b>9,2</b>	<b>1.167,29</b>	<b>126,88</b>
Rio Grande do Sul	0,9	10,1	511,09	50,60
Santa Catarina	0,7	4,0	1.188,20	297,05
Paraná	1,2	11,3	1.579,59	139,69
<b>Internacional</b>	<b>2,7</b>	<b>7,9</b>	<b>1.069,00</b>	<b>126,17</b>
Argentina	0,1	10,0	1.500,00	150,00
Bélgica	0,2	3,5	1.012,50	289,29
Canadá	0,1	3,0	1.530,00	510,00
Dinamarca	0,1	3,0	200,00	66,67
Equador	0,1	3,0	220,00	73,33
Estados Unidos	0,9	11,6	758,33	65,17
Guatemala	0,1	15,0	-	-
Holanda	0,1	5,0	3.500,00	700,00
Itália	0,1	12,0	600,00	50,00
Peru	0,2	3,5	695,00	198,57
Portugal	0,4	2,5	612,50	245,00
Rússia	0,1	25,0	-	-
Suíça	0,2	1,0	2.855,00	855,00
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>6,9</b>	<b>571,03</b>	<b>82,56</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Nota:** Os cálculos desta tabela, feito no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **7,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 91,73**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 73,30**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **7,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 91,28**;

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **8,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 75,47**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **9,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 126,88**.

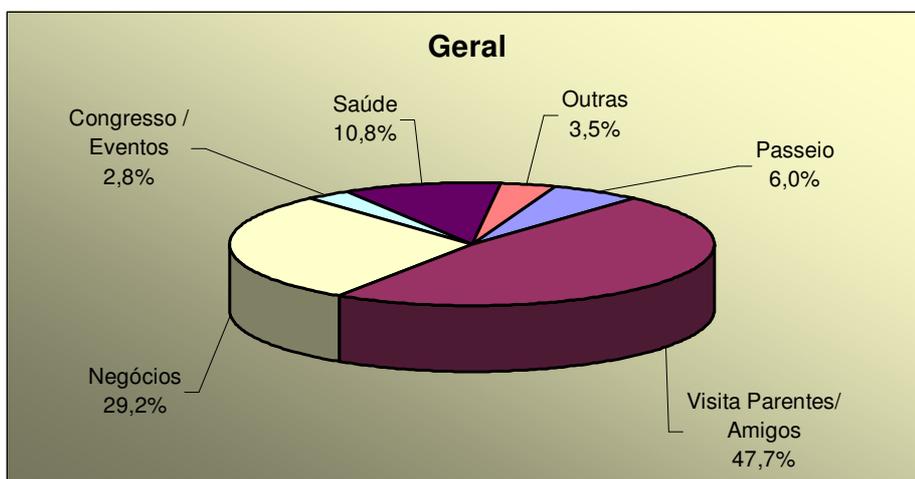
No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **7,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 126,17**.

## 4. Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando da capital do Estado, mesmo em período de alta estação, o principal motivo da viagem foi visita a parentes/amigos (47,7%), seguida de negócios (29,2%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa maior relevância (63,4%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas foram visita a parentes/amigos (67,4%) e em seguida saúde (11,3%) são as mais relevantes.

**Figura 2**  
**Motivações para a Viagem**

**Figura 2.1**



**Figura 2.2**

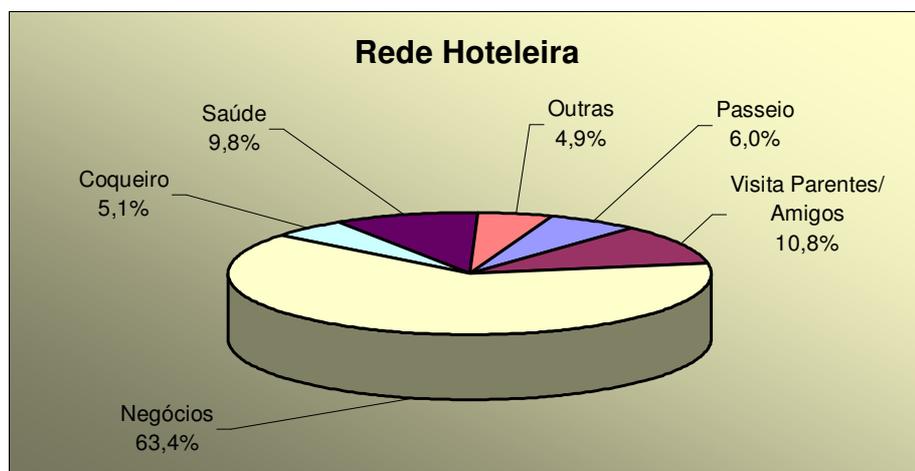
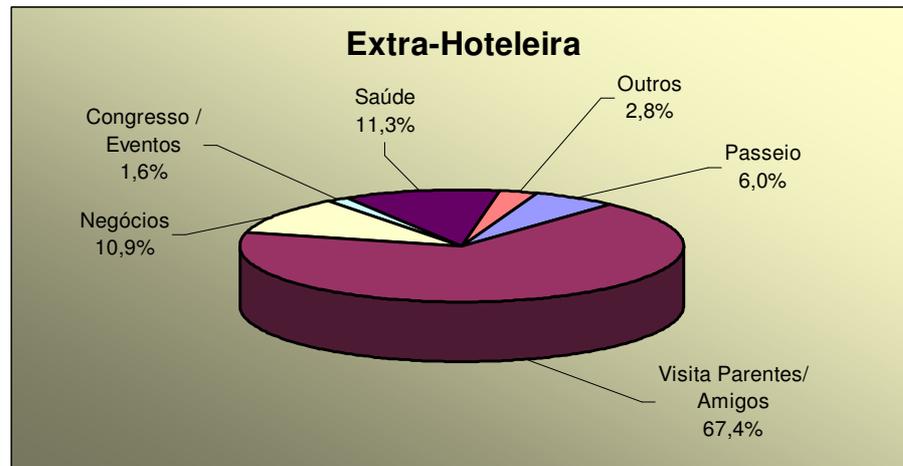


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio teve nos atrativos naturais um estímulo de 44,4%.

**Tabela 12**  
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

Atrativos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais	50,1	41,5	28	44,4
Turismo de Aventura / Ecoturismo	13,6	4,9	5	7,9
Preço da Viagem mais Adequado	-	7,3	3	4,8
Manifestações Populares	-	4,9	2	3,2
Outros	36,3	41,4	25	39,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>63</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto à escolha da capital para visitação neste período, os fatores de influência destacados na decisão foram comentários de parentes/amigos (47,6%) e o conhecimento prévio do local (38,1%).

**Tabela 13**  
Influência da Viagem – Motivo Passeio

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Comentários de Parentes/Amigos	40,9	51,2	30	47,6
Já Conhecia o Local	40,9	36,6	24	38,1
Agência de Viagem	9,2	-	2	3,2
Propaganda/Publicidade	4,5	-	1	1,6
Internet	-	2,4	1	1,6
Outros	4,5	9,8	5	7,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>63</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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 de 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.

A maioria (81,0%) dos turistas entrevistados já estiveram em Teresina mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,7% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 92,7% a recomendariam a outras pessoas.

**Tabela 14**  
**Taxa de Retorno do Turista a Teresina**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
<b>Primeira Visita a Teresina</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Sim	31,4	12,4	201	19,0
Não	68,6	87,6	856	81,0
<b>Pensa em Voltar a Teresina</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Sim	93,2	97,0	1.012	95,7
Não	2,2	1,5	18	1,7
Não Sabe	4,6	1,5	27	2,6
<b>Recomendaria Teresina</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>
Sim	88,9	94,8	980	92,7
Não	4,6	2,8	36	3,4
Não Sabe	6,5	2,4	41	3,9

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto à avaliação do turista em relação à primeira visita a Teresina, 55,7% deles disseram ter correspondida a sua expectativa, enquanto 37,8% afirmaram que tiveram suas expectativas superadas.

**Tabela 15**  
**Expectativa do Turista de Primeira Visita**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Superou a Expectativa	37,9	37,6	76	37,8
Correspondeu	55,2	56,5	112	55,7
Decepcionou	5,2	3,5	9	4,5
Não Sabe	1,7	2,4	4	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>201</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior a Teresina, 50,9 disseram estar igual, enquanto 43,5% acharam muito melhor.

**Tabela 16**  
**Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Muito Melhor	31,6	48,4	372	43,5
Permanece Igual	61,7	46,4	436	50,9
Pior	1,2	2,2	16	1,9
Não Sabe	5,5	3,0	32	3,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>856</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 5. Aspectos Espaciais

Além da capital, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (25,1%) e Luís Correia (11,0%).

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados, Além de Teresina**

Municípios Visitados	Qtde.	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>182</b>	<b>1.144</b>	<b>50,3</b>	<b>6,3</b>
Parnaíba/Delta	91	575	25,1	6,3
Luís Correia	40	197	11,0	4,9
Piripiri	16	119	4,4	7,4
Pedro II	15	82	4,1	5,5
Piracuruca/Sete Cidades	8	67	2,2	8,4
Esperantina	6	73	1,7	12,2
Barras	5	22	1,4	4,4
Batalha	1	9	0,3	9,0
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>40</b>	<b>217</b>	<b>11,0</b>	<b>5,4</b>
Campo Maior	18	88	5,0	4,9
Castelo do Piauí	10	75	2,8	7,5
Altos	6	12	1,7	2,0
José de Freitas	4	24	1,1	6,0
Monsenhor Gil	2	18	0,6	9,0
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>3</b>	<b>23</b>	<b>0,8</b>	<b>7,7</b>
Uruçuí	3	23	0,8	7,7
<b>Pólo Histórico-Cultural</b>	<b>24</b>	<b>149</b>	<b>6,6</b>	<b>6,2</b>
Floriano	17	87	4,7	5,1
Oeiras	6	52	1,7	8,7
Amarante	1	10	0,3	10,0
<b>Pólo das Origens</b>	<b>6</b>	<b>39</b>	<b>1,7</b>	<b>6,5</b>
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	4	35	1,1	8,8
São João do Piauí	2	4	0,6	2,0
<b>Outros</b>	<b>107</b>	<b>948</b>	<b>29,6</b>	<b>8,9</b>
Picos	16	112	4,4	7,0
União	7	25	1,9	3,6
Miguel Alves	7	98	1,9	14,0
Água Branca	4	23	1,1	5,8
Matias Olímpio	4	25	1,1	6,3
Alto Longá	3	16	0,8	5,3
Valença do Piauí	3	41	0,8	13,7
Canto do Buriti	3	21	0,8	7,0
Ipiranga do Piauí	3	39	0,8	13,0
Luzilândia	3	41	0,8	13,7

Continua

				Conclusão
São Miguel do Tapuio	3	7	0,8	2,3
Demerval Lobão	2	6	0,6	3,0
Angical do Piauí	2	18	0,6	9,0
Cabeceiras	2	10	0,6	5,0
Capitão de Campos	2	11	0,6	5,5
Guadalupe	2	5	0,6	2,5
Parnaguá	2	8	0,6	4,0
Porto	2	30	0,6	15,0
São Gonçalo do Piauí	2	14	0,6	7,0
São José do Piauí	2	14	0,6	7,0
Baixa Grande do Ribeiro	2	12	0,6	6,0
Corrente	1	6	0,3	6,0
Outros	30	366	9,0	12,2
<b>Total</b>	<b>362</b>	<b>2.520</b>	<b>100,0</b>	<b>7,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 6. Avaliação Geral dos Turistas

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

Os atrativos naturais de Teresina receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 65,2%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 86,4%. Merece destaque o serviço Meios de Hospedagem que aparece com avaliação positiva de 66,9%; sendo que 83,4% dos turistas avaliaram a prestação desse serviço entre bom ou ótimo.

No aspecto de Infra-Estrutura de Teresina, o item mais expressivo foi Serviços Médicos, com 70,7%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: terminal rodoviário (-0,5%), guia de turismo (2,9%) e segurança pública (7,6%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

**Tabela 18**  
**Teresina – Avaliação Geral dos Turistas (%)**

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
<b>Atrativos</b>						
Naturais	16,6	65,9	14,1	1,5	1,2	<b>65,2</b>
Patrimônios Históricos/Culturais	13,8	61,9	20,6	2,0	1,7	<b>51,3</b>
Manifestações Populares	15,5	51,0	28,7	2,9	1,8	<b>33,1</b>
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	8,4	57,1	29,1	3,9	1,5	<b>30,9</b>
Passeios Oferecidos	10,4	57,3	25,0	5,5	1,8	<b>35,4</b>
Serviços Receptivos/Empresas	7,4	68,6	18,1	4,5	1,4	<b>51,8</b>
Hospitalidade do Povo (*)	42,7	50,5	5,6	0,8	0,4	<b>86,4</b>
Informações Turísticas	12,6	42,9	25,2	14,5	4,7	<b>11,0</b>
Sinalização Urbana/Turística	9,0	64,1	20,5	4,8	1,7	<b>46,1</b>
Guias de Turismo	17,5	33,9	24,6	17,5	6,4	<b>2,9</b>
Meios de Hospedagem	21,0	62,4	15,2	0,0	1,4	<b>66,9</b>
Bares e Restaurantes	14,9	68,6	14,3	1,6	0,6	<b>67,0</b>
Comércio/Compras	10,7	65,1	21,7	20,0	0,6	<b>51,5</b>
Diversões Noturnas	18,2	62,7	15,7	2,1	1,4	<b>61,8</b>
Serviços de Táxis	17,1	68,7	11,6	1,9	0,7	<b>71,6</b>

Continua

						Conclusão
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações (Correios/Fone)	11,8	70,9	11,6	4,0	1,7	<b>65,3</b>
Serviços Médicos	32,5	52,9	10,6	2,3	1,7	<b>70,7</b>
Segurança Pública	4,3	49,4	36,5	7,7	2,0	<b>7,6</b>
Limpeza Pública	6,5	51,2	30,0	8,7	3,5	<b>15,6</b>
Transporte Urbano	5,3	52,7	32,4	5,8	3,8	<b>16,0</b>
Terminal Rodoviário	4,7	45,1	33,0	12,2	5,0	<b>-0,5</b>
Aeroporto	5,4	50,1	31,1	8,0	5,3	<b>11,1</b>
Urbanização	10,8	65,4	18,2	2,7	2,9	<b>52,4</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 65,0% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 22,1 % dos turistas acharam os preços elevados.

**Tabela 19**  
**Avaliação dos Preços Pagos**

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Baixos	7,3	11,5	106	10,0
Normais	69,6	62,5	687	65,0
Elevados	19,2	23,7	234	22,1
Não Sabe	3,9	2,3	30	2,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1.057</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: hospitalidade do povo (24,8%), alimentação/culinária (8,4%) e rever amigos e familiares (5,9%).

**Tabela 20**  
**Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>Qtde</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>77</b>	<b>5,8</b>
Limpeza da Cidade	35	2,6
Clima	29	2,2
Belezas Naturais	13	1,0
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>138</b>	<b>10,4</b>
Tranqüilidade da Cidade	60	4,5
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	53	4,0
Crescimento da Cidade	13	1,0

Continua

		Conclusão
Segurança Pública	8	0,6
Terminal Rodoviário	4	0,3
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>349</b>	<b>26,2</b>
Alimentação/Culinária	112	8,4
Diversão Noturna	65	4,9
Restaurantes e Bares	50	3,7
Pontos Turísticos	32	2,4
Opções de Lazer	29	2,2
Meios de Hospedagem	17	1,3
Frutas e Produtos Tropicais	16	1,2
Beleza Piauiense	10	0,8
Passeios	11	0,8
Festas Populares	7	0,5
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>433</b>	<b>32,4</b>
Hospitalidade do Povo	330	24,7
Amigos e Familiares	79	5,9
Aspectos Cultural-Históricos	14	1,1
Educação Formal	6	0,4
Serviços de Comunicações	4	0,3
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>219</b>	<b>16,4</b>
Serviço de Saúde	76	5,7
Comércio	50	3,7
Shopping Center	42	3,1
Serviço de Transporte	18	1,4
Bons Negócios	18	1,4
Artesanato	15	1,1
<b>Outros</b>	<b>117</b>	<b>8,8</b>
Tudo (cidade em geral)	44	3,3
Beleza da Cidade	29	2,2
Congressos e Eventos	19	1,4
Administração Pública	15	1,1
Outros	10	0,8
<b>Total</b>	<b>1.333</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (25,3%), falta de segurança (6,1%), falta de limpeza pública (5,0%).

**Tabela 21**  
**Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>Qtde.</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>231</b>	<b>27,0</b>
Clima	216	25,3
Poluição	15	1,7
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>282</b>	<b>32,9</b>
Falta de Segurança	52	6,1
Limpeza Pública (falta)	43	5,0
Falta de Saneamento Básico	37	4,3
Estrutura do Aeroporto	37	4,3
Congestionamento no Trânsito	35	4,1
Terminal Rodoviário	34	4,0
Vias Urbanas	27	3,1
Iluminação Pública	17	2,0
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>86</b>	<b>10,1</b>
Poucas Opções de Bares e Restaurantes	23	2,7
Falta de Opção de Lazer	22	2,6
Falta de Informação Turística	19	2,2
Atrativos/Pontos Turísticos/ Infra-Estrutura Turística	11	1,3
Paisagismo	7	0,8
Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem	4	0,5
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>6</b>	<b>0,7</b>
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	6	0,7
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>98</b>	<b>11,4</b>
Serviço de Transporte	35	4,1
Preços Elevados	32	3,7
Excesso de Camelôs	12	1,4
Serviços de Saúde	9	1,1
Serviço de Comunicação	7	0,8
Comércio	3	0,3
<b>Outros</b>	<b>152</b>	<b>17,9</b>
Atendimento em Geral	45	5,3
Má Administração Pública	30	3,6
Pobreza/Mendicância	18	2,1
Falta de Preservação do Patrimônio Histórico	14	1,6
Desemprego	10	1,2
Sinalização Trânsito/Urbana	6	0,7
Outros	29	3,4
<b>Total</b>	<b>855</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2008.



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

**Relatório de Pesquisa Demanda Turística**

---

**Litoral do Piauí**

---

**(Parnaíba e Luís Correia)**

**Julho/2008**



## 1. Procedência dos Turistas

Observando as tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem do turista que visitou o litoral piauiense na última temporada de férias, verifica-se que 98,4% são brasileiros. Do total de estrangeiros que estiveram no litoral 25,0% são da Espanha; Austrália, França, Bélgica, e Holanda com, 12,5% cada um; Peru, Suíça, Noruega e Dinamarca com 6,25%.

Quanto aos brasileiros, 81,7% são nordestinos, sendo mais da metade deles piauienses (62,3%), seguidos de cearenses (10,4%) e brasilienses (9,4%).

**Tabela 1**  
**Procedência dos Turistas**

Origem	Quantidade	Geral (%)
Brasil	961	98,4
Exterior	16	1,6
<b>Total</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 2**  
**Procedência dos Turistas Internacionais**

Países de Origem	Quantidade	(%)
Espanha	4	25,0
Austrália	2	12,5
França	2	12,5
Bélgica	2	12,5
Holanda	2	12,5
Peru	1	6,25
Suíça	1	6,25
Noruega	1	6,25
Dinamarca	1	6,25
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 3**  
**Procedência dos Turistas Nacionais**

Regiões e Estados de Origem	Quantidade	(%)
<b>Norte</b>	<b>33</b>	<b>3,4</b>
Pará	30	3,1
Tocantins	1	0,1
Amazonas	1	0,1
Rondônia	1	0,1
<b>Nordeste</b>	<b>785</b>	<b>81,7</b>
Piauí	599	62,3
Ceará	100	10,4
Maranhão	70	7,3

Continua

		Conclusão
<b>Nordeste (continuação)</b>		
Pernambuco	9	0,9
Rio Grande do Norte	2	0,2
Bahia	2	0,2
Paraíba	2	0,2
Sergipe	1	0,1
<b>Centro-Oeste</b>	<b>96</b>	<b>10,0</b>
Distrito Federal	90	9,4
Goiás	5	0,5
Mato Grosso	1	0,1
<b>Sudeste</b>	<b>44</b>	<b>4,6</b>
São Paulo	25	2,6
Rio de Janeiro	17	1,8
Minas Gerais	2	0,2
<b>Sul</b>	<b>3</b>	<b>0,3</b>
Santa Catarina	3	0,3
<b>Total</b>	<b>961</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 82,6%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 58,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 17,4%.

**Tabela 4**  
**Demanda Turística por Local de Hospedagem**

Hospedagem	Quantidade	Geral (%)
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>170</b>	<b>17,4</b>
Hotel	70	7,2
Pousada	96	9,8
Pensão Hospedaria	4	0,4
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>807</b>	<b>82,6</b>
Casa Parentes/Amigos	573	58,6
Casa Própria	174	17,8
Casa / Apart. De Aluguel	30	3,1
Outras	30	3,1
<b>Total</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar ao litoral piauiense, o turista serviu-se principalmente de ônibus de linha (59,4%); seguido do automóvel (39,3%).

**Tabela 5**  
**Demanda Turística por Meio de Transporte**

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Quantidade	Geral (%)
Ônibus de Linha	60,0	59,2	580	59,4
Automóvel	38,8	39,4	384	39,3
Ônibus Fretado	0,6	0,5	5	0,5
Outros	0,6	0,9	8	0,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3. Perfil dos Turistas

#### 3.1 Aspectos pessoais

Com relação aos aspectos pessoais dos turistas que estiveram no Litoral do Piauí, a Tabela 6 evidencia a predominância do sexo masculino, correspondendo a 53,4%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (28,9%), seguida de perto pela faixa de 26 a 35 anos (28,7%). No item nível de escolaridade o destaque foi para o de nível superior (39,2%), não estando incluídos neste percentual a área de pós-graduação com (5,9%), seguido dos que têm escolaridade de nível médio (39,5%).

Quanto ao estado civil, 46,8% dos entrevistados disseram ser casados e 45,5%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam com a família (53,0%), mostrando que os turistas viajam acompanhados na alta estação; sendo que 82,6% se hospedaram na rede extra-hoteleira e 17,4%, na rede hoteleira.

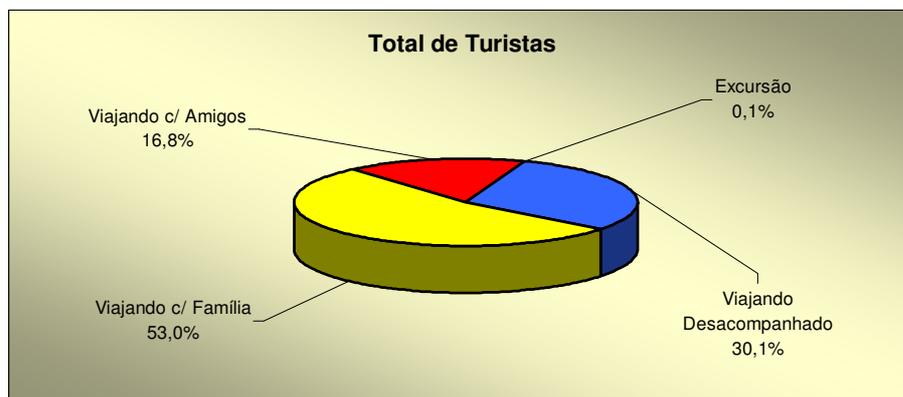
**Tabela 6**  
**Perfil dos Turistas Entrevistados**

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Quantidade	Geral (%)
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Masculino	68,2	50,3	522	53,4
Feminino	31,8	49,7	455	46,6
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Até 17 Anos	1,8	3,6	32	3,3
18 a 25 Anos	20,0	26,8	250	25,6
26 a 35 Anos	34,6	27,4	280	28,7
36 a 50 Anos	31,8	28,3	283	28,9
51 a 65 Anos	10,0	11,0	106	10,8
Acima de 65 Anos	1,8	2,9	26	2,7
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	4,1	13,6	117	12,0
Médio	42,9	38,8	385	39,5
Médio Técnico	2,9	1,6	18	1,8
Superior	42,4	38,5	383	39,2
Pós-Graduação	5,9	5,9	58	5,9
Outros	1,8	1,6	16	1,6
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Casado	52,9	45,4	456	46,8
Solteiro	40,0	46,7	445	45,5
Separado	5,3	4,7	47	4,8
Viúvo	1,2	2,2	20	2,0
Outros	0,6	1,0	9	0,9
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Com a Família	45,3	54,7	518	53,0
Viajando Desacompanhado	27,6	30,6	294	30,1
Com Amigos	26,5	14,7	164	16,8
Em Excursão	0,6	-	1	0,1
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>2,7</b>	<b>2,9</b>	<b>2.755</b>	<b>2,8</b>

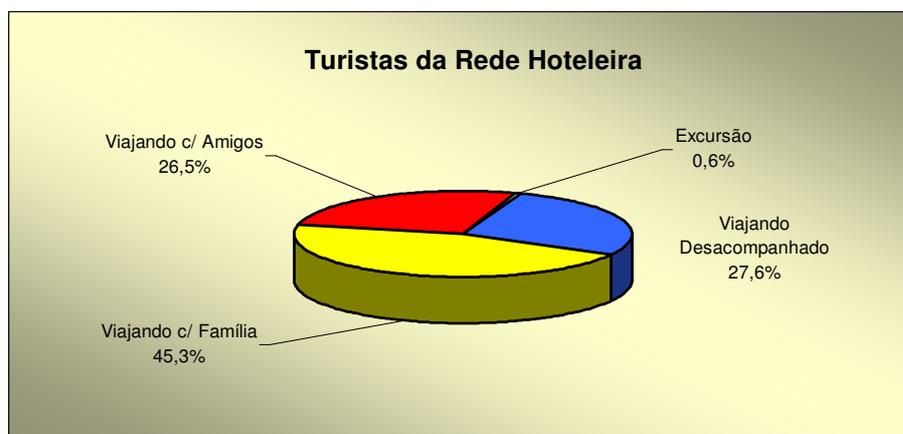
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Figura 1**  
**Nível de Sociabilidade**

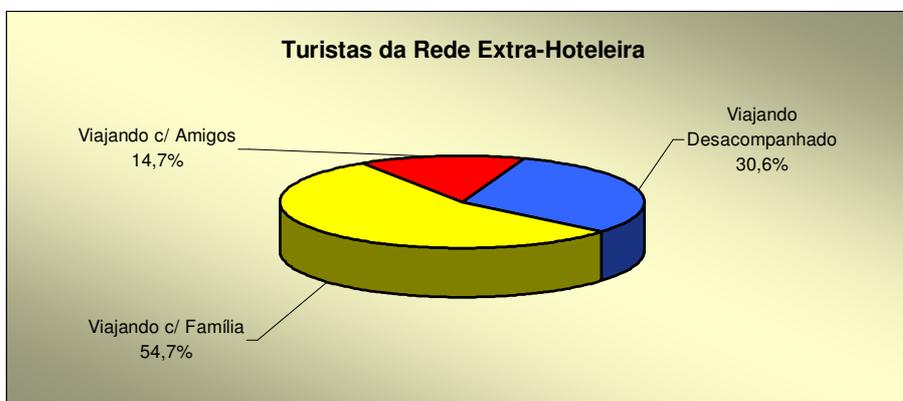
**Figura 1.1**



**Figura 1.2**



**Figura 1.3**



A tabela 7 mostra o uso de agências de viagens pelos turistas. A pesquisa detectou que nenhum dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência.

**Tabela 7**  
**Organização da Viagem por Agência**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Geral (%)</b>
Sim	-	-	-
Não	100,0	100,0	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem estudante (18,0%) e funcionário público, com 17,6%, e profissional liberal, com 11,6%.

**Tabela 8**  
**Ocupação Principal dos Turistas**

<b>Ocupação / Profissão</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Estudante	11,8	19,3	176	18,0
Funcionário Público	17,5	17,6	172	17,6
Profissional Liberal	11,8	11,5	113	11,6
Comerciante	10,6	6,4	70	7,2
Autônomo	5,9	5,9	58	5,9
Dona-de-Casa	3,5	5,7	52	5,3
Comerciário	8,2	4,2	48	4,9
Aposentado/Pensionista	1,8	5,1	44	4,5
Professor	2,9	2,7	27	2,8
Bancário	1,8	2,7	25	2,6
Empregada Doméstica	-	2,9	23	2,4
Industriário	5,3	1,6	22	2,3
Empresário	2,9	2,0	21	2,2
Militar	1,2	1,9	17	1,7
Rep. Comercial/Vendedor	2,4	1,6	17	1,7
Técnico	2,9	1,2	15	1,5
Motorista	2,4	0,5	8	0,8
Jornalista/Radialista	1,2	0,7	8	0,8
Industrial	2,9	0,1	6	0,6
Religioso	0,6	0,6	6	0,6
Analista/Programador	-	0,7	6	0,6
Outras	2,4	5,0	43	4,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 8,05 dias; os turistas da rede extra-hoteleira, em média, 8,67 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 5,14 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 267,71, correspondendo a R\$ 33,25 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,44 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 256,62, correspondendo a R\$ 29,61 per capita/dia, incluídas 2,46 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 323,16, cerca de R\$ 62,93 per capita/dia, estando incluídas entre estes 2,32 pessoas.

**Tabela 9**  
**Informações Econômico-Financeiras**

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	5,14	8,67	8,05
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	748,68	631,88	652,37
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,32	2,46	2,44
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	323,16	256,62	267,71
Gasto per Capita/Dia (R\$)	62,93	29,61	33,25
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.563,70	2.240,07	2.302,71

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (19,5%), diversão / passeios (17,2%) e alimentação (16,2%).

**Tabela 10**  
**Composição dos Gastos dos Turistas**

Gastos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Geral (%)
Hospedagem	24,1	18,9	19,5
Diversões / Passeios	20,9	16,9	17,2
Alimentação	16,8	16,5	16,2
Tratamento de Saúde	8,4	14,9	14,7
Compras	10,6	11,8	11,6
Transporte	8,5	6,2	6,5
Outros	10,7	14,8	14,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

A Tabela 11 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

**Tabela 11**  
**Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores**

<b>Procedência</b>	<b>Participação (%)</b>	<b>Permanência (dias)</b>	<b>Gasto per Capita (R\$)</b>	<b>Gasto per Capita / Dia (R\$)</b>
<b>Nacional</b>	<b>98,4</b>	<b>8,0</b>	<b>265,89</b>	<b>33,07</b>
<b>Norte</b>	<b>3,4</b>	<b>15,2</b>	<b>295,60</b>	<b>19,51</b>
Pará	3,1	16,3	291,07	17,86
Tocantins	0,1	4,0	200,00	50,00
Amazonas	0,1	2,0	-	-
Rondônia	0,1	5,0	666,67	133,33
<b>Nordeste</b>	<b>80,3</b>	<b>6,6</b>	<b>233,50</b>	<b>35,43</b>
Piauí	61,3	6,3	233,12	37,01
Ceará	10,2	8,4	252,33	29,90
Maranhão	7,2	5,4	201,50	37,12
Pernambuco	0,9	6,7	189,23	28,38
Bahia	0,2	40,0	1.500,00	37,50
Paraíba	0,2	8,0	75,00	9,38
Rio Grande do Norte	0,2	4,5	200,00	44,4
Sergipe	0,1	11,0	250,00	22,73
<b>Centro-Oeste</b>	<b>9,8</b>	<b>13,6</b>	<b>384,37</b>	<b>28,25</b>
Distrito Federal	9,2	13,1	390,16	29,71
Goiás	0,5	18,8	181,88	9,67
Mato Grosso	0,1	30,0	800,00	26,67
<b>Sudeste</b>	<b>4,5</b>	<b>16,6</b>	<b>610,06</b>	<b>36,67</b>
São Paulo	2,6	13,7	558,49	40,83
Rio de Janeiro	1,7	21,2	713,39	33,69
Minas Gerais	0,2	15,0	583,33	38,89
<b>Sul</b>	<b>0,3</b>	<b>5,3</b>	<b>415,00</b>	<b>77,81</b>
Santa Catarina	0,3	5,3	415,00	77,81
<b>Internacional</b>	<b>1,6</b>	<b>8,8</b>	<b>469,75</b>	<b>53,69</b>
Espanha	0,4	9,3	489,17	52,88
Austrália	0,2	3,0	900,00	300,00
Bélgica	0,2	8,5	880,00	103,53
França	0,2	3,0	100,00	33,33
Holanda	0,2	2,0	100,00	50,00
Dinamarca	0,1	2,0	150,00	75,00
Noruega	0,1	45,0	1.000,00	22,22
Peru	0,1	21,0	1.000,00	47,62
Suíça	0,1	2,0	100,00	50,00
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>8,1</b>	<b>267,71</b>	<b>33,25</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Nota:** Os cálculos desta tabela, feito no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **15,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 19,51**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 35,43**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **13,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 28,25**;

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **16,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 36,67**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **5,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 77,81**.

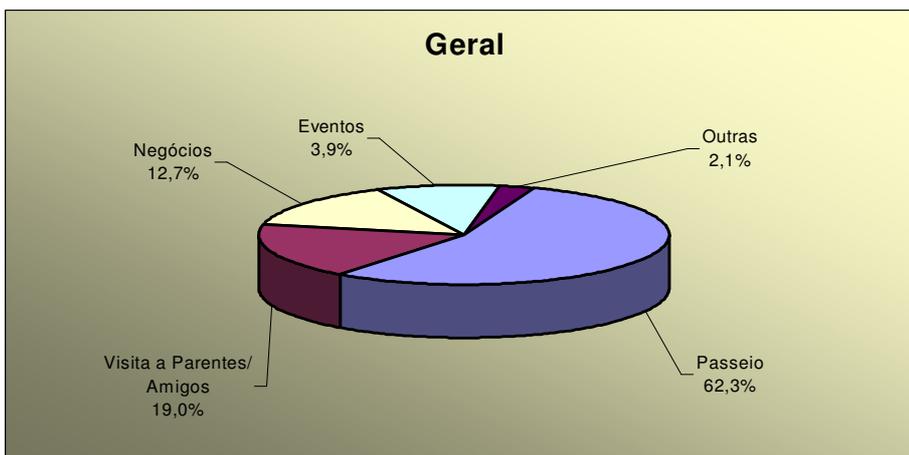
No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **8,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 53,69**.

## 4. Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando de uma região litorânea, em período de alta estação, o principal motivo da viagem foi passeio (62,3%), vindo em seguida visita a parentes/amigos (19,0%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa também maior relevância (60,0%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio (62,8%) e, em seguida, visita a parentes/amigos (22,2%), são as mais relevantes.

**Figura 2**  
**Motivações para a Viagem**

**Figura 2.1**



**Figura 2.2**

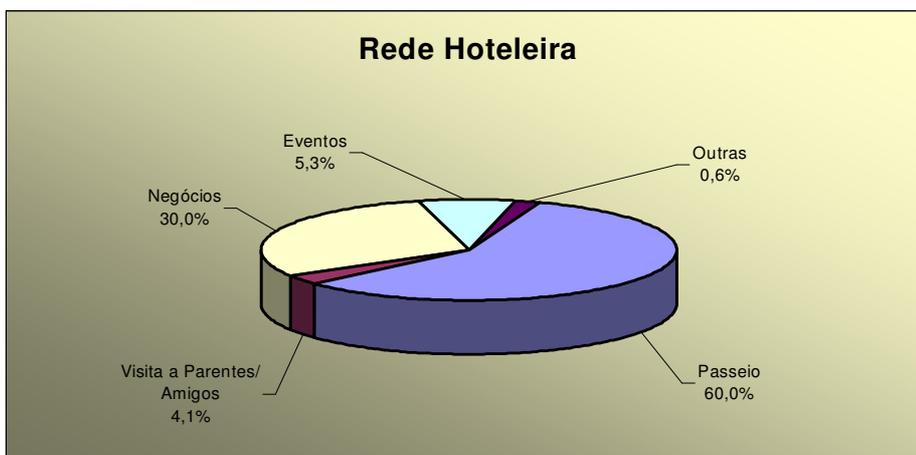
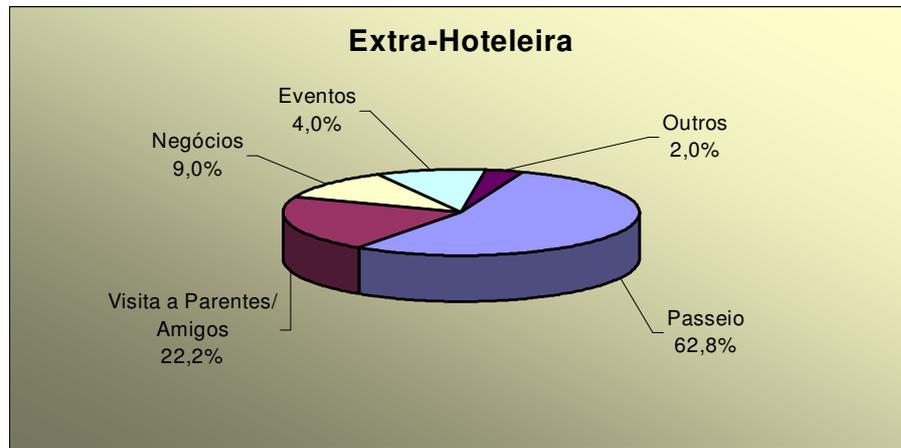


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem ao litoral motivada por passeio teve nos atrativos naturais (sol e praias) um estímulo de 85,2%.

**Tabela 12**  
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

Atrativos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais (Sol e Praia)	84,2	85,3	518	85,2
Ecoturismo/Aventura/Esporte Rural	8,9	5,4	36	5,9
Outros Atrativos Naturais	3,9	2,2	15	2,5
Manifestações Populares	2,0	2,4	14	2,3
Outros	1,0	4,7	25	4,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>608</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

O conhecimento prévio do local (75,5%) e os comentários de parentes/amigos (17,4%) foram os fatores de influência na decisão quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

**Tabela 13**  
Influência da Viagem – Motivo Passeio

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Já Conhecia o Local	57,8	79,0	459	75,5
Comentários de Parentes/Amigos	26,5	15,6	106	17,4
Propaganda/Publicidade	2,9	1,0	8	1,3
Agência de Viagem	1,0	0,6	4	0,7
Internet	2,0	0,4	4	0,7
Outros	9,8	3,4	27	4,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>608</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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.

A maioria (86,1%) dos turistas entrevistados já estiveram no litoral piauiense mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,8% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 96,7% o recomendariam a outras pessoas.

**Tabela 14**  
**Taxa de Retorno do Turista ao Litoral**

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
<b>Primeira Visita ao Litoral</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Sim	27,6	11,0	136	13,9
Não	72,4	89,0	841	86,1
<b>Pensa em Voltar ao Litoral</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Sim	93,5	98,7	955	97,8
Não	4,1	0,7	13	1,3
Não Sabe	2,4	0,6	9	0,9
<b>Recomendaria o Litoral</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>
Sim	95,9	96,9	945	96,7
Não	3,5	2,9	29	3,0
Não Sabe	0,6	0,2	3	0,3

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto à avaliação dos turistas em relação à primeira visita ao litoral, 47,8% deles afirmaram que superou a sua expectativa; enquanto 44,1% informaram que correspondeu ao que era esperado.

**Tabela 15**  
**Expectativa do Turista de Primeira Visita**

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Superou a Expectativa	53,2	44,9	65	47,8
Correspondeu	40,4	46,1	60	44,1
Decepcionou	6,4	7,9	10	7,4
Não Sabe	-	1,1	1	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>136</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior, 49,8% disseram estar muito melhor, enquanto 40,4% acharam o litoral igual à última visita.

**Tabela 16**  
**Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Muito Melhor	52,9	49,2	418	49,8
Permanece Igual	38,2	40,8	340	40,4
Pior	7,3	9,3	76	9,0
Não Sabe	1,6	0,7	7	0,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>841</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 5. Aspectos Espaciais

Além do litoral, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (16,7%) e São Raimundo Nonato, Landri Sales e Buriti dos Lopes com (10,0%) cada.

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados, além do Litoral**

Municípios Visitados	Qtde.	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>4</b>	<b>33</b>	<b>13,3</b>	<b>8,3</b>
Barras	2	17	6,7	8,5
Piracuruca/Sete Cidades	1	1	3,3	1,0
Piripiri	1	15	3,3	15,0
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>16,7</b>	<b>3,8</b>
Teresina	5	19	16,7	3,8
<b>Pólo das Origens – Turismo Arqueológico</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>10,0</b>	<b>5,3</b>
São Raimundo Nonato	3	16	10,0	5,3
<b>Pólo Histórico-Cultural</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>6,7</b>	<b>4,5</b>
Floriano	2	9	6,7	4,5
<b>Outros</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>53,3</b>	<b>4,4</b>
Buriti dos Lopes	3	13	10,0	4,3
Landri Sales	3	15	10,0	5,0
Cocal	2	3	6,7	1,5
Luzilândia	2	11	6,7	5,5
Brejo do Piauí	1	1	3,3	1,0
Corrente	1	10	3,3	10,0
Esperantina	1	7	3,3	7,0
Gilbués	1	5	3,3	5,0
Joaquim Pires	1	3	3,3	3,0
Picos	1	2	3,3	2,0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>147</b>	<b>100,0</b>	<b>4,9</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 6. Avaliação Geral dos Turistas

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 87,6%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 75,7%. Merece destaque também o serviço Meios de Hospedagem com 54,9% e Diversão Noturna com 46,3%.

No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 55,8%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-2,1%), transporte urbano (3,7%) e limpeza pública (8,2%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

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

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
<b>Atrativos</b>						
Naturais(*)	48,1	45,7	5,2	0,4	0,6	<b>87,6</b>
Patrimônios Históricos/Culturais	14,6	58,6	22,4	2,4	1,9	<b>46,4</b>
Manifestações Populares	14,8	47,7	31,1	4,0	2,4	<b>24,9</b>
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	9,3	48,8	30,2	6,6	5,0	<b>16,3</b>
Passeios Oferecidos	16,7	51,8	22,5	4,7	4,3	<b>37,0</b>
Serviços Receptivos/Empresas	12,4	56,2	22,7	5,8	2,8	<b>37,3</b>
Hospitalidade do Povo	37,4	50,4	10,4	1,3	0,5	<b>75,7</b>
Informações Turísticas	11,2	52,3	23,4	5,7	7,3	<b>27,1</b>
Sinalização Urbana/Turística	8,9	59,9	22,0	5,5	3,8	<b>37,6</b>
Guias de Turismo	8,9	40,0	20,0	10,0	21,1	<b>-2,1</b>
Meios de Hospedagem	18,9	58,5	18,9	0,0	3,6	<b>54,9</b>
Bares e Restaurantes	12,8	55,7	23,3	4,4	3,8	<b>37,1</b>
Comércio/Compras	8,5	57,4	26,7	4,4	2,9	<b>31,8</b>
Diversões Noturnas	26,7	46,4	18,3	5,3	3,2	<b>46,3</b>
Serviços de Táxis	14,6	54,8	15,3	6,0	9,3	<b>38,8</b>

Continua

Conclusão

Infra-Estrutura						
Comunicações (Correios/Fone)	8,3	68,9	15,2	3,3	3,6	<b>55,8</b>
Serviços Médicos	11,2	49,5	17,8	8,4	13,1	<b>21,5</b>
Segurança Pública	13,8	52,6	24,8	5,7	3,1	<b>32,8</b>
Limpeza Pública	10,1	44,0	30,5	8,2	7,2	<b>8,2</b>
Transporte Urbano	5,9	45,9	29,2	11,3	7,6	<b>3,7</b>
Terminal Rodoviário	5,3	53,0	33,1	5,5	3,1	<b>16,6</b>
Aeroporto	12,5	44,3	22,7	8,0	12,5	<b>13,6</b>
Urbanização	6,3	65,2	23,5	3,2	1,8	<b>42,9</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 51,9% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 40,7 % dos turistas acharam os preços elevados.

**Tabela 19**  
**Avaliação dos Preços Pagos**

Avaliação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Baixos	5,9	6,2	60	6,1
Normais	59,4	50,3	507	51,9
Elevados	33,5	42,3	398	40,8
Não Sabe	1,2	1,2	12	1,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>977</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (37,2%), clima (11,1%) e hospitalidade do povo (9,4%).

**Tabela 20**  
**Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas**

Aspectos Positivos	Qtde.	(%)
<b>Condições Ambientais</b>	<b>735</b>	<b>52,8</b>
Belezas Naturais/Praias	517	37,2
Clima	154	11,1
Limpeza da Cidade	29	2,1
Delta do Parnaíba	18	1,3
Lagoa do Portinho	17	1,2

Continua

		Conclusão
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>100</b>	<b>7,2</b>
Beleza da Cidade	30	2,2
Tranqüilidade da Cidade	30	2,2
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	15	1,1
Infra-estrutura das Praias	15	1,1
Estradas (Pavimentação/Sinalização)	10	0,7
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>229</b>	<b>16,5</b>
Restaurantes/Bares	46	3,3
Opção Lazer	40	2,9
Diversão Noturna (Cidade / Praia)	40	2,9
Culinária	40	2,9
Aspectos Cultural-Históricos	22	1,6
Meios de Hospedagem	19	1,3
Porto das Barcas	12	0,8
Pontos Turísticos	10	0,7
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>147</b>	<b>10,6</b>
Hospitalidade do Povo	131	9,4
Amigos e Familiares	16	1,2
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>50</b>	<b>3,6</b>
Comércio	34	2,4
Serviço de Transporte	14	0,9
Serviço de Saúde	2	0,1
<b>Outros</b>	<b>130</b>	<b>9,3</b>
Beleza Piauiense	30	2,2
Tudo (Cidade em Geral)	27	1,9
Eventos Promocionais de Férias / FEPEME	25	1,8
Segurança	20	1,4
Administração Pública	14	1,0
Outros	14	1,0
<b>Total</b>	<b>1.391</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: preços elevados (14,2%), limpeza pública (9,0%), infra-estrutura turística nas praias (8,4%) e sujeira da praia (7,3%).

**Tabela 21**  
**Aspectos Negativos Apointados pelos Turistas**

Aspectos Negativos	Quantidade	(%)
<b>Condições Ambientais</b>	<b>88</b>	<b>9,7</b>
Sujeira da Praia	66	7,3
Poluição nos Rios/Praias	12	1,3
Clima	10	1,1

Continua

	Conclusão	
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>209</b>	<b>23,2</b>
Limpeza Pública	81	9,0
Falta de Segurança	41	4,5
Pavimentação Precária/Calçamento Péssimo	25	2,8
Falta de Conservação da Rodoviária	20	2,2
Infra-Estrutura (Água, Luz, Iluminação Pública)	19	2,1
Infra-Estrutura da Cidade/Saneamento Básico	10	1,1
Falta de Estacionamento nas Praias	9	1,0
Arborização/Paisagismo	4	0,4
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>132</b>	<b>14,6</b>
Falta de Infra-Estrutura Turística nas Praias	76	8,4
Falta de Opção de Lazer	25	2,8
Sinalização/Informação Turística/Receptivo Turístico	16	1,8
Falta de Diversão Noturna	7	0,8
Meios de Hospedagens	6	0,7
Alimentação/Culinária	2	0,2
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>38</b>	<b>4,2</b>
Educação no Trânsito/Trânsito Desorganizado	25	2,8
Falta de Hospitalidade	9	1,0
Despreparo no Relacionamento com o Turista	4	0,4
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>300</b>	<b>33,2</b>
Preços Elevados/Exploração do Turista	128	14,2
Atendimento nos Bares e Restaurantes	73	8,1
Serviço de Transporte	58	6,4
Comércio	14	1,6
Serviço de Saúde	13	1,4
Falta de Transporte/Horário Ônibus Interestadual	7	0,8
Não-Existência de Vão para Parnaíba	5	0,6
Serviço Bancário Deficiente	2	0,2
<b>Outros</b>	<b>136</b>	<b>15,1</b>
Administração Pública	27	3,0
Atendimento em Geral	23	2,5
Pobreza	3	0,3
Outros	83	9,2
<b>Total</b>	<b>903</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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

**Relatório de Pesquisa Demanda Turística**

---

**São Raimundo Nonato**

---

Julho/2008



## 1. Procedência dos Turistas

Observando as Tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem dos turistas que visitaram São Raimundo Nonato, nesta última temporada de alta estação, verifica-se que 99,6% são brasileiros. Quanto à procedência dos dois turistas estrangeiros entrevistados em São Raimundo Nonato um deles era da França e o outro, da Suíça.

Quanto aos brasileiros, 73,3% são nordestinos, sendo perto da metade deles piauienses (45,6%), seguidos de pernambucanos (8,6%) e baianos (8,2%).

**Tabela 1**  
**Procedência dos Turistas**

Origem	Qtde.	Geral (%)
Brasil	454	99,6
Exterior	2	0,4
<b>Total</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 2**  
**Procedência do Turista Internacional**

Países de Origem	Qtde.	(%)
França	1	50,0
Suíça	1	50,0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Tabela 3**  
**Procedência dos Turistas Nacionais**

Regiões e Estados de Origem	Qtde.	(%)
<b>Norte</b>	<b>5</b>	<b>1,0</b>
Tocantins	3	0,6
Pará	2	0,4
<b>Nordeste</b>	<b>333</b>	<b>73,3</b>
Piauí	207	45,6
Pernambuco	39	8,6
Bahia	37	8,2
Maranhão	20	4,4
Ceará	19	4,2
Sergipe	6	1,3
Paraíba	4	0,8
Alagoas	1	0,2
<b>Centro-Oeste</b>	<b>54</b>	<b>12,0</b>
Goiás	15	3,4
Goiás	15	3,4
Mato Grosso do Sul	2	0,4
Mato Grosso	2	0,4

Continua

		Conclusão
<b>Sudeste</b>	<b>54</b>	<b>12,0</b>
São Paulo	39	8,7
Minas Gerais	14	3,1
Rio de Janeiro	1	0,2
<b>Sul</b>	<b>8</b>	<b>1,7</b>
Santa Catarina	3	0,6
Paraná	3	0,6
Rio Grande do Sul	2	0,5
<b>Total</b>	<b>454</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 61,0%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 37,1% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 39,0% (Tabela 4).

**Tabela 4**  
**Demanda Turística por Local de Hospedagem**

Hospedagem	Qtde.	Geral (%)
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>178</b>	<b>39,0</b>
Hotel	108	23,7
Pousada	70	15,3
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>278</b>	<b>61,0</b>
Casa Parentes/Amigos	169	37,1
Casa Própria	13	2,8
Casa / Apart. de Aluguel	7	1,5
Outras	89	19,6
<b>Total</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar a São Raimundo Nonato, o turista serviu-se principalmente de automóvel (44,2%), seguido de ônibus de linha (40,4%), o que pode ser verificado na Tabela 5.

**Tabela 5**  
**Demanda Turística por Meio de Transporte**

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Automóvel	60,2	34,2	202	44,2
Ônibus de Linha	30,9	46,4	184	40,4
Ônibus Fretado	2,2	12,6	39	8,6
Outros	6,7	6,8	31	6,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3. Perfil dos Turistas

#### 3.1 Aspectos pessoais

A Tabela 6 apresenta os aspectos pessoais dos turistas que estiveram em São Raimundo Nonato evidenciando a predominância do sexo masculino, o que corresponde a 68,4%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (30,5%). No item nível de escolaridade, 37,3% dos entrevistados possuem curso de nível superior, seguido dos que têm escolaridade de nível médio, com 36,2%.

Quanto ao estado civil, 50,4% dos entrevistados disseram ser casados e 38,8%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade sobressaem os que estavam desacompanhados (38,6%), seguidos daqueles que viajam com amigos (34,0%).

A maioria dos turistas que viajam sozinhos, utilizou-se da rede hoteleira (46,6%), enquanto aqueles que viajam com amigos predominam na rede extra-hoteleira (34,2%).

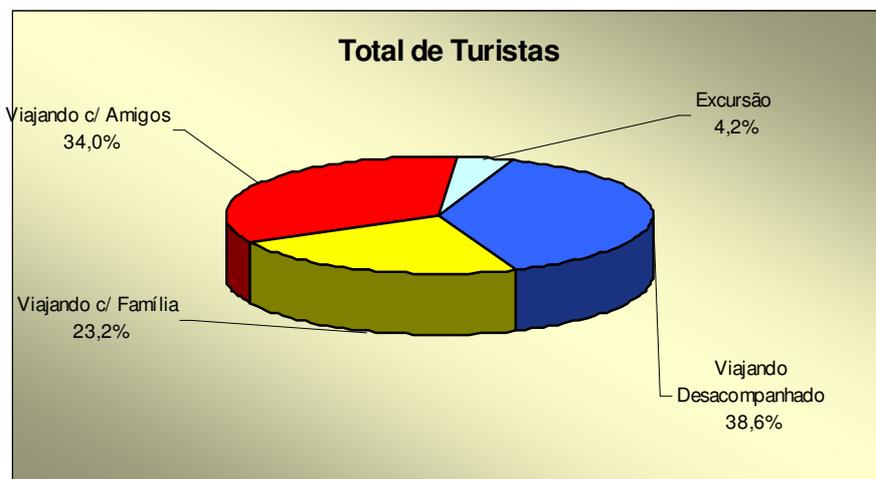
**Tabela 6**  
**Perfil dos Turistas Entrevistados**

<b>Aspectos Pessoais</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>Rede Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Masculino	81,5	60,1	312	68,4
Feminino	18,5	39,9	144	31,6
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Até 17 Anos	-	7,2	20	4,4
18 a 25 Anos	11,2	31,7	108	23,7
26 a 35 Anos	30,9	27,3	131	28,7
36 a 50 Anos	38,2	25,5	139	30,5
51 a 65 Anos	18,0	6,5	50	11,0
Acima de 65 Anos	1,7	1,8	8	1,8
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	11,8	16,2	66	14,5
Médio	32,6	38,5	165	36,2
Médio Técnico	2,2	0,7	6	1,3
Graduação	39,3	36,0	170	37,3
Pós-Graduação	13,0	6,5	41	9,0
Outros	1,1	2,1	8	1,8
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Casado	59,6	44,6	230	50,4
Solteiro	25,8	47,1	177	38,8
Separado	10,7	5,4	34	7,5
Viúvo	0,6	0,4	2	0,4
Outros	3,4	2,5	13	2,9
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	46,6	33,5	176	38,6
Com Amigos	33,7	34,2	155	34,0
Com a Família	18,5	26,3	106	23,2
Em Excursão	1,1	6,1	19	4,2
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>2,6</b>	<b>6,4</b>	<b>-</b>	<b>4,9</b>

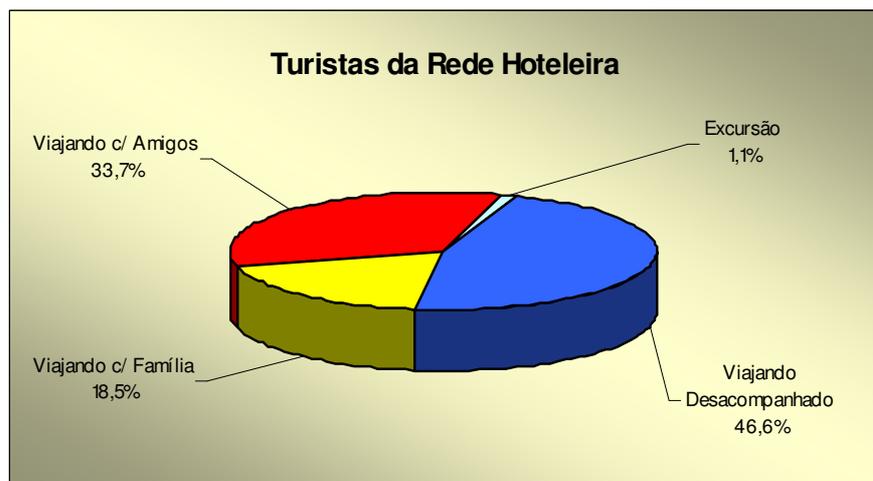
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Figura 1**  
**Nível de Sociabilidade**

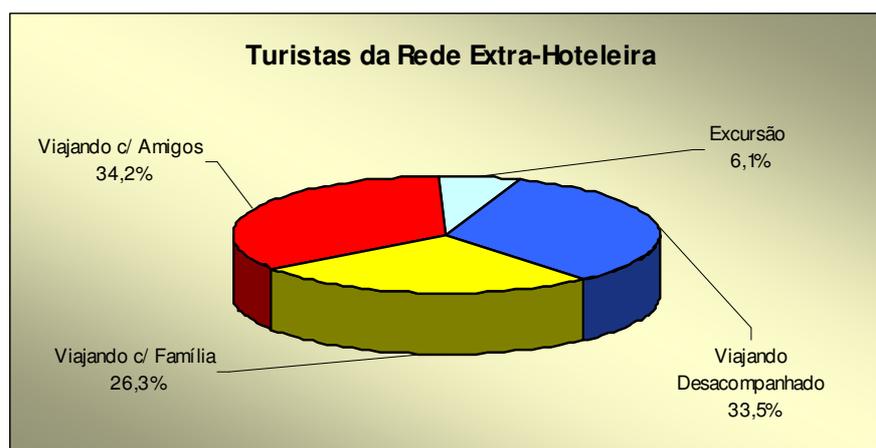
**Figura 1.1**



**Figura 1.2**



**Figura 1.3**



Verificou-se, ainda, que os turistas entrevistados, na sua totalidade (100,0%) não se utilizaram de agências na organização de suas viagens (Tabela 7). Vale ressaltar que as excursões eram formadas por estudantes, as quais, um deles ou um professor era responsável pela organização.

**Tabela 7**  
**Organização da Viagem por Agência**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>Rede Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Sim	-	-	-	-
Não	100,0	100,0	73	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>73</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, de acordo com a Tabela 8, aparecem funcionário público (18,2%), estudante (13,8%), motorista (12,9%) e profissionais liberais (10,7%).

**Tabela 8**  
**Ocupação Principal dos Turistas**

<b>Ocupação / Profissão</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>Rede Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Funcionário Público	20,2	16,9	83	18,2
Estudante	1,1	21,9	63	13,8
Motorista	12,9	12,9	59	12,9
Profissional Liberal	14,0	8,6	49	10,7
Comerciante	7,3	6,8	32	7,0
Rep. Comercial/Vendedor	9,6	2,2	23	5,0
Dona-de-Casa	-	6,5	18	3,9
Pensionista/Aposentado	4,5	2,2	14	3,1
Autônomo	2,8	2,9	13	2,9
Comerciário	5,1	0,4	10	2,2
Enfermeiro	2,2	1,4	8	1,8
Administrador	2,2	0,7	6	1,3
Empresário	2,2	0,4	5	1,1
Bancário	1,1	0,7	4	0,9
Técnico Nível Médio	0,6	1,1	4	0,9
Empregada Doméstica	-	0,7	2	0,4
Religioso	-	0,7	2	0,4
Outras	14,2	13,0	61	13,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

### 3.2 Aspectos econômico-financeiros

De acordo com a tabela 9, os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato, no período desta pesquisa, permaneceram, em média, 9,13 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 10,98 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência média de 6,23 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 278,95, correspondendo a R\$ 30,56 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,60 pessoa.

Para os turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 251,31, correspondendo a R\$ 22,88 *per capita/dia*, incluída 1,68 pessoa nestes gastos.

Em relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 329,18, cerca de R\$ 52,84 *per capita/dia*, estando incluída nestes gastos 1,47 pessoa.

**Tabela 9**  
**Informações Econômico-Financeiras**

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	6,23	10,98	9,13
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	482,29	421,60	445,06
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,47	1,68	1,60
Gasto <i>per Capita</i> dos Turistas (R\$)	329,18	251,31	278,95
Gasto <i>per Capita/Dia</i> (R\$)	52,84	22,88	30,56
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.871,12	1.667,47	2.183,76

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (17,7%), hospedagem (14,8%) e alimentação (13,3,%). Do total de entrevistados 29,8% gastaram com outros itens dispersos, não discriminados na Tabela 10.

**Tabela 10**  
**Composição dos Gastos dos Turistas (%)**

Gastos	Rede Hoteleira(%)	R. Extra-Hoteleira(%)	Geral(%)
Compras	12,1	21,5	17,7
Hospedagem	16,5	10,3	14,8
Alimentação	14,2	13,6	13,3
Diversões/Passeios	12,7	13,1	12,5
Transporte	14,8	10,8	11,9
Outros	29,7	30,7	29,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

A Tabela 11 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

**Tabela 11**  
**Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores**

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita/Dia (R\$)
<b>Nacional</b>	<b>99,6</b>	<b>9,2</b>	<b>278,97</b>	<b>30,46</b>
<b>Norte</b>	<b>1,1</b>	<b>11,6</b>	<b>384,00</b>	<b>33,10</b>
Pará	0,4	11,5	442,86	38,51
Tocantins	0,7	11,6	246,67	21,14
<b>Nordeste</b>	<b>73,1</b>	<b>8,4</b>	<b>226,71</b>	<b>26,90</b>
Pernambuco	8,6	3,9	188,44	47,72
Piauí	45,4	9,9	227,21	23,02
Alagoas	0,2	5,0	27,78	5,56
Bahia	8,1	4,6	292,19	63,97
Maranhão	4,4	10,2	299,96	29,41
Sergipe	1,3	5,5	274,67	49,94
Ceará	4,2	9,8	288,10	29,27
Paraíba	0,9	3,0	150,00	50,00
<b>Centro-Oeste</b>	<b>11,8</b>	<b>14,1</b>	<b>383,20</b>	<b>27,19</b>
Distrito Federal	7,7	15,2	392,58	25,88
Goiás	3,3	11,6	340,74	29,37
Mato Grosso	0,4	15,5	2.310,00	149,03
Mato Grosso do Sul	0,4	12,5	86,82	6,95
<b>Sudeste</b>	<b>11,8</b>	<b>9,0</b>	<b>431,13</b>	<b>48,10</b>
Rio de Janeiro	0,2	5,0	850,00	170,0
Minas Gerais	3,1	4,6	239,53	52,40
São Paulo	8,5	10,6	477,84	44,91
<b>Sul</b>	<b>1,8</b>	<b>6,0</b>	<b>499,17</b>	<b>83,19</b>
Santa Catarina	0,7	3,7	573,33	156,36
Rio Grande do Sul	0,4	6,5	680,00	104,62
Paraná	0,7	8,0	371,67	46,46
<b>Internacional</b>	<b>0,4</b>	<b>2,0</b>	<b>275,00</b>	<b>137,50</b>
França	0,2	2	300,00	150,00
Suíça	0,2	2	266,67	133,33
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>9,1</b>	<b>278,95</b>	<b>30,56</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

**Nota:** Os cálculos desta tabela, feito no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **11,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 33,10**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **8,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 26,90**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **14,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 27,19**;

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **9,0** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 48,10**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **6,0** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 83,19**;

f) No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **2,0** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 137,50**.

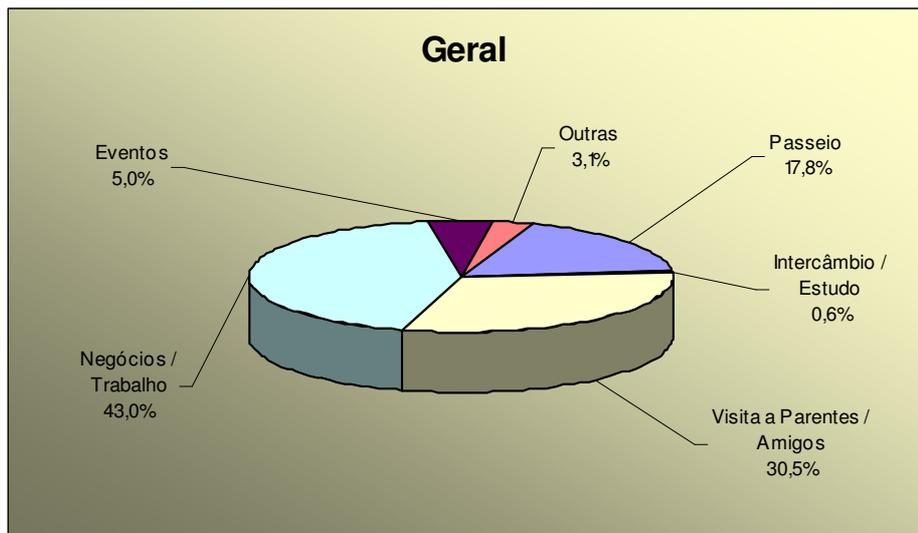
## 4. Motivações e Atrativos da Viagem

De acordo com as informações apresentadas na Figura 2.1, o principal motivo da viagem foi negócios/trabalho (43,0%), vindo em seguida visita a parentes/amigos (30,5%) e passeio (17,8%). Para os turistas da rede hoteleira (Figura 2.2), o motivo negócios ocupa maior relevância (67,3%).

Em se tratando do turista extra-hoteleiro (Figura 2.3), as motivações identificadas como visita a parentes/amigos (48,6%) foi a mais relevante, vindo em seguida negócios/trabalho, com representatividade de 27,3%.

**Figura 2**  
**Motivações para a Viagem**

**Figura 2.1**



**Figura 2.2**

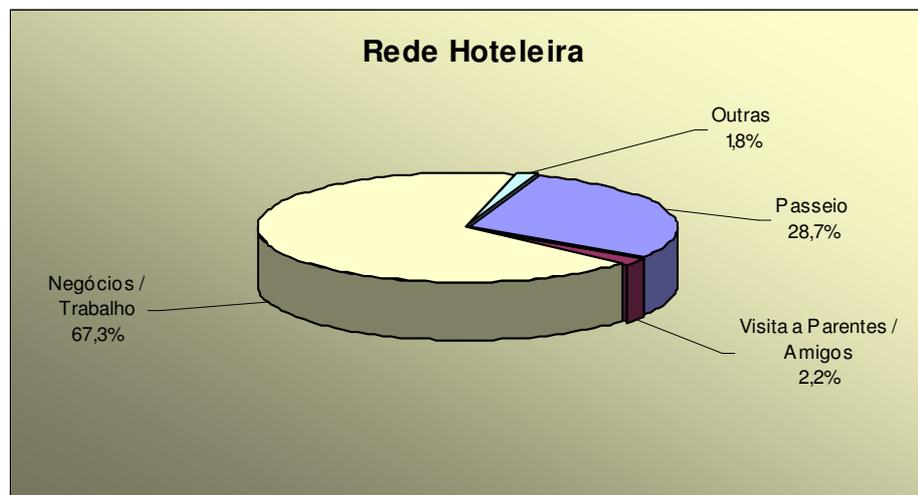
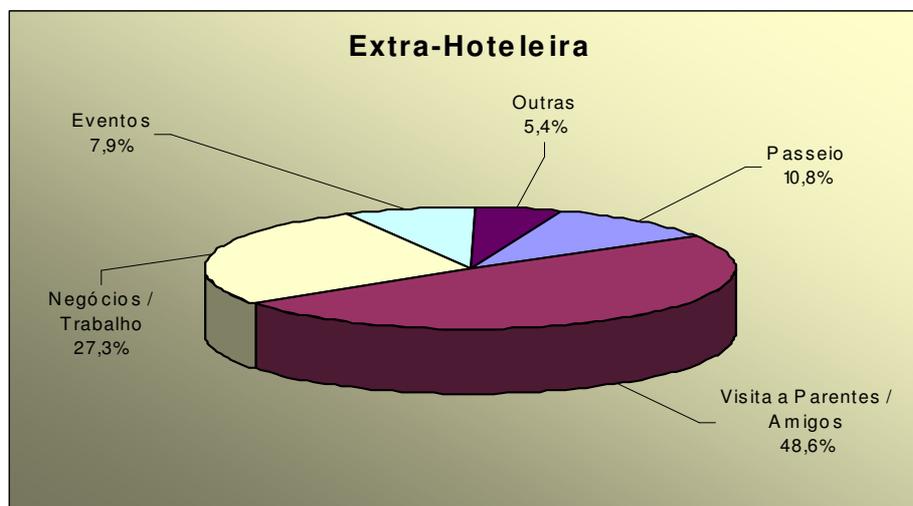


Figura 2.3



É importante ressaltar que o turismo em São Raimundo Nonato, de acordo com o que pode ser observado na Tabela 12, teve nos atrativos naturais/patrimônio arqueológico-cultural um estímulo de 93,8%. Esse índice é justificado pela localização do Museu do Homem Americano, na sede do município, e do Parque Nacional da Serra da Capivara, na região compreendida pelos Municípios de São Raimundo Nonato, João Costa, Coronel José Dias e Brejo do Piauí.

**Tabela 12**  
**Atrativos da Viagem – Motivo Passeio**

Atrativos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais/Patrimônio Arqueológico-Cultural	96,0	90,0	76	93,8
Turismo de Aventura/Esporte	-	-	-	-
Ecoturismo	2,0	6,7	3	3,7
Outros	2,0	3,3	2	2,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>81</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Os comentários de parentes/amigos (48,1%) e o fato de já conhecer o local (23,5%) constituíram-se fatores de influência na decisão dos turistas, quanto à escolha do local para visitarem neste período (Tabela 13).

**Tabela 13**  
**Influência da Viagem – Motivo Passeio**

<b>Fatores Determinantes</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Comentários de Parentes/Amigos	54,9	36,7	39	48,1
Já Conhecia o Local	9,8	46,7	19	23,5
Propaganda/Publicidade	21,6	10,0	14	17,3
Internet	7,8	3,3	4	4,9
Outros	5,9	3,3	5	6,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>81</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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 a cidade São Raimundo Nonato. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Os resultados apresentados na tabela 14 identificam o grau de satisfação do turista de acordo com a pretensão de retorno, indicação da localidade a outras pessoas.

**Tabela 14**  
**Taxa de Retorno do Turista ao São Raimundo Nonato**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>Rede Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
<b>Primeira Visita a São Raimundo Nonato</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Sim	46,6	26,6	157	34,4
Não	53,4	73,4	299	65,6
<b>Pensa em Voltar a São Raimundo Nonato</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Sim	88,2	96,0	424	93,0
Não	5,6	1,4	14	3,1
Não Sabe	6,2	2,5	18	3,9
<b>Recomendaria São Raimundo Nonato</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>
Sim	93,3	94,6	429	94,1
Não	3,9	4,0	18	3,9
Não Sabe	2,8	1,4	9	2,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Dos turistas consultados, 65,6% já estiveram em São Raimundo Nonato. Quanto à taxa de retorno, 93,0% demonstraram pretensão de voltar à cidade e 94,1% recomendariam outras pessoas a conhecerem este pólo turístico.

**Tabela 15**  
**Expectativa do Turista de Primeira Visita**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Superou a Expectativa	38,6	24,3	50	31,8
Correspondeu	47,0	64,9	87	55,4
Decepcionou	12,0	6,8	15	9,6
Não Sabe	2,4	4,0	5	3,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>157</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Para 55,4% dos turistas de primeira viagem, São Raimundo Nonato correspondeu às expectativas, enquanto 31,8% tiveram suas expectativas superadas (Tabela 15).

**Tabela 16**  
**Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Permanece Igual	60,0	57,0	173	57,9
Muito Melhor	21,1	25,0	71	23,7
Pior	17,9	16,7	51	17,1
Não Sabe	1,0	1,3	4	1,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>299</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Referente à avaliação do turista quanto à visita anterior (Tabela 16), 57,9% afirmaram que São Raimundo Nonato permanece igual; para 23,7% o local está muito melhor do que a última vez que o visitou.

## 5. Aspectos Espaciais

Além de São Raimundo Nonato, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: Floriano (11,0%), seguidos de Teresina (9,2%) e São João do Piauí (9,2%), destacando-se ainda, Canto do Buriti (8,1%) e Caracol (7,5%). (Tabela 17).

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados, Além de São Raimundo Nonato**

Municípios Visitados	Total	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>5,4</b>	<b>2,3</b>
Piracuruca/Sete Cidades	2	4	1,2	2,0
Parnaíba	5	11	3,0	2,2
Luís Correia	2	6	1,2	3,0
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>16</b>	<b>44</b>	<b>9,2</b>	<b>2,7</b>
Teresina	16	44	9,2	2,7
<b>Pólo das Origens – Turismo Arqueológico</b>	<b>51</b>	<b>214</b>	<b>29,4</b>	<b>4,2</b>
Caracol (Serra das Confusões)	13	51	7,5	3,9
Canto do Buriti	14	28	8,1	2,0
Coronel José Dias	8	95	4,6	11,8
São João do Piauí	16	40	9,2	2,5
<b>Pólo Histórico-Cultural</b>	<b>25</b>	<b>31</b>	<b>14,5</b>	<b>1,2</b>
Floriano	19	24	11,0	1,3
Oeiras	5	6	2,9	1,2
Amarante	1	1	0,6	1,0
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>3,0</b>	<b>1,2</b>
Cristino Castro	2	2	1,2	1,0
Bom Jesus	2	2	1,2	1,0
Uruçuí	1	2	0,6	2,0
<b>Outros Municípios</b>	<b>66</b>	<b>311</b>	<b>39,0</b>	<b>4,7</b>
Anísio de Abreu	7	38	4,0	5,4
Dirceu Arcoverde	6	7	3,5	1,2
Várzea Branca	1	17	0,6	17,0
Corrente	6	14	3,5	2,3
Picos	5	11	2,9	2,2
Paulistana	2	13	1,2	6,5
Dom Inocêncio	10	101	5,8	10,1
São Lourenço	3	17	1,7	5,7
São Braz do Piauí	2	4	1,2	2,0
Bonfim do Piauí	4	36	2,3	9,0
Simplicio Mendes	5	5	2,9	1,0
Piripiri	4	4	2,3	1,0
Guadalupe	2	3	1,2	1,5
Outros municípios	9	41	5,3	31,3
<b>Total</b>	<b>172</b>	<b>627</b>	<b>100,0</b>	<b>3,6</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

## 6. Avaliação Geral dos Turistas

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

**Tabela 18**  
**São Raimundo Nonato – Avaliação Geral dos Turistas (%)**

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
<b>Atrativos</b>						
Patrimônios Arqueológicos/Naturais*	51,8	41,4	6,5	0,4	0,3	<b>86,4</b>
Manifestações Populares	27,9	39,7	23,5	5,9	2,9	<b>35,3</b>
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	9,3	28,7	38,0	13,2	10,9	<b>-24,0</b>
Passeios Oferecidos	23,9	42,3	21,9	8,0	4,0	<b>32,3</b>
Serviços Receptivos/Empresas	17,2	44,2	30,3	4,7	3,6	<b>22,6</b>
Hospitalidade do Povo *	44,6	47,5	6,6	0,9	0,5	<b>84,2</b>
Informações Turísticas	24,9	40,5	23,7	7,0	3,9	<b>30,7</b>
Sinalização Urbana/Turística	2,5	11,3	19,1	23,5	43,6	<b>-72,4</b>
Guias de Turismo	28,7	41,2	28,2	1,4	0,5	<b>39,8</b>
Meios de Hospedagem	27,4	46,1	25,6	0,0	0,9	<b>47,0</b>
Bares e Restaurantes	12,5	46,2	34,5	3,2	3,7	<b>17,2</b>
Comércio/Compras	14,6	45,0	33,5	4,3	2,5	<b>19,3</b>
Diversões Noturnas	25,7	41,7	25,2	2,3	5,0	<b>34,9</b>
Serviços de Táxis	10,2	33,9	45,7	4,7	5,5	<b>-11,8</b>
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações (Correios/Fone)	16,0	46,0	22,0	8,0	8,0	<b>24,0</b>
Serviços Médicos	8,0	20,4	33,6	8,0	30,1	<b>-43,4</b>
Segurança Pública	5,1	19,6	27,2	18,3	29,8	<b>-50,5</b>
Limpeza Pública	2,4	13,3	18,6	23,4	42,4	<b>-68,7</b>
Transporte Urbano	2,9	19,0	17,1	13,3	47,6	<b>-56,2</b>
Terminal Rodoviário	4,8	7,2	12,0	9,6	66,3	<b>-75,9</b>
Aeroporto/Campo de Pouso	0,0	40,0	20,0	0,0	40,0	<b>-20,0</b>
Urbanização	3,9	24,7	26,8	20,5	24,1	<b>-42,8</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

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

Os atrativos de Patrimônios Arqueológicos/Naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (86,4%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, os itens hospitalidade do povo (84,2%), meios de hospedagem (47,0%), guias de turismo (39,8%) e diversões noturnas (34,9%), foram os que atingiram melhor avaliação pelo Turista.

No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o único item que obteve avaliação positiva foi comunicações (correios/fone), com 24,0%, encontrando-se, não obstante, distante do índice ideal, que é de pelo menos 80,0%.

Receberam avaliações negativas, por parte do visitante, os itens: urbanização (-42,8%), serviços médicos (-43,4%), segurança pública (-50,5%), transporte urbano (-56,2%), limpeza pública (-68,7%), sinalização urbana/turística (-72,4%), e terminal rodoviário (-75,9%).

A tabela 19 exibe as opiniões dos turistas em relação aos preços praticados, revelando que 66,0% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, enquanto 28,1% dos turistas avaliaram os preços como elevados.

**Tabela 19**  
**Avaliação dos Preços Pagos**

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira (%)</b>	<b>R. Extra-Hoteleira (%)</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Geral (%)</b>
Normais	71,3	62,6	301	66,0
Elevados	22,0	32,0	128	28,1
Baixos	5,6	2,9	18	3,9
Não sabe	1,1	2,5	9	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>456</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

A hospitalidade do povo piauiense, o clima da cidade e a visita ao Parque Nacional Serra da Capivara aparecem como os itens que mais agradaram aos visitantes, com 28,4%, 13,2% e 9,6%, respectivamente (Tabela 20).

**Tabela 20**  
**Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>Qtde.</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>116</b>	<b>16,1</b>
Clima	95	13,2
Belezas Naturais/Praias	21	2,9
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>25</b>	<b>3,4</b>
Tranqüilidade da Cidade	16	2,2
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	8	1,1
Serviço de Comunicação	1	0,1

Continua

Conclusão		
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>240</b>	<b>33,3</b>
Parque Nacional da Serra da Capivara	69	9,6
Museu do Homem Americano	52	7,2
Diversão Noturna/Opções de Lazer	43	6,0
Meios de Hospedagem	20	2,8
Culinária	14	2,0
Restaurantes/Bares	13	1,8
Aspecto Histórico-Cultural	11	1,5
Alto do Cruzeiro	9	1,2
Pontos Turísticos	6	0,8
Festas Populares/Carnaférias	2	0,3
Artesanato	1	0,1
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>245</b>	<b>33,9</b>
Hospitalidade do Povo	205	28,4
Beleza das Piauienses	24	3,3
Amigos e Familiares	16	2,2
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>34</b>	<b>4,7</b>
Comércio	34	4,7
<b>Outros</b>	<b>62</b>	<b>8,6</b>
Tudo (Cidade em Geral)	36	5,0
Outros	26	3,6
<b>Total</b>	<b>722</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2008.

A Tabela 21 discrimina os aspectos negativos apontados pelos turistas durante o período da estada na localidade.

**Tabela 21**  
**Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>Qtde.</b>	<b>(%)</b>
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>476</b>	<b>78,7</b>
Falta de Saneamento Básico/Limpeza Pública	182	30,1
Trânsito Desordenado/Sinalização de Trânsito	101	16,7
Conservação das Rodovias	35	5,8
Administração Pública	33	5,4
Calçamento/Pavimentação das Ruas	31	5,1
Falta de Terminal Rodoviário	26	4,3
Sabor da Água	21	3,5
Vias Urbanas	20	3,3
Falta de Segurança Pública	14	2,3
Infra-Estrutura (Água, Luz)	13	2,2

Continua

		Conclusão	
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>22</b>	<b>3,7</b>	
Sinalização e Informações Turísticas	9	1,6	
Falta de Opção de Lazer	6	1,0	
Falta de Aeroporto	3	0,5	
Culinária	2	0,3	
Poucas Opções de Restaurantes e Bares	2	0,3	
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>17</b>	<b>2,9</b>	
Preços Elevados	7	1,2	
Atendimento em Geral	5	0,9	
Comércio (Feira, Mercado)/Serviços Bancários	5	0,8	
<b>Outros</b>	<b>91</b>	<b>14,7</b>	
<b>Total</b>	<b>606</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2008.

Em geral, durante o período da pesquisa, na opinião dos entrevistados, os itens que mais desagradaram foram: falta de saneamento básico/limpeza pública (30,1%), trânsito urbano desordenado (16,7%), conservação das rodovias (5,8%) e a administração pública de modo geral (5,4%), todos inseridos nos aspectos ligados à infra-estrutura urbana.

## **Nota Metodológica**

A Pesquisa Demanda Turística (Turismo Receptivo) é realizada sistemática e simultaneamente em todos os estados do Nordeste, sob orientação, conceituação e metodologia da Comissão de Turismo Integrado do Nordeste (CTI-NE), sediada em Recife-PE.

No Estado do Piauí, sua efetivação está sob a responsabilidade técnica da Fundação CEPRO, que a realiza nos períodos predeterminados e sob a metodologia padrão fornecida por aquela Comissão. A pesquisa é realizada exaustivamente (não-amostragem) durante sete dias seguidos, quatro vezes por ano, correspondendo à última semana dos meses de janeiro e julho (alta estação) e de maio e novembro (baixa estação).

No Piauí, é realizada nos três principais Pólos Turísticos, a saber: Teresina (Pólo de Eventos e Negócios), Parnaíba/Luís Correia (Pólo Costa do Delta) e São Raimundo Nonato (Pólo das Origens). A abordagem aos turistas é feita nos chamados portões de saída, tais como: aeroportos, terminais rodoviários, postos de controle nas rodovias BRs e PIs e, no caso de São Raimundo Nonato, na recepção de hotéis e pousadas, no momento da saída do hóspede.

Para esta pesquisa, o levantamento de campo em Teresina, no litoral (Parnaíba e Luís Correia) e em São Raimundo Nonato aconteceu entre os dias 25 e 31 de Julho de 2008.



## **Anexo**



**MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA**  
**Quantidade de Questionários Aplicados**

**TERESINA - 25/07 a 31/07/2008**

Aeroporto	705
Terminal Rodoviário	332
Posto da PRF - BR-316 / BR-343	20
<b>Total</b>	<b>1.057</b>

**LITORAL - 25/07 a 31/07/2008**

Terminal Rodoviário - Parnaíba	501
Posto da PRF - BR-343	305
Terminal Rodoviário - Luís Correia	138
Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará	33
<b>Total</b>	<b>977</b>

**São Raimundo Nonato - 25/07 a 31/07/2008**

Serra da Capivara	14
Agência de Ônibus *	170
Museu do Homem Americano	72
Posto do SEBRAE - BR-140	120
Recepção de hotéis/pousadas	80
<b>Total</b>	<b>456</b>

**Geral**

Teresina	1.057
Litoral	977
São Raimundo Nonato	456
<b>Total</b>	<b>2.490</b>

\* O terminal rodoviário da cidade de São Raimundo Nonato encontra-se temporariamente interditado.