

**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

Maio de 2006

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

Coordenação de Contas Regionais

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

Coordenação de Avaliação de Autarquias

Francisco Carvalho Chaves

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

Equipe Central de Elaboração

Elaboração / Coordenação

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Campo

Teresina

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Aeroporto:

Ermínia Medeiros de Macêdo

Rodoviária:

Lúcia Maria Said Adad

Litoral

Gerson Portela Lima

Maria Elenildes de Assis Morais (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Vera Lúcia de Sousa Araújo (apoio)

Colaboração

Carlos Ferreira Lima

Lúcia Maria Said Adad

Jeferson Vaz Rêgo

Revisão

Almir Cassimiro Queiroga

Checagem da Revisão

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Vêras

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

Diagramação e Gráficos

Alcides Luís Gomes da Silva

Programador

Eduyges Martins da Silva

Entrevistadores

Teresina

Amália Chaves Monteiro
Diego Leonardo Fonseca de Meneses
Doraneide Costa Rodrigues
Fernanda Lísia Veloso de Sousa
Heloiisi da Costa Mourão Roseno
Josiane Maria da Silva Melo
Luciane Ferreira e Silva
Mara Cléssia de Oliveira Castro
Maria de Fátima Brito
Maria Isabel macêdo Silva Bacelar
Nayara Gisele Rodrigues Bezerra Lopes
Nathalye Nayara de Oliveira Lima

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Alice Maria Almeida e Sá
Camila Carolina Fonseca Soares Costa
Claudete Nascimento da Silva
Fabiana Lopes de Sousa
Fernanda Barbosa Castelo Branco
Genival Silva Ibiapina
Laércio Amorim Mendes
Leonardo Vinícius Vasconcelos Leal
Natália Farias Trigo de Moura

São Raimundo Nonato

Ana Alice Alves Paes
Andréa Maria Abreu Borges
Carolina Cristina Dias de Macêdo
Dione Soares da Silva
Ismalha da Conceição Silva
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Marilda Alves de Jesus
Mário Ribeiro dos Santos Filho
Nestor Paes Landim Neto
Renata Santana Ribeiro

Digitação

Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato

Jeferson Vaz Rêgo

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	33
2 Perfil dos Turistas	36
2.1 Aspectos pessoais	36
2.2 Aspectos econômico-financeiros	39
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	41
4 Motivações e Atrativos da Viagem	42
5 Aspectos Espaciais	45
6 Avaliação Geral dos Turistas	46
São Raimundo Nonato	
1 Procedência dos Turistas	53
2 Perfil dos Turistas	55
2.1 Aspectos pessoais	55
2.2 Aspectos econômico-financeiros	58
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	60
4 Motivações e Atrativos da Viagem	61
5 Aspectos Espaciais	64
6 Avaliação Geral dos Turistas	65
Nota Metodológica	69
Anexo	
Mapa da Pesquisa de Demanda Turística	72

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 do mês de Maio /2006.

Trabalho semelhante é realizado pelos demais estados nordestinos e coordenados pela Comissão de Turismo Integrado do Nordeste (CTI/NE), 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), o Instituto Interamericano para a Cooperação Agrícola (IICA), com o suporte financeiro necessário, e a Universidade Estadual do Piauí (UESPI), através da participação de professores e alunos, bem como as Secretarias da Fazenda e da Saúde e a Polícia Militar do Piauí.

Destaca-se, também, os órgãos federais local (IBAMA, INFRAERO, Polícia Rodoviária Federal), assim como ao Terminal Rodoviário de Teresina, Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato, instituições governamentais (SEBRAE-PI) e não-governamentais (FUMDHAM).

Particularmente, faço questão de citar todos os servidores da Fundação CEPRO que, direta ou indiretamente, contribuem para a concretização deste trabalho.

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Teresina

Maio de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados no decorrer da última semana de maio de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados em Teresina, em número de 1.010, 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 – Maio de 2006.

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Portugal, com 33,3%, seguido por Argentina, Estados Unidos, com 16,7% respectivamente.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países	(%)
Portugal	33,3
Argentina	16,7
Estados Unidos	16,7
Outros	33,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Conforme se constata na Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes Estados: Piauí, 22,3%; Ceará, 16,5%; São Paulo, 11,2%; Maranhão, 10,6% e Distrito Federal, 7,3%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 63,4%; a região Sudeste, 17,1%; e a Centro-Oeste, 9,5%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	6,9
Pará	4,0
Tocantins	0,6
Rondônia	0,5
Roraima	0,6
Amazonas	0,8
Acre	0,1
Amapá	0,3
Nordeste	63,4
Piauí	22,3
Ceará	16,5
Maranhão	10,6
Pernambuco	6,8
Bahia	2,9
Rio Grande do Norte	1,1
Paraíba	2,2
Alagoas	0,8
Sergipe	0,2
Sudeste	17,1
São Paulo	11,2
Rio de Janeiro	3,4
Minas Gerais	2,2
Espírito Santo	0,3
Centro-Oeste	9,5
Distrito Federal	7,3
Goiás	1,3
Mato Grosso	0,7
Mato Grosso do Sul	0,2
Sul	3,1
Paraná	1,4
Rio Grande do Sul	0,9
Santa Catarina	0,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

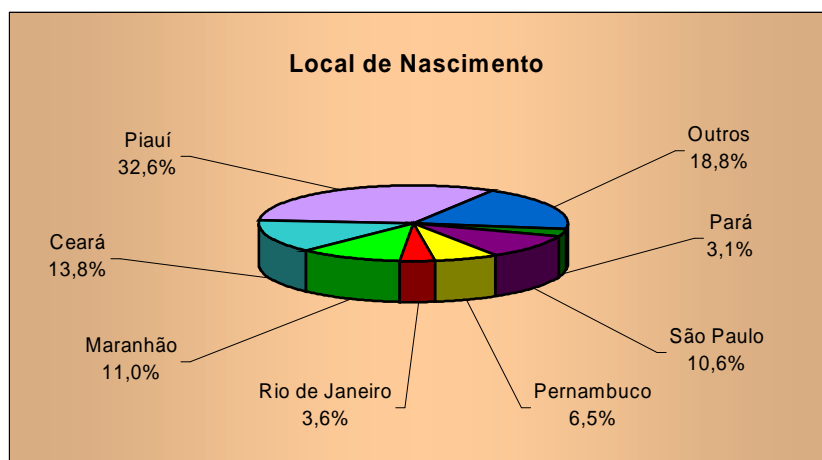
Quanto ao local de nascimento dos turistas que aportaram em Teresina, evidenciou-se que a maioria nasceu no Piauí, tendência que vem se constatando através das pesquisas realizadas, correspondendo a 32,6%, seguida dos nascidos no Ceará (13,8%), Maranhão (11,0%) e São Paulo (10,6%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	32,6
Ceará	13,8
Maranhão	11,0
São Paulo	10,6
Pernambuco	6,5
Rio de Janeiro	3,6
Pará	3,1
Outros Estados	18,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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 os que mais aparecem são do sexo masculino, o qual corresponde a 62,6% no geral e a 73,3% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior e de pós-graduação representam 57,7%.

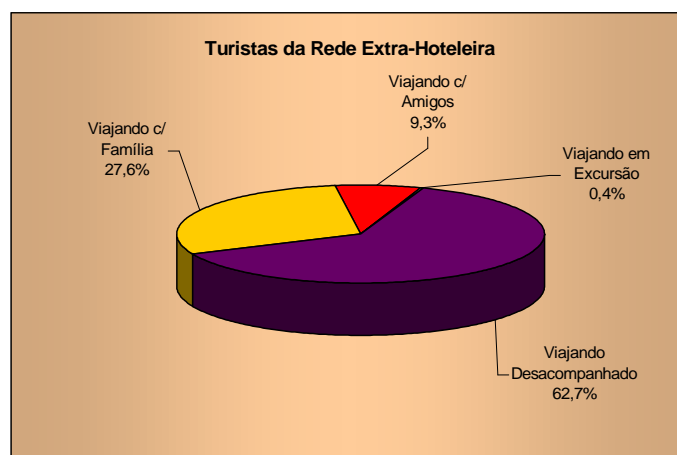
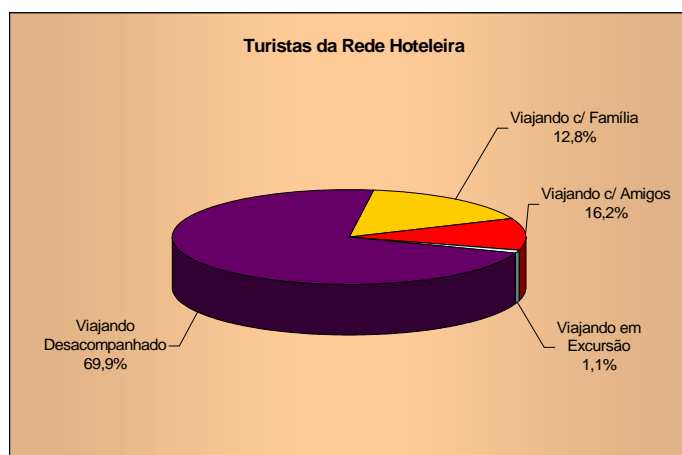
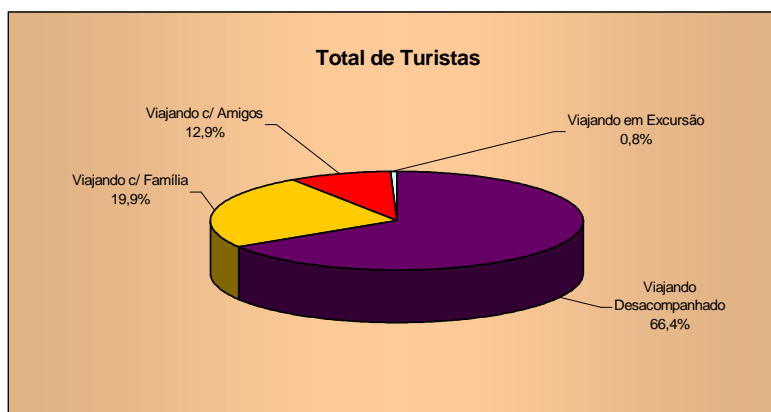
O percentual de turistas casados atingiu 56,0%. Dentre os entrevistados, 66,4% viajaram desacompanhados e 19,9%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 69,9% viajaram desacompanhados, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 62,7%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	73,3	51,0	62,6
Feminino	26,7	49,0	37,4
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	1,0	0,5
18 a 25 Anos	8,2	15,0	11,5
26 a 35 Anos	32,8	33,6	33,2
36 a 50 Anos	40,3	27,8	34,2
51 a 65 Anos	17,2	18,5	17,8
Acima de 65 Anos	1,5	4,1	2,8
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	6,3	15,4	10,7
Médio	14,3	36,5	25,0
Técnico	3,2	3,3	3,3
Superior	45,8	28,6	37,5
Pós-Graduação	27,5	12,1	20,2
Outros	2,9	4,1	3,3
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	60,1	51,6	56,0
Solteiro	27,1	35,2	31,0
Separado	8,8	8,0	8,4
Viúvo	1,5	3,1	2,3
Outros	2,5	2,1	2,3
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	69,9	62,7	66,4
Com a Família	12,8	27,6	19,9
Com Amigos	16,2	9,3	12,9
Em Excursão	1,1	0,4	0,8
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,8	1,7	1,8

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que apenas 18,9% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 29,2%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	29,2	7,8	18,9
Não	70,8	92,2	81,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: Funcionário Público, 20,3% ; Advogado, 5,7%; Dona-de-Casa, 5,0%; Autônomo, 5,0%, e Professor, 4,2%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	19,7	21,0	20,3
Advogado	8,4	2,9	5,7
Dona-de-Casa	2,1	8,2	5,0
Autônomo	2,9	7,2	5,0
Professor	4,0	4,3	4,2
Estudante	2,1	6,2	4,1
Pensionista	2,3	6,0	4,1
Comerciante	3,4	4,3	3,9
Engenheiro	6,3	1,0	3,8
Representante Comercial	5,0	2,1	3,6
Empresário	5,5	1,4	3,6
Gerente	6,1	0,8	3,6
Vendedor	3,1	2,7	2,9
Lavrador/Agricultor	2,7	3,1	2,9
Administrador	3,8	0,6	2,3
Consultor	3,6	0,2	2,0
Técnico Nível Médio	1,5	1,2	1,4
Comerciário	0,8	1,9	1,3
Militar	1,0	1,2	1,1
Motorista	0,8	1,2	1,0
Médico	1,0	0,8	0,9
Bancário	0,8	0,8	0,8
Artista	1,1	0,2	0,7
Religioso	-	1,2	0,6
Agropecuaria	1,0	0,2	0,6
Contador (Auditor)	0,8	0,4	0,6
Empregado Doméstico	0,2	1,0	0,6
Outras	10,0	17,9	13,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa foi, em média, 6,96 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 9,31 dias, enquanto os da rede hoteleira, 4,79 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 484,21, correspondendo a R\$ 69,57 per capita/dia, incluída 1,41 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, essa média foi de R\$ 351,92, correspondendo a R\$ 37,80 per capita/dia, incluída 1,60 pessoa.

Quanto aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 629,01, cerca de R\$ 131,32 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,25 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,79	9,31	6,96
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	786,26	563,07	682,74
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,25	1,60	1,41
Gasto per Capita (R\$)	629,01	351,92	484,21
Gasto per Capita/Dia (R\$)	131,32	37,80	69,57
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.953,54	2.350,41	3.771,45

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (23,0%) e compras (20,2%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	23,7	-	23,0
Compras	18,5	27,3	20,2
Diversões / Passeios	12,6	15,6	12,3
Alimentação	10,8	15,2	11,1
Transporte	8,2	8,0	7,3
Outros	26,2	33,9	26,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	6,9	476,04	68,73
Norte	6,8	8,2	456,82	55,99
Acre	0,1	3,0	550,00	183,33
Amapá	0,3	4,3	170,00	39,23
Amazonas	0,8	11,0	517,73	47,07
Pará	4,0	7,8	488,12	62,98
Roraima	0,6	11,2	564,00	50,51
Rondônia	0,5	11,0	477,00	43,36
Tocantins	0,6	4,5	396,36	88,08
Nordeste	62,6	6,1	397,92	65,00
Alagoas	0,8	3,6	706,00	194,76
Bahia	2,9	7,7	710,06	91,93
Ceará	16,3	5,4	378,57	70,26
Maranhão	10,5	9,4	536,75	57,24
Paraíba	2,2	3,4	473,18	140,68
Pernambuco	6,7	4,9	543,69	110,36
Piauí	21,9	5,8	245,71	42,66
Rio Grande do Norte	1,1	4,2	570,53	136,43
Sergipe	0,2	2,5	342,50	137,00
Sudeste	16,9	8,7	693,21	79,66
Espírito Santo	0,3	2,7	595,00	223,13
Minas Gerais	2,2	8,5	593,27	69,43
Rio de Janeiro	3,4	11,7	661,51	56,37
São Paulo	11,1	8,0	724,73	90,90
Centro-Oeste	9,4	8,6	622,55	72,57
Distrito Federal	7,2	9,3	550,54	59,28
Goiás	1,3	5,5	658,38	120,55
Mato Grosso	0,7	7,1	1.298,33	181,77
Mato Grosso do Sul	0,2	8,0	1.400,00	175,00
Sul	3,1	5,7	521,58	91,35
Paraná	1,4	5,6	356,33	63,15
Rio Grande do Sul	0,9	6,7	633,64	95,05
Santa Catarina	0,8	4,8	646,20	136,04
Internacional	1,2	10,2	990,91	97,47
Argentina	0,2	9,5	1.200,00	126,32
Canadá	0,1	4,0	264,00	66,00
Escócia	0,1	21,0	1.770,00	84,29
Espanha	0,1	3,0	675,00	225,00
Estados Unidos	0,2	11,5	1.000,00	86,96
Portugal	0,4	8,3	1.672,00	202,67
Suíça	0,1	19,0	650,00	34,21
Total	100,0	6,96	484,21	69,57

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **8,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$55,99**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$65,00**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **8,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$79,66**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **8,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$72,57**;

e) A região **Sul** aponta uma permanência média de **5,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$91,35**.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **10,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$97,47**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no período mencionado, 55,0% utilizaram como principal meio de transporte o avião, outros (35,9%) se deslocaram de ônibus e com a mais baixa participação aparece o automóvel (8,1%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	73,3	35,4	55,0
Ônibus	21,4	51,6	35,9
Automóvel	5,0	11,5	8,1
Outros	0,3	1,5	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

A rede Hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em maio, correspondendo a 51,9%, com destaque para hospedagem em hotel com 42,6%. A participação da rede extra-hoteleira atingiu 48,1%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em casa de parentes/amigos, com 41,5%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

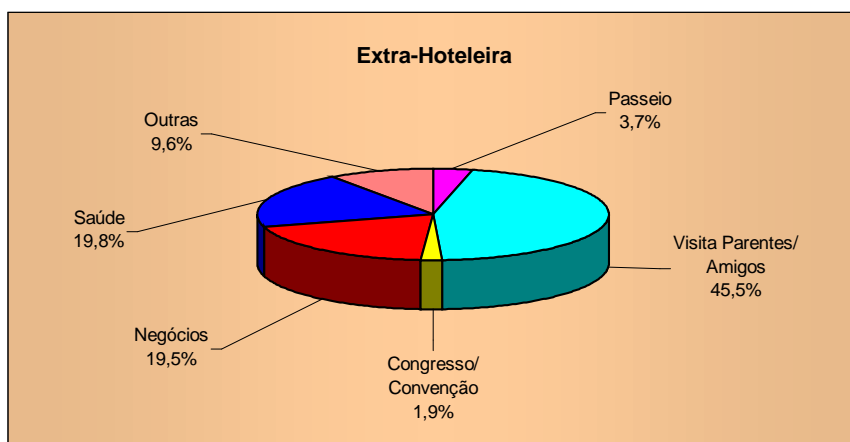
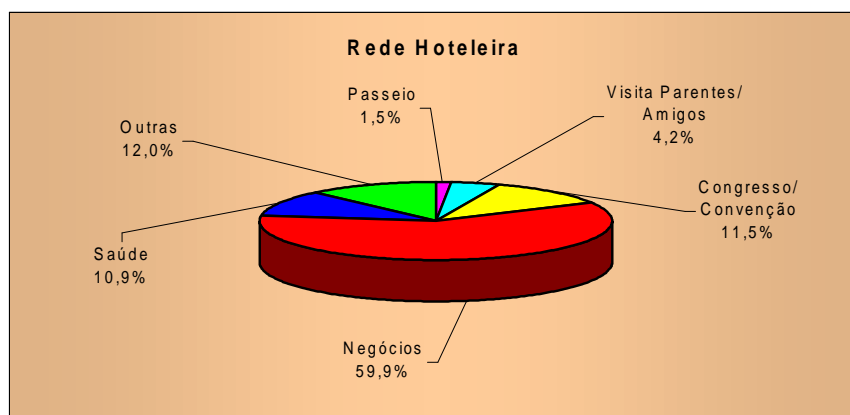
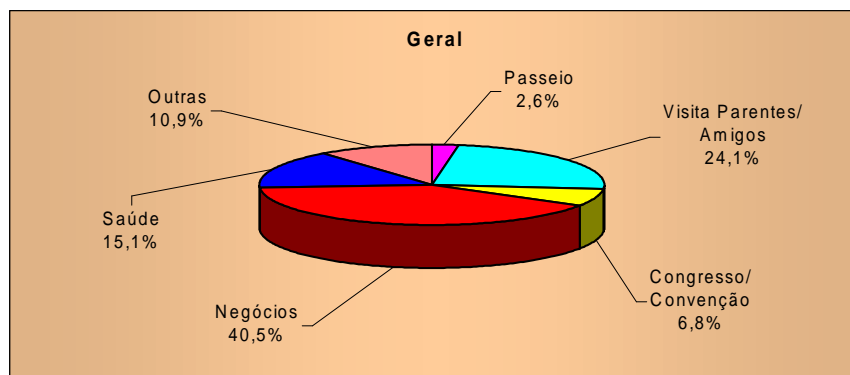
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	51,9
Hotel	42,6
Pensão / Hospedaria	5,3
Pousada	2,1
Flat / Apart-Hotel	1,9
Rede Extra-Hoteleira	48,1
Casa Parentes/Amigos	41,5
Casa Própria	2,7
Casa / Apart. de Aluguel	1,2
Outros	2,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações colhidas, ver nos gráficos seguintes, foram: negócios, com 40,5%; visita de parentes/amigos, com 24,1%, e tratamento de saúde, 15,1%. Já para os turistas da rede hoteleira e extra-hoteleira, o motivo negócios respondeu por 59,9% e 19,5%, respectivamente.

Figura 3
Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por atrativos naturais (15,4%), seguido por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 73,2%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	-	22,2	15,4
Manifestações Populares	12,5	-	3,8
Patrimônio Histórico-Cultural	-	5,6	3,8
Compras	12,5	-	3,8
Outros	75,0	72,2	73,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 38,5%, “já conhecia o local”, com 34,6%, e por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 11,6%.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Agência de Viagens	12,5	-	3,8
Internet	12,5	-	3,8
Propaganda/ Publicidade	12,5	5,6	7,7
Outros	25,0	5,6	11,6
Já Conhecia o Local	12,5	44,4	34,6
Comentários de Parentes/Amigos	25,0	44,4	38,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	35,3	11,9	24,1
Mais de Uma Vez	64,7	88,1	75,9
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sím	95,2	96,9	96,0
Não	4,8	3,1	4,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Dos turistas consultados, apenas 24,1% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 75,9% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,0% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital, sendo que, destes, 60,7% confirmaram a previsão de retornar no decorrer de 2006.

Tabela 16
Previsão de Voltar a Teresina (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2006	70,3	62,7	60,7
Em 2007	-	14,6	13,2
Em 2008	0,6	3,8	2,2
Outros	0,6	1,7	0,9
Sem Previsão	28,5	17,2	23,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (16,0%), seguidos de Picos (12,6%), Floriano (9,9%) e Campo Maior (5,5%).

Tabela 17

Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	27,6	7,3
Parnaíba/Delta	16,0	6,1
Luís Correia	2,8	2,7
Piripiri	2,8	12,3
Barras	2,0	2,8
Esperantina	1,6	2,8
Pedro II	1,2	29,3
Batalha	0,8	1,5
Piracuruca/Sete Cidades	0,4	1,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	9,5	3,7
Campo Maior	5,5	3,4
Altos	2,0	3,4
José de Freitas	1,2	2,0
Castelo do Piauí	0,8	6,0
Pólo do Agronegócio	5,2	35,2
Uruçuí	2,8	66,7
Bom Jesus	2,4	3,7
Pólo Histórico-Cultural	14,7	6,7
Amarante	1,6	5,3
Floriano	9,9	11,0
Oeiras	3,2	3,8
Pólo das Origens	2,8	4,3
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	2,8	4,3
Outros	40,2	5,1
Picos	12,6	8,1
União	3,2	3,1
Água Branca	2,0	4,4
Benedictinos	1,6	13,3
Canto do Buriti	1,6	1,8
São João do Piauí	1,6	37,5
Simplício Mendes	1,2	9,0
Valença do Piauí	1,2	5,3
Barro Duro	0,8	6,0
Cabeceiras do Piauí	0,8	2,5
Cristino Castro	0,8	2,0
Demerval Lobão	0,8	2,0
Guardalupe	0,8	4,5
Miguel Alves	0,8	4,5
Monsenhor Gil	0,8	2,0
Agricolândia	0,4	8,0

Continua

		Conclusão
Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Angical do Piauí	0,4	1,0
Bertolândia	0,4	7,0
Campina do Piauí	0,4	3,0
Campo Lago do Piauí	0,4	3,0
Capitão de Campos	0,4	1,0
Caracol	0,4	3,0
Caraúbas do Piauí	0,4	1,0
Corrente	0,4	3,0
Ipiranga do Piauí	0,4	1,0
Jerumenha	0,4	1,0
Lagoa Alegre	0,4	1,0
Lagoa do Piauí	0,4	10,0
Luzilândia	0,4	9,0
Matias Olímpio	0,4	2,0
Prata do Piauí	0,4	1,0
Redenção do Gurguéia	0,4	2,0
Rio Grande do Piauí	0,4	7,0
São Gonçalo do Piauí	0,4	10,0
São José do Peixe	0,4	7,0
São Pedro do Piauí	0,4	8,0
Sebastião Leal	0,4	2,0
Sigefredo Pacheco	0,4	2,0
Socorro do Piauí	0,4	2,0
Total	100,0	8,3

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	16,2	64,6	17,5	0,7	1,0	61,6
Patrimônios Históricos	18,7	58,4	20,6	1,9	0,4	54,1
Manifestações Populares	16,3	45,9	33,3	3,0	1,5	24,4
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	14,0	65,3	17,2	2,6	0,9	58,6
Passeios Oferecidos	19,3	52,8	22,6	4,2	0,9	44,3
Serviços Receptivos/Empresas	18,6	61,6	16,3	1,5	1,9	60,5
Hospitalidade do Povo*	49,2	44,9	4,9	0,4	0,6	88,2
Informações Turísticas	12,5	36,7	21,1	18,4	11,3	-1,6
Sinalização Turística	4,7	29,9	27,0	14,7	23,7	-30,9
Guias de Turismo	9,4	36,5	23,5	7,1	23,5	-8,2
Meios de Hospedagem	29,9	57,2	10,2	1,6	1,1	74,2
Bares e Restaurantes	19,1	64,4	14,0	1,4	1,1	67,0
Comércio/Compras	15,0	64,0	18,9	1,3	0,8	58,0
Diversões Noturnas	21,0	55,8	15,2	4,4	3,6	53,6
Serviços de Táxis	18,3	68,3	11,4	0,7	1,3	73,2
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	13,7	69,8	12,2	2,3	2,1	66,9
Sinalização Urbana	8,2	54,7	27,0	5,8	4,4	25,8
Segurança Pública	5,8	53,7	31,7	4,8	4,0	19,1
Limpeza Pública	11,6	54,5	24,7	5,8	3,4	32,1
Ônibus Urbano	9,1	52,3	26,9	5,8	5,8	22,7
Terminal Rodoviário	15,5	57,5	19,5	3,4	4,1	45,9
Aeroporto	6,0	47,6	29,7	11,7	5,0	7,2

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

* 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, (74,2%) e serviço de táxis, (73,2%) atingiram índices expressivos.

No aspecto de Infra-Estrutura em Teresina, o item mais representativo foi comunicações (correios/fone), com índice de (47,9%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-8,5%), guias de turismo (-0,7%) e informações turísticas (-0,4%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	9,2	7,9	11,1
Razoáveis	77,8	71,1	71,1
Elevados	12,2	18,9	15,7
Exorbitantes	0,8	2,1	2,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 71,1% 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 (28,0%), serviço de saúde (7,6%), comércio (6,4%) e alimentação/culinária (4,7%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	8,0
Limpeza da Cidade	4,1
Clima	3,0
Belezas Naturais	0,9
Infra-Estrutura Urbana	15,7
Arborização	2,4
Tranqüilidade da Cidade	2,0
Infra-Estrutura	1,8
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	1,6
Segurança Pública	1,6
Sinalização Urbana	1,4
Crescimento da Cidade	1,2
Terminal Rodoviário	1,2
Centro da Cidade	1,0
Trânsito Moderado	0,8
Conservação das Praças	0,7
Infra-Estrutura Turística	18,4
Alimentação/Culinária	4,7
Meios de Hospedagem	3,8
Restaurantes e Bares	3,3
Diversão Noturna	3,2
Pontos Turísticos	1,4
Opções de Lazer	0,9
Beleza Piauiense	0,7
Passeios	0,3
Festas Populares	0,1
Educação, Informação e Comunicação	32,7
Hospitalidade do Povo	28,0
Rever Amigos e Familiares	2,2
Aspectos Cultural-Históricos	1,2
Educação Formal	1,0
Serviços de Comunicações	0,3

Continua

Aspectos Positivos	Conclusão (%)
Comércio e Serviços	21,9
Serviços de Saúde	7,6
Comércio	6,4
Shopping Center	3,7
Eficiência do Transporte	1,9
Bons Negócios	1,4
Artesanato	0,9
Outros	3,3
Tudo (cidade em geral)	3,1
Produtos Regionais	0,1
Água Deliciosa	0,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (29,6%), falta de segurança (9,1%) e falta de limpeza pública (5,9%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	30,4
Clima	29,6
Poluição	0,8
Infra-Estrutura Urbana	33,5
Falta de Segurança	9,1
Limpeza Pública (falta)	5,9
Estrutura do Aeroporto	4,3
Congestionamento no Trânsito	4,2
Falta de Saneamento Básico	3,8
Vias Urbanas	2,8
Iluminação Pública	1,8
Falta de Conservação da Rodoviária/Banheiros	0,7
Aspecto Urbanístico	0,5
Infra-Estrutura da Cidade	0,4
Infra-Estrutura Turística	13,0
Falta de Opção de Lazer	4,8
Falta de Informação Turística	2,5
Sinalização Turística	1,2
Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem	1,1
Poucas Opções de Restaurantes	0,8
Culinária	0,6
Atrativos/Pontos Turísticos/Infra-Estrutura Turística	0,5
Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural	0,3
Divulgação de Eventos Artísticos	0,3
Falta Divulgação do Artesanato Local	0,3
Serviços no Aeroporto/Atendimento	0,2
Serviço Táxi / Aeroporto	0,2
Falta de Guias de Turismo	0,2
Educação, Informação e Comunicação	3,1
Atendimento nos Restaurantes	1,0
Falta de Educação no Trânsito	1,0
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	0,7
População Despreparada para Lidar com o Turista	0,4
Comércio e Serviços	8,6
Serviço de Mototáxi/Táxi	3,1
Preços Elevados	1,9
Atendimento Geral – Pontos Turísticos, Rod. etc.	1,2
Comércio/Atendimento	1,0
Serviços de Saúde	1,0
Serviços de Comunicação	0,4
Outros	11,4
Nada Desagradou	3,4
Má Administração Pública	2,2
Pobreza/Mendicância	2,2
Poucos Vãos	1,8
Tudo	0,8
Marginalidade e Drogas	0,6
Desemprego	0,4
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)

Maio de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de maio de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados no Litoral do Piauí, em número de 395, eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 97,5%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 2,5%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	97,5
Exterior	2,5
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram: França (50,0%), seguida de Espanha (30,0%), Inglaterra (10,0%) e Itália (10,0%).

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
França	50,0
Espanha	30,0
Inglaterra	10,0
Itália	10,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (48,8%), Maranhão (16,9%), Ceará (13,2%) e Distrito Federal (7,4%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 80,8%; a Centro-Oeste, com 8,0%, e a Sudeste, com 6,0%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	3,9
Pará	2,6
Tocantins	0,8
Amazonas	0,5
Nordeste	80,8
Piauí	48,8
Maranhão	16,9
Ceará	13,2
Pernambuco	0,8
Paraíba	0,5
Sergipe	0,3
Bahia	0,3
Sudeste	6,0
São Paulo	3,9
Rio de Janeiro	1,6
Minas Gerais	0,5
Centro-Oeste	8,0
Distrito Federal	7,4
Mato Grosso	0,3
Goiás	0,3
Sul	1,3
Rio Grande do Sul	1,0
Paraná	0,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

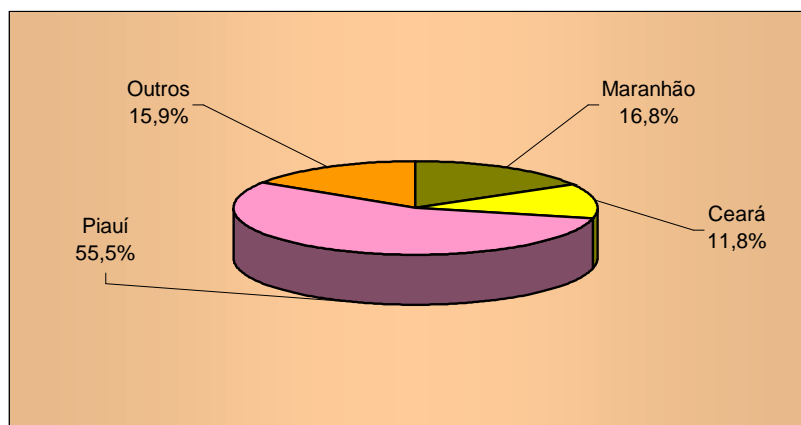
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 55,5%, seguida dos nascidos no Maranhão (16,8%) e Ceará (11,8%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	55,5
Maranhão	16,8
Ceará	11,8
São Paulo	2,9
Rio de Janeiro	2,1
Distrito Federal	1,8
Pará	1,8
Minas Gerais	1,6
Rio Grande do Sul	1,6
Pernambuco	1,0
Outros	3,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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 75,7% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 35,4%.

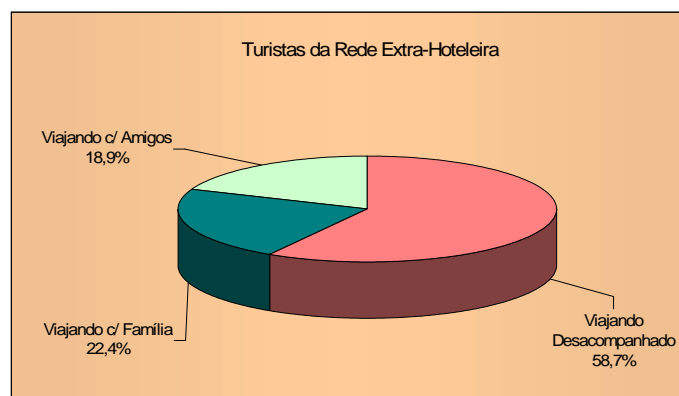
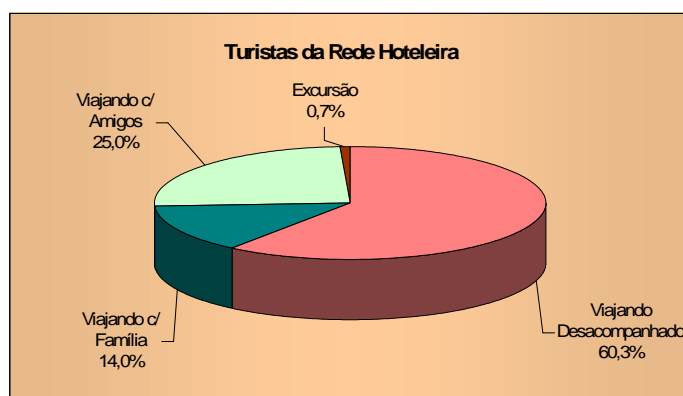
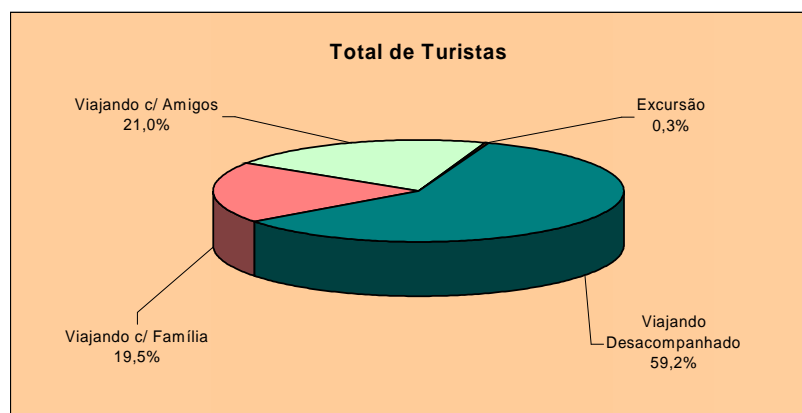
O percentual de turistas casados atingiu 50,6%. Dentre os entrevistados, sobressaem os que viajavam desacompanhados, no geral, na rede extra-hoteleira e na rede hoteleira, com 59,2%, 58,7% e 60,3%, respectivamente, mostrando que os turistas viajam mais desacompanhados.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	75,7	55,6	62,5
Feminino	24,3	44,4	37,5
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	1,5	1,5	1,5
18 a 25 Anos	18,4	25,9	23,3
26 a 35 Anos	31,6	26,3	28,1
36 a 50 Anos	36,7	29,3	31,9
51 a 65 Anos	10,3	14,7	13,2
Acima de 65 Anos	1,5	2,3	2,0
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	8,1	18,1	14,6
Médio	33,1	40,5	38,0
Técnico	3,7	2,7	3,0
Superior	44,8	30,5	35,4
Pós-Graduação	10,3	7,0	8,2
Outros	-	1,2	0,8
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	50,0	51,0	50,6
Solteiro	41,2	40,1	40,6
Separado	6,6	5,4	5,8
Viúvo	-	2,3	1,5
Outros	2,2	1,2	1,5
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	60,3	58,7	59,2
Com a Família	14,0	22,4	19,5
Com Amigos	25,0	18,9	21,0
Em Excursão	0,7	-	0,3
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,1	1,8	1,9

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que dentre os entrevistados, 5,9% da rede hoteleira e 2,3% da rede extra-hoteleira, tiveram sua viagem organizada por agência.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	5,9	2,3	3,5
Não	94,1	97,7	96,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem representante comercial/vendedor (13,5%), estudante (11,1%), funcionário público (8,1%), professor (6,3%) e comerciante (6,1%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Rep. Comercial/Vendedor	22,7	8,5	13,5
Estudante	6,6	13,5	11,1
Funcionário Público	10,3	6,9	8,1
Professor	5,1	6,9	6,3
Comerciante	7,4	5,4	6,1
Aposentado/Pensionista	2,9	6,6	5,3
Empresário	6,6	2,3	3,8
Dona-de-Casa	1,5	4,2	3,3
Comerciário	-	3,1	2,0
Técnico Nível Médio	0,7	2,7	2,0
Engenheiro	2,2	1,5	1,8
Empregado em Escritório	1,5	1,9	1,8
Motorista	1,5	1,9	1,8
Advogado	5,1	-	1,8
Bancário	2,9	1,2	1,8
Autônomo	0,7	1,5	1,3
Militar	-	1,5	1,0
Administrador	-	1,5	1,0
Outras	22,3	28,9	26,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 9,57 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 11,89 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 5,16 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 302,35, correspondendo a R\$ 31,60 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 1,53 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 331,77, correspondendo a R\$ 27,90 per capita/dia, incluídas 1,61 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 243,53, cerca de R\$ 47,20 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,38 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	5,16	11,89	9,57
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	336,07	534,15	462,60
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,38	1,61	1,53
Gasto per Capita (R\$)	243,53	331,77	302,35
Gasto per Capita/Dia (R\$)	47,20	27,90	31,60
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3.028,17	1.671,23	2.148,35

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: diversões/passeios (20,4%), hospedagem (18,4%) e compras (17,6%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	20,5	23,3	20,4
Hospedagem	24,5	0,0	18,4
Compras	13,0	21,4	17,6
Alimentação	13,0	23,0	16,5
Transporte	11,2	11,3	10,0
Outros	17,8	21,0	17,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	97,5	9,8	307,89	31,49
Norte	3,8	14,5	201,52	13,87
Pará	2,5	19,8	166,67	8,42
Tocantins	0,8	4,7	300,00	64,29
Amazonas	0,5	3,0	318,25	106,08
Nordeste	78,7	7,5	226,83	30,33
Piauí	47,6	8,0	241,73	30,10
Maranhão	16,5	5,4	170,84	31,82
Ceará	12,9	7,2	250,94	34,87
Pernambuco	0,8	8,3	263,33	31,60
Paraíba	0,5	5,5	530,00	96,36
Bahia	0,3	4,0	280,00	70,00
Sergipe	0,3	60,00	166,67	2,78
Sudeste	5,8	10,9	495,74	45,61
São Paulo	3,8	7,6	397,71	52,33
Rio de Janeiro	1,5	14,2	526,25	37,15
Minas Gerais	0,5	25,5	1.550,00	60,78
Centro-Oeste	7,8	27,1	751,92	27,72
Distrito Federal	7,3	18,6	407,94	21,91
Mato Grosso	0,3	300,00	18.000,00	60,00
Goiás	0,3	1,0	15,00	15,00
Sul	1,3	25,8	1.684,29	65,28
Rio Grande do Sul	1,0	31,3	2.258,00	72,26
Paraná	0,3	4,0	250,00	62,50
Internacional	2,5	1,8	62,25	34,58
França	1,3	1,4	96,00	68,57
Espanha	0,8	1,3	62,33	46,75
Inglaterra	0,3	6,0	10,00	1,67
Itália	0,3	1,0	30,00	30,00
Total	100,0	9,57	302,35	31,60

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **14,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$13,87**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **7,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$30,33**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **10,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$45,61**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **27,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$27,72**;

e) A região **Sul** revela uma permanência média de **25,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$65,28**;

f) No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **1,8** dia e um gasto *per capita*/dia de **R\$34,58**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí no período mencionado 70,9% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (26,8%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	61,8	75,7	70,9
Automóvel	35,3	22,4	26,8
Avião	1,5	0,4	0,8
Outros	1,5	1,5	1,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 65,8%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 44,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 34,2%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

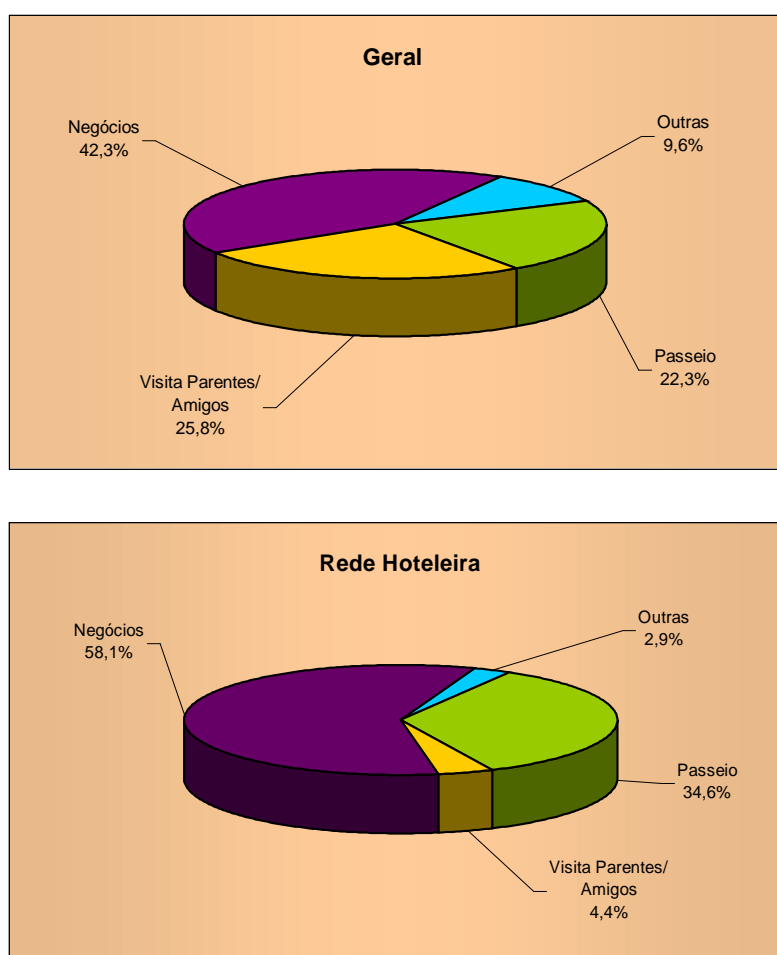
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	34,2
Hotel	21,5
Pousada	12,2
Pensão Hospedaria	0,5
Rede Extra-Hoteleira	65,8
Casa Parentes/Amigos	44,6
Casa Própria	8,9
Casa / Apart. de Aluguel	3,5
Outras	8,8
Total	100,0

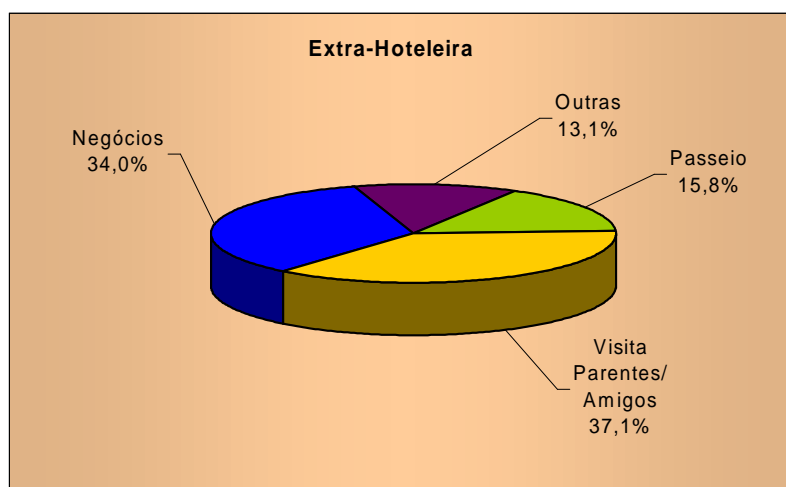
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando de uma região litorânea, em período de baixa temporada, o principal motivo da viagem foi negócios (42,3%), vindo em seguida visita a parentes e amigos (25,8%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócio ocupa também maior relevância (58,1%), destacando-se, ainda, a participação no motivo passeio, com 34,6%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como a visita a parentes/amigos (37,1%) e em seguida negócios (34,0%) 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 80,7%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	78,8	82,9	80,7
Compras	-	4,9	2,3
Patrimônio Histórico-Cultural	2,1	-	1,1
Outros	19,1	12,2	15,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

O conhecimento prévio do local (60,2%) e os comentários de parentes/amigos (27,3%) 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
Já Conhecia o Local	46,8	75,7	60,2
Comentários de Parentes/Amigos	34,0	19,5	27,3
Internet	8,5	2,4	5,7
Propaganda/Publicidade	2,2	-	1,1
Outros	8,5	2,4	5,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	25,0	16,2	19,2
Mais de Uma Vez	75,0	83,8	80,8
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	93,4	97,7	96,2
Não	6,6	2,3	3,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Dos turistas consultados, apenas 19,2% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 80,8% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,2% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 70,8% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer do ano de 2006.

Tabela 16
Previsão de Voltar ao Litoral (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2006	70,8	70,8	70,8
Em 2007	13,4	13,9	13,7
Em 2008	2,4	2,4	2,4
Em 2009	-	1,2	0,8
Em 2010	-	1,6	1,1
Sem Previsão	13,4	10,1	11,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – maio de 2006.

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 (12,7%), , Piri-piri (10,5%), Campo Maior (8,0%) e Piracuruca (6,8%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além do Litoral*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	26,9	3,3
Piri-piri	10,5	3,0
Piracuruca	6,8	6,7
Esperantina	5,5	2,8
Pedro II	2,5	2,2
Ilha Grande	0,8	4,0
Cajueiro da Praia	0,8	1,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	23,6	3,9
Teresina	12,7	7,2
Campo Maior	8,0	3,2
Altos	1,3	2,7
Castelo do Piauí	0,8	3,0
José de Freitas	0,8	3,5
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	5,9	1,9
São Raimundo Nonato	5,9	1,9
Pólo Histórico-Cultural	10,5	5,0
Floriano	6,3	4,3
Oeiras	3,4	3,9
Amarante	0,8	7,0
Pólo do Agronegócio	2,1	2,9
Bom Jesus	1,3	4,3
Cristino Castro	0,8	1,5
Outros	31,0	3,2
Picos	5,9	3,1
Luzilândia	3,8	5,1
Buriti dos Lopes	2,1	4,0
Joaquim Pires	1,7	1,3
Corrente	1,7	5,5
São João do Piauí	1,3	1,7
Cocal	1,3	2,0
Bom Princípio	1,3	4,3
União	0,8	2,0
Angical do Piauí	0,8	3,0
Outros	10,3	-
Total	100,0	3,3

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

* 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	46,8	42,7	9,0	1,1	0,3	79,3
Patrimônios Históricos	21,4	48,2	23,4	4,7	2,3	39,1
Manifestações Populares	19,6	40,2	25,5	10,3	4,3	19,6
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	10,6	39,8	32,7	11,9	4,9	0,9
Passeios Oferecidos	23,0	46,8	22,1	5,9	2,3	39,6
Serviços Receptivos/Empresas	18,8	44,1	24,8	9,4	3,0	25,7
Hospitalidade do Povo	42,0	43,1	12,5	1,0	1,3	70,2
Informações Turísticas	11,4	37,7	30,5	11,4	8,9	-1,7
Sinalização Turística	2,4	31,1	35,5	16,4	14,7	-33,1
Guias de Turismo	8,8	39,2	29,4	5,9	16,7	-3,9
Meios de Hospedagem	15,8	56,7	21,7	3,4	2,5	44,8
Bares e Restaurantes	15,8	54,2	22,3	6,8	0,9	39,9
Comércio/Compras	10,6	51,6	32,3	4,8	0,6	24,5
Diversões Noturnas	16,9	33,8	33,3	8,7	7,4	1,3
Serviços de Táxis	10,3	37,1	30,0	13,1	9,4	-5,2
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	13,9	60,3	18,8	4,3	2,7	48,4
Sinalização Urbana	3,7	35,3	37,2	14,7	9,1	-21,9
Segurança Pública	7,2	38,1	33,7	12,7	8,3	-9,4
Limpeza Pública	4,2	23,8	35,0	19,6	17,5	-44,1
Ônibus Urbano	3,6	28,1	30,6	20,9	16,8	-36,7
Terminal Rodoviário	5,7	49,0	36,3	7,0	1,9	9,6
Aeroporto	7,9	26,3	36,8	2,6	26,3	-31,6

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação relevante sem, contudo, alcançar 80% (no caso, 79,2%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 70,2% (inferior, portanto, ao conceito ideal de 80% ou mais). No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 48,4%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: limpeza pública (-44,1%), transporte coletivo urbano (-36,7), sinalização turística (-33,1%), aeroporto (-31,6%), itens esses, de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	8,8	8,1	8,4
Razoáveis	64,0	62,5	63,0
Elevados	24,3	25,5	25,1
Exorbitantes	2,9	3,9	3,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 63,0% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 28,6 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (32,3%), hospitalidade do povo piauiense (19,9%) e clima (12,3%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	46,7
Belezas Naturais	32,3
Clima	12,3
Delta do Parnaíba	1,6
Lagoa do Portinho	0,5
Infra-Estrutura Urbana	7,4
Tranqüilidade da Cidade	2,9
Paisagismo/Aspectos Urbanístico	2,5
Serviço de Transporte	2,0
Infra-Estrutura Turística	12,8
Diversão Noturna	3,0
Restaurantes/Bares	2,9
Culinária	2,6
Aspectos Cultural-Históricos	2,4
Meios de Hospedagem	1,9
Educação, Informação e Comunicação	21,2
Hospitalidade do Povo	19,9
Amigos e Familiares	1,3
Comércio e Serviços	1,6
Comércio	1,6
Outros	10,3
Tudo (cidade em geral)	1,5
Outros	8,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: limpeza pública (22,6%), infra-estrutura de transporte coletivo urbano (9,5%), opções de lazer (6,3%), segurança (5,9%) e sinalização/informação turística (5,9%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	4,1
Sujeira da Praia	2,8
Clima	1,3
Infra-Estrutura Urbana	13,5
Falta de Segurança	5,9
Falta de Conservação das Rodovias	2,8
Infra-Estrutura da Cidade	2,2
Pavimentação Precária	1,7
Falta de Conservação da Rodoviária	0,9
Infra-Estrutura Turística	13,1
Falta de Opção de Lazer	6,3
Sinalização e Informação Turística	5,9
Meios de Hospedagem	0,9
Educação, Informação e Comunicação	7,8
Educação no Trânsito	4,1
Povo Mal Educado	1,5
Despreparo no Relacionamento com o Turista	1,1
Tradição Cultural	1,1
Comércio e Serviços	24,9
Infra-Estrutura de Transporte	9,5
Infra-Estrutura – Água – Luz – Iluminação	5,6
Preços Elevados	5,4
Atendimento nos Bares e Restaurantes	2,0
Comércio	1,1
Saúde	1,1
Inexistência de Vãos	0,2
Outros	36,6
Limpeza Pública	22,6
Nada	2,4
Insetos, Pernilongos	1,1
Pobreza (esmola)	1,1
Administração Pública	0,9
Poluição Visual e Sonora	0,7
Outros	7,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Maio de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de maio de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados em São Raimundo Nonato, em número de 308 eram, em sua totalidade, brasileiros.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

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

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Conforme a Tabela 2, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (54,3%), Bahia (17,2%) e Pernambuco (13,3%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato: a região Nordeste, com 88,7%, e a região Sudeste, com 8,7%.

Tabela 2
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Nordeste	88,7
Piauí	54,3
Bahia	17,2
Pernambuco	13,3
Maranhão	2,3
Ceará	1,0
Paraíba	0,6
Sudeste	8,7
Rio de Janeiro	7,1
São Paulo	1,6
Centro-Oeste	1,3
Distrito Federal	1,3
Sul	1,3
Rio Grande do Sul	1,0
Santa Catarina	0,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

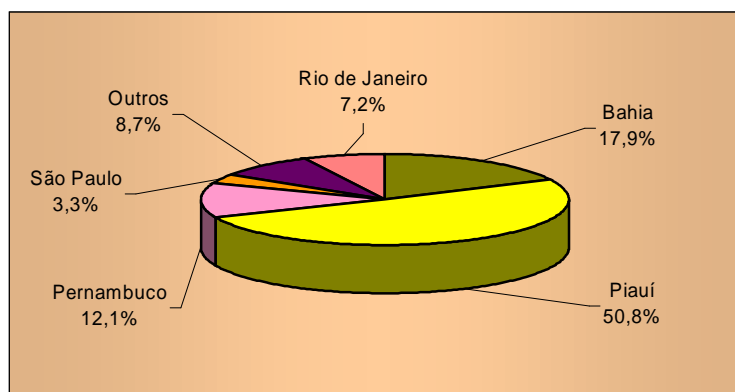
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais (Tab.3), evidenciou-se que a maioria é do Piauí, com um percentual de 50,8%, seguido dos nascidos na Bahia (17,9%), Pernambuco (12,1%) e Rio de Janeiro (7,2%).

Tabela 3
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	50,8
Bahia	17,9
Pernambuco	12,1
Rio de Janeiro	7,2
São Paulo	3,3
Maranhão	1,6
Ceará	1,3
Distrito Federal	1,3
Rio Grande do Sul	1,3
Paraíba	0,7
Santa Catarina	0,7
Outros	1,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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 57,1% no geral e a 58,2% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 43,9%.

O percentual de turistas casados atingiu 31,2%. Dentre os entrevistados, 13,0% viajavam desacompanhados.

Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira, 57,6 % viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam em excursão, correspondendo a 58,0%.

De modo geral 57,7% dos turistas entrevistados viajaram em excursões.

Tabela 4
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	58,2	55,8	57,1
Feminino	41,8	44,2	42,9
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	1,2	24,6	11,7
18 a 25 Anos	41,2	31,2	36,6
26 a 35 Anos	33,5	19,6	27,3
36 a 50 Anos	20,6	15,9	18,5
51 a 65 Anos	3,5	6,5	4,9
Acima de 65 Anos	-	2,2	1,0
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	6,5	15,2	10,4
Médio	17,6	45,7	30,2
Técnico	5,3	2,9	4,2
Superior	55,2	29,7	43,9
Pós-Graduação	15,4	6,5	11,3
Outros	-	-	-
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	33,5	28,3	31,2
Solteiro	62,4	68,9	65,3
Separado	2,9	1,4	2,3
Viúvo	0,6	0,7	0,6
Outros	0,6	0,7	0,6

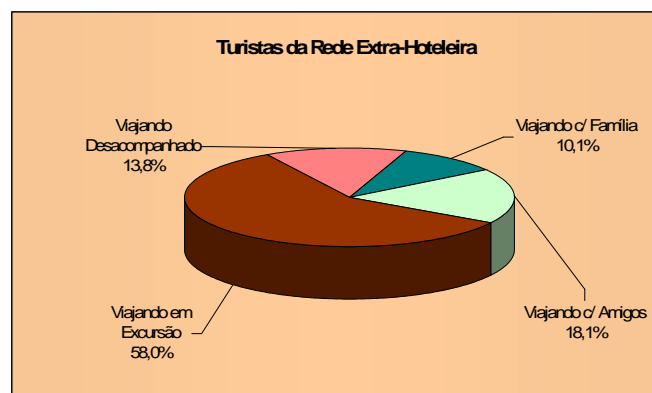
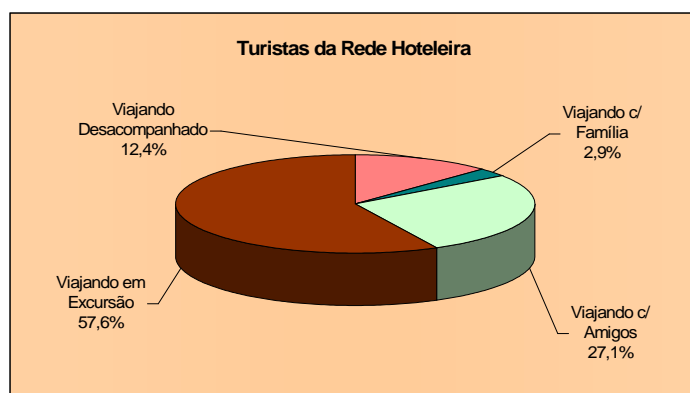
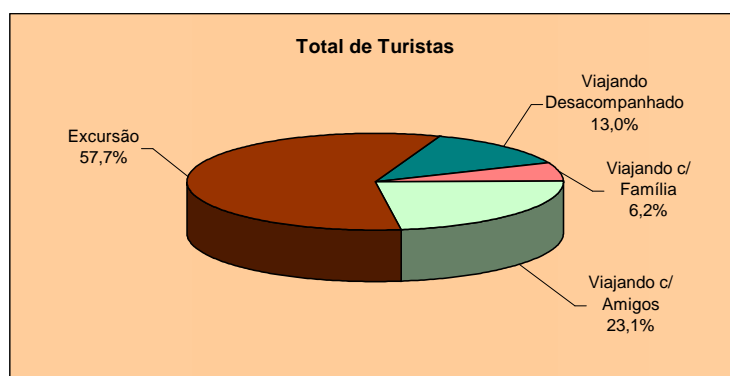
Continua

			Conclusão
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	12,4	13,8	13,0
Com a Família	2,9	10,1	6,2
Com Amigos	27,1	18,1	23,1
Em Excursão	57,6	58,0	57,7
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado*	19,5	27,8	23,2

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

* A quantidade de excursões no período referido determinou um número elevado de pessoas que viajavam com o entrevistado

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que somente 11,4% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência, dos quais, 15,9% utilizaram a rede hoteleira e 5,8%, a rede extra-hoteleira.

Tabela 5
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	15,9	5,8	11,4
Não	84,1	94,2	88,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o estudante (41,5%), funcionário público (11,6%), professor (8,4%) e o motorista, com (5,8%).

Tabela 6
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Estudante	34,3	50,5	41,5
Funcionário Público	14,9	7,2	11,6
Professor	9,5	7,2	8,4
Motorista	4,7	7,2	5,8
Rep. Comercial/Vendedor	6,5	2,2	4,5
Autônomo	2,9	0,7	1,9
Bancário	1,2	2,9	1,9
Engenheiro	1,2	2,2	1,6
Enfermeiro	1,8	0,7	1,3
Médico	1,2	1,4	1,3
Advogado	1,2	0,7	1,0
Dona-de-Casa	1,2	0,7	1,0
Dentista	0,6	1,4	1,0
Pensionista	-	2,2	1,0
Comerciante	1,2	-	0,6
Outras	17,6	12,8	15,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no período desta pesquisa permaneceram, em média, 4,34 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 5,40 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,49 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$128,06, correspondendo a R\$ 29,51 por dia, incluída nestes gastos 1,30 pessoa.

Na rede extra-hoteleira a média destes gastos foi de R\$97,25 por turista, equivalendo a R\$18,01 *per capita/dia*, incluída 1,30 pessoa.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$153,52, cerca de R\$43,99 *per capita/dia*, por estar incluída nestes gastos, 1,29 pessoa.

Tabela 7
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade (dias)	3,49	5,40	4,34
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	198,05	126,42	166,48
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,29	1,30	1,30
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	153,52	97,25	128,06
Gasto per Capita/Dia (R\$)	43,99	18,01	29,51
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	1.855,62	1.980,50	1.899,18

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (21,0%) transportes e compras, ambos com 17,9%, seguidos de diversões/passeios (15,9%). Do total de entrevistados 12,0% gastaram com outros itens não discriminados aqui.

Tabela 8
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	21,9	-	21,0
Compras	19,8	19,2	17,9
Transporte	18,2	21,6	17,9
Diversões / Passeios	13,4	25,0	15,9
Alimentação	17,1	16,4	15,3
Outros	9,6	17,8	12,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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\$)
Nordeste	88,6	3,3	142,65	38,82
Piauí	54,2	3,9	100,63	38,82
Bahia	17,2	2,1	115,82	28,14
Pernambuco	13,3	2,5	60,00	46,33
Maranhão	2,3	4,0	112,55	25,16
Ceará	1,0	1,0	128,01	60,00
Paraíba	0,6	2,0	16,25	8,13
Sudeste	8,8	10,7	237,22	22,17
Rio de Janeiro	7,2	47,8	183,59	79,82
São Paulo	1,6	2,3	355,20	7,43
Centro-Oeste	1,3	12,0	149,38	12,45
Distrito Federal	1,3	12,0	149,38	12,45
Sul	1,3	24,8	221,46	8,93
Rio Grande do Sul	1,0	3,0	24,08	8,03
Santa Catarina	0,3	90,0	2.590,00	28,78
Total	100,0	4,34	128,06	29,51

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

a) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **3,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$38,82**;

b) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **10,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$22,17**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **12,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$12,45**;

d) A região **Sul** revela uma permanência média de **24,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$8,93**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em São Raimundo Nonato no período mencionado 74,7% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (24,0%).

Tabela 10
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	71,7	78,3	74,7
Automóvel	25,9	21,7	24,0
Avião	2,4	-	1,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Neste município, sobressai-se a rede hoteleira (55,3%) como o principal meio de hospedagem, na qual o hotel representa 34,8% da preferência. Observa-se que a rede extra-hoteleira participa com um percentual de 44,7%.

Tabela 11
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	55,3
Hotel	34,8
Pousada	20,5
Pensão / Hospedaria	-
Flat / Apart-Hotel	-
Rede Extra-Hoteleira	44,7
Casa Parentes / Amigos	7,8
Casa / Apart. de Aluguel	1,6
Casa Própria	0,6
Camping / Albergue	-
Outros*	34,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

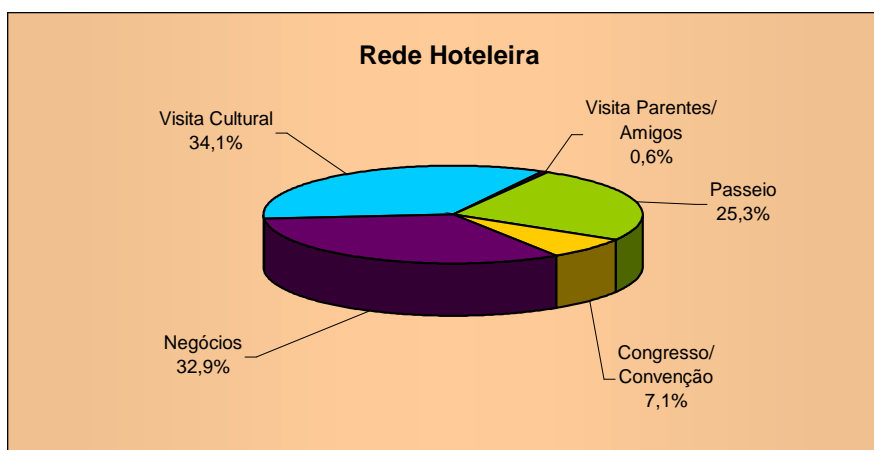
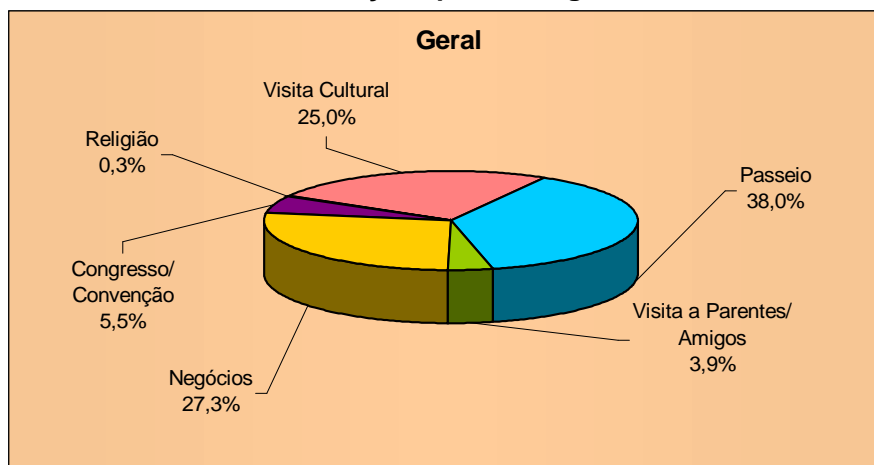
* As excursões turísticas, geralmente procedentes de microrregiões próximas que demandam o Parque Nacional da Serra da Capivara/Museu do Homem Americano, visitam-no e retornam para seus municípios no mesmo dia, sem se hospedarem. Justifica-se, portanto, o elevado percentual desse item.

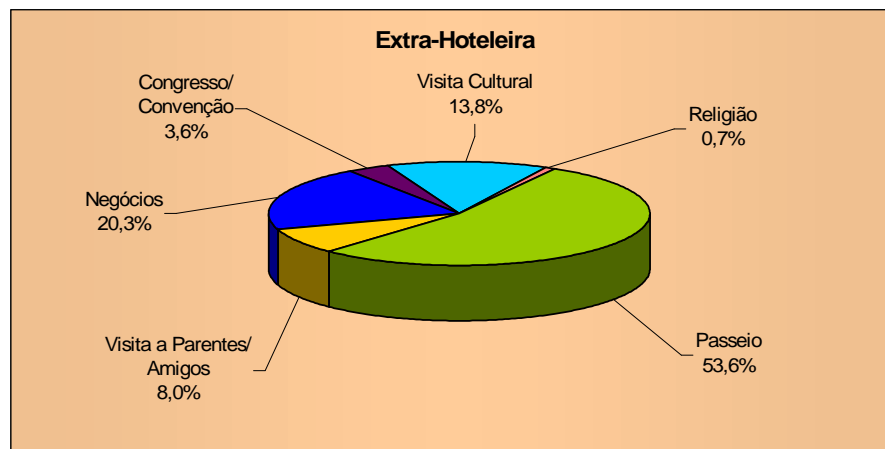
4 Motivações e Atrativos da Viagem

Pelo fato de São Raimundo Nonato sediar um Patrimônio Histórico-Cultural, de modo geral, o principal motivo da viagem foi passeio (38,0%), seguido de negócios (27,3%) e visita cultural (25,0%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo visita cultural ocupa maior relevância (34,1%). O motivo negócios teve uma participação de 32,9%, seguido de passeio com 25,3%.

Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio e negócios sobressaíram, correspondendo a 53,6% e 20,3%, respectivamente.

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 95,7%, justificado pela localização do Museu do Homem Americano em São Raimundo Nonato e do Parque Nacional da Serra da Capivara na região compreendida pelos Municípios de São Raimundo Nonato, João Costa, Coronel José Dias e Canto do Buriti (Fonte: Fundação Museu do Homem Americano – FUNDHAM. **Parque Nacional da Serra da Capivara**. 1998. Editora Typelaser).

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural	100,0	93,3	95,7
Outros	-	6,7	4,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Os comentários de parentes/amigos (25,6%) e a propaganda/publicidade (16,2%) 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	20,9	28,5	25,6
Propaganda/Publicidade	11,6	18,8	16,2
Já Conhecía o Local	7,0	8,1	7,7
Internet	2,3	1,4	1,7
Agência de Viagem	2,3	-	0,9
Outros	55,9	43,2	47,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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	61,2	52,9	57,5
Mais de Uma Vez	38,8	47,1	42,5
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Local			
Sim	98,2	97,8	98,1
Não	1,8	2,2	1,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Dos turistas consultados, 57,5% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 42,5% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 98,1% demonstraram pretensão de voltar à cidade, sendo que, destes, 43,6% confirmaram a previsão de retornar ainda em 2006.

Tabela 15
Previsão de Voltar ao Local (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2006	48,6	37,7	43,6
Em 2007	30,4	41,6	35,6
Em 2008	3,6	5,9	4,6
Sem Previsão	16,8	14,1	15,6
Outros	0,6	0,7	0,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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: Oeiras, com 12,4%, Parnaíba e Teresina, ambos com 9,6%. Em seguida aparecem Esperantina (8,8%) e Floriano (8,0%).

Tabela 16
Principais Municípios Visitados Além do Berço das Origens*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	20,6	6,3
Parnaíba	9,6	4,3
Piracuruca/Sete Cidades	3,4	1,7
Piripiri	2,7	4,9
Luís Correia	2,3	6,7
Esperantina	1,5	8,8
Pedro II	1,1	11,3
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	11,1	9,8
Teresina	9,6	7,0
Campo Maior	1,1	15,3
Altos	0,4	7,0
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	1,5	1,0
Caracol (Serra das Confusões)	1,5	1,0
Pólo Histórico-Cultural	20,4	4,3
Oeiras	12,4	1,5
Floriano	8,0	7,2
Pólo do Agronegócio	5,4	2,1
Cristino Castro	1,9	2,2
Bom Jesus	3,1	2,0
Uruçuí	0,4	2,0
Outros	41,0	3,3
Picos	9,6	6,0
São João da Serra	3,8	4,8
Corrente	3,4	2,7
Bonfim do Piauí	3,1	1,9
Dirceu Arcoverde	1,9	1,4
Anísio de Abreu	1,5	1,0
Canto do Buriti	1,5	1,8
Simplicio Mendes	1,5	1,3
Gilbués	1,1	1,3
Água Branca	0,8	1,5
Eliseu Martins	0,8	1,0
São João do Piauí	0,8	1,5
São José do Piauí	0,8	0,5
São Lourenço	0,8	1,0

Continua

Municípios Visitados	Conclusão	
	Geral (%)	Permanência Média (dias)
União	0,8	7,0
Dom Inocêncio	0,8	22,0
Outros	8,0	2,2
Total	100,0	4,3

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

* 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*	62,2	33,5	4,1	0,1	0,1	91,4
Manifestações Populares	32,1	37,7	28,3	0,0	1,9	39,6
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Hospitalidade do Povo	34,5	58,4	5,0	1,4	0,7	85,8
Meios de Hospedagem	14,7	52,0	22,5	5,4	5,4	33,3
Diversões Noturnas	13,1	41,1	33,6	9,3	2,8	8,4
Guias de Turismo	52,4	40,9	4,9	0,9	0,9	86,7
Serviços Receptivos/Empresas	17,5	57,9	19,1	2,7	2,7	50,8
Passeios Oferecidos	42,7	46,5	9,9	0,0	0,9	78,4
Bares e Restaurantes	11,1	51,9	33,3	1,9	1,9	25,9
Equipamentos de Lazer	14,2	54,7	24,5	2,8	3,8	37,7
Serviços de Táxis	21,2	27,3	24,2	9,1	18,2	-3,0
Comércio / Compras	7,4	58,9	27,4	4,6	1,7	32,6
Informação Turística	30,8	44,5	19,4	2,6	2,6	50,7
Sinalização Turística	31,8	41,9	18,2	4,2	3,8	47,5
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios / Fone	8,5	60,2	20,9	7,1	3,3	37,4
Segurança Pública	2,7	32,6	44,9	11,2	8,6	-29,4
Sinalização Urbana	5,2	26,8	26,8	22,0	19,2	-36,0
Limpeza Pública	4,5	31,1	28,8	16,9	18,7	-28,8
Terminal Rodoviário **	-	-	-	-	-	-

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

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

** item não avaliado em virtude de o terminal rodoviário encontrar-se desativado.

Os atrativos de patrimônios históricos/naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (91,4%), seguido de guias de turismo (86,7%) e hospitalidade do povo (85,8%). Avaliação negativa foi atribuída com maior relevância à sinalização urbana (-36,0%), à segurança pública (-29,0%) e à limpeza pública (-28,8%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, os guias de turismo e hospitalidade do povo obtiveram maiores índices. No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 37,4%), encontrando-se, não obstante, distante do índice aceitável que é de pelo menos 80,0%.

Tabela 18
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	4,7	3,6	4,2
Razoáveis	75,3	70,0	71,1
Elevados	17,1	24,6	20,5
Exorbitantes	2,9	5,8	4,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 71,1% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 24,7% dos turistas avaliaram os preços como elevados a exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: visitas ao Parque Nacional da Serra da Capivara e ao Museu do Homem Americano, juntos com 41,6%, seguidos de hospitalidade do povo piauiense, com 19,5%.

Tabela 19
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	12,1
Clima	7,8
Belezas Naturais	4,3
Infra-Estrutura Urbana	2,8
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	1,2
Tranqüilidade da Cidade	1,2
Praça do Abrigo	0,4
Infra-Estrutura Turística	61,0
Parque Nacional da Serra da Capivara	29,7
Museu do Homem Americano	11,9
Aspecto Histórico-Cultural	7,6
Restaurantes/Bares	2,7
Guia de Turismo	2,5
Diversão Noturna/Opções de Lazer	2,0
Culinária	1,4
Meios de Hospedagem	1,2
Artesanato	0,6
Turismo Receptivo	0,6
Pontos Turísticos	0,4
Cruzeiro da Cidade	0,2
Festas Populares	0,2
Educação, Informação e Comunicação	21,3
Hospitalidade do Povo	19,5
Amigos e Familiares	1,4
Beleza Piauiense	0,4
Comércio e Serviços	2,0
Comércio	1,8
Negócios	0,2
Outros	0,8
Tudo (cidade em geral)	0,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006.

Em geral, os itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados foram os seguintes: limpeza pública (14,2%), saneamento básico (14,2%) e trânsito desordenado (9,9%), todos inseridos na infra-estrutura urbana.

Tabela 20
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	2,3
Clima	2,0
Poluição Sonora	0,3
Infra-Estrutura Urbana	60,9
Limpeza Pública	14,2
Falta de Saneamento Básico	14,2
Trânsito Desordenado	9,9
Infra-Estrutura da Cidade (traçado das ruas)	6,4
Infra-Estrutura (água, luz)	4,1
Falta de Segurança Pública	2,6
Aspecto Paisagístico	2,6
Administração Pública	2,3
Serviços de Comunicação	2,0
Falta de Conservação da Rodoviária	1,7
Sinalização Urbana Precária	0,9
Infra-Estrutura Turística	24,8
Meios de Hospedagem	8,7
Sinalização Turística	3,5
Falta de Opção de Lazer	3,2
Escassez de Informações Turísticas	2,4
Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer)	2,3
Culinária	1,7
Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural	1,5
Turismo Receptivo	1,5
Educação, Informação e Comunicação	0,6
Tradição Cultural	0,3
Hospitalidade	0,3
Comércio e Serviços	5,3
Preços elevados	2,0
Transportes (táxi, mototáxi, ônibus)	1,5
Serviços Bancários Deficientes	0,9
Comércio (feira/mercado)	0,9
Outros	6,1
Falta de Conservação das Rodovias (asfalto)	4,9
Nada Desagradou	1,2
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2006

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 7 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.

Para esta pesquisa, o levantamento de campo em Teresina e no Litoral (Parnaíba e Luís Correia) foi realizado de 25 a 31 de maio de 2006. Em relação a São Raimundo Nonato, os dados foram coletados no período de 26 de maio a 1º de junho de 2006.

Anexo

MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
Quantidade de Questionários Aplicados

TERESINA - 25 a 31/05/06	
Aeroporto	636
Terminal Rodoviário	357
Posto da PRF - BR-316 / BR-343	17
T o t a l	1.010
LITORAL - 25 a 31/05/06	
Terminal Rodoviário - Parnaíba	216
Posto da PRF - BR-343	93
Terminal Rodoviário - Luís Correia	59
Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará	27
T o t a l	395
São Raimundo Nonato - 26/05 a 01/06/06	
Serra da Capivara	122
Agência de Ônibus *	57
Museu do Homem Americano	107
Posto Fiscal da SEFAZ e Posto do SEBRAE - BR-140	22
T o t a l	308
Geral	
Teresina	1.010
Litoral	395
São Raimundo Nonato	308
T o t a l	1.713

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