

**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

Julho 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

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

Equipe Central de Elaboração

Elaboração / Coordenação

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Campo

Teresina

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Aeroporto:

Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão

Rodoviária:

Tânia Maria Waquim

Litoral

Lúcia Maria Said Adad

Vera Lúcia de Sousa Araújo (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Ivone dos Reis Galdino (apoio)

Colaboração

Carlos Ferreira Lima

Lúcia Maria Said Adad

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

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

Aldevânia Cardoso Barbosa
Amália Chaves Monteiro
Cláudio de Oliveira Carvalho
Fernanda Lísia Veloso de Sousa
Heloisi da Costa Mourão Roseno
Irismar Rosa da S. Nunes Pantaleão
Laryane Rocha Macedo
Luiza de Sousa Andrade
Mara Cléssia de Oliveira Castro
Maria Isabel Macêdo Silva Bacelar
Nathalye Nayana de Oliveira Lima
Tânia Maria Waquim

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Amparo Gardenha Guerra de Macêdo
Claudete Nascimento da Silva
Fabrícia Juliana Almeida França
Guilhermino Vicente de Sousa Silva
Laércio Amorim Mendes
Luiz Alberto Silva Ferreira
Maryanne de Macêdo Linhares
Mayanne Brunna Silva Sipaúba
Tatiane dos Santos Costa

São Raimundo Nonato

Alvaneide Nunes dos Passos
Ana Alice Alves Paes
Carla Andréa da S. Vieira / Mário Afonso F. Paes Landim
Carolinne Cristina Dias de Macêdo
Ismalha da Conceição Silva
Jobson Oliveira Braga
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Marilda Alves de Jesus
Renata Coelho de Oliveira Costa
Renata Santana Ribeiro

Digitação

Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato

Paulo de Társio Pereira da Silva

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 | 65 |
| 6 Avaliação Geral dos Turistas | 66 |
| Nota Metodológica | 71 |
| Anexo | |
| Mapa da Pesquisa de Demanda Turística | 75 |

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 julho /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 alunos, bem como a Secretaria da Fazenda e a Polícia Militar do Piauí.

Destacam-se, também, os órgãos federais locais (IBAMA, INFRAERO, Polícia Rodoviária Federal), assim como os Terminais Rodoviários de Teresina, Parnaíba e Luís Correia, 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

Julho de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados no decorrer da última semana de julho de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados em Teresina, em número de 1.488, eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 97,2%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 2,8%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

| Origem | Geral (%) |
|---------------|------------------|
| Brasil | 97,2 |
| Exterior | 2,8 |
| Total | 100,0 |

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

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Estados Unidos, com 42,9%, seguidos por Alemanha, Argentina e Espanha, com 9,5%.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

| Países | (%) |
|----------------|--------------|
| Estados Unidos | 42,9 |
| Alemanha | 9,5 |
| Argentina | 9,5 |
| Espanha | 9,5 |
| Outros | 28,6 |
| Total | 100,0 |

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

Conforme se constata na Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes estados: Piauí, 26,4%; São Paulo, 12,7%; Distrito Federal, 12,4%; Maranhão, 11,7% e Ceará, 11,2%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 58,2%; a região Sudeste, 19,1%; e a Centro-Oeste, 14,5%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | (%) |
|------------------------------------|--------------|
| Norte | 6,7 |
| Pará | 4,2 |
| Tocantins | 0,8 |
| Roraima | 0,6 |
| Amapá | 0,6 |
| Amazonas | 0,3 |
| Rondônia | 0,2 |
| Nordeste | 58,2 |
| Piauí | 26,4 |
| Maranhão | 11,7 |
| Ceará | 11,2 |
| Pernambuco | 5,3 |
| Bahia | 1,6 |
| Paraíba | 0,8 |
| Rio Grande do Norte | 0,7 |
| Alagoas | 0,4 |
| Sergipe | 0,1 |
| Sudeste | 19,1 |
| São Paulo | 12,7 |
| Rio de Janeiro | 4,2 |
| Minas Gerais | 2,1 |
| Espírito Santo | 0,1 |
| Centro-Oeste | 14,5 |
| Distrito Federal | 12,4 |
| Goiás | 1,6 |
| Mato Grosso do Sul | 0,3 |
| Mato Grosso | 0,2 |
| Sul | 1,5 |
| Paraná | 0,8 |
| Rio Grande do Sul | 0,4 |
| Santa Catarina | 0,3 |
| Total | 100,0 |

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

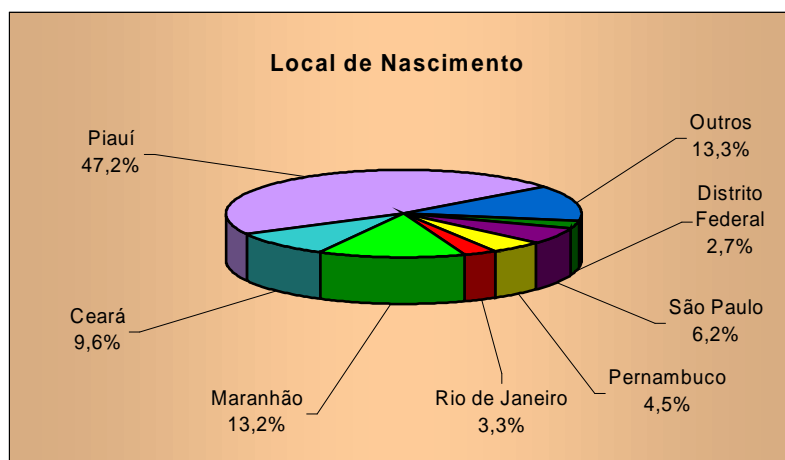
Quanto ao local de nascimento dos turistas que aportaram em Teresina, evidenciou-se que a maioria nasceu no Piauí, tendência que vem se constatando através das pesquisas realizadas, correspondendo a 47,2%, seguida dos nascidos no Maranhão (13,2%); Ceará (9,6%) e São Paulo (6,2%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

| Estados | (%) |
|------------------|--------------|
| Piauí | 47,2 |
| Maranhão | 13,2 |
| Ceará | 9,6 |
| São Paulo | 6,2 |
| Pernambuco | 4,5 |
| Rio de Janeiro | 3,3 |
| Distrito Federal | 2,7 |
| Outros Estados | 13,3 |
| Total | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 50,8% no geral e a 69,2% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior e de pós-graduação representam 48,2%.

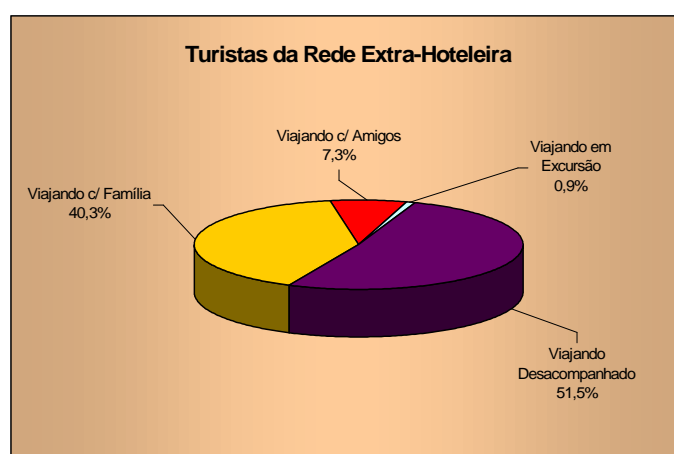
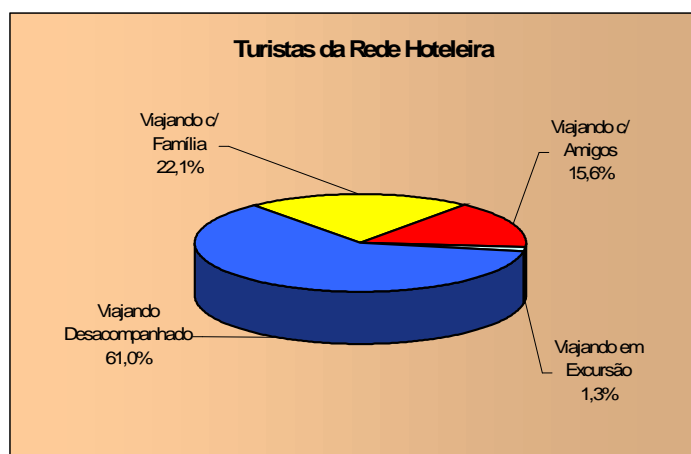
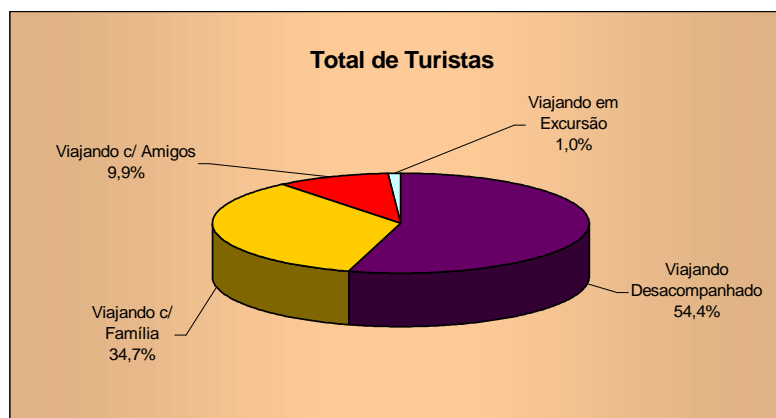
O percentual de turistas casados atingiu 52,7%. Dentre os entrevistados, 54,4% viajaram desacompanhados e 34,7%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 61,0% viajaram desacompanhados, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 51,5%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Masculino | 69,2 | 42,6 | 50,8 |
| Feminino | 30,8 | 57,4 | 49,2 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Abaixo de 18 Anos | 0,7 | 5,8 | 4,2 |
| 18 a 25 Anos | 8,9 | 19,8 | 16,4 |
| 26 a 35 Anos | 35,6 | 26,2 | 29,1 |
| 36 a 50 Anos | 36,1 | 30,9 | 32,6 |
| 51 a 65 Anos | 16,1 | 12,8 | 13,8 |
| Acima de 65 Anos | 2,6 | 4,5 | 3,9 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Fundamental | 13,4 | 17,3 | 16,1 |
| Médio | 22,6 | 32,5 | 29,4 |
| Técnico | 2,8 | 3,1 | 3,0 |
| Superior | 38,8 | 35,3 | 36,4 |
| Pós-Graduação | 20,0 | 8,1 | 11,8 |
| Outros | 2,4 | 3,7 | 3,3 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Casado | 60,5 | 42,1 | 52,7 |
| Solteiro | 31,0 | 49,1 | 38,6 |
| Separado | 4,6 | 2,8 | 4,4 |
| Viúvo | 1,7 | 4,3 | 2,5 |
| Outros | 2,2 | 1,7 | 1,8 |
| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Viajando Desacompanhado | 61,0 | 51,5 | 54,4 |
| Com a Família | 22,1 | 40,3 | 34,7 |
| Com Amigos | 15,6 | 7,3 | 9,9 |
| Em Excursão | 1,3 | 0,9 | 1,0 |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado | 2,0 | 2,1 | 2,0 |

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que apenas 10,6% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 18,9%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

| Especificação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|---------------|----------------|--------------------|--------------|
| Sim | 18,9 | 6,9 | 10,6 |
| Não | 81,1 | 93,1 | 89,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: Funcionário Público, 21,0% ; Estudante, 13,2%; Dona-de-Casa, 7,5%; Pensionista, 4,9%, e Autônomo, 4,5%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|-------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Funcionário Público | 16,7 | 22,9 | 21,0 |
| Estudante | 3,0 | 17,8 | 13,2 |
| Dona-de-Casa | 5,6 | 8,3 | 7,5 |
| Pensionista | 2,8 | 5,8 | 4,9 |
| Autônomo | 2,8 | 5,3 | 4,5 |
| Engenheiro | 7,8 | 1,1 | 3,2 |
| Professor | 3,3 | 2,9 | 3,0 |
| Empresário | 5,0 | 1,6 | 2,6 |
| Vendedor | 2,8 | 2,3 | 2,5 |
| Lavrador/Agricultor | 3,7 | 1,8 | 2,4 |
| Comerciante | 2,8 | 1,9 | 2,2 |
| Advogado | 3,7 | 1,3 | 2,0 |
| Administrador | 3,7 | 1,3 | 2,0 |
| Representante Comercial | 4,6 | 0,5 | 1,7 |
| Gerente | 3,5 | 0,6 | 1,5 |
| Técnico Nível Médio | 2,4 | 1,2 | 1,5 |
| Médico | 1,1 | 1,7 | 1,5 |
| Militar | 0,2 | 1,8 | 1,3 |
| Motorista | 1,1 | 1,3 | 1,2 |
| Religioso | 1,1 | 1,3 | 1,2 |
| Comerciário | 1,7 | 0,9 | 1,1 |
| Contador (Auditor) | 2,0 | 0,7 | 1,1 |
| Artista | 1,3 | 0,8 | 0,9 |
| Secretário | 0,7 | 1,0 | 0,9 |
| Enfermeiro | 0,9 | 0,8 | 0,8 |
| Bancário | 0,7 | 0,7 | 0,7 |
| Agropecuaria | 0,2 | 0,6 | 0,5 |
| Outras | 14,8 | 11,8 | 13,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa foi, em média, 10,06 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 11,30 dias, enquanto os da rede hoteleira, 7,30 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 454,10, correspondendo a R\$ 45,12 per capita/dia, incluída 1,62 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, essa média foi de R\$ 372,61, correspondendo a R\$ 32,96 per capita/dia, incluída 1,73 pessoa.

Quanto aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 671,59, cerca de R\$ 91,95 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,39 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------------|----------------|--------------------|----------|
| Permanência na Localidade | 7,30 | 11,30 | 10,06 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 935,48 | 645,55 | 737,72 |
| Pessoas Incluídas nos Gastos | 1,39 | 1,73 | 1,62 |
| Gasto per Capita (R\$) | 671,59 | 372,61 | 454,10 |
| Gasto per Capita/Dia (R\$) | 91,95 | 32,96 | 45,12 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 3.874,40 | 1.990,95 | 2.624,49 |

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (21,3%) e compras (20,1%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

| Gastos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|----------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Hospedagem | 22,3 | - | 21,3 |
| Compras | 14,4 | 27,6 | 20,1 |
| Diversões / Passeios | 10,5 | 18,2 | 13,7 |
| Alimentação | 8,7 | 15,0 | 10,7 |
| Transporte | 10,3 | 15,5 | 11,5 |
| Outros | 33,8 | 23,7 | 22,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 | 97,2 | 10,0 | 438,97 | 43,71 |
| Norte | 6,5 | 17,4 | 540,07 | 31,06 |
| Pará | 4,1 | 13,1 | 427,39 | 32,51 |
| Tocantins | 0,7 | 12,0 | 526,07 | 43,84 |
| Amapá | 0,5 | 11,0 | 246,84 | 22,44 |
| Roraima | 0,5 | 62,8 | 1.629,17 | 25,96 |
| Amazonas | 0,3 | 20,4 | 942,86 | 46,22 |
| Rondônia | 0,2 | 14,3 | 470,67 | 32,84 |
| Nordeste | 56,4 | 7,7 | 345,06 | 44,85 |
| Piauí | 25,6 | 6,6 | 218,80 | 33,01 |
| Maranhão | 11,4 | 7,4 | 243,18 | 32,77 |
| Ceará | 10,9 | 9,0 | 358,00 | 39,56 |
| Pernambuco | 5,1 | 10,4 | 1.081,24 | 104,15 |
| Bahia | 1,5 | 8,2 | 325,41 | 162,15 |
| Paraíba | 0,7 | 7,4 | 325,81 | 44,25 |
| Rio Grande do Norte | 0,7 | 10,2 | 206,47 | 20,24 |
| Alagoas | 0,4 | 8,3 | 1.302,00 | 36,24 |
| Sergipe | 0,1 | 3,5 | 1.150,00 | 328,57 |
| Sudeste | 18,6 | 12,6 | 584,29 | 46,19 |
| São Paulo | 12,4 | 11,9 | 573,99 | 48,18 |
| Rio de Janeiro | 4,1 | 15,4 | 692,63 | 45,00 |
| Minas Gerais | 2,0 | 10,9 | 447,06 | 40,89 |
| Espírito Santo | 0,1 | 22,5 | 362,50 | 16,11 |
| Centro-Oeste | 14,2 | 13,1 | 516,65 | 39,30 |
| Distrito Federal | 12,1 | 13,2 | 520,62 | 39,31 |
| Goiás | 1,5 | 13,0 | 438,50 | 33,84 |
| Mato Grosso do Sul | 0,3 | 12,0 | 458,33 | 38,19 |
| Mato Grosso | 0,2 | 10,7 | 1.333,33 | 125,00 |
| Sul | 1,5 | 5,1 | 630,22 | 122,70 |
| Paraná | 0,7 | 6,5 | 760,00 | 117,75 |
| Rio Grande do Sul | 0,4 | 4,8 | 333,33 | 68,97 |
| Santa Catarina | 0,3 | 2,6 | 675,00 | 259,62 |
| Internacional | 2,8 | 10,8 | 876,79 | 81,11 |
| Estados Unidos | 1,2 | 6,6 | 431,04 | 65,20 |
| Argentina | 0,3 | 9,5 | 1.420,00 | 149,47 |
| Alemanha | 0,3 | 6,5 | 339,67 | 52,26 |
| Espanha | 0,3 | 21,0 | 848,64 | 40,41 |
| Canadá | 0,1 | 30,0 | 1.500,00 | 50,00 |
| Portugal | 0,1 | 10,0 | 2.071,43 | 207,14 |
| Suíça | 0,1 | 10,0 | 2.833,33 | 283,33 |
| Bélgica | 0,1 | 15,0 | 666,67 | 44,44 |
| França | 0,1 | 5,0 | 1.100,00 | 220,00 |
| Índia | 0,1 | 2,0 | 500,00 | 250,00 |
| Inglaterra | 0,1 | 24,5 | 1.295,00 | 52,86 |
| Japão | 0,1 | 16,0 | 200,00 | 12,50 |
| Tchecoslováquia | 0,1 | 30,0 | - | - |
| Total | 100,0 | 10,1 | 454,10 | 45,12 |

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **17,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$31,06**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **7,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$44,85**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **12,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$46,19**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **13,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$39,30**;

e) A região **Sul** aponta uma permanência média de **5,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$122,70**.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **10,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$81,11**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no período mencionado, 46,5% utilizaram como principal meio de transporte o avião, (42,5%) se deslocaram de ônibus e com a mais baixa participação aparece o automóvel (9,9%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Avião | 59,8 | 40,5 | 46,5 |
| Ônibus | 33,2 | 46,7 | 42,5 |
| Automóvel | 6,3 | 11,6 | 9,9 |
| Outros | 0,7 | 1,2 | 1,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

A rede extra-hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em julho, correspondendo a 69,1%, com destaque para hospedagem em casa de parente e amigos, com 60,5%. A participação da rede hoteleira atingiu 30,9%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em hotel, com 22,8%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

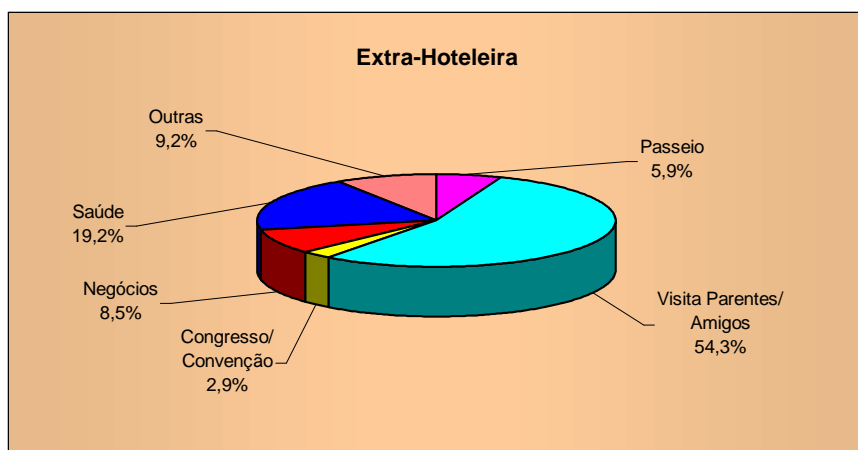
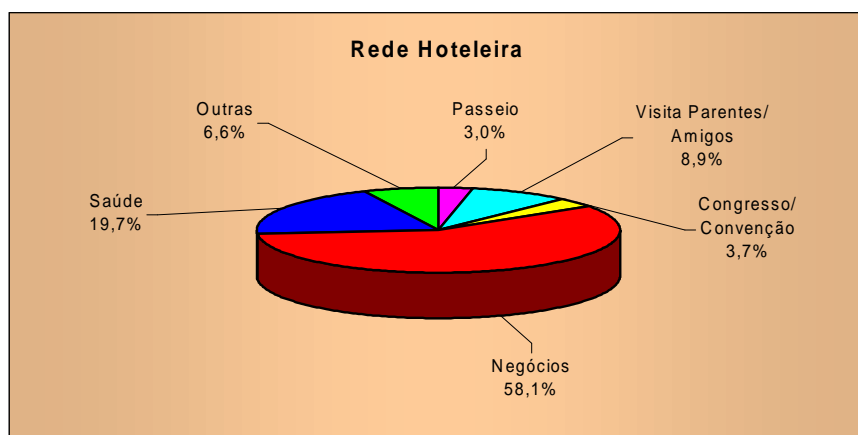
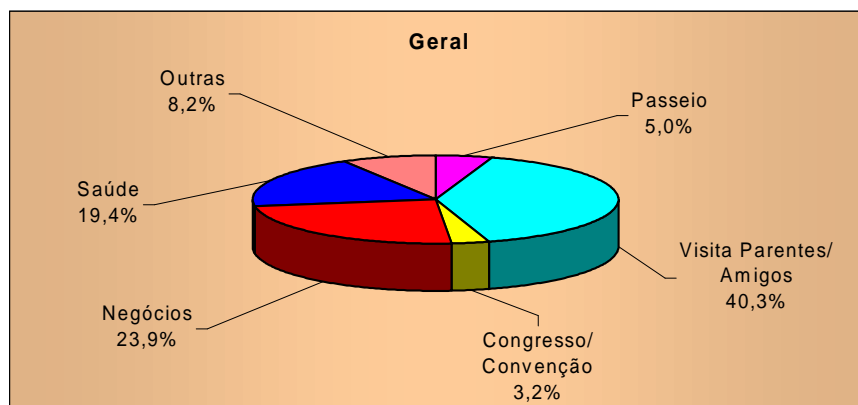
| Hospedagem | Geral |
|-----------------------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 30,9 |
| Hotel | 22,8 |
| Pensão / Hospedaria | 6,6 |
| Pousada | 0,9 |
| Flat / Apart-Hotel | 0,6 |
| Rede Extra-Hoteleira | 69,1 |
| Casa Parentes/Amigos | 60,5 |
| Casa Própria | 4,1 |
| Casa / Apart. de Aluguel | 0,6 |
| Outros | 3,9 |
| Total | 100,0 |

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

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações colhidas (ver nos gráficos seguintes), foram: visita de parentes/amigos, com 40,3%, negócios com 23,9%, tratamento de saúde com 19,4%. Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 58,1%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, visita a parentes/amigos (54,3 %) apresenta maior relevância.

Figura 3
Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 45,4%, seguido por atrativos naturais (36,0%).

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

| Atrativos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|-------------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Atrativos Naturais | 35,7 | 36,1 | 36,0 |
| Patrimônio Histórico-Cultural | 7,1 | 8,2 | 8,0 |
| Manifestações Populares | 7,1 | 4,9 | 5,3 |
| Compras | - | 6,6 | 5,3 |
| Outros | 50,1 | 44,2 | 45,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 57,3%, “já conhecia o local”, com 18,7%, e por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 10,7%.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

| Fatores Determinantes | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Comentários de Parentes/Amigos | 42,9 | 60,7 | 57,3 |
| Já Conhecia o Local | 14,3 | 19,7 | 18,7 |
| Agência de Viagens | - | 9,8 | 8,0 |
| Internet | - | 4,9 | 4,0 |
| Propaganda/ Publicidade | 7,1 | - | 1,3 |
| Outros | 35,7 | 4,9 | 10,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho 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 | 28,4 | 11,1 | 16,5 |
| Mais de Uma Vez | 71,6 | 88,9 | 83,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Pretende Voltar a Teresina | | | |
| Sím | 96,1 | 98,3 | 97,6 |
| Não | 3,9 | 1,7 | 2,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Dos turistas consultados, apenas 16,5% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 83,5% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,6% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital, sendo que, destes, 53,8% 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 | 58,4 | 51,7 | 53,8 |
| Em 2007 | 16,5 | 28,3 | 24,7 |
| Em 2008 | 0,7 | 3,9 | 2,9 |
| Outros | 0,9 | 1,7 | 1,5 |
| Sem Previsão | 23,5 | 14,4 | 17,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (19,7%), seguidos de Luís Correia (8,2%), Picos (6,8%) e, Floriano (6,1%).

Tabela 17

Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina

| Municípios Visitados/Localidades | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|-------------|--------------------------|
| Pólo Costa do Delta – Ecoturismo | 39,9 | 5,9 |
| Parnaíba/Delta | 19,7 | 5,9 |
| Luís Correia | 8,2 | 5,6 |
| Piripiri | 3,5 | 4,4 |
| Barras | 2,2 | 8,9 |
| Pedro II | 2,0 | 2,3 |
| Piracuruca/Sete Cidades | 2,0 | 7,2 |
| Esperantina | 1,6 | 6,1 |
| Batalha | 0,7 | 6,5 |
| Pólo de Teresina – Eventos e Negócios | 10,2 | 7,0 |
| Campo Maior | 5,1 | 4,7 |
| Altos | 2,4 | 8,1 |
| José de Freitas | 1,4 | 3,6 |
| Castelo do Piauí | 1,3 | 11,6 |
| Pólo do Agronegócio | 2,1 | 12,2 |
| Uruçuí | 1,2 | 19,3 |
| Bom Jesus | 0,9 | 5,1 |
| Pólo Histórico-Cultural | 10,3 | 13,7 |
| Floriano | 6,1 | 8,3 |
| Oeiras | 2,9 | 15,4 |
| Amarante | 1,3 | 17,3 |
| Pólo das Origens | 2,3 | 6,4 |
| São Raimundo Nonato/Serra da Capivara | 1,7 | 9,7 |
| São João do Piauí | 0,6 | 3,0 |
| Outros | 35,2 | 8,3 |
| Picos | 6,8 | 6,7 |
| Outros | 4,8 | 5,5 |
| Luzilândia | 2,2 | 9,4 |
| União | 2,2 | 6,8 |
| Canto do Burití | 1,7 | 3,1 |
| Água Branca | 1,6 | 5,1 |
| Valença | 1,6 | 6,0 |
| Demerval Lobão | 1,3 | 12,8 |
| Corrente | 0,8 | 16,7 |
| Benedictinos | 0,7 | 15,8 |
| Guadalupe | 0,7 | 13,7 |
| Ipiranga do Piauí | 0,7 | 6,0 |
| Monsenhor Gil | 0,7 | 5,8 |
| Alto Longá | 0,6 | 2,8 |
| Elesbão Veloso | 0,6 | 4,6 |

Continua

Conclusão

| Municípios Visitados/Localidades | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|----------------------------------|--------------|--------------------------|
| Angical do Piauí | 0,5 | 5,8 |
| Barro Duro | 0,5 | 3,0 |
| Cocal de Telha | 0,5 | 21,8 |
| Joca Marques | 0,5 | 4,0 |
| Paulistana | 0,5 | 38,8 |
| São Pedro do Piauí | 0,5 | 5,5 |
| Agricolândia | 0,3 | 9,0 |
| Cristino Castro | 0,3 | 5,3 |
| Gilbués | 0,3 | 6,0 |
| Miguel Alves | 0,3 | 6,7 |
| Pio IX | 0,3 | 1,0 |
| Simplicio Mendes | 0,3 | 9,0 |
| Baixa Grande do Ribeiro | 0,2 | 2,0 |
| Bertolândia | 0,2 | 12,5 |
| Cajueiro da Praia | 0,2 | 6,0 |
| Fronteiras | 0,2 | 1,5 |
| Inhuma | 0,2 | 11,5 |
| Jaicós | 0,2 | 15,5 |
| Joaquim Pires | 0,2 | 4,0 |
| Monsenhor Hipólito | 0,2 | 7,0 |
| Nossa Senhora dos Remédios | 0,2 | 7,0 |
| Passagem Franca | 0,2 | 1,5 |
| Pimenteiras | 0,2 | 30,5 |
| Regeneração | 0,2 | 8,5 |
| Ribeiro Gonçalves | 0,2 | 3,5 |
| Santa Cruz dos Milagres | 0,2 | 4,5 |
| São Gonçalo do Piauí | 0,2 | 2,0 |
| São Julião | 0,2 | 5,5 |
| São Miguel do Tapuio | 0,2 | 6,0 |
| Total | 100,0 | 8,9 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho 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 | 21,1 | 58,8 | 17,1 | 2,0 | 1,0 | 59,8 |
| Patrimônios Históricos | 19,4 | 56,3 | 20,8 | 2,3 | 1,1 | 51,5 |
| Manifestações Populares | 25,1 | 46,2 | 22,2 | 4,4 | 2,0 | 42,7 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Equipamentos de Lazer | 18,6 | 55,2 | 20,3 | 4,2 | 1,7 | 47,7 |
| Passeios Oferecidos | 18,9 | 46,9 | 21,7 | 8,7 | 3,9 | 31,5 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 17,7 | 56,9 | 18,7 | 4,2 | 2,4 | 49,4 |
| Hospitalidade do Povo* | 50,7 | 40,1 | 8,2 | 0,5 | 0,4 | 81,7 |
| Informações Turísticas | 9,1 | 40,8 | 31,9 | 11,6 | 6,6 | -0,2 |
| Sinalização Turística | 6,5 | 37,0 | 32,1 | 15,5 | 8,8 | -12,9 |
| Guias de Turismo | 8,4 | 28,0 | 41,3 | 12,6 | 9,8 | -27,3 |
| Meios de Hospedagem | 25,2 | 58,1 | 14,5 | 0,8 | 1,5 | 66,5 |
| Bares e Restaurantes | 21,2 | 60,6 | 15,5 | 1,8 | 0,9 | 63,6 |
| Comércio/Compras | 19,9 | 57,4 | 19,8 | 1,7 | 1,2 | 54,8 |
| Diversões Noturnas | 19,7 | 50,5 | 21,1 | 4,3 | 4,4 | 40,5 |
| Serviços de Táxis | 18,4 | 64,9 | 12,2 | 3,6 | 0,8 | 66,7 |
| Infra-Estrutura | | | | | | |
| Comunicações Correios/Fone | 12,4 | 65,3 | 15,9 | 3,4 | 3,0 | 55,4 |
| Sinalização Urbana | 9,3 | 52,8 | 28,0 | 6,8 | 3,0 | 24,3 |
| Segurança Pública | 5,1 | 43,8 | 35,3 | 10,4 | 5,4 | -2,2 |
| Limpeza Pública | 9,6 | 47,0 | 31,2 | 7,8 | 4,3 | 13,2 |
| Ônibus Urbano | 9,4 | 54,5 | 25,5 | 6,9 | 3,6 | 27,9 |
| Terminal Rodoviário | 11,8 | 55,8 | 22,2 | 5,6 | 4,6 | 35,1 |
| Aeroporto | 6,7 | 41,6 | 30,7 | 14,1 | 6,9 | -3,5 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho 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 serviços de táxis, (66,7%) e meios de hospedagem, (66,5%) e bares e restaurantes (63,6%) atingiram índices expressivos.

No aspecto de Infra-Estrutura em Teresina, o item mais representativo foi comunicações (correios/fone), com índice de 55,4%.

Os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-27,3%), sinalização turística (-12,9%) e aeroporto (-3,5%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

| Avaliação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------|----------------|--------------------|--------------|
| Baixos | 7,6 | 11,8 | 10,5 |
| Razoáveis | 73,9 | 67,2 | 69,3 |
| Elevados | 17,4 | 19,9 | 19,1 |
| Exorbitantes | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 69,3% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, e 20,2% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (22,3%), serviço de saúde (9,3%), rever amigos familiares (7,0%) e comércio (6,1%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | (%) |
|--------------------------------|-------------|
| Condições Ambientais | 7,5 |
| Clima | 3,4 |
| Limpeza da Cidade | 2,7 |
| Belezas Naturais | 1,4 |
| Infra-Estrutura Urbana | 10,0 |
| Tranquilidade da Cidade | 2,6 |
| Arborização | 1,6 |
| Paisagismo/Aspecto Urbanístico | 1,5 |
| Segurança Pública | 0,7 |
| Sinalização Urbana | 0,7 |
| Conservação das Praças | 0,6 |
| Infra-Estrutura | 0,5 |
| Crescimento da Cidade | 0,5 |
| Centro da Cidade | 0,5 |

Continua

| Aspectos Positivos | Conclusão (%) |
|---|----------------------|
| Terminal Rodoviário | 0,4 |
| Trânsito Moderado | 0,4 |
| Infra-Estrutura Turística | 21,5 |
| Beleza Piauiense | 4,9 |
| Alimentação/Culinária | 4,1 |
| Diversão Noturna | 3,4 |
| Restaurantes e Bares | 2,6 |
| Pontos Turísticos | 2,1 |
| Meios de Hospedagem | 1,9 |
| Opções de Lazer | 1,4 |
| Passeios | 0,7 |
| Festas Populares | 0,4 |
| Educação, Informação e Comunicação | 32,2 |
| Hospitalidade do Povo | 22,3 |
| Rever Amigos e Familiares | 7,0 |
| Aspectos Cultural-Históricos | 1,9 |
| Educação Formal | 0,9 |
| Serviços de Comunicações | 0,1 |
| Comércio e Serviços | 25,2 |
| Serviços de Saúde | 9,3 |
| Comércio | 6,1 |
| Shopping Center | 4,7 |
| Bons Negócios | 2,8 |
| Eficiência do Transporte | 1,5 |
| Artesanato | 0,8 |
| Outros | 3,6 |
| Tudo (cidade em geral) | 2,9 |
| Água Deliciosa | 0,5 |
| Produtos Regionais | 0,2 |
| Total | 100,0 |

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (34,0%), falta de segurança (10,2%) e limpeza pública (6,4%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Negativos | (%) |
|---|--------------|
| Condições Ambientais | 35,1 |
| Clima | 34,0 |
| Poluição | 1,1 |
| Infra-Estrutura Urbana | 31,2 |
| Falta de Segurança | 10,2 |
| Limpeza Pública (falta) | 6,4 |
| Estrutura do Aeroporto | 4,5 |
| Falta de Saneamento Básico | 3,5 |
| Congestionamento no Trânsito | 2,8 |
| Iluminação Pública | 1,7 |
| Vias Urbanas | 0,8 |
| Crescimento da Cidade | 0,8 |
| Aspecto Urbanístico/Paisagismo | 0,3 |
| Falta de Conservação da Rodoviária/Banheiros | 0,2 |
| Infra-Estrutura Turística | 10,2 |
| Falta de Opção de Lazer | 3,2 |
| Falta de Informação Turística | 1,0 |
| Atrativos/Pontos Turísticos/Infra-Estrutura Turística | 1,0 |
| Poucas Opções de Restaurantes | 0,9 |
| Falta de Guias de Turismo/Falta de Ônibus Inter-Municipal e Interestadual | 0,8 |
| Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural | 0,7 |
| Serviços no Aeroporto/Atendimento | 0,7 |
| Falta de Conservação das Rodovias | 0,5 |
| Sinalização Turística | 0,4 |
| Falta Divulgação do Artesanato Local | 0,4 |
| Culinária | 0,3 |
| Divulgação de Eventos Artísticos | 0,2 |
| Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem | 0,1 |
| Educação, Informação e Comunicação | 2,6 |
| Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade | 0,8 |
| População Despreparada para Lidar com o Turista | 0,8 |
| Atendimento nos Restaurantes | 0,7 |
| Falta de Educação no Trânsito | 0,3 |
| Comércio e Serviços | 11,3 |
| Serviço de Transporte (Mototáxi/táxi) | 3,7 |
| Comércio | 2,5 |
| Preços Elevados | 1,9 |
| Atendimento Geral – Pontos Turísticos, Rod., etc. | 1,2 |
| Serviços de Saúde | 1,2 |
| Serviços de Comunicação | 0,8 |
| Outros | 9,6 |
| Má Administração Pública | 3,3 |
| Pobreza/Mendicância | 1,8 |
| Outros | 1,4 |
| Congestionam Centro da Cidade | 1,0 |
| Poucos Vãos | 0,8 |
| Desemprego | 0,4 |
| Falta de Arborização | 0,4 |
| Marginalidade e Drogas | 0,3 |
| Tudo | 0,2 |
| Total | 100,0 |

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

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)

Julho de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de julho de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados no Litoral do Piauí, em número de 496, eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 98,0%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 2,0%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

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

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

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram: Espanha (20,0%), em seguida França, Alemanha, Argentina, Áustria, Bélgica, Canadá, Estados Unidos e Suíça com 10% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

| Países de Origem | (%) |
|------------------|--------------|
| Espanha | 20,0 |
| Alemanha | 10,0 |
| Argentina | 10,0 |
| Áustria | 10,0 |
| Bélgica | 10,0 |
| Canadá | 10,0 |
| Estados Unidos | 10,0 |
| França | 10,0 |
| Suíça | 10,0 |
| Total | 100,0 |

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

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (57,4%), Ceará (11,9%), Distrito Federal (11,7%) e Maranhão (7,6%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 79,1%; a Centro-Oeste, com 12,7%, e a Norte, com 4,3%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | (%) |
|------------------------------------|--------------|
| Norte | 4,3 |
| Pará | 3,9 |
| Tocantins | 0,4 |
| Nordeste | 79,1 |
| Piauí | 57,4 |
| Ceará | 11,9 |
| Maranhão | 7,6 |
| Pernambuco | 1,6 |
| Paraíba | 0,2 |
| Rio Grande do Norte | 0,2 |
| Bahia | 0,2 |
| Sul | - |
| Sudeste | 3,9 |
| São Paulo | 2,3 |
| Rio de Janeiro | 1,4 |
| Minas Gerais | 0,2 |
| Centro-Oeste | 12,7 |
| Distrito Federal | 11,7 |
| Goiás | 1,0 |
| Total | 100,0 |

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

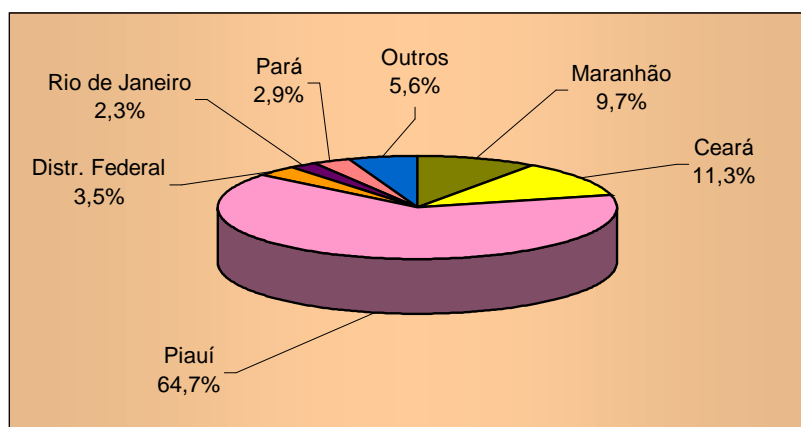
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 64,7%, seguido dos nascidos no Ceará (11,3%) e Maranhão (9,7%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

| Estados | (%) |
|------------------|--------------|
| Piauí | 64,7 |
| Ceará | 11,3 |
| Maranhão | 9,7 |
| Distrito Federal | 3,5 |
| Pará | 2,9 |
| Rio de Janeiro | 2,3 |
| Outros | 5,6 |
| Total | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 52,8% no geral e a 71,1% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 45,8%.

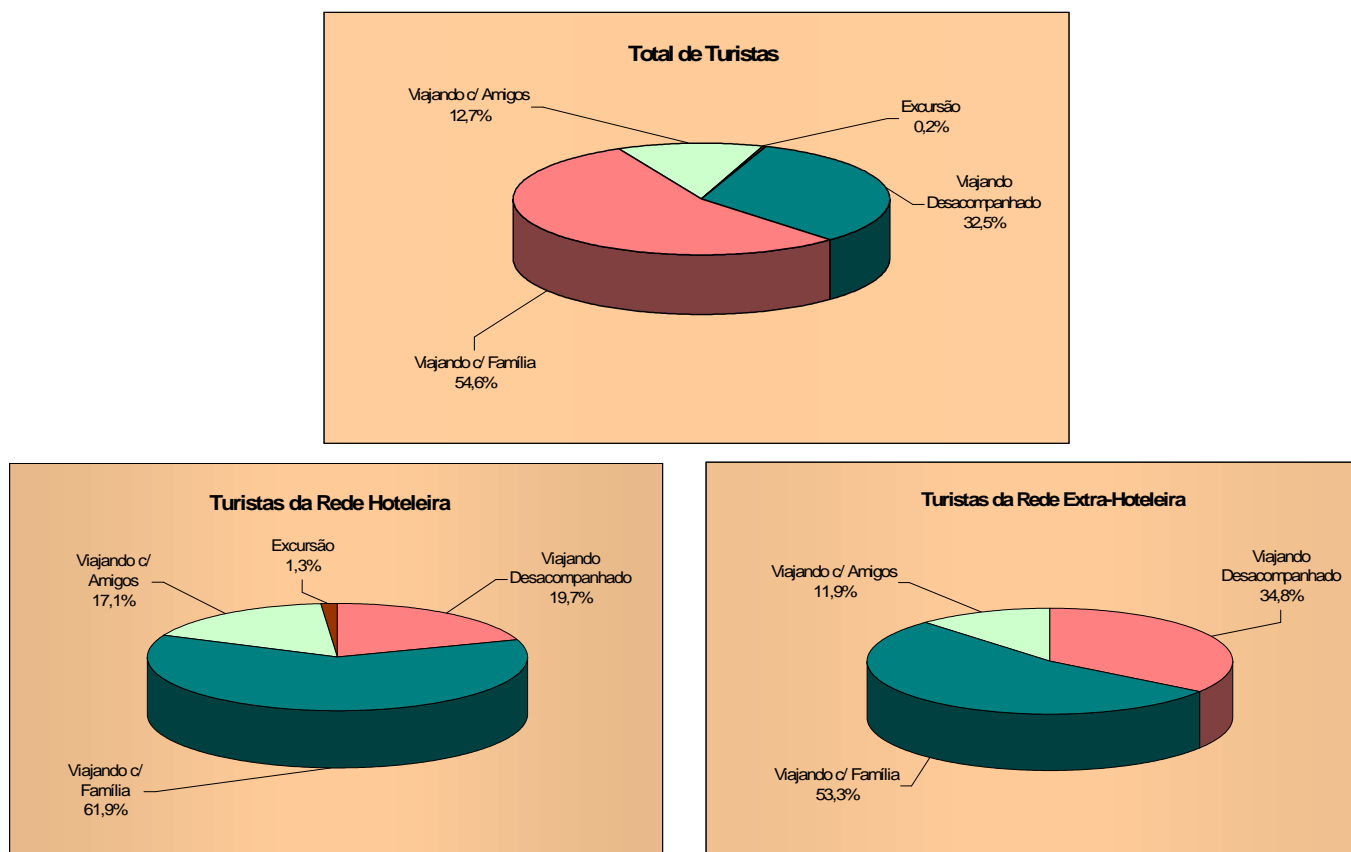
O percentual de turistas casados atingiu 47,1%. Dentre os entrevistados, sobressaem os que viajavam com a família, no geral, na rede extra-hoteleira e na rede hoteleira, com 54,9%, 53,3% e 61,9%, respectivamente, mostrando que os turistas viajam mais com a família, na alta estação.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Masculino | 71,1 | 49,5 | 52,8 |
| Feminino | 28,9 | 50,5 | 47,2 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Abaixo de 18 Anos | 1,3 | 4,0 | 3,6 |
| 18 a 25 Anos | 17,1 | 22,1 | 21,4 |
| 26 a 35 Anos | 23,7 | 24,0 | 24,0 |
| 36 a 50 Anos | 44,8 | 34,2 | 35,7 |
| 51 a 65 Anos | 10,5 | 13,8 | 13,3 |
| Acima de 65 Anos | 2,6 | 1,9 | 2,0 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Fundamental | 7,9 | 13,6 | 12,7 |
| Médio | 32,9 | 37,5 | 36,9 |
| Técnico | 1,3 | 3,6 | 8,2 |
| Superior | 46,1 | 36,2 | 37,7 |
| Pós-Graduação | 11,8 | 7,4 | 8,1 |
| Outros | - | 1,7 | 1,4 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Casado | 52,7 | 45,9 | 47,1 |
| Solteiro | 35,5 | 41,9 | 40,9 |
| Separado | 9,2 | 5,5 | 6,0 |
| Viúvo | - | 3,8 | 3,2 |
| Outros | 2,6 | 2,9 | 2,8 |
| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Com a Família | 61,9 | 53,3 | 54,6 |
| Viajando Desacompanhado | 19,7 | 34,8 | 32,5 |
| Com Amigos | 17,1 | 11,9 | 12,7 |
| Em Excursão | 1,3 | - | 0,2 |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado | 3,6 | 2,8 | 3,7 |

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que dentre os entrevistados 3,9% da rede hoteleira e 1,9% 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 | 3,9 | 1,9 | 2,2 |
| Não | 96,1 | 98,1 | 97,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (26,4%), estudante (16,9%), autônomo (7,9%), aposentado/pensionista (7,1%) e comerciante (4,0%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|-------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Funcionário Público | 21,1 | 27,4 | 26,4 |
| Estudante | 9,2 | 18,3 | 16,9 |
| Autônomo | 3,9 | 8,6 | 7,9 |
| Aposentado/Pensionista | 6,6 | 7,1 | 7,1 |
| Comerciante | 6,6 | 3,6 | 4,0 |
| Rep. Comercial/Vendedor | 11,9 | 2,4 | 3,8 |
| Empregada Doméstica | - | 4,3 | 3,6 |
| Dona-de-Casa | - | 3,1 | 2,6 |
| Professor | 3,9 | 2,1 | 2,4 |
| Empresário | 2,6 | 2,4 | 2,4 |
| Advogado | 2,6 | 2,1 | 2,2 |
| Artista | 5,3 | 1,2 | 1,8 |
| Militar | 1,3 | 1,7 | 1,6 |
| Motorista | 1,3 | 1,4 | 1,4 |
| Engenheiro | 1,3 | 1,2 | 1,2 |
| Secretário | 1,3 | 1,2 | 1,2 |
| Técnico Nível Médio | 2,6 | 0,7 | 1,0 |
| Bancário | 1,3 | 1,0 | 1,0 |
| Outras | 17,2 | 10,2 | 11,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 9,58 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 10,33 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 5,47 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 238,51, correspondendo a R\$ 24,89 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,61 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 227,29, correspondendo a R\$ 22,01 per capita/dia, incluídas 2,59 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 297,10, cerca de R\$ 54,31 per capita/dia, por estarem incluídas nestes gastos 2,74 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------------|----------------|--------------------|----------|
| Permanência na Localidade | 5,47 | 10,33 | 9,58 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 814,91 | 589,08 | 623,67 |
| Pessoas Incluídas nos Gastos | 2,74 | 2,59 | 2,61 |
| Gasto per Capita (R\$) | 297,10 | 227,29 | 238,51 |
| Gasto per Capita/Dia (R\$) | 54,31 | 22,01 | 24,89 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 4.300,24 | 2.143,65 | 2.503,08 |

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (25,5%), alimentação (21,0%) e diversão (17,0%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

| Gastos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|----------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Hospedagem | 24,9 | - | 25,5 |
| Alimentação | 18,1 | 28,7 | 21,0 |
| Diversões / Passeios | 16,4 | 22,9 | 17,0 |
| Compras | 18,6 | 17,9 | 13,8 |
| Transporte | 10,1 | 12,1 | 9,2 |
| Outros | 11,9 | 18,4 | 13,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 | 98,0 | 9,7 | 235,40 | 24,23 |
| Norte | 4,2 | 20,4 | 246,21 | 12,05 |
| Pará | 3,8 | 21,3 | 258,70 | 12,17 |
| Tocantins | 0,4 | 12,5 | 200,00 | 16,00 |
| Nordeste | 77,5 | 8,1 | 199,41 | 24,63 |
| Piauí | 56,1 | 7,9 | 193,62 | 24,48 |
| Ceará | 11,7 | 8,1 | 229,17 | 28,40 |
| Maranhão | 7,5 | 7,8 | 175,75 | 22,58 |
| Pernambuco | 1,6 | 9,5 | 165,52 | 17,42 |
| Paraíba | 0,2 | 11,0 | 90,00 | 8,18 |
| Bahia | 0,2 | 37,0 | 556,33 | 15,04 |
| Rio Grande do Norte | 0,2 | 3,0 | 740,00 | 29,67 |
| Sul | - | - | - | - |
| Sudeste | 3,8 | 13,2 | 423,66 | 32,20 |
| São Paulo | 2,2 | 11,1 | 371,80 | 33,52 |
| Rio de Janeiro | 1,4 | 18,0 | 665,91 | 36,99 |
| Minas Gerais | 0,2 | 2,0 | 150,00 | 75,00 |
| Centro-Oeste | 12,5 | 15,1 | 422,19 | 28,03 |
| Distrito Federal | 11,5 | 15,1 | 481,39 | 31,87 |
| Goiás | 1,0 | 14,6 | 89,52 | 6,13 |
| Internacional | 2,0 | 3,1 | 441,67 | 142,47 |
| Espanha | 0,4 | 2,0 | 117,50 | 58,75 |
| Alemanha | 0,2 | 2,0 | 700,00 | 350,00 |
| Argentina | 0,2 | 2,0 | 15,00 | 7,50 |
| Áustria | 0,2 | 1,0 | 7500 | 7500 |
| Bélgica | 0,2 | 7,0 | - | - |
| Canadá | 0,2 | 1,0 | 60,00 | 60,00 |
| Estados Unidos | 0,2 | 9,0 | 2.270,00 | 252,22 |
| França | 0,2 | 2,0 | - | - |
| Suíça | 0,2 | 3,0 | 500,00 | 166,67 |
| Total | 100,0 | 9,6 | 238,51 | 24,89 |

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **20,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 12,05**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **8,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 24,63**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **13,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 32,20**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **15,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 28,03**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **3,1** dias e um gasto per capita/dia de **R\$ 142,47**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí no período mencionado, 65,3% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (33,9%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Ônibus | 54,0 | 67,4 | 65,3 |
| Automóvel | 44,7 | 31,9 | 33,9 |
| Avião | 1,3 | 0,2 | 0,4 |
| Outros | - | 0,5 | 0,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 84,7%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 58,3% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 15,3%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

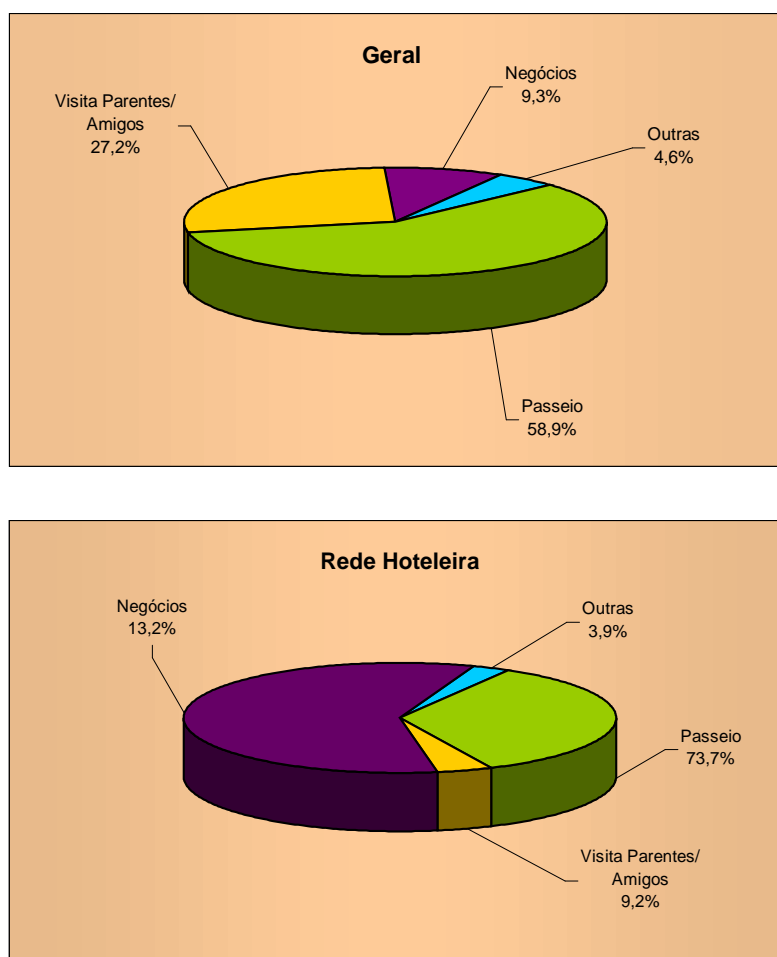
| Hospedagem | Geral |
|-----------------------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 15,3 |
| Pousada | 9,1 |
| Hotel | 5,8 |
| Pensão Hospedaria | 0,4 |
| Rede Extra-Hoteleira | 84,7 |
| Casa Parentes/Amigos | 58,3 |
| Casa Própria | 16,5 |
| Casa / Apart. de Aluguel | 3,4 |
| Outras | 6,5 |
| Total | 100,0 |

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

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 (58,9%), vindo em seguida visita a parentes e amigos (27,2%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa também maior relevância (73,7%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio (56,1%) e em seguida visita parentes/amigos (30,5%) 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 91,1%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

| Atrativos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|----------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Atrativos Naturais | 89,3 | 91,5 | 91,1 |
| Compras | - | 2,1 | 1,7 |
| Manifestação Popular | 3,6 | 1,3 | 1,4 |
| Outros | 7,1 | 5,1 | 5,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

O conhecimento prévio do local (81,6%) e os comentários de parentes/amigos (12,0%) 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 | 57,2 | 87,3 | 81,6 |
| Comentários de Parentes/Amigos | 21,4 | 9,7 | 12,0 |
| Propaganda/Publicidade | 8,9 | 1,3 | 2,7 |
| Internet | 3,6 | - | 1,0 |
| Outros | 8,9 | 1,7 | 2,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 | 28,9 | 10,7 | 13,5 |
| Mais de Uma Vez | 71,1 | 89,3 | 86,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Pretende Voltar ao Litoral | | | |
| Sim | 86,8 | 98,1 | 96,4 |
| Não | 13,2 | 1,9 | 3,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Dos turistas consultados, apenas 13,5% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 86,5% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,4% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 50,9% 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 | 34,8 | 53,5 | 50,9 |
| Em 2007 | 25,8 | 27,4 | 27,2 |
| Em 2008 | 6,1 | 2,4 | 2,9 |
| Em 2009 | - | 0,7 | 0,6 |
| Em 2010 | - | 0,7 | 0,6 |
| Sem Previsão | 33,3 | 15,3 | 17,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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: Piri-piri (29,2%), Teresina (16,7%), Piracuruca (9,1%), Pedro II e São Raimundo Nonato com o mesmo índice 4,5%.

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além do Litoral*

| Municípios Visitados | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|------------------|---------------------------------|
| Pólo Costa do Delta – Ecoturismo | 51,8 | 2,3 |
| Piri-piri | 29,2 | 2,8 |
| Piracuruca | 9,1 | 2,2 |
| Pedro II | 4,5 | 3,0 |
| Esperantina | 3,0 | 3,0 |
| Ilha Grande | 3,0 | 1,0 |
| Barras | 3,0 | 2,0 |
| Pólo de Teresina – Eventos e Negócios | 21,2 | 2,6 |
| Teresina | 16,7 | 3,8 |
| Campo Maior | 3,0 | 2,0 |
| Castelo do Piauí | 1,5 | 2,0 |
| Pólo das Origens – Turismo Arqueológico | 4,5 | 2,0 |
| São Raimundo Nonato | 4,5 | 2,0 |
| Pólo Histórico-Cultural | 6,0 | 1,7 |
| Floriano | 3,0 | 2,0 |
| Oeiras | 1,5 | 2,0 |
| Amarante | 1,5 | 1,0 |
| Pólo do Agronegócio | 3,0 | 3,0 |
| Bom Jesus | 1,5 | 2,0 |
| Cristino Castro | 1,5 | 4,0 |
| Outros | 13,5 | 4,8 |
| Picos | 3,0 | 8,5 |
| Luzilândia | 1,5 | 2,0 |
| Buriti dos Lopes | 1,5 | 15,0 |
| Campo Largo | 1,5 | 1,0 |
| Corrente | 1,5 | 3,0 |
| Demerval Lobão | 1,5 | 2,0 |
| Cocal | 1,5 | 10,0 |
| Bom Princípio | 1,5 | 3,0 |
| Total | 100,0 | 3,3 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 | 46,9 | 47,1 | 5,2 | 0,2 | 0,6 | 88,0 |
| Patrimônios Históricos | 14,8 | 57,9 | 22,0 | 3,9 | 1,4 | 45,4 |
| Manifestações Populares | 16,5 | 46,2 | 23,6 | 8,8 | 4,9 | 25,3 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Equipamentos de Lazer | 8,2 | 49,7 | 29,5 | 8,2 | 4,5 | 15,8 |
| Passeios Oferecidos | 17,5 | 59,9 | 18,2 | 2,9 | 1,6 | 54,8 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 13,9 | 54,4 | 22,3 | 4,5 | 4,9 | 36,6 |
| Hospitalidade do Povo | 39,0 | 53,3 | 5,7 | 1,2 | 0,8 | 84,5 |
| Informações Turísticas | 10,9 | 45,7 | 28,5 | 8,2 | 6,6 | 13,3 |
| Sinalização Turística | 4,3 | 39,0 | 34,4 | 10,9 | 11,4 | -13,4 |
| Guias de Turismo | 11,4 | 48,9 | 20,5 | 6,8 | 12,5 | 20,5 |
| Meios de Hospedagem | 32,6 | 51,2 | 12,4 | 1,6 | 2,3 | 67,4 |
| Bares e Restaurantes | 12,6 | 53,8 | 23,1 | 6,5 | 3,9 | 32,9 |
| Comércio/Compras | 12,4 | 55,3 | 27,0 | 3,2 | 2,2 | 35,3 |
| Diversões Noturnas | 21,2 | 44,5 | 23,6 | 8,0 | 2,8 | 31,3 |
| Serviços de Táxis | 12,5 | 50,0 | 18,0 | 10,2 | 9,4 | 25,0 |
| Infra-Estrutura | | | | | | |
| Comunicações Correios/Fone | 12,5 | 78,6 | 6,1 | 1,1 | 1,6 | 82,3 |
| Sinalização Urbana | 5,2 | 50,2 | 30,5 | 7,7 | 6,3 | 10,8 |
| Segurança Pública | 9,5 | 57,8 | 22,2 | 4,9 | 5,5 | 34,7 |
| Limpeza Pública | 4,9 | 40,4 | 32,8 | 9,4 | 12,5 | -9,4 |
| Ônibus Urbano | 4,6 | 38,4 | 37,1 | 9,3 | 10,6 | -13,9 |
| Terminal Rodoviário | 5,9 | 50,4 | 31,1 | 7,3 | 5,3 | 12,6 |
| Aeroporto | 5,9 | 58,8 | 17,6 | 0,0 | 17,6 | 29,4 |

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 88,0%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 84,5%. No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 82,3%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: ônibus (-13,9%), sinalização turística (-13,4%), limpeza pública (-9,4%) , itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

| Avaliação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|------------------|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Baixos | 6,6 | 2,9 | 3,4 |
| Razoáveis | 65,8 | 54,3 | 56,1 |
| Elevados | 19,7 | 31,4 | 29,6 |
| Exorbitantes | 7,9 | 11,4 | 10,9 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 56,1% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 40,5 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (40,7%), clima (11,5%) e hospitalidade do povo piauiense (10,2%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | (%) |
|---|--------------|
| Condições Ambientais | 55,8 |
| Belezas Naturais/Praias | 40,7 |
| Clima | 11,5 |
| Lagoa do Portinho | 1,9 |
| Delta do Parnaíba | 1,7 |
| Infra-Estrutura Urbana | 5,2 |
| Tranqüilidade da Cidade | 4,3 |
| Paisagismo/Aspectos Urbanístico | 0,7 |
| Serviço de Transporte | 0,2 |
| Infra-Estrutura Turística | 13,5 |
| Culinária | 5,6 |
| Diversão Noturna | 3,6 |
| Opção Lazer | 2,1 |
| Restaurantes/Bares | 0,7 |
| Porto das Barcas | 0,7 |
| Meios de Hospedagem | 0,6 |
| Aspectos Cultural-Históricos | 0,2 |
| Educação, Informação e Comunicação | 16,5 |
| Hospitalidade do Povo | 10,2 |
| Amigos e Familiares | 4,2 |
| Congresso e Eventos | 2,1 |
| Comércio e Serviços | 1,7 |
| Comércio | 1,3 |
| Serviço Bancário | 0,2 |
| Saúde | 0,2 |
| Outros | 7,3 |
| Tudo (cidade em geral) | 2,3 |
| Administração Pública | 1,9 |
| Segurança | 1,7 |
| Artesanato | 0,6 |
| Outros | 0,8 |
| Total | 100,0 |

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: limpeza pública (12,5%), preços elevados (9,4%), sujeira na praia (8,5%) e atendimento nos bares e restaurantes (7,1%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Negativos | (%) |
|--|--------------|
| Condições Ambientais | 10,4 |
| Sujeira da Praia | 8,5 |
| Clima | 1,9 |
| Infra-Estrutura Urbana | 20,5 |
| Limpeza Pública | 12,5 |
| Falta de Segurança | 3,4 |
| Infra-Estrutura da Cidade/Saneamento Básico | 1,5 |
| Falta de Conservação da Rodoviária | 1,5 |
| Falta de Conservação das Rodovias | 0,9 |
| Pavimentação Precária | 0,7 |
| Infra-Estrutura Turística | 11,5 |
| Falta de Infra-Estrutura Turística nas Praias | 5,4 |
| Sinalização e Informação Turística | 3,7 |
| Falta de Opção de Lazer | 2,4 |
| Educação, Informação e Comunicação | 4,3 |
| Educação no Trânsito/Trânsito Desorganizado | 2,5 |
| Povo Mal Educado | 0,6 |
| Despreparo no Relacionamento com o Turista | 0,6 |
| Tradição Cultural | 0,6 |
| Comércio e Serviços | 28,3 |
| Preços Elevados | 9,4 |
| Atendimento nos Bares e Restaurantes | 7,1 |
| Falta de Transporte/Horário Ônibus Interestadual | 5,6 |
| Falta de Infra-Estrutura (Água, Luz, Iluminação Pública) | 2,0 |
| Comércio | 1,7 |
| Inexistência de Vôos | 0,8 |
| Atendimento Bancário Deficiente | 0,7 |
| Saúde | 0,6 |
| Comunicação | 0,4 |
| Outros | 25,0 |
| Atendimento em Geral | 3,0 |
| Administração Pública | 1,3 |
| Sujeira nos Bares | 1,3 |
| Insetos, Pernilongos | 1,1 |
| Poluição Visual e Sonora | 0,7 |
| Cidade Parada | 0,6 |
| Poucas Opções de Restaurantes | 0,6 |
| Divulgação de Eventos Artísticos | 0,4 |
| Poucas Opções Lojas de Conveniências | 0,4 |
| Pobreza (esmola) | 0,2 |
| Outros | 15,4 |
| Total | 100,0 |

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

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Julho de 2006

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de julho de 2006, os turistas que estiveram e foram entrevistados em São Raimundo Nonato, em número de 251, eram, predominantemente, brasileiros, com representatividade de 94,8%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice corresponde a 5,2%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

| Origem | Geral (%) |
|--------------|--------------|
| Brasil | 94,8 |
| Exterior | 5,2 |
| Total | 100,0 |

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

Os pólos emissores em nível internacional foram: Itália, 38,5%; Alemanha 23,0%; Colômbia e Estados Unidos, ambos com 15,4%; França 7,7%.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

| Países | Geral (%) |
|----------------|--------------|
| Itália | 38,5 |
| Alemanha | 23,0 |
| Colômbia | 15,4 |
| Estados Unidos | 15,4 |
| França | 7,7 |
| Total | 100,0 |

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

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (39,1%), São Paulo (17,2%), Distrito Federal (14,3%), e Maranhão (8,0%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato: a região Nordeste, com 63,1%, a região Sudeste, com 17,6%, e a região Centro-Oeste, 17,2%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | (%) |
|------------------------------------|--------------|
| Norte | 0,8 |
| Pará | 0,8 |
| Nordeste | 63,1 |
| Piauí | 39,1 |
| Maranhão | 8,0 |
| Pernambuco | 5,9 |
| Bahia | 5,5 |
| Paraíba | 2,1 |
| Ceará | 1,7 |
| Sergipe | 0,4 |
| Rio Grande do Norte | 0,4 |
| Sudeste | 17,6 |
| São Paulo | 17,2 |
| Rio de Janeiro | 0,4 |
| Centro-Oeste | 17,2 |
| Distrito Federal | 14,3 |
| Goiás | 2,5 |
| Tocantins | 0,4 |
| Sul | 1,3 |
| Paraná | 1,3 |
| Total | 100,0 |

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

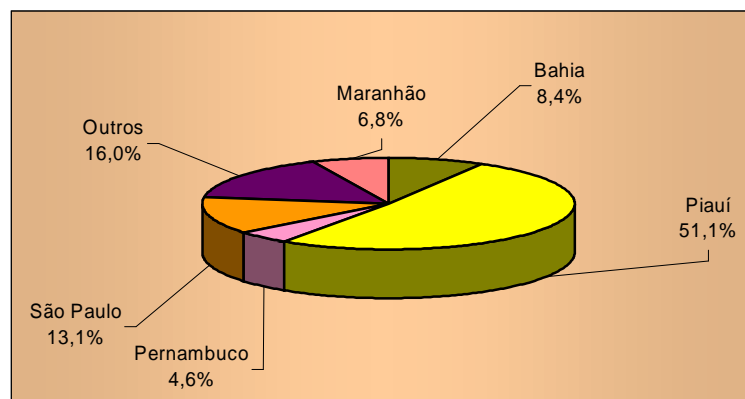
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais (Tab.3), evidenciou-se que a maioria é do Piauí, com um percentual de 51,1%, seguido dos nascidos em São Paulo (13,1%), Bahia (8,4%) e Maranhão (6,8%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

| Estados | (%) |
|------------------|--------------|
| Piauí | 51,1 |
| São Paulo | 13,1 |
| Bahia | 8,4 |
| Maranhão | 6,8 |
| Pernambuco | 4,6 |
| Distrito Federal | 3,8 |
| Ceará | 3,0 |
| Rio de Janeiro | 2,5 |
| Paraíba | 1,7 |
| Goiás | 1,3 |
| Minas Gerais | 1,3 |
| Outros | 2,4 |
| Total | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 em São Raimundo Nonato, predominou aqueles do sexo masculino, o que corresponde a 54,6% no geral e a 64,7% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 57,0%.

O percentual de turistas casados atingiu 50,2%. Dentre os entrevistados, 23,1% viajavam desacompanhados.

Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira, 13,7 % viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam com a família, correspondendo a 39,6%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|---------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Masculino | 64,7 | 47,7 | 54,6 |
| Feminino | 35,3 | 52,3 | 45,4 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Abaixo de 18 Anos | 5,6 | 2,9 | 7,4 |
| 18 a 25 Anos | 29,1 | 19,6 | 35,5 |
| 26 a 35 Anos | 22,7 | 24,5 | 21,5 |
| 36 a 50 Anos | 27,5 | 36,3 | 21,5 |

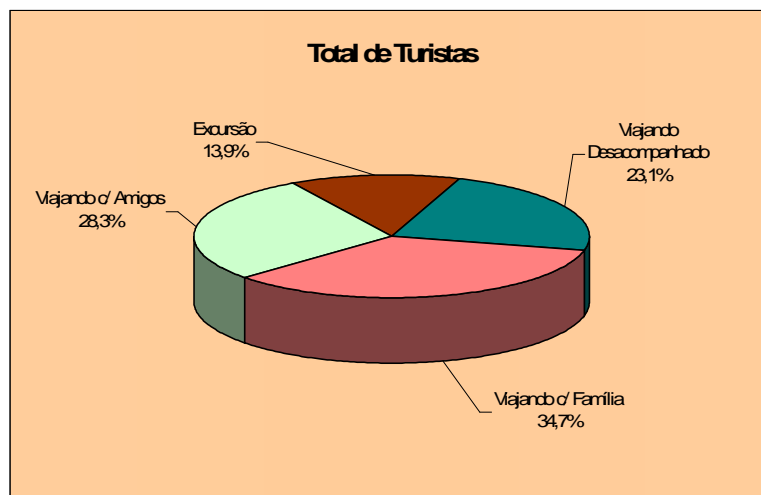
Continua

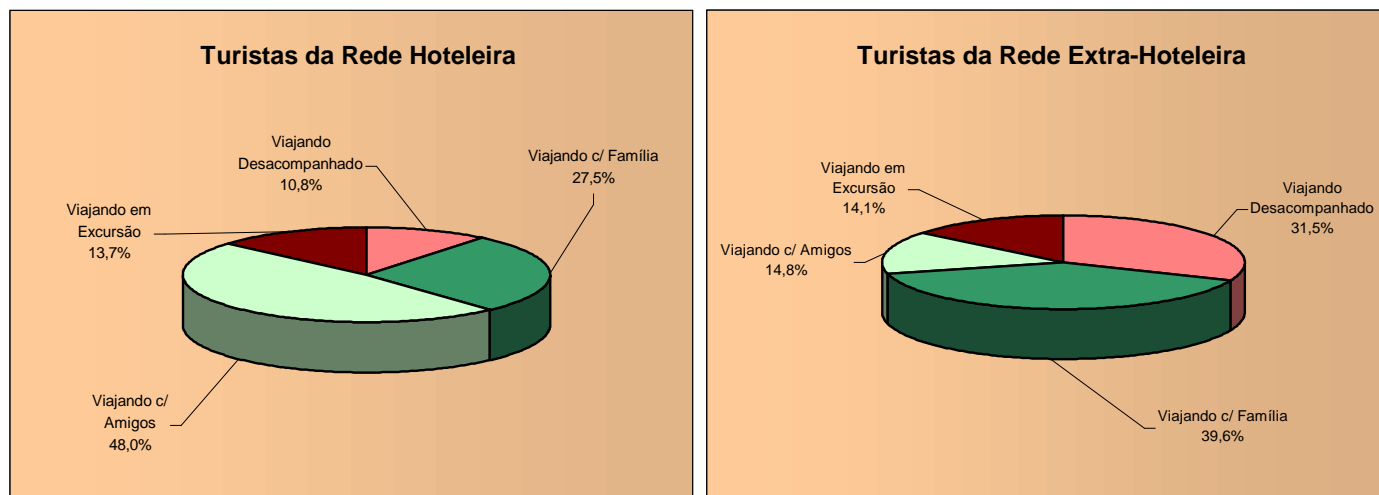
| Aspectos Pessoais | Conclusão | | |
|---|----------------|--------------------|--------------|
| | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
| 51 a 65 Anos | 12,7 | 14,7 | 11,4 |
| Acima de 65 Anos | 2,4 | 2,0 | 2,7 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Fundamental | 7,8 | 16,1 | 12,7 |
| Médio | 23,5 | 33,6 | 29,5 |
| Técnico | 1,0 | 0,7 | 0,8 |
| Superior | 42,3 | 44,3 | 43,4 |
| Pós-Graduação | 25,4 | 4,0 | 13,6 |
| Outros | 0,0 | 1,3 | 0,0 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Casado | 55,9 | 46,3 | 50,2 |
| Solteiro | 36,3 | 44,3 | 41,0 |
| Viúvo | 1,0 | 1,3 | 4,8 |
| Separado | 3,9 | 5,4 | 1,2 |
| Outros | 2,9 | 2,7 | 2,8 |
| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Com a Família | 48,0 | 39,6 | 34,7 |
| Com Amigos | 27,5 | 14,8 | 28,3 |
| Viajando Desacompanhado | 10,8 | 31,5 | 23,1 |
| Em Excursão | 13,7 | 14,1 | 13,9 |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado* | 14,5 | 6,22 | 9,58 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 3,6% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência, dos quais, 2,9% utilizaram a rede hoteleira e 4,0%, a rede extra-hoteleira.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

| Especificação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|---------------|----------------|--------------------|--------------|
| Sim | 2,9 | 4,0 | 3,6 |
| Não | 97,1 | 96,0 | 96,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o estudante (22,3%), o professor (16,3%), o motorista (8,0%) e o funcionário público (6,8%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|-------------------------|----------------|--------------------|-------|
| Estudante | 10,8 | 30,2 | 22,3 |
| Professor | 20,6 | 13,4 | 16,3 |
| Motorista | 3,9 | 10,7 | 8,0 |
| Funcionário Público | 3,9 | 8,7 | 6,8 |
| Rep. Comercial/Vendedor | 11,7 | 2,0 | 6,0 |
| Dona-de-Casa | 0,0 | 5,4 | 4,0 |
| Administrador | 4,9 | 1,3 | 2,8 |

Continua

| Ocupação / Profissão | Conclusão | | |
|----------------------|----------------|--------------------|--------------|
| | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
| Pensionista | 2,9 | 2,0 | 2,4 |
| Engenheiro | 2,9 | 1,3 | 2,0 |
| Empresário | 3,9 | 1,0 | 2,0 |
| Médico | 2,9 | 0,7 | 1,6 |
| Psicólogo | 2,9 | 0,0 | 1,2 |
| Advogado | 2,9 | 0,0 | 1,2 |
| Comerciante | 0,0 | 0,0 | 0,8 |
| Pesquisador | 0,0 | 0,7 | 0,4 |
| Artista | 1,0 | 0,0 | 0,4 |
| Outras | 24,8 | 22,6 | 21,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no período desta pesquisa permaneceram, em média, 8,25 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 11,75 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,13 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$132,61, correspondendo a R\$16,07 por dia, estando incluídas nestes gastos 2,18 pessoas.

Na rede extra-hoteleira a média destes gastos foi de R\$136,51 por turista, equívulendo a R\$11,62 *per capita/dia*, incluídas 2,21 pessoas.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$127,80, cerca de R\$40,83 *per capita/dia*, por estarem incluídas nestes gastos, 2,13 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|---------------------------------------|----------------|--------------------|----------|
| Permanência na Localidade (dias) | 3,13 | 11,75 | 8,25 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 272,21 | 301,68 | 289,10 |
| Total de Pessoas Incluídas nos Gastos | 2,13 | 2,21 | 2,18 |
| Gasto per Capita dos Turistas (R\$) | 127,80 | 136,51 | 132,61 |
| Gasto per Capita/Dia (R\$) | 40,83 | 11,62 | 16,07 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 4.153,56 | 1.560,03 | 2.775,29 |

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: transporte (20,0%), diversões/passeios (17,6%), hospedagem (17,4%), seguidos de compras (15,4%). Do total de entrevistados 19,0% gastaram com outros itens não discriminados aqui.

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

| Gastos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|----------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Transporte | 21,2 | 24,1 | 20,0 |
| Diversões / Passeios | 12,5 | 20,6 | 17,6 |
| Hospedagem | 25,0 | - | 17,4 |
| Compras | 11,9 | 20,5 | 15,4 |
| Alimentação | 13,7 | 11,9 | 10,6 |
| Outros | 15,7 | 22,9 | 19,0 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 | 94,8 | 8,4 | 122,44 | 14,50 |
| Norte | 1,2 | 7,7 | 50,33 | 6,63 |
| Pará | 0,8 | 1,5 | 35,00 | 23,33 |
| Tocantins | 0,4 | 20,0 | 66,67 | 3,33 |
| Nordeste | 59,8 | 8,7 | 104,87 | 12,04 |
| Piauí | 37,1 | 11,8 | 125,55 | 10,66 |
| Maranhão | 7,6 | 1,9 | 37,84 | 19,97 |
| Pernambuco | 5,6 | 2,9 | 111,96 | 38,23 |
| Bahia | 5,2 | 5,5 | 152,58 | 27,94 |
| Paraíba | 2,0 | 6,0 | 104,17 | 17,36 |
| Ceará | 1,6 | 7,5 | 63,20 | 8,43 |
| Sergipe | 0,4 | 2,0 | 118,50 | 59,25 |
| Rio Grande do Norte | 0,4 | 2,0 | 50,00 | 25,00 |
| Sudeste | 16,7 | 4,8 | 164,82 | 34,44 |
| São Paulo | 16,3 | 4,8 | 161,77 | 33,67 |
| Rio de Janeiro | 0,4 | 4,0 | 400,00 | 100,00 |
| Centro-Oeste | 15,9 | 11,8 | 146,02 | 12,35 |
| Distrito Federal | 13,5 | 11,1 | 143,95 | 12,91 |
| Goiás | 2,4 | 15,7 | 163,33 | 10,43 |
| Tocantins | 0,4 | 20,0 | 66,67 | 3,33 |

Continua

| Procedência | Participação (%) | Permanência (dias) | Gasto per Capita (R\$) | Conclusão |
|----------------------|------------------|--------------------|------------------------|----------------------------|
| | | | | Gasto per Capita/Dia (R\$) |
| Sul | 1,2 | 2,0 | 243,75 | 121,88 |
| Paraná | 1,2 | 2,0 | 243,75 | 121,88 |
| Internacional | 5,2 | 4,6 | 245,75 | 53,25 |
| Itália | 2,0 | 6,0 | 291,47 | 48,58 |
| Alemanha | 1,2 | 2,7 | 261,50 | 98,06 |
| Colômbia | 0,8 | 4,5 | 10,00 | 2,22 |
| Estados Unidos | 0,8 | 5,0 | 70,00 | 14,00 |
| França | 0,4 | 3,0 | 70,00 | 23,33 |
| Total | 100,0 | 8,2 | 132,88 | 16,11 |

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

a) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **8,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$12,04**;

b) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **4,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$34,44**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **11,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$12,35**;

d) A região **Sul** revela uma permanência média de **2,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$121,88**;

e) No âmbito **internacional**, verifica-se a permanência de **4,6** dias, e um gasto *per capita*/dia de **R\$53,25**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados, que estiveram em São Raimundo Nonato no período mencionado, 56,6% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel com 39,8%.

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Ônibus | 42,2 | 66,5 | 56,6 |
| Automóvel | 57,8 | 27,5 | 39,8 |
| Avião | - | 6,0 | 3,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Neste município, sobressai-se a rede extra-hoteleira (59,3%) como o principal meio de hospedagem, na qual a casa de parentes/amigos representa 35,0% da preferência. Observa-se que a rede hoteleira participa com um percentual de 40,7%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

| Hospedagem | Geral |
|-----------------------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 40,7 |
| Hotel | 32,7 |
| Pousada | 8,0 |
| Pensão / Hospedaria | - |
| Flat / Apart-Hotel | - |
| Rede Extra-Hoteleira | 59,3 |
| Casa Parentes / Amigos | 35,0 |
| Casa Própria | 4,8 |
| Casa / Apart. de Aluguel | 1,2 |
| Camping / Albergue | - |
| Outros* | 18,3 |
| Total | 100,0 |

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

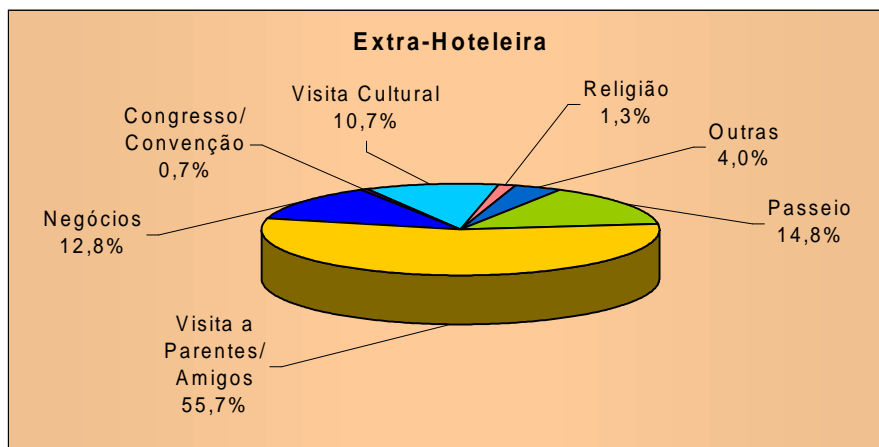
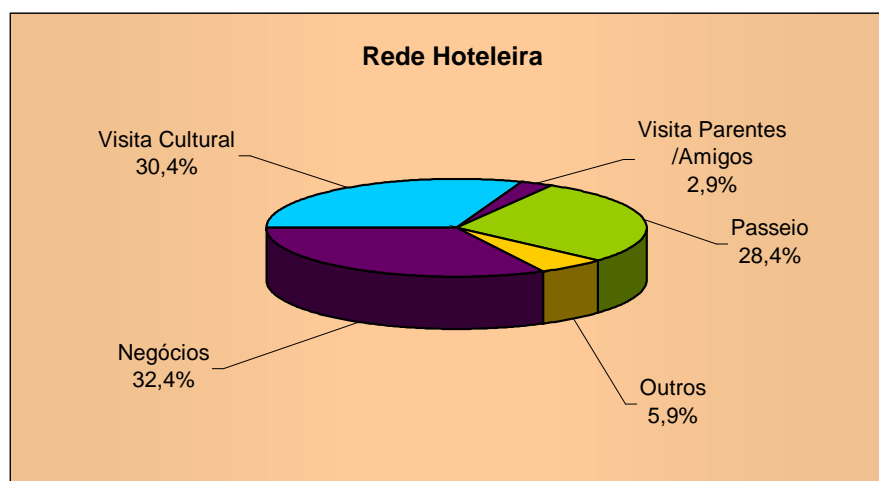
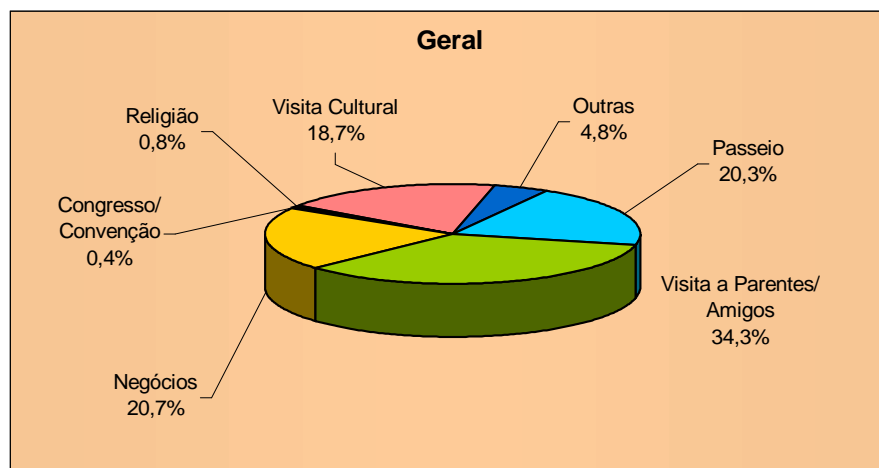
* As excursões turísticas, geralmente procedentes de microrregiões próximas que demandam o Parque Nacional da Serra da Capivara/Museu do Homem Americano, visitam-no e retornam para seus municípios no mesmo dia, sem se hospedarem. Justifica-se, portanto, o elevado percentual desse item.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

De acordo com as informações, o principal motivo da viagem foi visita a parentes/amigos (34,3%), seguido de negócios (20,7%) e passeio (20,3%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa maior relevância (32,4%). O motivo visita cultural teve uma participação de 30,4%, seguido de passeio com 28,4%.

Em se tratando do turista extra-hoteleiro, a motivação identificada como visita a parentes/amigos sobressaiu-se, correspondendo a 55,7%. As motivações passeio e negócios tiveram participação de 14,8% e 12,8%, 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 86,0%, 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 Brejo do Piauí.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

| Atrativos | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--|----------------|--------------------|--------------|
| Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural | 91,8 | 78,4 | 86,0 |
| Manifestações Populares | 4,1 | 10,8 | 7,0 |
| Compras | - | 2,7 | 1,2 |
| Outros | 4,1 | 8,1 | 5,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Os comentários de parentes/amigos (45,1%) constituíram-se fator determinante para a escolha do local neste período.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

| Fatores Determinantes | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| Comentários de Parentes/Amigos | 48,3 | 41,0 | 45,1 |
| Já Conhecia o Local | 6,9 | 31,8 | 17,6 |
| Propaganda/Publicidade | 27,6 | - | 15,7 |
| Internet | 3,4 | - | 2,0 |
| Agência de Viagem | - | 4,5 | 2,0 |
| Outros | 13,8 | 22,7 | 17,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 15
Taxa de Retorno do Turista a São Raimundo Nonato (%)

| Especificação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Visita a São Raimundo Nonato | | | |
| Primeira Vez | 66,7 | 31,5 | 45,8 |
| Mais de Uma Vez | 33,3 | 68,5 | 54,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Pretende Voltar ao Local | | | |
| Sim | 96,1 | 98,7 | 97,6 |
| Não | 3,9 | 1,3 | 2,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

Dos turistas consultados, 45,8% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 54,2% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,6% demonstraram pretensão de voltar à cidade, sendo que, destes, 36,9% confirmaram a previsão de retornar ainda em 2006.

Tabela 16
Previsão de Voltar ao Local (%)

| Previsão de Retorno | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|----------------------------|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Em 2006 | 31,6 | 40,0 | 36,9 |
| Em 2007 | 19,4 | 25,9 | 23,3 |
| Em 2008 | 7,1 | 7,5 | 7,3 |
| Sem Previsão | 32,7 | 23,8 | 27,3 |
| Outros | 9,2 | 2,8 | 5,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

5 Aspectos Espaciais

Além São Raimundo Nonato, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: São João do Piauí (10,7%), Teresina (9,8%), Oeiras (7,9%) e Dirceu Arcoverde (6,5%). Em seguida aparecem Floriano (6,0%) e Canto do Buriti (5,6%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Berço das Origens*

| Municípios Visitados | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|-------------|--------------------------|
| Pólo Costa do Delta – Ecoturismo | 9,4 | 8,4 |
| Parnaíba | 4,7 | 3,7 |
| Piracuruca/Sete Cidades | 1,9 | 2,0 |
| Luís Correia | 1,4 | 5,3 |
| Pedro II | 0,9 | 1,0 |
| Piripiri | 0,5 | 30,0 |
| Pólo de Teresina – Eventos e Negócios | 9,8 | 2,3 |
| Teresina | 9,8 | 2,3 |
| Pólo das Origens – Turismo Arqueológico | 24,7 | 3,3 |
| São João do Piauí | 10,7 | 2,7 |
| Canto do Buriti | 5,6 | 1,8 |
| Caracol (Serra das Confusões) | 4,7 | 6,4 |
| Coronel José Dias | 3,7 | 2,4 |
| Pólo Histórico-Cultural | 14,4 | 2,6 |
| Oeiras | 7,9 | 5,1 |
| Floriano | 6,0 | 1,7 |
| Amarante | 0,5 | 1,0 |
| Pólo do Agronegócio | 2,8 | 2,6 |
| Cristino Castro | 1,4 | 1,3 |
| Bom Jesus | 1,4 | 4,0 |
| Outros | 38,9 | 3,4 |
| Dirceu Arcoverde | 6,5 | 2,2 |
| Picos | 4,6 | 5,1 |
| Bonfim do Piauí | 3,7 | 1,9 |
| Anísio de Abreu | 3,7 | 3,3 |
| São Lourenço | 2,8 | 3,0 |
| Corrente | 1,9 | 2,3 |
| Fartura do Piauí | 1,9 | 1,8 |
| São Brás do Piauí | 1,4 | 1,3 |
| Guaribas | 0,9 | 3,0 |
| Paulistana | 0,9 | 4,0 |
| Jurema | 0,9 | 8,0 |
| Santo Inácio do Piauí | 0,9 | 1,0 |
| Várzea Branca | 0,9 | 4,5 |
| Valença | 0,9 | 1,5 |

Continua

| Municípios Visitados | Conclusão | |
|----------------------|--------------|--------------------------|
| | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
| Dom Inocêncio | 0,9 | 2,0 |
| Água Branca | 0,5 | 1,0 |
| Curimatá | 0,5 | 14,0 |
| Outros | 5,1 | 1,7 |
| Total | 100,0 | 3,8 |

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

6 Avaliação Geral dos Turistas

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

Tabela 18
Berço das Origens – Avaliação Geral dos Turistas (%)

| Itens Avaliados | Ótimo | Bom | Regular | Ruim | Péssimo | Índice |
|---|-------|------|---------|------|---------|--------|
| Atrativos | | | | | | |
| Patrimônios Históricos/Naturais* | 61,8 | 35,7 | 1,4 | 0,0 | 1,1 | 94,9 |
| Manifestações Populares | 39,2 | 41,3 | 8,7 | 6,5 | 4,3 | 60,9 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Hospitalidade do Povo | 46,4 | 47,7 | 4,6 | 0,0 | 1,3 | 88,3 |
| Meios de Hospedagem | 13,8 | 60,3 | 22,4 | 2,6 | 0,9 | 48,3 |
| Diversões Noturnas | 21,1 | 39,5 | 29,6 | 1,2 | 8,6 | 21,0 |
| Guias de Turismo | 59,3 | 33,8 | 4,8 | 1,4 | 0,7 | 86,2 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 31,6 | 51,0 | 14,1 | 1,3 | 2,0 | 65,1 |
| Passeios Oferecidos | 34,6 | 50,4 | 13,4 | 0,0 | 1,6 | 70,1 |
| Bares e Restaurantes | 10,8 | 46,6 | 33,1 | 5,6 | 3,9 | 14,6 |
| Equipamentos de Lazer | 10,0 | 48,0 | 32,0 | 2,0 | 8,0 | 16,0 |
| Serviços de Táxis | 10,8 | 45,7 | 28,3 | 6,5 | 8,7 | 13,0 |
| Comércio / Compras | 9,4 | 51,4 | 34,8 | 2,2 | 2,2 | 21,7 |
| Informação Turística | 33,9 | 42,0 | 17,9 | 3,1 | 3,1 | 51,9 |
| Sinalização Turística | 24,8 | 38,2 | 25,5 | 3,6 | 7,9 | 26,1 |
| Infra-Estrutura | | | | | | |
| Comunicações Correios / Fone | 14,4 | 57,5 | 17,6 | 8,5 | 2,0 | 43,8 |
| Segurança Pública | 5,5 | 22,8 | 45,5 | 11,0 | 15,2 | -43,4 |
| Sinalização Urbana | 3,4 | 20,6 | 33,3 | 21,1 | 21,6 | -52,0 |
| Limpeza Pública | 5,0 | 24,8 | 30,6 | 15,3 | 24,3 | -40,5 |
| Ônibus Urbano | - | - | - | - | - | - |
| Terminal Rodoviário | - | - | - | - | - | - |
| Aeroporto | - | - | - | - | - | - |
| Terminal Marítimo | - | - | - | - | - | - |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 (94,9%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, a hospitalidade do povo e guias de turismo, obtiveram índices superiores a 80%.

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

Receberam avaliações negativas, por parte do visitante, os itens: sinalização urbana, segurança pública e limpeza pública (-52,0%), (-43,4%), (-40,5%), respectivamente.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

| Avaliação | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|------------------|-----------------------|---------------------------|--------------|
| Baixos | 15,7 | 7,4 | 10,8 |
| Razoáveis | 64,7 | 63,1 | 63,7 |
| Elevados | 18,6 | 23,5 | 21,5 |
| Exorbitantes | 1,0 | 6,0 | 4,0 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 63,7% dos entrevistados consideraram os preços baixos, enquanto 25,5% 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 27,3%, seguidos de hospitalidade do povo piauiense, com 20,5%.

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | (%) |
|---|--------------|
| Condições Ambientais | 12,6 |
| Clima | 10,1 |
| Belezas Naturais | 2,5 |
| Infra-Estrutura Urbana | 7,4 |
| Tranqüilidade da Cidade | 2,5 |
| Saneamento | 1,8 |
| Conservação das Praças | 1,5 |
| Paisagismo/Aspecto Urbanístico | 0,8 |
| Sinalização Urbana | 0,5 |
| Praça do Abrigo | 0,3 |
| Infra-Estrutura Turística | 44,4 |
| Parque Nacional da Serra da Capivara | 20,8 |
| Museu do Homem Americano | 6,5 |
| Diversão Noturna/Opções de Lazer | 4,6 |
| Aspecto Religioso | 2,5 |
| Culinária | 2,0 |
| Restaurantes/Bares | 1,5 |
| Aspecto Histórico-Cultural | 1,3 |
| Meios de Hospedagem | 1,3 |
| Artesanato | 0,8 |
| Fluxo Turístico | 0,5 |
| Infra-Estrutura de Acesso | 0,5 |
| Passeio | 0,5 |
| Cruzeiro da Cidade | 0,5 |
| Festas Populares | 0,5 |
| Turismo Receptivo | 0,3 |
| Pontos Turísticos | 0,3 |
| Educação, Informação e Comunicação | 27,3 |
| Hospitalidade do Povo | 20,5 |
| Beleza das Piauienses | 3,5 |
| Amigos e Familiares | 3,0 |
| Acesso às Informações | 0,3 |
| Comércio e Serviços | 3,3 |
| Comércio | 3,0 |
| Serviços Bancários | 0,3 |
| Outros | 5,0 |
| Tudo (cidade em geral) | 1,3 |
| Segurança Pública | 0,3 |
| outros | 3,4 |
| Total | 100,0 |

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

Em geral, os itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados foram os seguintes: limpeza pública (20,6%), saneamento básico (11,1%) e trânsito desordenado (8,3%), todos inseridos na infra-estrutura urbana.

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Negativos | (%) |
|--|--------------|
| Condições Ambientais | 4,4 |
| Clima | 3,6 |
| Poluição Sonora | 0,8 |
| Infra-Estrutura Urbana | 60,4 |
| Limpeza Pública | 20,6 |
| Falta de Saneamento Básico | 11,1 |
| Trânsito Desordenado | 8,3 |
| Traçado das Ruas/Calçamento | 5,6 |
| Sinalização Urbana | 4,0 |
| Conservação das Rodoviária | 2,8 |
| Infra-Estrutura (água, luz) | 2,4 |
| Sabor da Água | 1,6 |
| Falta de Segurança Pública | 1,6 |
| Falta de Terminal Rodoviário | 0,8 |
| Administração Pública | 0,8 |
| Aspecto Paisagístico | 0,4 |
| Serviços de Comunicação | 0,4 |
| Infra-Estrutura Turística | 8,4 |
| Escassez de Informações Turísticas | 2,8 |
| Meios de Hospedagem | 1,6 |
| Culinária | 1,2 |
| Falta de Opção de Lazer | 0,8 |
| Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer) | 0,8 |
| Turismo Receptivo | 0,8 |
| Sinalização Turística | 0,4 |
| Educação, Informação e Comunicação | 0,8 |
| Tradição Cultural | 0,8 |
| Comércio e Serviços | 3,2 |
| Transportes (táxi, mototáxi, ônibus) | 1,6 |
| Preços Elevados | 0,8 |
| Serviços Bancários Deficientes | 0,4 |
| Comércio (feira/mercado) | 0,4 |
| Outros | 22,8 |
| Tudo Desagrada | 0,4 |
| Serviços de Saúde | 0,4 |
| Outros | 22,0 |
| Total | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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, no Litoral (Parnaíba e Luís Correia) e em São Raimundo Nonato, os dados foram coletados no período de 26 de julho a 1º de agosto de 2006.

Anexo

MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
Quantidade de Questionários Aplicados

| TERESINA - 26/07 a 01/08/06 | |
|---|--------------|
| Aeroporto | 741 |
| Terminal Rodoviário | 737 |
| Posto da PRF - BR-316 / BR-343 | 10 |
| T o t a l | 1.488 |
| LITORAL - 26/07 a 01/08/06 | |
| Terminal Rodoviário - Parnaíba | 220 |
| Posto da PRF - BR-343 | 122 |
| Terminal Rodoviário - Luís Correia | 127 |
| Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará | 27 |
| T o t a l | 496 |
| São Raimundo Nonato - 26/07 a 01/08/06 | |
| Serra da Capivara | 73 |
| Agência de Ônibus * | 96 |
| Museu do Homem Americano | 62 |
| Posto Fiscal da SEFAZ e Posto do SEBRAE - BR-140 | 20 |
| T o t a l | 251 |
| Geral | |
| Teresina | 1.488 |
| Litoral | 496 |
| São Raimundo Nonato | 251 |
| T o t a l | 2.235 |

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