

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

Relatório de Pesquisa

Demanda Turística

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

Governo do Estado do Piauí

Governador: José Wellington Barroso de Araújo Dias

Secretaria Estadual do Planejamento

Secretário: Sérgio Gonçalves de Miranda

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO

Presidente: Oscar de Barros Sousa

Gerência de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas

Carlos Ferreira Lima

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:

Ivonete dos Reis Galdino

Rodoviária:

José Alcion de Oliveira Costa

Litoral

Vera Lúcia de Sousa Araújo

Lúcia Maria Said Adad (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Tânia Maria Waquim (apoio)

Colaboração

Carlos Ferreira Lima

José Alcion de Oliveira Costa

Lúcia Maria Said Adad

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Vera Lúcia de Sousa Araújo

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
Danilo dos Reis Galdino
Francisco de Assis Barbosa de Carvalho
Ivonete dos Reis Galdino (Supervisão)
Jeferson Vaz Rêgo
José Alcion de Oliveira Costa (Supervisão)
Juliana Campelo de Oliveira
Heloisi da Costa Mourão Roseno
Laryane Rocha Macêdo
Lorena Ribeiro Feitosa Cipriano Borges
Maria Elenildes de Assis Morais
Maria Isabel Macêdo Silva Bacelar
Nathalye Nayana de Oliveira Lima

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Amparo Gardenha Guerra de Macêdo
Claudete Nascimento da Silva
Laércio Amorim Mendes
Luiz Alberto Silva Ferreira
Manoel Valdeci Alves Júnior
Maryanne de Macêdo Linhares
Mayanne Brunna Silva Sipaúba
Muridan Silva Ferreira
Simone Maria de Sousa Silva

São Raimundo Nonato

Alvaneide Nunes dos Passos
Ana Alice Alves Paes
Carla Andréa da S. Vieira
Carolinne Cristina Dias de Macêdo
Ismalha da Conceição Silva
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Mário Afonso F. Paes Landim
Obidália Maria dos Reis
Ramira Coelho de Oliveira Costa
Renata Santana Ribeiro

Digitação

Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato

- Dulcinéa Carvalho, Lúcia Said, Sônia Feitosa

SUMÁRIO

Apresentação	07
Teresina	
1 Procedência dos Turistas	11
2 Perfil dos Turistas	13
2.1 Aspectos pessoais	13
2.2 Aspectos econômico-financeiros	16
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	35
2.1 Aspectos pessoais	35
2.2 Aspectos econômico-financeiros	38
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	41
4 Motivações e Atrativos da Viagem	42
5 Aspectos Espaciais	46
6 Avaliação Geral dos Turistas	47
São Raimundo Nonato	
1 Procedência dos Turistas	53
2 Perfil dos Turistas	55
2.1 Aspectos pessoais	55
2.2 Aspectos econômico-financeiros	59
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	61
4 Motivações e Atrativos da Viagem	62
5 Aspectos Espaciais	67
6 Avaliação Geral dos Turistas	68
Nota Metodológica	73
Anexo	
Mapa da Pesquisa de Demanda Turística	77

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 /2007.

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 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

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados no decorrer da última semana de maio de 2007, os turistas que estiveram e foram entrevistados em Teresina, em número de 1.200, eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 99,5%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 0,5%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	99,5
Exterior	0,5
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Os pólos emissores em nível internacional foram: Estados Unidos, Espanha, El Salvador, Portugal e Uruguai, com 20,0% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países	(%)
Estados Unidos	20,0
Espanha	20,0
El Salvador	20,0
Portugal	20,0
Uruguai	20,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Conforme se constata na Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes estados: Piauí, 23,4%; Ceará, 14,6%; Distrito Federal, 13,5% São Paulo, 13,2% e Maranhão, 7,9%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 57,0%; a região Sudeste, 18,9%; e a Centro-Oeste, 15,5%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	5,9
Pará	3,3
Amazonas	0,8
Rondônia	0,8
Tocantins	0,4
Roraima	0,3
Acre	0,3
Nordeste	57,0
Piauí	23,4
Ceará	14,6
Maranhão	7,9
Pernambuco	6,0
Bahia	2,3
Rio Grande do Norte	1,3
Paraíba	1,0
Alagoas	0,4
Sergipe	0,1
Sudeste	18,9
São Paulo	13,2
Rio de Janeiro	3,9
Minas Gerais	1,5
Espírito Santo	0,3
Centro-Oeste	15,5
Distrito Federal	13,5
Goiás	1,5
Mato Grosso	0,5
Sul	2,7
Paraná	1,1
Rio Grande do Sul	0,8
Santa Catarina	0,8
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

2 Perfil dos Turistas

2.1 Aspectos pessoais

Observa-se, de conformidade com a Tabela 4, que dentre os turistas os que mais aparecem são do sexo masculino, o qual corresponde a 56,5% no geral e a 73,4% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 56,1%, dos quais 12,5 possuem curso de pós-graduação.

O percentual de turistas casados atingiu 53,5%. Dentre os entrevistados, 72,2% viajaram desacompanhados e 19,7%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 73,8% viajaram desacompanhados, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 71,2%.

Tabela 4
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	73,4	43,9	56,5
Feminino	26,6	56,1	43,5
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Até 17 Anos	0,4	1,5	1,0
18 a 25 Anos	10,0	17,7	14,4
26 a 35 Anos	31,3	25,4	27,9
36 a 50 Anos	42,1	35,3	38,3
51 a 65 Anos	14,6	15,4	15,1
Acima de 65 Anos	1,6	4,7	3,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	7,4	13,5	10,9
Médio	16,4	35,5	27,3
Técnico	1,6	1,3	1,4
Superior	52,1	37,2	43,6
Pós-Graduação	19,7	7,1	12,5
Outros	2,8	5,4	4,3
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	56,6	51,2	53,5
Solteiro	34,6	39,2	37,3
Outros	8,8	9,6	9,2
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	73,8	71,2	72,2
Com a Família	13,1	24,6	19,7
Com Amigos	12,5	4,2	7,8
Em Excursão	0,6	-	0,3
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,4	1,4	1,4

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Figura 1 Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

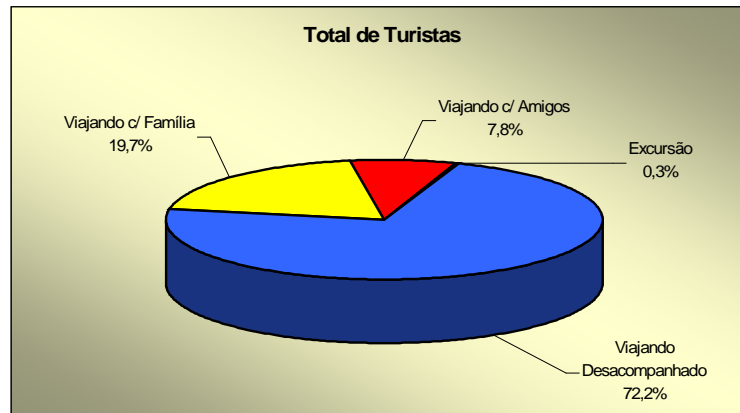


Figura 1.2

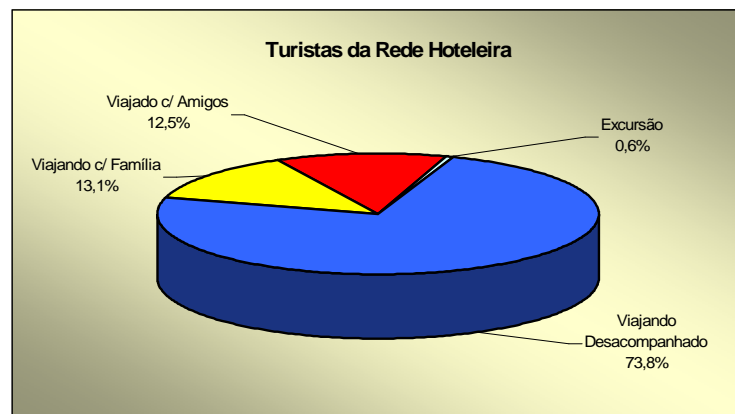
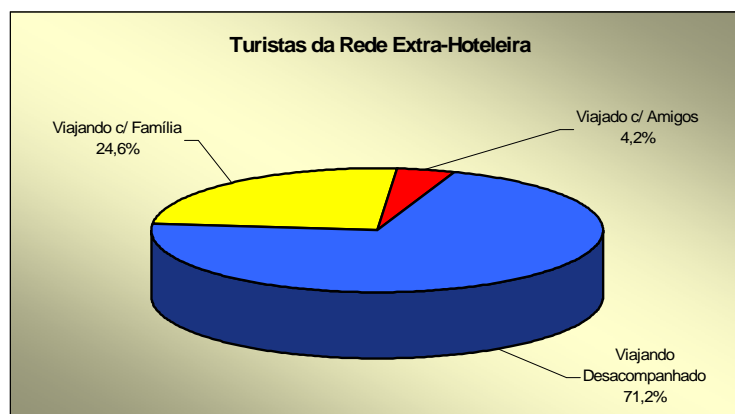


Figura 1.3



Verificou-se, ainda, que apenas 8,3% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 11,1%.

Tabela 5
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	11,1	4,9	8,3
Não	88,9	95,1	91,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: Profissional Liberal, 20,5%; Funcionário Público, 13,3%; Comerciante, 8,3%; Dona-de-Casa e Estudante, ambos com 6,7%.

Tabela 6
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Profissional Liberal	29,7	13,5	20,5
Funcionário Público	11,1	15,0	13,3
Comerciante	6,6	9,6	8,3
Estudante	2,5	9,7	6,7
Dona-de-Casa	3,1	9,3	6,7
Pensionista/Aposentado	2,9	9,2	6,5
Autônomo	4,3	6,4	5,5
Comerciário	3,7	4,4	4,1
Professor	2,9	3,3	3,2
Militar	1,2	2,8	2,1
Bancário	2,9	1,2	1,9
Representante Comercial	2,5	1,3	1,8
Industrial	2,9	1,0	1,8
Empresário	2,5	0,9	1,6
Gerente	3,1	0,4	1,6
Industriário	2,7	0,6	1,5
Lavrador/Agricultor	1,2	1,6	1,4
Técnico Nível Médio	1,4	1,0	1,2
Motorista	-	0,9	0,5
Banqueiro	1,2	-	0,5
Agropecuário	0,6	0,1	0,3
Outras	11,0	7,8	9,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa foi, em média, 6,74 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 8,80 dias, enquanto os da rede hoteleira, 3,97 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 492,36, correspondendo a R\$ 73,07 per capita/dia, incluída 1,34 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, essa média foi de R\$ 469,90, correspondendo a R\$ 53,41 per capita/dia, incluída 1,39 pessoa.

Quanto aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 524,40, cerca de R\$ 132,07 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,28 pessoa.

Tabela 7
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	3,97	8,80	6,74
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	671,23	654,98	662,02
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,28	1,39	1,34
Gasto per Capita (R\$)	524,40	469,90	492,36
Gasto per Capita/Dia (R\$)	132,07	53,41	73,07
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.370,68	2.169,46	3.174,01

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (19,8%) e hospedagem (18,8%).

Tabela 8
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	13,9	27,4	19,8
Hospedagem	20,2	-	18,8
Diversões / Passeios	12,9	16,9	13,4
Alimentação	12,1	12,4	10,8
Transporte	9,4	7,9	7,6
Outros	31,5	35,4	29,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A Tabela 10 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\$)
Nacional	99,5	6,8	488,48	72,36
Norte	5,8	8,8	546,70	61,82
Pará	3,2	7,3	487,04	66,49
Amazonas	0,8	10,8	329,09	30,53
Rondônia	0,8	12,0	1.457,00	121,42
Tocantins	0,4	5,2	338,00	65,00
Acre	0,3	18,0	105,00	5,83
Roraima	0,3	10,3	311,00	30,34
Nordeste	56,7	5,7	374,91	65,75
Piauí	23,2	4,6	263,47	56,78
Ceará	14,6	4,8	463,09	96,36
Maranhão	7,8	8,4	287,54	34,34
Pernambuco	6,0	8,3	652,96	78,49
Bahia	2,3	3,9	326,39	84,62
Rio Grande do Norte	1,3	7,3	1.007,68	137,80
Paraíba	1,0	10,0	368,92	36,89
Alagoas	0,4	3,6	528,00	146,67
Sergipe	0,1	3,0	133,33	44,44
Sudeste	18,8	8,5	687,85	80,97
São Paulo	13,1	7,4	586,40	79,46
Rio de Janeiro	3,9	11,8	1.191,85	101,30
Minas Gerais	1,5	9,8	379,96	38,64
Espírito Santo	0,3	8,0	236,67	29,58
Centro-Oeste	15,4	7,8	611,63	78,47
Distrito Federal	13,4	7,5	637,87	85,30
Goiás	1,5	8,9	370,92	41,73
Mato Grosso	0,5	13,0	856,00	65,85
Sul	2,8	6,2	629,59	102,35
Paraná	1,2	3,2	648,00	205,46
Rio Grande do Sul	0,8	9,4	1.036,50	110,27
Santa Catarina	0,8	6,8	237,91	34,99
Internacional	0,5	3,8	1.443,33	379,82
Estados Unidos	0,1	1,0	1.600,00	1.600,00
Espanha	0,1	3,0	2.000,00	666,67
Portugal	0,1	10,0	1.280,00	128,00
El Salvador	0,1	4,0	500,00	125,00
Uruguai	0,1	1,0	2.000,00	2.000,00
Total	100,0	6,7	492,36	73,07

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **8,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$61,82**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$65,75**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **8,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$80,97**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **7,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$78,47**;

e) A região **Sul** aponta uma permanência média de **6,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$102,35**.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **3,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$379,82**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no período mencionado, 54,8% utilizaram como principal meio de transporte o avião, (33,8%), deslocaram-se de ônibus de linha.

Tabela 10
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Vôo Regular	71,5	42,3	54,8
Ônibus de Linha	20,3	43,9	33,8
Automóvel	5,5	11,9	9,2
Ônibus Fretado	2,3	1,3	1,8
Outros	0,4	0,6	0,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A rede extra-hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em maio, correspondendo a 57,4%, com destaque para hospedagem em casa de parente e amigos, com 50,4%. A participação da rede hoteleira atingiu 42,6%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em hotel, com 35,0%.

Tabela 11
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	42,6
Hotel	35,0
Pensão / Hospedaria	4,3
Flat / Apart-Hotel	2,0
Pousada	1,3
Rede Extra-Hoteleira	57,4
Casa Parentes/Amigos	50,4
Casa Própria	4,5
Casa / Apart. de Aluguel	0,4
Outros	2,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações colhidas (ver nos gráficos seguintes), foram: negócios/trabalho, 42,4%, visita de parentes/amigos, com 30,3%, e tratamento de saúde, 15,5%. Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 68,0%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, visita a parentes/amigos (48,5 %) apresenta maior relevância.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

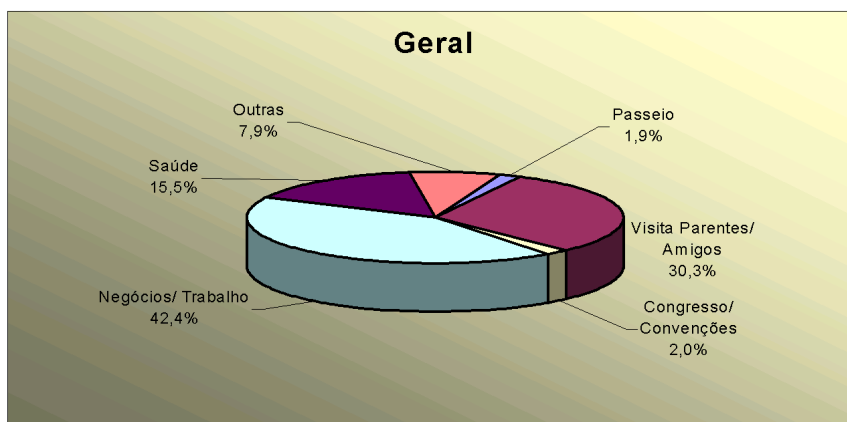


Figura 2.2

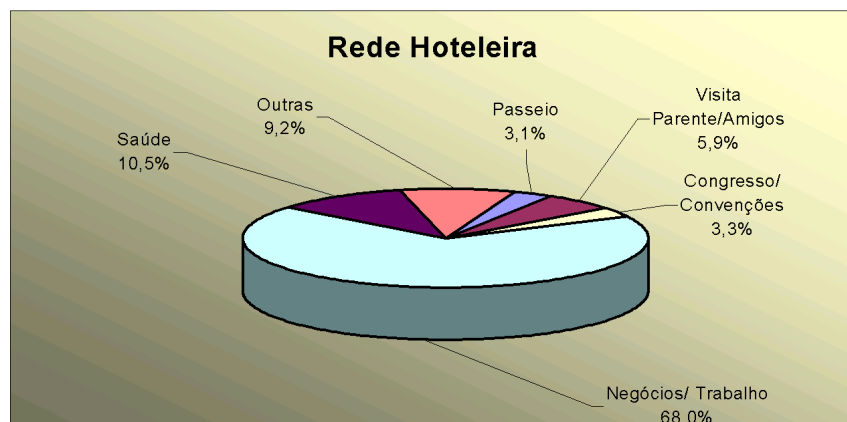
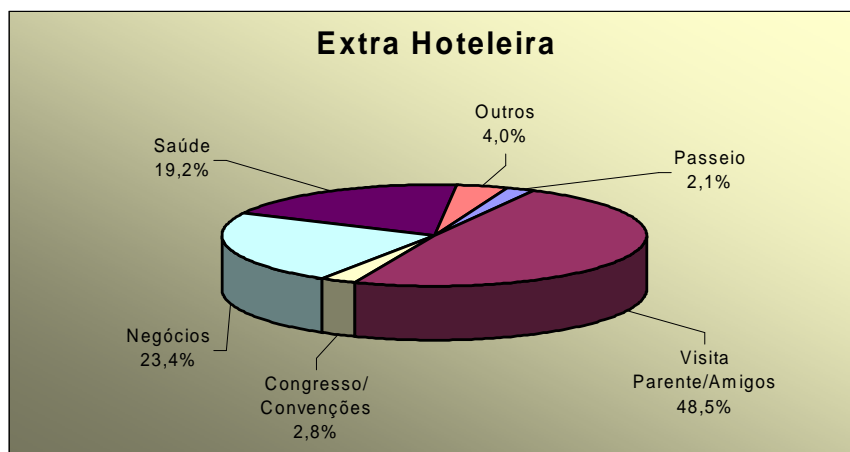


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 43,6%, seguido por atrativos naturais (34,8%).

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	41,6	27,3	34,8
Compras	-	18,2	8,7
Manifestações Populares	8,3	-	4,3
Turismo de aventura	8,3	-	4,3
Preço da viagem adequado	8,3	-	4,3
Outros	33,5	54,5	43,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 47,9%, “já conhecia o local”, com 39,1%.

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	41,7	54,5	47,9
Já Conhecia o Local	41,7	36,4	39,1
Stand em Eventos	8,3	-	4,3
Outros	8,3	9,1	8,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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 14
Taxa de Retorno do Turista a Teresina (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Primeira Visita a Teresina	100,0	100,0	100,0
Sim	30,1	10,8	19,0
Não	69,9	89,2	81,0
Pensa em Voltar a Teresina	100,0	100,0	100,0
Sim	94,0	96,8	95,6
Não	3,3	1,7	2,4
Não sabe	2,7	1,5	2,0
Recomendaria Teresina	100,0	100,0	100,0
Sim	86,1	91,0	88,9
Não	10,4	7,0	8,4
Não sabe	3,5	2,0	2,7

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Dos turistas consultados, apenas 19,0% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 81,0% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,6% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital. Dos entrevistados 88,9 % recomendaria outras pessoas a conhecerem este município (Tabela 14).

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Superou a Expectativa	23,4	23,0	23,2
Correspondeu	62,4	63,4	62,8
Decepcionou	5,8	6,8	6,1
Não sabe	8,4	6,8	7,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Muito Melhor	36,6	45,3	42,1
Permanece Igual	52,0	47,4	49,1
Pior	6,1	3,6	4,5
Não Sabe	5,3	3,7	4,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A visita à Teresina correspondeu a expectativa de 62,8% dos turistas de primeira viagem. Para aqueles que já conheciam o local 49,1% declaram-no permanecer igual à visita anterior (Tabela 15 e 16).

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (14,3%), Floriano (8,2%), Picos (7,7%), Altos e Piripiri, ambos com 5,1%.

Tabela 17

Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	31,5	6,9
Parnaíba/Delta	14,3	9,2
Piripiri	5,1	2,4
Luís Correia	4,6	5,1
Pedro II	2,0	13,8
Esperantina	2,0	4,5
Piracuruca/Sete Cidades	1,5	3,3
Batalha	1,5	13,0
Barras	0,5	4,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	15,3	8,6
Altos	5,1	4,1
Campo Maior	4,6	5,4
José de Freitas	4,6	3,8
Castelo do Piauí	1,0	21,0
Pólo do Agronegócio	2,0	2,2
Uruçuí	1,5	2,3
Bom Jesus	0,5	2,0
Pólo Histórico-Cultural	10,7	3,5
Floriano	8,2	3,6
Oeiras	2,0	5,0
Amarante	0,5	2,0
Pólo das Origens	1,5	1,5
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	0,5	1,0
São João do Piauí	1,0	2,0
Outros	39,0	10,2
Picos	7,7	3,2
União	4,6	5,0
Água Branca	1,5	3,0
Valença	1,5	4,0
Elesbão Veloso	1,5	6,7
Corrente	1,0	2,0
Alto Longá	1,0	2,0
Landri Sales	0,5	30,0
Novo Oriente	0,5	20,0
Patos do Piauí	0,5	20,0
Cocal	0,5	35,0
Guadalupe	0,5	3,0

Continua

Conclusão

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Miguel Alves	1,0	1,0
Simplicio Mendes	1,0	12,5
Regeneração	1,0	1,5
São Miguel do Tapuio	1,0	1,5
Angical do Piauí	0,5	2,0
Barro Duro	0,5	1,0
Cocal de Telha	0,5	5,0
São Pedro do Piauí	0,5	6,0
Agricolândia	0,5	1,0
Monsenhor Hipólito	0,5	5,0
Nossa Senhora dos Remédios	0,5	30,0
Pimenteiras	0,5	1,0
Santa Cruz dos Milagres	0,5	60,0
Outros	9,1	4,6
Total	100,0	5,5

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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	13,3	56,8	23,3	4,0	2,5	40,3
Patrimônios Históricos/Culturais	15,0	57,6	23,8	1,9	1,7	45,3
Manifestações Populares	15,2	52,3	25,8	3,8	3,0	34,8
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	13,9	55,3	22,7	5,3	2,8	38,4
Passeios Oferecidos	12,1	49,6	22,1	11,4	4,8	23,5
Serviços Receptivos/Empresas	14,7	63,6	18,0	1,4	2,3	56,6
Hospitalidade do Povo*	47,9	44,0	6,4	1,2	0,5	83,6
Informações Turísticas	14,9	43,1	19,4	13,7	8,9	16,1
Guias de Turismo	17,0	33,0	17,9	16,0	16,0	-1,9
Meios de Hospedagem	21,1	60,6	14,4	2,8	1,0	63,5
Bares e Restaurantes	18,9	66,2	13,6	0,0	1,3	70,3
Comércio/Compras	11,4	66,8	18,3	2,3	1,2	56,5
Diversões Noturnas	18,9	58,2	15,2	3,7	4,0	54,3
Serviços de Táxis	16,5	69,9	10,4	1,2	1,9	72,9
Infra-Estrutura						
Comunicações (correios/fone)	11,2	70,8	13,0	3,0	2,0	63,9
Sinalização Turística/Urbana	6,2	55,8	27,2	5,6	5,2	23,9
Serviços Médicos	44,7	44,1	8,4	0,9	1,9	77,5
Segurança Pública	4,8	41,8	39,4	7,5	6,6	-6,9
Limpeza Pública	7,9	52,6	28,8	5,2	5,4	21,0
Transporte Urbano	5,1	60,6	25,2	4,1	5,1	31,4
Terminal Rodoviário	6,9	54,0	26,5	5,5	7,1	21,8
Aeroporto	5,5	44,2	34,1	8,7	7,5	-0,6
Urbanização	7,6	59,2	28,8	2,5	1,9	33,6

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

* 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 (83,6%), de um total de 12 itens avaliados, obteve um índice de avaliação desejável. Vale ressaltar que os itens serviços de táxis (72,9%) e bares e restaurantes (70,3%) atingiram índices expressivos.

No aspecto de Infra-Estrutura em Teresina, o item mais representativo foi serviços médicos com índice de 77,5%.

Os itens com os menores índices de avaliação foram: segurança pública (-6,9%) e terminal rodoviário (-0,6%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	13,1	14,5	13,9
Normais	65,4	61,2	63,0
Elevados	16,8	20,8	19,1
Não Sabe	4,7	3,5	4,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 63,0% dos entrevistados consideram os preços normais, e 19,1% dos turistas acharam os preços elevados.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (28,5%), serviço de saúde (9,2%), alimentação/ culinária (5,4%) e beleza piauiense (5,3%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	4,5
Clima	2,2
Limpeza da Cidade	1,5
Belezas Naturais	0,8
Infra-Estrutura Urbana	8,2
Tranquilidade da Cidade	3,0
Crescimento da Cidade	1,5
Arborização	1,4
Centro da Cidade	0,9
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	0,7
Infra-Estrutura	0,3
Segurança Pública	0,2

Continua

Aspectos Positivos	Conclusão (%)
Terminal Rodoviário	0,2
Infra-Estrutura Turística	23,7
Alimentação/Culinária	5,4
Beleza Piauiense	5,3
Diversão Noturna	4,9
Restaurantes e Bares	3,0
Passeios	1,6
Pontos Turísticos	1,3
Meios de Hospedagem	1,2
Opções de Lazer	0,9
Festas Populares	0,1
Educação, Informação e Comunicação	35,5
Hospitalidade do Povo	28,5
Rever Amigos e Familiares	4,1
Educação Formal	1,7
Aspectos Cultural-Históricos	0,9
Serviços de Comunicações	0,3
Comércio e Serviços	19,1
Serviços de Saúde	9,2
Comércio	4,3
Shopping Center	2,7
Eficiência do Transporte	1,2
Artesanato	0,9
Bons Negócios	0,8
Outros	9,0
Tudo (cidade em geral)	3,1
Administração Pública	3,1
Beleza Cidade	1,5
Outros	1,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (34,2%), falta de segurança (8,3%) e limpeza pública (5,1%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	34,6
Clima	34,2
Poluição	0,4
Infra-Estrutura Urbana	26,5
Falta de Segurança	8,3
Limpeza Pública (falta)	5,1
Estrutura do Aeroporto	4,5
Falta de Saneamento Básico	3,6
Iluminação Pública	1,6
Congestionamento no Trânsito	1,4
Vias Urbanas	1,2
Crescimento da Cidade	0,8
Infra-Estrutura Turística	8,2
Falta de Opção de Lazer	2,1
Serviços no Aeroporto/Atendimento/Estrutura Aeroporto	1,7
Falta de Informação Turística	1,3
Poucas Opções de Bares e Restaurantes	1,2
Atrativos/Pontos Turísticos/Infra-Estrutura Turística	1,0
Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem	0,5
Divulgação de Eventos Artísticos	0,4
Educação, Informação e Comunicação	1,3
Atendimento nos Restaurantes	0,7
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	0,6
Comércio e Serviços	5,2
Serviço de Transporte (Mototáxi/táxi)	1,9
Atendimento Geral – Pontos Turísticos, Rod., etc.	1,2
Preços Elevados	1,1
Serviços de Saúde	1,0
Outros	24,2
Desemprego	1,8
Pobreza/Mendicância	1,7
Má Administração Pública	1,4
Sinalização Trânsito/Urbana	1,4
Tudo	0,9
Atendimento em geral	0,9
Marginalidade e Drogas	0,8
Boa Noite Teresina	0,4
Outros	14,9
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de maio de 2007, os turistas que estiveram e foram entrevistados no Litoral do Piauí, em número de 454, 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 – Maio de 2007.

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram: Bélgica (33,4%), em seguida Suécia, Canadá, Alemanha, México, Portugal e Suíça, com 11,1% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Bélgica	33,4
Suécia	11,1
Canadá	11,1
Alemanha	11,1
México	11,1
Portugal	11,1
Suíça	11,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (51,4%), Maranhão (16,2%) e Ceará (14,2%) No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 83,5%; Sudeste, 7,2%, e a Centro-Oeste, com 6,2%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	2,9
Pará	2,2
Amazonas	0,7
Nordeste	83,5
Piauí	51,4
Ceará	14,2
Maranhão	16,2
Pernambuco	0,2
Paraíba	0,2
Rio Grande do Norte	0,2
Bahia	0,7
Sergipe	0,2
Alagoas	0,2
Sul	0,2
Paraná	0,2
Sudeste	7,2
São Paulo	3,6
Rio de Janeiro	3,4
Minas Gerais	0,2
Centro-Oeste	6,2
Distrito Federal	5,8
Mato Grosso do Sul	0,4
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

2 Perfil dos Turistas

2.1 Aspectos pessoais

Observando-se a Tabela 4, percebe-se que dentre os turistas que estiveram no Litoral do Piauí predominaram os do sexo masculino, correspondendo a 59,0% no geral e a 70,0% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 39,1% dos quais 6,7% possuem curso de pós graduação.

O percentual de turistas casados atingiu 51,6%. Dentre os entrevistados, sobressaem os que viajavam desacompanhados, no geral, na rede extra-hoteleira e na rede hoteleira, com 50,2%, 52,3% e 45,8%, respectivamente, mostrando que os turistas viajam mais sozinhos na baixa estação.

Tabela 4
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	70,0	54,1	59,0
Feminino	30,0	45,9	41,0
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Até de 17 Anos	0,7	2,5	2,0
18 a 25 Anos	13,6	15,9	15,2
26 a 35 Anos	40,0	30,9	33,7
36 a 50 Anos	35,0	32,0	32,8
51 a 65 Anos	10,0	14,6	13,2
Acima de 65 Anos	0,7	4,1	3,1
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	7,9	22,6	18,1
Médio	40,7	41,1	41,0
Médio Técnico	0,7	1,3	0,9
Superior	38,6	29,6	32,4
Pós-Graduação	12,1	4,1	6,7
Outros	-	1,3	0,9
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	60,0	47,8	51,6
Solteiro	29,3	39,2	36,1
Outros	10,7	13,0	12,3
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Com a Família	32,1	29,6	30,4
Viajando Desacompanhado	45,8	52,3	50,2
Com Amigos	20,0	17,8	18,5
Em Excursão	2,1	0,3	0,9
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,2	1,9	2,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Figura 1 Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

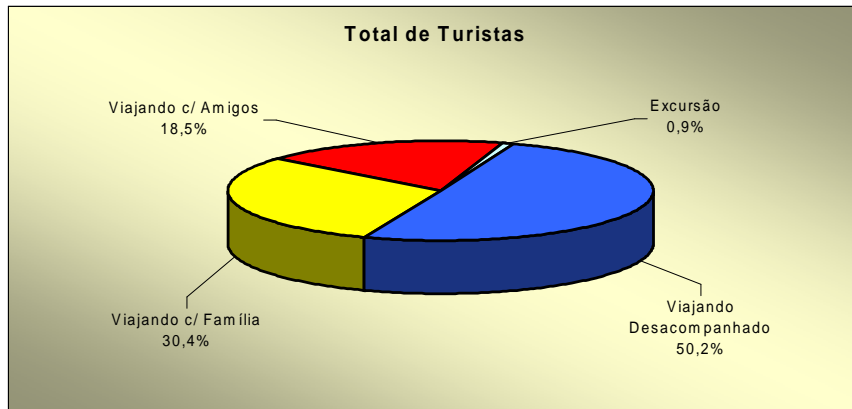


Figura 1.2

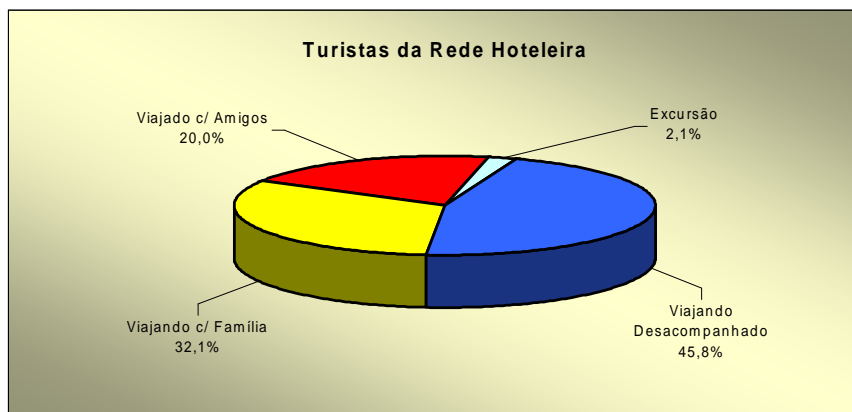
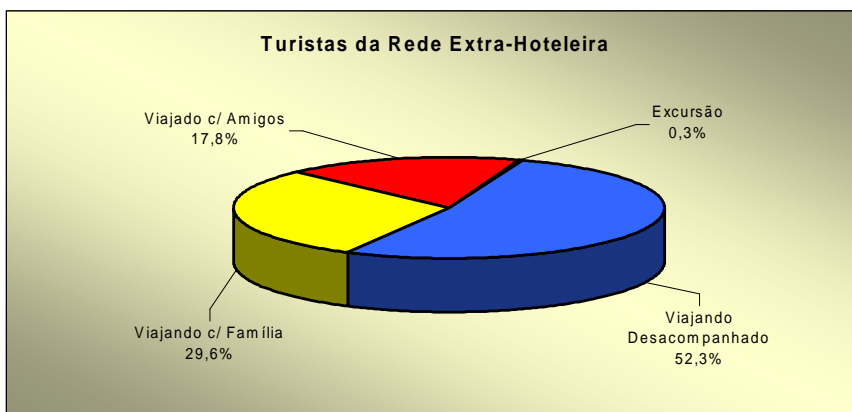


Figura 1.3



Verificou-se, ainda, que dentre os entrevistados da rede hoteleira e da rede extra-hoteleira, esses não tiveram sua viagem organizada por agência (Tabela 5).

Tabela 5
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	-	-	-
Não	100,0	100,0	100,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Como mostra a Tabela 6, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (13,4%), comerciante (13,0%), profissional liberal (11,3%), aposentado/ pensionista (9,0%) e autônomo (8,6%).

Tabela 6
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	10,0	15,0	13,4
Comerciante	17,1	11,1	13,0
Profissional Liberal	16,4	8,2	11,3
Aposentado/Pensionista	2,9	11,8	9,0
Autônomo	4,3	10,5	8,6
Estudante	5,7	8,9	7,9
Rep. Comercial/Vendedor	15,7	3,2	7,0
Dona-de-Casa	-	7,0	4,8
Comerciário	4,3	3,5	3,7
Técnico Nível Médio	2,9	3,2	3,1
Bancário	2,1	2,9	2,6
Empregada Doméstica	0,7	2,9	2,2
Empresário	4,3	1,3	2,2
Militar	5,7	0,6	2,2
Industriário	2,9	1,0	1,5
Professor	1,4	1,3	1,3
Motorista	1,4	0,6	0,9
Lavrador	-	1,3	0,9
Religioso	-	1,0	0,7
Outras	2,2	4,7	3,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 5,98 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 6,57 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,64 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 202,42, correspondendo a R\$ 33,87 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,68 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 184,19, correspondendo a R\$ 28,02 per capita/dia, incluída 1,65 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 239,96, cerca de R\$ 51,76 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,74 pessoa.

Tabela 7
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,64	6,57	5,98
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	417,70	304,26	340,04
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,74	1,65	1,68
Gasto per Capita (R\$)	239,96	184,19	202,42
Gasto per Capita/Dia (R\$)	51,76	28,02	33,87
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3197,32	1781,57	2251,04

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

De modo geral, conforme a Tabela 8, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (24,0%), alimentação e diversão, com 18,3 cada um.

Tabela 8
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	24,1	-	24,0
Alimentação	16,4	25,3	18,3
Diversões / Passeios	17,8	24,1	18,3
Compras	16,8	21,3	16,4
Transporte	8,6	9,5	7,6
Outros	16,3	19,8	15,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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\$)
Nacional	98,0	6,0	198,68	33,18
Norte	2,9	23,7	287,52	12,14
Pará	2,2	20,1	246,56	12,27
Amazonas	0,7	35,7	533,33	14,95
Nordeste	81,7	4,3	157,90	37,15
Piauí	50,2	3,9	155,69	40,11
Ceará	13,9	4,5	145,61	32,08
Maranhão	15,9	4,9	154,01	31,59
Pernambuco	0,2	14,0	500,00	35,71
Paraíba	0,2	5,0	687,50	137,50
Bahia	0,7	2,7	238,75	89,53
Rio Grande do Norte	0,2	1,0	300,00	300,00
Alagoas	0,2	25,0	1000,00	40,00
Sergipe	0,2	2,0	55,00	27,50
Sudeste	7,0	9,6	289,45	30,07
São Paulo	3,5	13,2	357,90	27,14
Rio de Janeiro	3,3	5,8	241,00	41,55
Minas Gerais	0,2	10,0	250,00	25,00
Centro-Oeste	6,2	16,8	686,15	40,88
Distrito Federal	5,7	17,3	712,10	41,24
Mato Grosso do Sul	0,4	10,5	426,67	40,63
Sul	0,2	2,0	2390,00	1195,00
Paraná	0,2	2,0	2390,00	1195,00
Internacional	2,0	5,3	422,50	79,22
México	0,2	2,0	350,00	175,00
Alemanha	0,2	3,0	500,00	166,67
Portugal	0,2	5,0	450,00	90,00
Suécia	0,2	2,0	100,00	50,00
Bélgica	0,8	10,3	598,00	57,87
Canadá	0,2	3,0	130,00	43,33
Suíça	0,2	2,0	100,00	50,00
Total	100,0	6,0	202,42	33,87

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **23,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 12,14**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **4,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 37,15**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **9,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 30,07**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **16,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 40,88**

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **2,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 1.195,00**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **5,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 79,22**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí, no período mencionado, 64,1% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus de linha, vindo em seguida o automóvel (35,2%).

Tabela 10
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus de linha	45,0	72,6	64,1
Automóvel	53,6	27,1	35,2
Ônibus fretado	1,4	0,3	0,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 69,1%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 58,1% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 30,9%.

Tabela 11
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	30,9
Hotel	21,4
Pousada	9,3
Pensão Hospedaria	0,2
Rede Extra-Hoteleira	69,1
Casa Parentes/Amigos	58,1
Casa Própria	8,1
Casa / Apart. de Aluguel	0,9
Outras	2,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando de uma região litorânea, em período de baixa estação, o principal motivo da viagem foi negócio (33,9%), vindo em seguida visita a parentes e amigos (30,6%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócio ocupa também maior relevância (62,1%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como visita a parentes/amigos (43,0%) e em seguida passeio (24,5%) são as mais relevantes.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

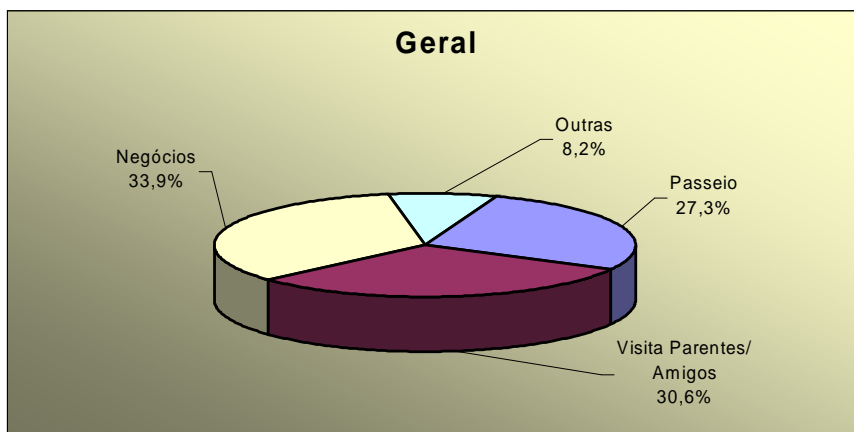


Figura 2.2

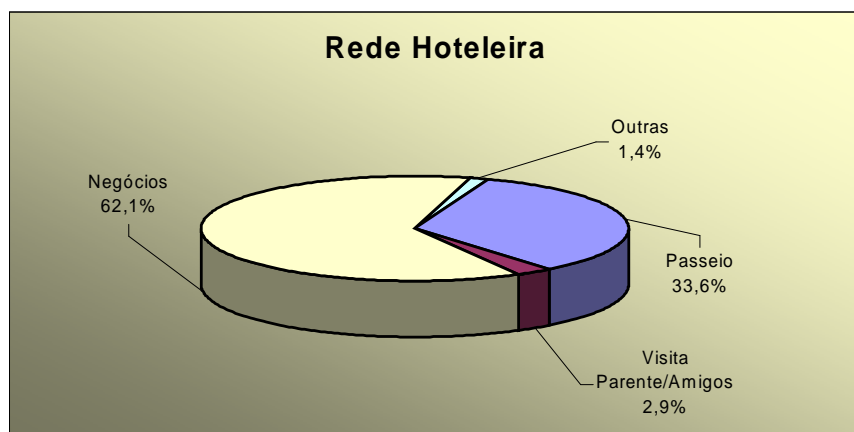
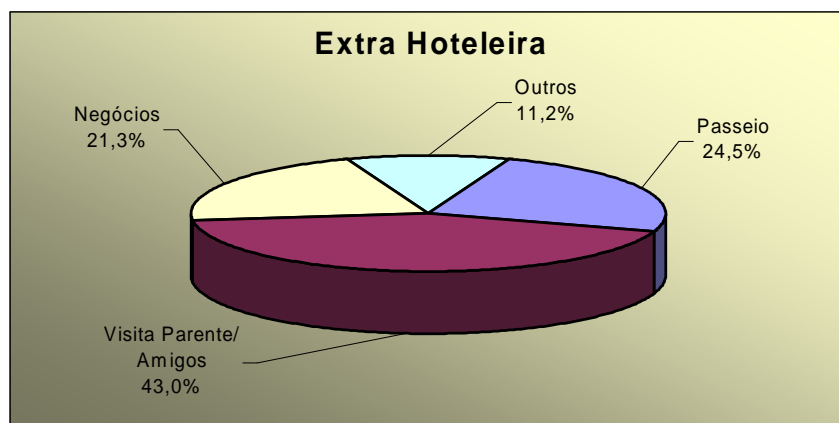


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem ao litoral motivada por passeio teve nos atrativos naturais um estímulo de 94,3%.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	97,4	89,4	94,3
Ecoturismo	1,3	6,4	3,2
Preço da viagem adequado	-	2,1	0,8
Outros	1,3	2,1	1,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

O conhecimento prévio do local (75,0%) e os comentários de parentes/amigos(19,4%) foram os fatores determinantes da decisão, quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Já Conhecia o Local	63,8	81,8	75,0
Comentários de Parentes/Amigos	23,4	16,9	19,4
Propaganda/Publicidade	2,1	1,3	1,6
Agência de Viagem	4,3	-	1,6
Internet	2,1	-	0,8
Outros	4,3	-	1,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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 14
Taxa de Retorno do Turista ao Litoral (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Primeira Visita ao Litoral	100,0	100,0	100,0
Sim	10,7	6,4	7,7
Não	89,3	93,6	92,3
Pensa em Voltar ao Litoral	100,0	100,0	100,0
Sim	95,7	97,5	96,9
Não	2,9	2,2	2,4
Não sabe	1,4	0,3	0,7
Recomendaria o Litoral	100,0	100,0	100,0
Sim	97,9	97,4	97,5
Não	2,1	1,6	1,8
Não sabe	-	1,0	0,7

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Dos turistas consultados, apenas 7,7% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 92,3% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,9% demonstraram pretensão de voltar ao litoral. Dos entrevistados 97,5 recomendaria outras pessoas a conhecerem o litoral piauiense (Tabela 14).

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Superou a Expectativa	33,3	30,0	31,4
Correspondeu	40,0	55,0	48,6
Decepcionou	20,0	10,0	14,3
Não sabe	6,7	5,0	5,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Muito Melhor	32,8	36,7	35,6
Permanece Igual	56,0	53,1	53,9
Pior	8,0	8,8	8,6
Não Sabe	3,2	1,4	1,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A visita ao litoral superou a expectativa de 31,4% dos turistas de primeira viagem. Para aqueles que já conheciam o local, 53,9% declaram-no igual à visita anterior (Tabela 15 e 16).

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (23,8%), Piri-piri (16,7%) e Piracuruca (7,1%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além do Litoral*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	23,8	1,4
Piracuruca/Sete Cidades	7,1	1,7
Piri-piri	16,7	1,1
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	31,0	1,4
Teresina	23,8	2,1
Campo Maior	4,8	1,0
Altos	2,4	1,0
Pólo Histórico-Cultural	4,8	1,0
Floriano	4,8	1,0
Outros	40,4	2,6
Landri Sales	2,4	6,0
Cocal de Telha	2,4	4,0
Buriti dos Lopes	2,4	3,0
Avelino Lopes	2,4	3,0
Água Branca	7,0	2,3
Barro Duro	4,8	2,0
Corrente	2,4	2,0
Cocal	2,4	2,0
Bom Princípio	2,4	2,0
Joaquim Pires	2,4	2,0
Picos	7,0	1,7
Luzilândia	2,4	1,0
Total	100,0	1,6

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

* Estão inseridos no Litoral os municípios: Parnaíba, Luis Correia, Ilha Grande e Cajueiro da Praia.

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	41,7	50,3	6,8	0,7	0,5	84,1
Patrimônios Históricos	11,9	54,6	24,5	5,3	3,6	33,1
Manifestações Populares	6,7	49,6	27,7	7,6	8,4	12,6
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	6,4	39,9	34,3	12,4	6,9	-7,3
Passeios Oferecidos	12,7	53,8	21,2	7,6	4,7	33,1
Serviços Receptivos/Empresas	6,9	51,5	26,0	9,8	5,9	16,7
Hospitalidade do Povo	31,9	58,2	6,6	2,4	0,9	80,1
Informações Turísticas	4,3	36,6	34,1	15,2	9,8	-18,3
Sinalização urbana/turística	5,2	54,5	30,2	7,2	3,0	19,3
Guias de Turismo	2,7	12,0	40,0	25,3	20,0	-70,7
Meios de Hospedagem	10,7	55,1	23,0	10,2	1,1	31,6
Bares e Restaurantes	11,7	60,5	24,5	0,0	3,2	44,5
Comércio/Compras	7,8	61,8	23,9	4,2	2,4	39,1
Diversões Noturnas	11,8	36,0	33,8	9,6	8,8	-4,4
Serviços de Táxis	5,7	44,0	25,8	15,7	8,8	-0,6
Infra-Estrutura						
Comunicações (correios/fone)	9,7	72,4	14,5	2,3	1,1	64,1
Serviços Médicos	6,4	40,9	24,5	17,3	10,9	-5,5
Segurança Pública	4,3	43,3	37,1	9,8	5,5	-4,8
Limpeza Pública	4,5	38,3	33,6	15,0	8,5	-14,3
Transporte Urbano	5,6	48,2	27,9	10,7	7,6	7,6
Terminal Rodoviário	8,3	50,3	34,5	3,9	3,0	17,3
Aeroporto	12,3	52,6	24,6	8,8	1,8	29,8
Urbanização	3,5	55,7	29,6	8,4	2,8	18,4

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 84,1%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 80,1%. No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 64,1%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-70,7%), informações turísticas (-18,3%), e limpeza pública (-14,3%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	6,4	3,5	4,4
Não sabe	1,4	2,9	2,4
Elevados	24,3	31,2	29,1
Razoável	67,9	62,4	64,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 64,1% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 29,1 % dos turistas acharam os preços elevados.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (30,7%), clima (22,2%) e hospitalidade do povo piauiense (14,5%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	55,2
Belezas Naturais/Praias	30,7
Clima	22,2
Lagoa do Portinho	1,3
Delta do Parnaíba	1,0
Infra-Estrutura Urbana	4,8
Tranqüilidade da Cidade	2,3
Paisagismo/Aspectos Urbanístico	1,8
Serviço de Transporte	0,7
Infra-Estrutura Turística	14,5
Culinária	5,5
Restaurantes/Bares	2,3
Diversão Noturna	1,9
Opção Lazer	1,8
Aspectos Cultural-Históricos	1,6
Meios de Hospedagem	1,1
Porto das Barcas	0,3
Educação, Informação e Comunicação	17,2
Hospitalidade do Povo	14,5
Amigos e Familiares	2,7
Comércio e Serviços	2,8
Comércio	2,1
Saúde	0,7
Outros	5,5
Tudo (cidade em geral)	2,1
Administração Pública	1,5
Segurança	0,5
Outros	1,4
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: limpeza pública (17,5%), preços elevados (9,5%), falta de segurança (8,0%) e falta de opções de lazer (5,8%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	4,9
Clima	2,7
Sujeira da Praia	2,2
Infra-Estrutura Urbana	33,3
Limpeza Pública	17,5
Falta de Segurança	8,0
Infra-Estrutura da Cidade/Saneamento Básico	3,5
Pavimentação Precária	2,7
Falta de Conservação da Rodoviária	1,6
Infra-Estrutura Turística	12,2
Falta de Opção de Lazer	5,8
Sinalização e Informação Turística	4,7
Falta de Infra-Estrutura Turística nas Praias	1,7
Educação, Informação e Comunicação	5,9
Educação no Trânsito/Trânsito Desorganizado	3,3
Povo Mal-educado	1,8
Tradição Cultural	0,6
Despreparo no Relacionamento com o Turista	0,2
Comércio e Serviços	24,9
Preços Elevados	9,5
Atendimento nos Bares e Restaurantes	4,8
Falta de Transporte/Horário Ônibus Interestadual	4,0
Saúde	3,8
Comércio	1,5
Falta de Infra-Estrutura (Água, Luz, Iluminação Pública)	0,9
Comunicação	0,4
Outros	18,8
Administração Pública	2,9
Insetos, Pernilongos	2,7
Atendimento em Geral	1,6
Poluição Visual e Sonora	1,1
Pobreza (esmola)	0,6
Outros	9,9
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas na última semana de maio de 2007, os turistas que estiveram e foram entrevistados em São Raimundo Nonato, em número de 318, eram, predominantemente, brasileiros, com representatividade de 99,7%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice foi inexpressivo, corresponde a 0,3%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	99,7
Exterior	0,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A França foi o único pólo emissor em nível internacional durante a semana de realização da pesquisa (Tabela 2).

Tabela 2
Procedência do Turista Internacional

Países	Geral (%)
França	100,0
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Recife (PE) foi o “portão de entrada” utilizado pelo turista estrangeiro para chegar ao Piauí.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (57,6%), Pernambuco (17,0%), Maranhão (6,3%) e Bahia (5,0%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaiu-se, de forma expressiva, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato a região Nordeste, com 88,7%. A região Sudeste teve uma participação de 7,2%, e a região Centro-Oeste, 3,2%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	0,3
Pará	0,3
Nordeste	88,7
Piauí	57,6
Pernambuco	17,0
Maranhão	6,3
Bahia	5,0
Ceará	2,2
Paraíba	0,6
Centro-Oeste	3,2
Distrito Federal	3,2
Sudeste	7,2
São Paulo	4,4
Minas Gerais	2,5
Rio de Janeiro	0,3
Sul	0,6
Paraná	0,3
Espírito Santo	0,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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 61,3% no geral e a 66,0% na rede extra-hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 48,4%, dos quais 7,6% possuem curso de pós-graduação.

O percentual de turistas casados atingiu 37,4%. Dentre os entrevistados, 27,4% viajavam desacompanhados.

Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira, 48,8 % viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam desacompanhados, correspondendo a 36,9%.

Tabela 4
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	59,1	66,0	61,3
Feminino	40,9	34,0	38,7
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Até 17 Anos	5,6	10,7	7,2
18 a 25 Anos	42,7	31,0	39,1
26 a 35 Anos	22,8	29,1	24,8
36 a 50 Anos	22,8	24,3	23,3
51 a 65 anos	5,6	3,9	5,0
Acima de 65 anos	0,5	1,0	0,6
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	9,3	14,6	11,0
Médio	29,8	57,2	38,7
Técnico	1,4	1,9	1,6
Superior	50,2	21,4	40,8
Pós-Graduação	9,3	3,9	7,6
Outros	0,0	1,0	0,3
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Solteiro	61,4	53,4	58,8
Casado	35,8	40,8	37,4
Outros	2,8	5,8	3,8

Continua

Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	Conclusão
Em Excursão	48,8	31,1	43,0
Viajando Desacompanhado	27,9	36,9	27,4
Com a Família	7,0	5,8	23,0
Com Amigos	16,3	26,2	6,6
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	3,02	1,94	2,67

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Figura 1
Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

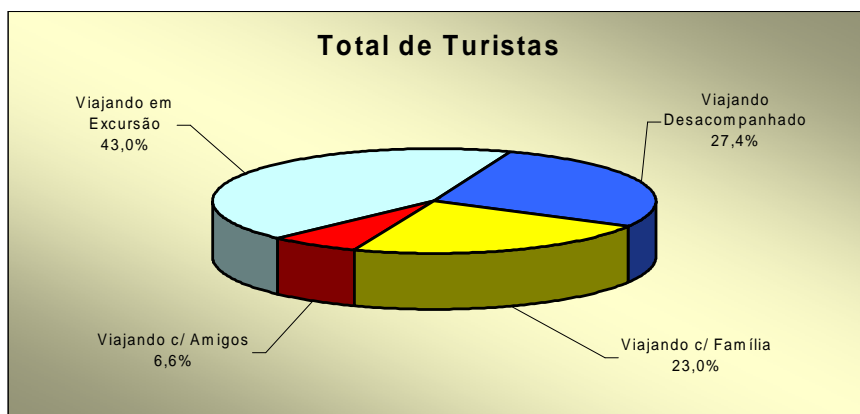


Figura 1.2

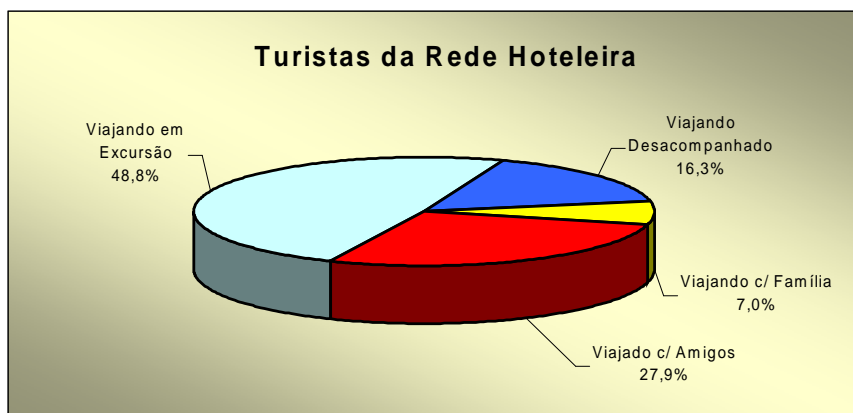
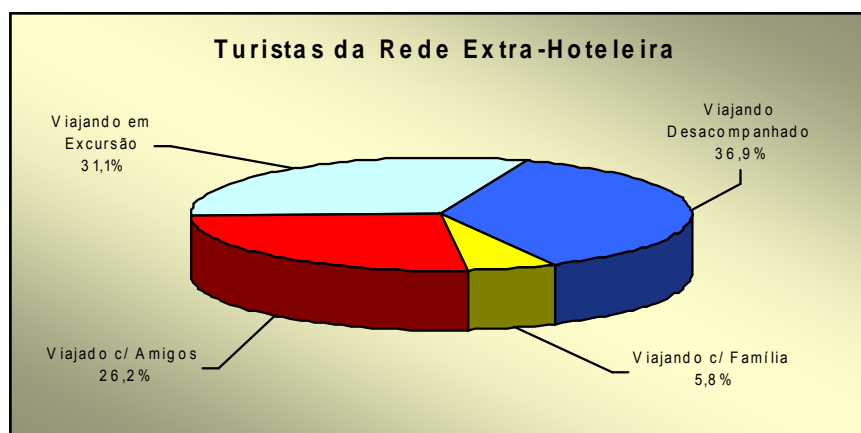


Figura 1.3



Verificou-se, ainda, que os turistas entrevistados não se utilizaram de agências na organização de suas viagens (Tabela 5). Vale ressaltar que todas as excursões eram formadas por estudantes, nas quais, um deles ou um professor era responsável pela organização.

Tabela 5
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	-	-	-
Não	100,0	100,0	100,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, de acordo com a Tabela 6, aparecem estudante (31,7%), funcionário público (12,2%), motorista (9,7%) e profissional liberal (7,2%).

Tabela 6
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Estudante	33,4	28,0	31,7
Funcionário Público	14,4	7,8	12,2
Motorista	4,7	20,4	9,7
Profissional Liberal	8,8	3,9	7,2
Rep. Comercial/Vendedor	7,9	3,9	6,6
Autônomo	4,2	7,8	5,3
Comerciante	4,2	2,9	3,8
Técnico de Nível Médio	1,4	3,9	2,2
Gerente	1,9	1,9	1,9
Bancário	2,3	1,0	1,9
Professor	1,4	1,0	1,3
Dona-de-Casa	0,9	1,9	1,3
Administrador	1,4	1,0	1,3
Pensionista/Aposentado	1,4	1,0	1,3
Comerciário	1,9	-	1,3
Outras	9,8	13,6	11,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no período desta pesquisa permaneceram, em média, 3,74 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 3,75 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,73 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$252,30, correspondendo a R\$53,65 por dia, estando incluída nestes gastos 1,26 pessoa.

Na rede extra-hoteleira a média destes gastos foi de R\$167,49 por turista, equivalendo a R\$38,20 *per capita/dia*, incluída 1,17 pessoa.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$292,12, cerca de R\$60,22 *per capita/dia*, por estar incluída nestes gastos 1,30 pessoa (Tabela 7).

Tabela 7
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade (dias)	3,73	3,75	3,74
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	292,12	167,49	252,30
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,30	1,17	1,26
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	224,62	143,15	200,43
Gasto per Capita/Dia (R\$)	60,22	38,20	53,65
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.311,17	1.445,69	2.029,58

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: transporte (25,5%), hospedagem (18,9%), diversões/passeios (15,5%), seguidos de alimentação (14,7%). Do total de entrevistados 14,7% gastaram com outros itens não discriminados aqui (Tabela 8).

Tabela 8
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Transporte	30,1	14,6	25,5
Hospedagem	18,7	-	18,9
Diversões / Passeios	13,3	26,3	15,5
Alimentação	15,0	18,1	14,7
Outros	12,1	28,3	14,7
Compras	10,9	12,7	10,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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\$)
Nacional	99,7	3,6	197,38	55,47
Norte	0,3	10,0	700,00	70,00
Pará	0,3	10,0	700,00	70,00
Nordeste	88,5	3,5	186,23	53,34
Piauí	57,3	4,2	191,74	45,38
Pernambuco	17,0	2,0	134,74	68,00
Maranhão	6,3	2,2	109,81	49,92
Bahia	5,0	2,0	122,65	61,33
Ceará	2,2	3,6	745,00	208,60
Paraíba	0,6	2,0	450,00	225,00
Sudeste	7,5	4,1	243,32	59,59
São Paulo	4,4	4,6	279,96	60,3
Minas Gerais	2,5	2,4	121,75	51,26
Espírito Santo	0,3	1,0	80,00	80,00
Rio de Janeiro	0,3	13,0	500,00	38,46
Centro-Oeste	3,1	3,6	345,50	95,97
Distrito Federal	3,1	3,6	345,50	95,97
Sul	0,3	3,0	200,00	66,67
Paraná	0,3	3,0	200,00	66,67
Internacional	0,3	60,0	1.400,00	23,33
França	0,3	60,0	1.400,00	23,33
Total	100,0	3,7	200,43	53,65

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

a) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **3,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$53,34**;

b) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **4,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$59,59**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **3,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$95,97**;

d) A região **Sul** revela uma permanência média de **3,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$66,67**;

e) No âmbito **internacional**, verifica-se a permanência de **60,0** dias, e um gasto *per capita*/dia de **R\$23,33**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em São Raimundo Nonato no período mencionado, 43,0% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus fretado, vindo em seguida o automóvel, com 27,7% (Tabela 10).

Tabela 10
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus Fretado	47,8	33,0	43,0
Automóvel	29,8	23,3	27,7
Ônibus de Linha	14,0	28,2	18,6
Vôo Regular	-	-	-
Outros	8,4	15,5	10,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Neste município, sobressai-se a rede hoteleira (67,7%) como o principal meio de hospedagem. A rede extra-hoteleira teve uma participação de 32,3%, sendo, nesta categoria, casa de parentes/amigos o meio de hospedagem mais utilizado, com percentual de 10,4% (Tabela 11).

Tabela 11
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	67,7
Hotel	41,3
Pousada	26,4
Pensão / Hospedaria	-
Flat / Apart-Hotel	-
Rede Extra-Hoteleira	32,3
Casa Parentes / Amigos	10,4
Casa Própria	0,9
Casa / Apart. de Aluguel	0,6
Camping / Albergue	0,3
Outros*	20,1
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

* 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 negócio/trabalho (39,7%), seguido de visita cultural (38,7%). (Figura 2.1)

Para os turistas da rede hoteleira, o motivo visita cultural ocupa maior relevância (42,2%). Nesta categoria, o turista que esteve a negócio/trabalho em São Raimundo Nonato, no período da pesquisa, teve uma participação de 35,8%, seguido de passeio, com 10,7%. (Figura 2.2)

Em se tratando do turista extra-hoteleiro, a motivação identificada como negócio/trabalho sobressaiu-se, correspondendo a 47,5%. As motivações visita cultural e visita a parentes/amigos tiveram participação de 31,1% e 14,6%, respectivamente. (Figura 2.3)

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

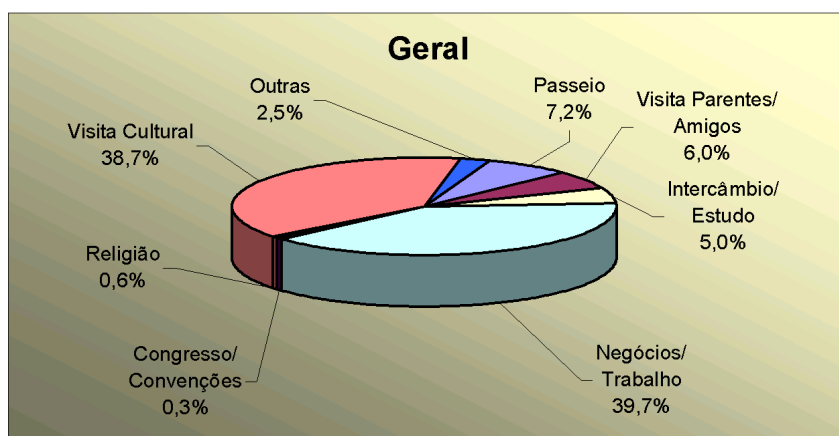


Figura 2.2

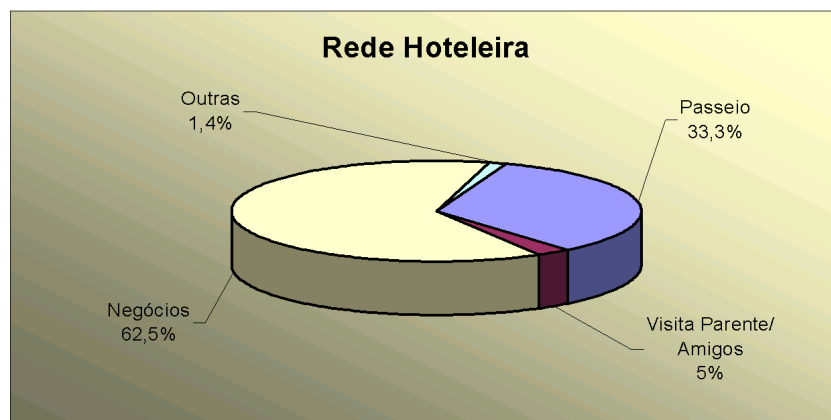
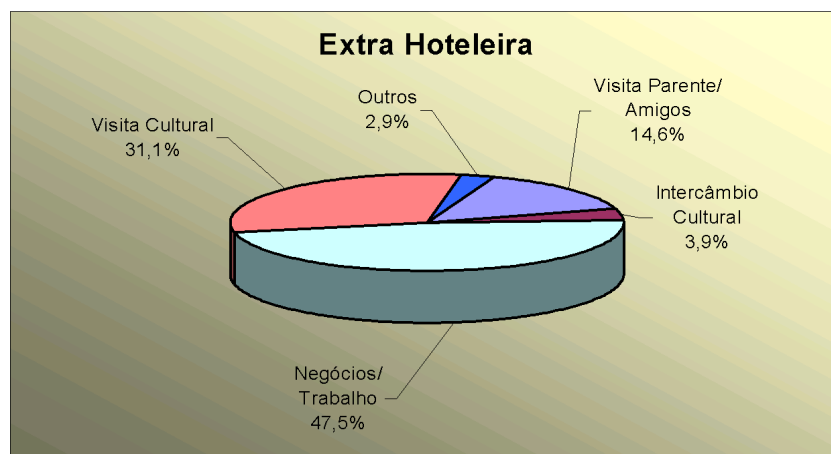


Figura 2.3



É importante ressaltar que o turismo em São Raimundo Nonato, de acordo com o que pode ser observado na tabela 12, teve nos atrativos naturais/patrimônio histórico-cultural, um estímulo de 91,4%. Esse índice é 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 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural	91,4	-	91,4
Preço da viagem mais adequado	4,3	-	4,3
Outros	4,3	-	4,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Os comentários de parentes/amigos (30,5%) e propaganda/publicidade (30,4%) constituíram-se fatores determinantes para a escolha do local neste período (Tabela 13).

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	30,5	-	30,5
Propaganda/Publicidade	30,4	-	30,4
Já Conhecia o Local	8,7	-	8,7
Internet	-	-	-
Agência de Viagem	-	-	-
Outros	30,4	-	30,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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
Primeira Visita a São Raimundo Nonato	100,0	100,0	100,0
Sim	60,5	36,9	52,8
Não	39,5	63,1	47,2
Pensa em Voltar a São Raimundo Nonato	100,0	100,0	100,0
Sim	98,1	95,2	94,0
Não	1,4	2,9	2,2
Não sabe	0,5	1,9	3,8
Recomendaria São Raimundo Nonato	100,0	100,0	100,0
Sim	98,1	95,2	97,2
Não	1,4	2,9	1,9
Não sabe	0,5	1,9	0,9

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Dos turistas consultados, 52,8% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 47,2% já o conheciam. Quanto à taxa de retorno, 94,0% demonstraram pretensão de voltar à cidade. Do total de entrevistados, 97,2%% recomendaria outras pessoas a conhecerem São Raimundo Nonato (Tabela 14).

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Superou a Expectativa	49,2	42,1	47,6
Correspondeu	46,2	55,3	48,2
Decepcionou	3,8	2,6	3,6
Não sabe	0,8	-	0,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanece Igual	61,1	63,1	62,0
Muito Melhor	27,1	26,2	26,7
Pior	9,4	9,2	9,3
Não Sabe	2,4	1,5	2,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A visita a São Raimundo Nonato superou a expectativa de 47,6% dos turistas de primeira viagem. Para aqueles que já conheciam o local, 62,0% declaram-no igual à visita anterior (Tabelas 15 e 16).

5 Aspectos Espaciais

Além São Raimundo Nonato, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: Canto do Buriti (11,6%), São João do Piauí (9,7%), Floriano (8,7%), Caracol (7,7%) e Simplício Mendes (6,7%) (Tabela 17).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além de São Raimundo Nonato

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	10,5	1,7
Parnaíba	3,8	2,3
Piracuruca/Sete Cidades	3,8	1,5
Luís Correia	1,9	2,0
Piripiri	1,0	1,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	3,8	1,8
Teresina	3,8	1,8
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	30,0	1,9
Canto do Buriti	11,6	3,7
São João do Piauí	9,7	1,4
Caracol (Serra das Confusões)	7,7	1,1
João Costa	1,0	1,0
Pólo Histórico-Cultural	11,6	1,2
Floriano	8,7	1,6
Oeiras	1,9	1,0
Amarante	1,0	1,0
Pólo do Agronegócio	6,7	3,0
Bom Jesus	3,8	3,5
Uruçuí	1,9	3,5
Cristino Castro	1,0	2,0
Outros	37,4	1,8
Simplício Mendes	6,7	1,6
Dirceu Arcoverde	4,8	6,6
Picos	3,8	2,0
Anísio de Abreu	3,8	1,0
Bonfim do Piauí	2,9	4,0
Corrente	2,9	2,3
São Lourenço	1,9	1,0
Itaueira	1,9	1,0
Valença	1,9	1,0
Dom Inocêncio	1,9	1,0
Água Branca	1,9	1,0
São Brás do Piauí	1,0	1,0
Gilbués	1,0	1,0
Jurema	1,0	1,0
Total	100,0	2,1

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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*	59,9	35,3	4,6	-	0,2	95,1
Manifestações Populares	26,7	43,3	30,0	-	-	40,0
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Hospitalidade do Povo	35,2	54,5	8,6	1,0	0,7	79,4
Meios de Hospedagem	20,0	52,4	27,6	-	-	44,9
Diversões Noturnas	10,9	47,8	29,3	4,3	7,6	17,4
Guias de Turismo*	51,3	41,7	6,0	-	1,0	85,9
Serviços Receptivos/Empresas	21,4	55,5	20,0	2,7	0,5	53,6
Passeios Oferecidos	35,2	54,4	8,8	0,5	1,0	79,3
Bares e Restaurantes	15,1	49,5	33,9	-	1,4	29,4
Equipamentos de Lazer	22,6	62,3	13,2	1,9	-	69,8
Serviços de Táxis	3,4	24,1	65,5	-	6,9	-44,8
Comércio / Compras	8,4	60,7	29,8	-	1,1	38,2
Informação Turística	38,9	43,3	12,2	3,9	1,7	64,4
Sinalização Turística	9,2	30,1	28,8	9,6	22,3	-21,4
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios / Fone	8,2	53,7	23,8	7,5	6,8	23,8
Segurança Pública	10,6	33,5	37,8	8,5	9,6	-11,7
Limpeza Pública	7,6	24,6	36,0	11,0	20,8	-35,6
Ônibus Urbano	-	-	-	-	-	-
Terminal Rodoviário**	-	-	-	-	-	-
Campo de Pousa	22,2	33,3	33,3	-	11,1	11,1
Terminal Marítimo	-	-	-	-	-	-
Urbanização	5,8	30,6	47,6	7,3	8,7	-27,2

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

* 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 (95,1%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, somente o item guias de turismo (85,9%) obteve percentual superior a 80%, índice considerado ideal para os parâmetros de avaliação. Entretanto os itens

hospitalidade do povo e passeios oferecidos aproximaram-se do índice ideal, ambos com 79,4% e 79,3%, respectivamente.

No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, os itens que obtiveram avaliação positiva foram comunicações correios/fone (23,8%) e campo de pouso (11,1%), encontrando-se, não obstante, distante do índice ideal, que é de pelo menos 80,0%.

Receberam avaliações negativas, por parte do visitante, os itens: serviços de táxi (-44,8%), limpeza pública (-35,6%), urbanização (-27,2%), sinalização urbana/turística (-21,4%) e segurança pública (-11,7%).

A Tabela 19 exhibe as opiniões dos turistas em relação aos preços praticados, revelando que 64,2% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 29,2% dos turistas avaliaram os preços como elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Razoáveis	63,7	65,1	64,2
Elevados	28,8	30,1	29,2
Não Sabe	4,2	2,9	3,8
Baixos	3,3	1,9	2,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

A visita ao Parque Nacional da Serra da Capivara e ao Museu do Homem Americano, juntos com 30,2%, e hospitalidade do povo piauiense, com 21,4% aparecem como os itens que mais agradaram aos visitantes. (Tabela 20),

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	15,2
Belezas Naturais	9,2
Clima	5,6
Arborização	0,4
Infra-Estrutura Urbana	4,0
Tranqüilidade da Cidade	1,7
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	1,7
Serviço de Comunicação	0,4
Segurança Pública	0,2
Infra-Estrutura Turística	47,6
Parque Nacional da Serra da Capivara	22,8
Museu do Homem Americano	8,1
Aspecto Histórico-Cultural	3,8
Guias de Turismo	3,8
Pontos Turísticos	1,3
Meios de Hospedagem	1,5
Restaurantes/Bares	1,3
Diversão Noturna/Opções de Lazer	1,2
Culinária	1,0
Festas Populares	0,8
Turismo Receptivo	0,8
Artesanato	0,4
Infra-Estrutura de Acesso	0,4
Serviço de Táxi	0,2
Fluxo Turístico	0,2
Educação, Informação e Comunicação	24,1
Hospitalidade do Povo	21,4
Beleza das Piauienses	2,1
Amigos e Familiares	0,6
Comércio e Serviços	4,4
Comércio	4,0
Bons Negócios	0,4
Outros	4,7
Tudo (cidade em geral)	1,0
Outros	3,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

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

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	1,6
Clima	1,6
Infra-Estrutura Urbana	52,3
Limpeza Pública	8,7
Trânsito Desordenado	8,3
Falta de Saneamento Básico	7,4
Conservação das Rodovias	4,8
Traçado das Ruas/Calçamento	4,5
Administração Pública	4,5
Sinalização Urbana	3,8
Infra-Estrutura (água, luz)	2,6
Sabor da Água	2,6
Falta de Terminal Rodoviário	2,2
Serviços de Comunicação	1,3
Aspecto Paisagístico	1,0
Falta de Segurança Pública	0,6
Infra-Estrutura Turística	12,5
Escassez de Informações Turísticas	2,6
Deficiência de Infra-estrutura Turística	2,2
Poucas opções de restaurantes e bares	1,6
Guias despreparados	1,3
Preservação do Patrimônio Histórico-cultural	1,0
Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer)	1,0
Turismo Receptivo	1,0
Meios de Hospedagem	0,6
Falta de Opção de Lazer	0,6
Culinária	0,3
Atrativos Turísticos	0,3
Comércio e Serviços	6,0
Preços Elevados	3,5
Atendimento em geral	1,3
Transportes (táxi, mototáxi, ônibus)	0,6
Comércio (feira/mercado)	0,6
Outros	27,6
Nada desagradou	19,1
Outros	8,5
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Maio de 2007.

Em geral, durante o período da pesquisa, na opinião de 19,1% dos entrevistados, nada desagradou. Os itens que mais desagradaram aos turistas foram: limpeza pública (8,7%) e trânsito desordenado (8,0%), ambos inseridos nos aspectos ligados à infra-estrutura urbana.

Nota Metodológica

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

No Estado do Piauí, sua efetivação está sob a responsabilidade técnica da Fundação CEPRO, que a realiza nos períodos predeterminados e sob a metodologia padrão fornecida por aquela Comissão. A pesquisa é realizada exaustivamente (não-amostragem) durante 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 24 a 31 de maio de 2007.

Anexo

MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

Quantidade de Questionários Aplicados

TERESINA - 25 a 31/05/07	
Aeroporto	738
Terminal Rodoviário	452
Posto da PRF - BR-316 / BR-343	10
T o t a l	1.200
LITORAL - 25 a 31/05/07	
Terminal Rodoviário - Parnaíba	266
Posto da PRF - BR-343	145
Terminal Rodoviário - Luís Correia	35
Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará	9
T o t a l	455
São Raimundo Nonato - 26/05 a 01/06/07	
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	1.200
Litoral	455
São Raimundo Nonato	308
T o t a l	1.963

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