

**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

Janeiro de 2006

Governo do Estado do Piauí

Governador: José Wellington Barroso de Araújo Dias

Secretaria Estadual do Planejamento

Secretário: Sérgio Gonçalves de Miranda

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO

Presidente: Oscar de Barros Sousa

Gerência de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas

Carlos Ferreira Lima

Coordenação de Contas Regionais

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

Coordenação de Avaliação de Autarquias

Francisco Carvalho Chaves

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

Equipe Central de Elaboração

Elaboração / Coordenação

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Campo

Teresina

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

Aeroporto:

João Manoel de Barros Neto

Rodoviária:

Lúcia Maria Said Adad

Litoral

Gerson Portela Lima

Ivonete dos Reis Galdino (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Vera Lúcia de Sousa Araújo (apoio)

Colaboração

Carlos Ferreira Lima

Lúcia Maria Said Adad

Revisão

Almir Cassimiro Queiroga

Checagem da Revisão

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Vêras

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

Diagramação e Gráficos

Alcides Luís Gomes da Silva

Programador

Eduyges Martins da Silva

Entrevistadores

Teresina

Amália Chaves Monteiro
Edevaldo Saraiva Costa
Francisco de Assis B. de Carvalho
Ivone Meneses do Amaral
Jéferson Vaz Rego
João Manoel de Barros Neto
José Alcion de Oliveira Costa
Marco Avelar de Alencar Mousinho
Maria Bernadete Oliveira
Maria da Cruz da Silva (PIEMTUR)
Maria Elenildes de Assis Moraes
Solange Alves de Sousa Silva
Suzana Ramos de Carvalho

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Amparo Gardenha Guerra de Macêdo
Claudete Nascimento da Silva
Laércio Amorim Mendes
Leilane Rodrigues Machado Oliveira
Lília Maria Pereira Cardoso
Luís Alberto Silva Ferreira
Maria de Jesus Lima de Souza
Maryanne de Macêdo Linhares
Michele Jaqueline Pereira /Analídia Monteiro
Muridan Silva Ferreira
Rosileide da Silva Oliveira (PIEMTUR)

São Raimundo Nonato

Ana Alice Alves Paes
Ângelo José Pereira da Silva (PIEMTUR)
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Lorena Ribeiro Feitosa Cipriano Borges
Renata Santana Ribeiro
Neiva Ribeiro dos Santos
Renata Santana Ribeiro
Tâmmara S. Nunes

Digitação

Teresina e Litoral

Josiane Maria da Silva Melo
Paulo de Társo Pereira da Silva

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

SUMÁRIO

Apresentação	07
Teresina	
1 Procedência dos Turistas	11
2 Perfil dos Turistas	14
2.1 Aspectos pessoais	14
2.2 Aspectos econômico-financeiros	17
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	19
4 Motivações e Atrativos da Viagem	20
5 Aspectos Espaciais	24
6 Avaliação Geral dos Turistas	26
Litoral (Parnaíba e Luís Correia)	
1 Procedência dos Turistas	35
2 Perfil dos Turistas	38
2.1 Aspectos pessoais	38
2.2 Aspectos econômico-financeiros	41
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	43
4 Motivações e Atrativos da Viagem	44
5 Aspectos Espaciais	47
6 Avaliação Geral dos Turistas	48
São Raimundo Nonato	
1 Procedência dos Turistas	55
2 Perfil dos Turistas	57
2.1 Aspectos pessoais	57
2.2 Aspectos econômico-financeiros	60
3 Meios de Transporte e de Hospedagem	62
4 Motivações e Atrativos da Viagem	63
5 Aspectos Espaciais	66
6 Avaliação Geral dos Turistas	67

APRESENTAÇÃO

A Fundação CEPRO apresenta os resultados das pesquisas sobre Demanda Turística em Teresina, Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato. Os dados de campo foram colhidos no mês de Janeiro /2006.

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

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

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

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

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Teresina

Janeiro de 2006

1 – Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em janeiro de 2006, os turistas que visitaram ou estiveram em Teresina eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 99,0%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 1,0%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	99,0
Exterior	1,0
Total	100,0

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

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Alemanha, com 20,0%, seguida por Argentina, Estados Unidos, França, Itália, Portugal, Síria, Suíça, Uruguai, com 10,0% cada um.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países	(%)
Alemanha	20,0
Argentina	10,0
Estados Unidos	10,0
França	10,0
Itália	10,0
Portugal	10,0
Síria	10,0
Suíça	10,0
Uruguai	10,0
Total	100,0

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

Conforme se constata na Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes Estados: Piauí, com 23,4%; Ceará, com 14,6%; Distrito Federal, com 14,1%; São Paulo, com 11,1%, e Maranhão, com 9,6%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas

para Teresina: a região Nordeste, 56,3%; a região Sudeste, 19,8%; e a Centro-Oeste, 15,5%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	5,0
Pará	2,4
Tocantins	0,8
Rondônia	0,8
Roraima	0,5
Amazonas	0,3
Acre	0,1
Amapá	0,1
Nordeste	56,3
Piauí	23,4
Ceará	14,6
Maranhão	9,6
Pernambuco	4,1
Bahia	2,7
Rio Grande do Norte	0,8
Paraíba	0,4
Alagoas	0,4
Sergipe	0,3
Sudeste	19,8
São Paulo	11,1
Rio de Janeiro	5,4
Minas Gerais	3,0
Espírito Santo	0,3
Centro-Oeste	15,5
Distrito Federal	14,1
Goiás	0,7
Mato Grosso	0,5
Mato Grosso do Sul	0,2
Sul	3,4
Paraná	1,5
Rio Grande do Sul	1,1
Santa Catarina	0,8
Total	100,0

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

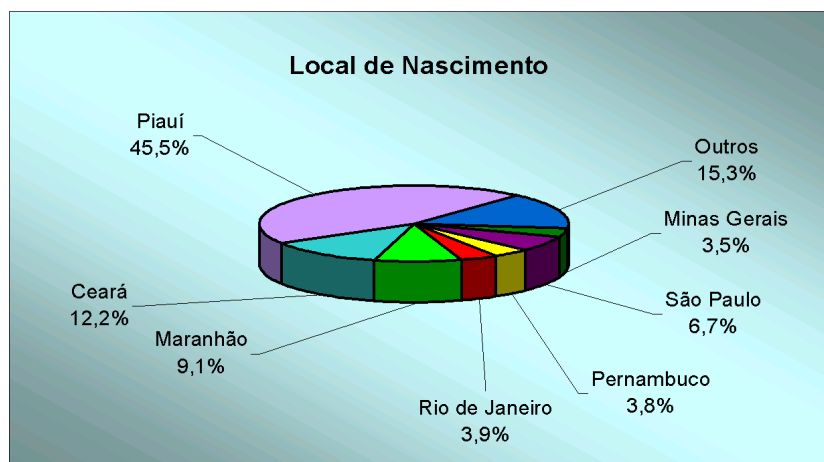
Quanto ao local de nascimento dos turistas que aportaram em Teresina, evidenciou-se que a maioria nasceu no Piauí, tendência que vem se constatando através das pesquisas realizadas, correspondendo a 45,5%, seguida dos nascidos no Ceará (12,2%), Maranhão (9,1%) e São Paulo (6,7%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	45,5
Ceará	12,2
Maranhão	9,1
São Paulo	6,7
Rio de Janeiro	3,9
Pernambuco	3,8
Minas Gerais	3,5
Outros Estados	15,3
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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 53,3% no geral e a 71,4% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior e pós-graduados representam 47,5%.

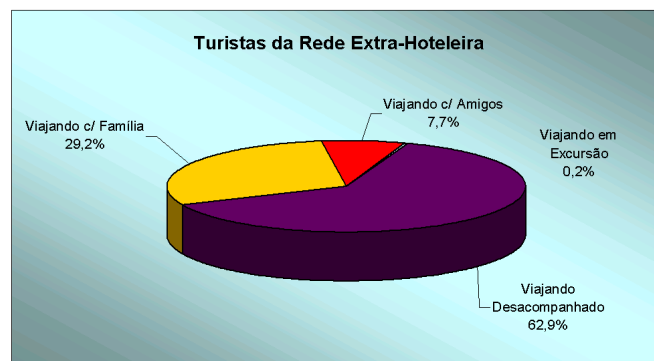
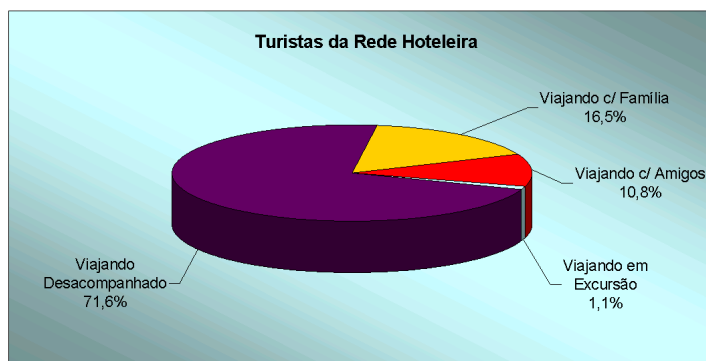
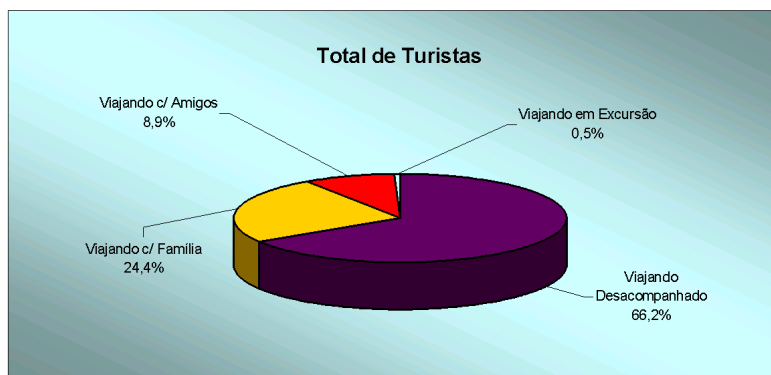
O percentual de turistas casados atingiu 54,4%. Dentre os entrevistados, 66,2% viajaram desacompanhados e 24,4%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 71,6% viajaram desacompanhados, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 62,9%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	71,4	42,3	53,3
Feminino	28,6	57,7	46,7
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	1,4	6,1	4,3
18 a 25 Anos	7,8	21,1	16,1
26 a 35 Anos	33,5	28,2	30,2
36 a 50 Anos	40,3	29,1	33,4
51 a 65 Anos	14,6	10,7	12,1
Acima de 65 Anos	2,4	4,8	3,9
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	7,0	18,7	14,3
Médio	18,1	39,8	31,6
Técnico	3,2	3,0	3,1
Superior	52,9	27,0	36,8
Pós-Graduação	17,4	6,7	10,7
Outros	1,4	4,8	3,5
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	68,1	45,9	54,4
Solteiro	22,4	43,8	35,7
Separado	6,5	4,9	5,5
Viúvo	0,8	3,4	2,4
Outros	2,2	2,0	2,0
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	71,6	62,9	66,2
Com a Família	16,5	29,2	24,4
Com Amigos	10,8	7,7	8,9
Em Excursão	1,1	0,2	0,5
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,5	1,6	1,6

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que apenas 11,8% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 20,3%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	20,3	6,7	11,8
Não	79,7	93,3	88,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: estudantes, com 11,4% ; funcionário público, com 11,1%; professor, 6,3%; dona-de-casa, 5,4%, e comerciante, 4,5%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (78,6%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Estudante	3,5	16,2	11,4
Funcionário Público	8,9	12,5	11,1
Professor	4,1	7,7	6,3
Dona-de-Casa	2,4	7,2	5,4
Comerciante	3,5	5,1	4,5
Autônomo	1,4	5,7	4,1
Aposentado	1,9	5,4	4,1
Vendedor	6,2	2,0	3,6
Engenheiro	7,6	0,8	3,4
Representante Comercial	7,0	0,8	3,2
Empresário	5,4	1,6	3,1
Gerente	4,9	1,0	2,4
Advogado	5,4	0,7	2,4
Administrador	4,1	0,8	2,0
Lavrador/Agricultor	1,4	2,3	1,9
Técnico de Nível Médio	1,9	1,3	1,5
Bancário	1,9	1,1	1,4
Analista de Sistema	3,5	0,2	1,4
Enfermeiro	1,4	1,3	1,3
Motorista	0,5	1,8	1,3
Comerciário	0,5	1,6	1,2
Militar	0,8	1,5	1,2
Médico	0,8	1,3	1,1
Contador	1,9	0,5	1,0
Empregado Doméstico	0,3	1,3	0,9
Consultor	1,9	0,0	0,7
Outras	16,9	18,3	18,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no mês de janeiro foi, em média, 9,6 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 13,8 dias, enquanto os da rede hoteleira, 4,0 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 396,81, correspondendo a R\$ 41,15 per capita/dia, incluída 1,4 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, essa média foi de R\$ 356,49, correspondendo a R\$ 27,26 per capita/dia, incluída 1,5 pessoa.

Quanto aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 474,01, cerca de R\$ 119,15 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,3 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,0	13,1	9,6
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	645,37	560,11	592,18
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,3	1,5	1,4
Gasto per Capita (R\$)	474,01	356,49	396,81
Gasto per Capita/Dia (R\$)	119,15	27,26	41,15
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.061,83	1.647,76	2.616,76

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram diversões/passeios (31,1%) e compras (19,2%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	27,9	6,2	18,7
Compras	16,7	22,2	19,2
Diversões / Passeios	9,1	40,0	31,1
Alimentação	10,9	8,6	8,0
Transporte	10,4	7,4	7,2
Outros	25,0	15,6	15,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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	99,0	9,6	381,93	39,69
Norte	5,0	17,7	642,53	36,40
Acre	0,1	8,0	235,00	29,38
Amapá	0,1	12,0	600,00	50,00
Amazonas	0,3	35,0	790,00	22,57
Pará	2,3	8,4	361,03	42,80
Roraima	0,5	39,4	2.180,00	55,33
Rondônia	0,8	36,0	1.039,41	28,87
Tocantins	0,8	7,6	99,11	13,00
Nordeste	55,5	6,1	303,24	49,63
Alagoas	0,4	7,5	586,50	78,20
Bahia	2,7	7,7	346,84	45,32
Ceará	14,5	4,1	338,01	83,04
Maranhão	9,5	7,1	259,58	36,80
Paraíba	0,4	10,8	793,00	73,77
Pernambuco	4,1	7,4	534,81	72,27
Piauí	22,9	6,3	247,57	39,33
Rio Grande do Norte	0,8	12,4	442,82	35,78
Sergipe	0,3	4,3	380,00	87,69
Sudeste	19,6	12,3	441,62	35,84
Espírito Santo	0,3	2,7	118,20	44,33
Minas Gerais	3,0	10,6	471,57	44,55
Rio de Janeiro	5,3	15,3	460,98	30,11
São Paulo	11,0	11,6	434,51	37,39
Centro-Oeste	15,4	15,5	469,05	30,19
Distrito Federal	14,0	15,3	473,00	30,83
Goiás	0,7	15,0	362,78	24,19
Mato Grosso	0,5	20,4	616,67	30,23
Mato Grosso do Sul	0,2	18,5	80,00	4,32
Sul	3,5	12,7	459,60	36,09
Paraná	1,5	13,5	528,90	39,08
Rio Grande do Sul	1,1	9,9	370,46	37,39
Santa Catarina	0,8	15,1	426,67	28,21
Internacional	1,0	11,6	1.828,57	157,64
Alemanha	0,2	8,0	725,0	90,63
Argentina	0,1	15,0	1.500,00	100,00
Estados Unidos	0,1	8,0	1.500,00	187,50
França	0,1	14,0	-	-
Itália	0,1	7,0	4.000,00	571,43
Portugal	0,1	18,0	4.325,00	240,28
Síria	0,1	5,0	1.000,00	200,00
Suíça	0,1	30,0	1.500,00	50,00
Uruguai	0,1	3,0	2.000,00	666,67
Total	100,0	9,6	396,81	41,15

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **17,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 36,40**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 49,63**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **12,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 35,84**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **15,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 30,19**;

e) A região **Sul** aponta uma permanência média de **12,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 36,09**.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **11,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 157,64**.

3 – Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de janeiro, 54,6% utilizaram como principal meio de transporte o avião, outros (39,4%) se deslocaram de ônibus e com a mais baixa participação aparece o automóvel (5,4%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	75,2	42,1	54,6
Ônibus	18,9	51,8	39,4
Automóvel	5,1	5,6	5,4
Outros	0,8	0,5	0,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

A rede extra-hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em janeiro, correspondendo a 62,3%, com destaque para hospedagem em casa de parentes/amigos, com 53,1%. A participação da rede hoteleira atingiu 37,7%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em hotel, com 33,1%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

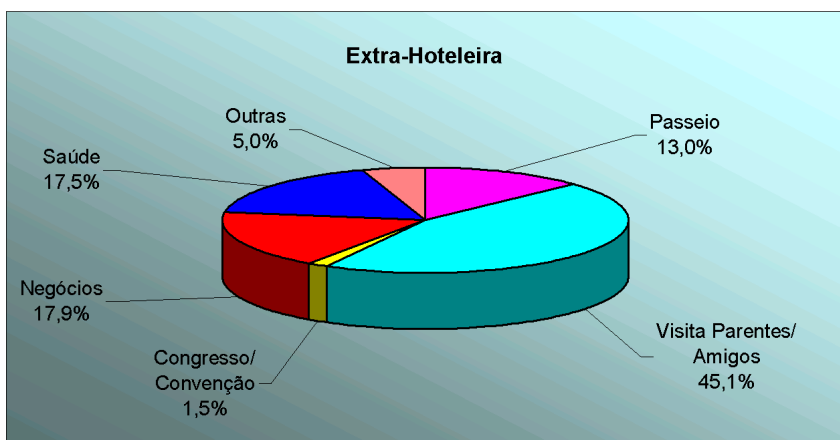
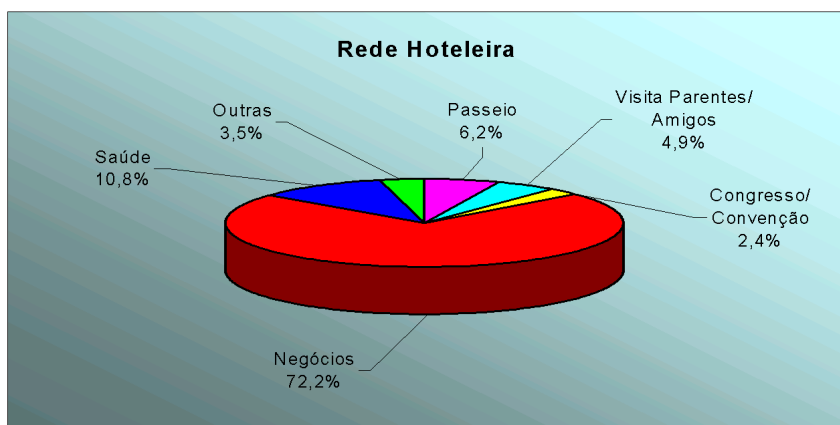
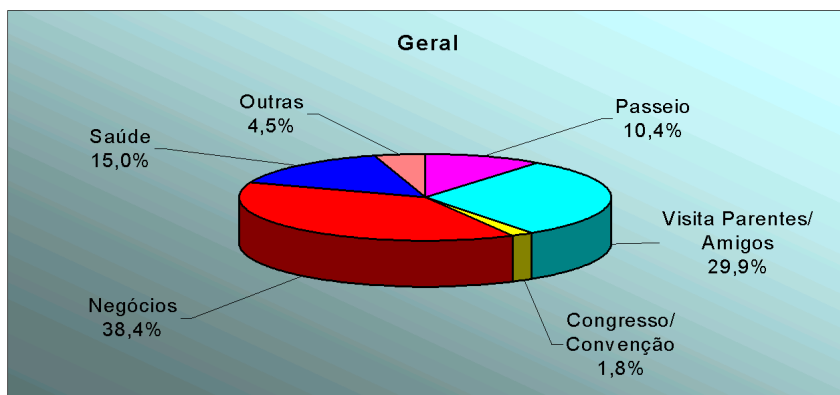
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	37,7
Hotel	33,1
Pensão / Hospedaria	2,2
Pousada	1,8
Flat / Apart-Hotel	0,6
Rede Extra-Hoteleira	62,3
Casa Parentes/Amigos	53,1
Casa Própria	5,6
Casa / Apart. de Aluguel	1,0
Albergue	0,3
Outros	2,3
Total	100,0

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

4 – Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações colhidas, ver nos gráficos seguintes, foram: negócios, com 38,4%; visita de parentes/amigos, com 29,9%, e tratamento de saúde, 15,0%. Já para os turistas da rede hoteleira e extra-hoteleira, o motivo negócios respondeu por 72,2% e 17,9%, respectivamente.

Figura 3
Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por atrativos naturais (47,1%) seguido por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 41,2%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	21,7	54,4	47,1
Manifestações Populares	4,3	5,1	4,9
Patrimônio Histórico-Cultural	8,7	2,5	3,9
Compras	4,3	2,5	2,9
Outros	61,0	35,5	41,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 50,0%, “já conhecia o local”, com 37,3%, 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	39,1	53,2	50,0
Já Conhecia o Local	17,4	43,0	37,3
Internet	8,7	0,0	2,0
Outros	34,8	3,8	10,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Janeiro 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	23,0	12,3	16,3
Mais de Uma Vez	77,0	87,7	83,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sim	94,1	97,0	95,9
Não	5,9	3,0	4,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

Dos turistas consultados, apenas 16,3% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 83,7% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,9% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital, sendo que, destes, 51,1% 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	57,6	47,4	51,1
Em 2007	8,0	19,1	15,0
Em 2008	1,1	2,4	1,9
Outros	-	1,2	0,8
Sem Previsão	33,3	29,9	31,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

5 – Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (21,6%), Luís Correia (9,5%), seguidos de Picos (9,2%) e Floriano (7,0%).

Tabela 17

Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	42,9	5,1
Parnaíba/Delta	21,6	5,4
Luís Correia	9,5	4,1
Piripiri	3,4	2,5
Esperantina	2,4	10,6
Piracuruca/Sete Cidades	2,1	2,7
Barras	1,8	3,3
Batalha	1,2	8,8
Pedro II	0,9	3,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	11,1	9,6
Campo Maior	3,7	7,2
José de Freitas	3,1	4,2
Altos	2,8	9,1
Castelo do Piauí	0,9	7,3
Santa Cruz dos Milagres	0,6	20,0
Pólo do Agronegócio	1,2	4,3
Bom Jesus	0,6	2,0
Uruçuí	0,6	6,5
Pólo Histórico-Cultural	9,7	61,4
Floriano	7,0	175,3
Oeiras	2,4	6,0
Amarante	0,3	3,0
Pólo das Origens	4,0	4,0
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	4,0	4,0
Outros	31,1	6,2
Picos	9,2	5,9
Elesbão Veloso	1,5	9,4
União	1,5	2,6
Água Branca	1,2	18,5
Luzilândia	1,2	6,0
Palmeirais	0,9	4,7
Regeneração	0,9	10,0
Valença do Piauí	0,9	3,3
Benedictinos	0,6	8,0
Francinópolis	0,6	9,5
Novo Oriente do Piauí	0,6	1,5
Porto	0,6	5,5
Curimatá	0,6	8,0
Demerval Lobão	0,6	1,5

Continua

Conclusão

Municípios Visitados/Localidades	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Joaquim Pires	0,6	16,5
Pimenteiras	0,6	10,5
Simplício Mendes	0,6	2,5
São João do Piauí	0,6	8,0
Acauã	0,3	1,0
Boa Hora	0,3	1,0
Angical do Piauí	0,3	23,0
Itainópolis	0,3	2,0
Arraial	0,3	2,0
Cabeceiras do Piauí	0,3	2,0
Lagoa do Piauí	0,3	1,0
Madeiro	0,3	5,0
Mílton Brandão	0,3	1,0
Cocal	0,3	6,0
Corrente	0,3	20,0
Eliseu Martins	0,3	3,0
Fronteiras	0,3	1,0
Guadalupe	0,3	2,0
Inhuma	0,3	1,0
Ipiranga do Piauí	0,3	2,0
Jaicós	0,3	2,0
Juazeiro do Piauí	0,3	5,0
Miguel Alves	0,3	4,0
São Luís do Piauí	0,3	1,0
Paulistana	0,3	1,0
Prata do Piauí	0,3	24,0
Redenção do Gurguéia	0,3	10,0
São José dos Peixes	0,3	4,0
Sigefredo Pacheco	0,3	15,0
Várzea Grande	0,3	1,0
Total	100,0	15,1

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Janeiro 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	9,6	66,6	19,7	2,9	1,2	52,3
Patrimônios Históricos	6,9	66,8	23,7	1,7	0,9	47,4
Manifestações Populares	8,8	69,3	17,1	3,4	1,5	56,1
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	13,7	58,0	23,4	3,4	1,0	43,4
Passeios Oferecidos	7,2	58,9	20,3	11,6	1,9	32,4
Serviços Receptivos/Empresas	12,6	72,7	11,0	2,0	1,6	70,7
Hospitalidade do Povo*	33,5	60,3	5,1	0,5	0,6	87,5
Informações Turísticas	10,2	47,5	26,6	10,2	5,6	15,3
Sinalização Turística	7,4	41,7	34,4	14,1	2,5	(-1,8)
Guias de Turismo	14,7	50,0	17,6	14,7	2,9	29,4
Meios de Hospedagem	19,4	66,5	12,7	0,8	0,6	71,8
Bares e Restaurantes	13,2	71,7	13,5	1,3	0,3	69,6
Comércio/Compras	9,6	73,1	14,9	1,8	0,5	65,5
Diversões Noturnas	14,2	65,8	16,3	2,6	1,1	60,0
Serviços de Táxis	13,4	70,7	11,8	2,8	1,2	68,3
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	10,0	77,5	9,3	1,7	1,5	75,0
Sinalização Urbana	6,8	66,2	21,5	3,2	2,3	46,1
Segurança Pública	3,7	53,7	33,2	7,0	2,4	14,7
Limpeza Pública	4,8	57,1	30,9	5,2	2,0	23,8
Ônibus Urbano	6,6	54,1	30,6	4,7	4,1	21,3
Terminal Rodoviário	8,0	62,8	21,7	4,9	2,7	41,6
Aeroporto	6,6	56,4	30,1	5,4	1,6	25,9

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

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

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de 12 itens avaliados, obteve um índice de avaliação superior a 80%. Vale ressaltar que os itens meios de hospedagem, serviços de receptivos/empresa atingiram índices expressivos 71,8% e 70,7%,

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

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-1,8%), informações turísticas (15,3%) e segurança pública (14,7%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	9,2	7,9	8,4
Razoáveis	77,8	71,1	73,7
Elevados	12,2	18,9	16,3
Exorbitantes	0,8	2,1	1,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 73,7% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, e 17,9% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (30,5%), serviço de saúde (7,1%), tudo (cidade em geral) (5,8%) e shopping center (5,2%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	7,1
Limpeza da Cidade	3,3
Clima	2,8
Belezas Naturais	1,0
Infra-Estrutura Urbana	11,5
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	2,3
Tranquilidade da Cidade	2,1
Crescimento da Cidade	1,7
Segurança Pública	1,5
Arborização	1,3
Terminal Rodoviário	0,7
Conservação das Praças	0,5
Centro da Cidade	0,5
Infra-Estrutura	0,4
Trânsito Moderado	0,3
Sinalização Urbana	0,2
Infra-Estrutura Turística	18,2
Alimentação/Culinária	4,8
Diversão Noturna	3,4
Meios de Hospedagem	2,7
Restaurantes e Bares	2,7
Pontos Turísticos	2,2
Opções de Lazer	1,0
Passeios	0,7
Festas Populares	0,4
Beleza Piauiense	0,3
Educação, Informação e Comunicação	37,2
Hospitalidade do Povo	30,5
Rever Amigos e Familiares	4,5
Educação Formal	1,1
Aspectos Cultural-Históricos	0,9
Serviços de Comunicações	0,2

Continua

Conclusão	
Aspectos Positivos	(%)
Comércio e Serviços	19,1
Serviços de Saúde	7,1
Shopping Center	5,2
Comércio	3,9
Bons Negócios	1,1
Artesanato	1,0
Eficiência do Transporte	0,8
Outros	6,9
Tudo (cidade em geral)	5,8
Produtos Regionais	0,6
Água Deliciosa	0,5
Total	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (48,3%), falta de segurança (7,2%) e falta de saneamento básico (5,3%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	49,4
Clima	48,3
Poluição	1,1
Infra-Estrutura Urbana	22,2
Falta de Segurança	7,2
Falta de Saneamento Básico	5,3
Limpeza Pública (falta)	3,7
Congestionamento no Trânsito	2,1
Iluminação Pública	1,4
Falta de Conservação da Rodoviária/Banheiros	0,8
Estrutura do Aeroporto	0,8
Infra-Estrutura da Cidade	0,6
Aspecto Urbanístico	0,3
Infra-Estrutura Turística	7,7
Falta de Opção de Lazer	1,8
Falta de Informação Turística	1,5
Sinalização Turística	1,4
Poucas Opções de Restaurantes	1,0
Serviços no Aeroporto/Atendimento	0,7
Culinária	0,6
Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem	0,4
Atrativos/Pontos Turísticos/Infra-Estrutura Turística	0,2
Preservação do Patrimônio Histórico/Cultural	0,1
Educação, Informação e Comunicação	1,9
Atendimento nos Restaurantes	0,8
População Despreparada para Lidar com o Turista	0,6
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	0,5
Comércio e Serviços	6,3
Serviço de Mototáxi/Táxi	2,1
Comércio/Atendimento	1,1
Preços Elevados	0,8
Transporte Coletivo	0,8
Serviços de Saúde	0,6
Atendimento Geral – Pontos Turísticos, Rod. etc.	0,5
Falta de Casa de Câmbio	0,3
Serviços de Comunicação	0,1
Outros	12,5
Nada Desagradou	5,5
Má-Administração Pública	1,9
Pobreza/Mendicância	1,8
Marginalidade e Drogas	1,1
Tudo	1,1
Poucos Vãos	0,6
Descriminação/Preconceito	0,4
Desemprego	0,1
Total	100,0

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

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística em Teresina foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída de Teresina, tais como: Aeroporto, Rodoviária, BRs. O levantamento de campo foi realizado de 02 a 08/02/2006, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 980 turistas receptivos.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)

Janeiro 2006

1 – Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em janeiro de 2006, os turistas que visitaram o Litoral do Piauí 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 – Janeiro de 2006.

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram: Inglaterra (28,5%), seguida de Chile, Espanha, França, Holanda e Suíça, com 14,3% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Inglaterra	28,5
Chile	14,3
Espanha	14,3
França	14,3
Holanda	14,3
Suíça	14,3
Total	100,0

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

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (49,0%), Distrito Federal (13,4%), Maranhão (10,5%) e Ceará (8,5%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 70,7%; a Centro-Oeste, com 13,7%, e a Sudeste, com 8,8%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	6,2
Pará	3,2
Amazonas	1,2
Tocantins	0,9
Rondônia	0,6
Amapá	0,3
Nordeste	70,7
Piauí	49,0
Maranhão	10,5
Ceará	8,5
Pernambuco	1,2
Bahia	0,6
Rio Grande do Norte	0,6
Paraíba	0,3
Sudeste	8,8
Rio de Janeiro	3,8
São Paulo	3,2
Minas Gerais	1,5
Espírito Santo	0,3
Centro-Oeste	13,7
Distrito Federal	13,4
Goiás	0,3
Sul	0,6
Rio Grande do Sul	0,3
Paraná	0,3
Total	100,0

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

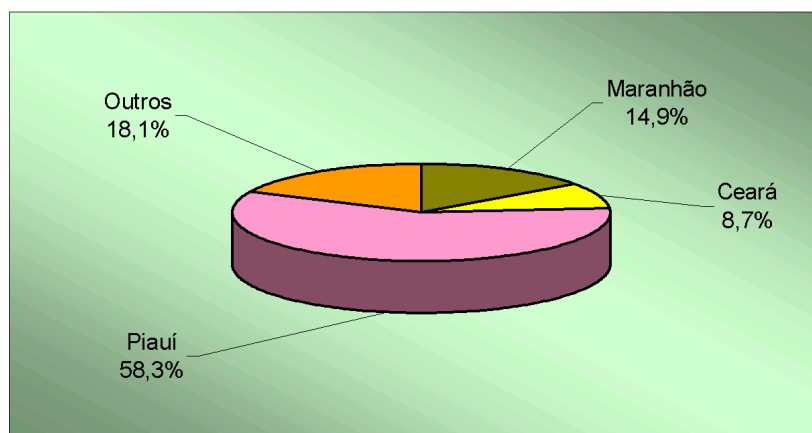
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 58,3%, seguida dos nascidos no Maranhão (14,9%) e Ceará (8,7%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	58,3
Maranhão	14,9
Ceará	8,7
Distrito Federal	2,9
São Paulo	2,9
Pará	2,6
Minas Gerais	1,5
Goiás	1,2
Pernambuco	1,2
Rio de Janeiro	1,2
Outros	4,6
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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 57,1% no geral e a 75,5% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 36,9%.

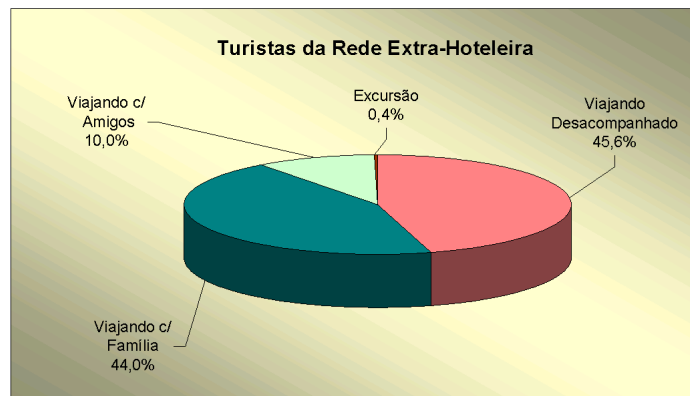
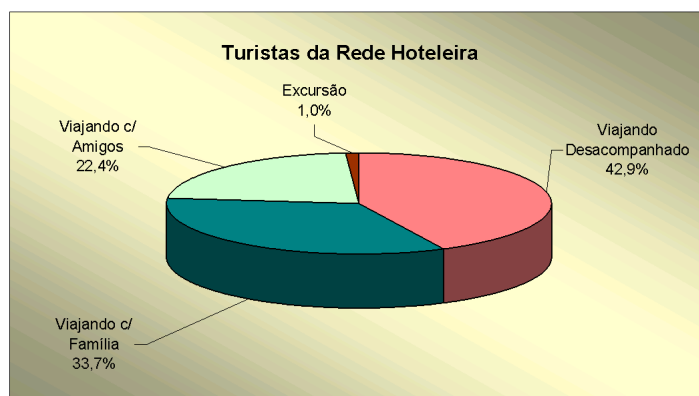
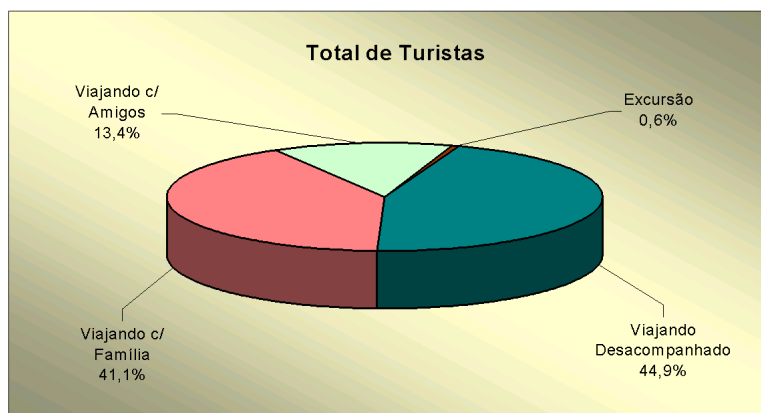
O percentual de turistas casados atingiu 54,0%. Dentre os entrevistados, sobressaem os que viajavam desacompanhados, no geral, na rede extra-hoteleira e na rede hoteleira, com 44,9%, 45,6% e 42,9%, respectivamente, mostrando que na alta estação os turistas viajam mais desacompanhados.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	75,5	50,0	57,1
Feminino	24,5	50,0	42,9
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	3,2	2,3
18 a 25 Anos	17,3	17,9	17,7
26 a 35 Anos	29,6	30,6	30,3
36 a 50 Anos	40,9	30,2	33,1
51 a 65 Anos	10,2	15,4	14,0
Acima de 65 Anos	2,0	2,7	2,6
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	9,2	20,6	17,4
Médio	37,8	37,3	37,4
Técnico	2,0	4,4	3,7
Superior	46,0	33,3	36,9
Pós-Graduação	5,0	2,8	3,5
Outros	-	1,6	1,1
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	52,1	54,8	54,0
Solteiro	40,8	34,1	36,0
Separado	3,1	6,7	5,7
Viúvo	2,0	3,2	2,9
Outros	2,0	1,2	1,4
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	42,9	45,6	44,9
Com a Família	33,7	44,0	41,1
Com Amigos	22,4	10,0	13,4
Em Excursão	1,0	0,4	0,6
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,1	2,3	2,2

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que nenhum dos entrevistados, seja da rede hoteleira ou da rede extra-hoteleira, teve sua viagem organizada por agência.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

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

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (16,3%), representante comercial/vendedor (11,1%), estudante (10,6%) e professor (5,4%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	15,3	16,7	16,3
Rep. Comercial/Vendedor	20,4	7,6	11,1
Estudante	6,1	12,3	10,6
Professor	3,1	6,3	5,4
Aposentado/Pensionista	2,0	6,3	5,1
Dona-de-Casa	1,0	6,3	4,9
Comerciante	3,1	4,4	4,0
Empresário	7,1	2,0	3,4
Autônomo	1,0	4,4	3,4
Comerciário	1,0	2,8	2,3
Engenheiro	5,1	0,4	1,7
Empregada Doméstica	-	2,4	1,7
Mecânico	2,0	1,2	1,4
Bancário	2,0	1,2	1,4
Militar	-	1,6	1,1
Contador/Auditor	2,0	0,8	1,1
Outras	28,8	23,3	25,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no mês de janeiro de 2006 permaneceram, em média, 9,4 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 11,3 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,4 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 237,23, correspondendo a R\$ 25,25 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,1 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 243,85, correspondendo a R\$ 21,53 per capita/dia, incluídas 2,1 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 218,60, cerca de R\$ 49,36 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,9 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,4	11,3	9,4
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	434,93	541,11	510,95
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,9	2,1	2,1
Gasto per Capita (R\$)	218,60	243,85	237,23
Gasto per Capita/Dia (R\$)	49,36	21,53	25,25
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.740,65	1.695,32	2.015,78

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (18,8%), diversões/passeios (18,2%) e compras (18,2%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Hospedagem	24,2	14,5	18,8
Diversões / Passeios	18,3	18,8	18,2
Compras	17,9	18,7	18,2
Alimentação	15,4	17,9	16,4
Transporte	9,9	10,4	9,8
Outros	14,2	19,7	18,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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	9,5	238,06	25,00
Norte	6,0	19,5	313,88	16,12
Pará	3,1	21,6	289,56	13,38
Amazonas	1,1	18,3	570,00	31,23
Tocantins	0,9	21,3	91,67	4,30
Rondônia	0,6	8,5	266,00	31,29
Amapá	0,3	17,0	333,33	19,61
Nordeste	69,1	6,0	158,62	26,64
Piauí	48,0	6,1	161,89	26,69
Maranhão	10,3	5,6	173,87	31,14
Ceará	8,3	5,6	106,60	18,97
Pernambuco	1,1	5,3	260,44	49,61
Bahia	0,6	1,5	80,00	53,33
Rio Grande do Norte	0,6	9,5	63,33	6,67
Paraíba	0,3	15,0	92,00	6,13
Sudeste	8,6	19,0	435,04	22,86
Rio de Janeiro	3,7	20,7	430,56	20,81
São Paulo	3,1	14,4	523,55	36,45
Minas Gerais	1,4	22,8	290,00	12,72
Espírito Santo	0,3	30,0	100,00	3,33
Centro-Oeste	13,7	17,4	376,47	21,64
Distrito Federal	13,4	17,7	377,12	21,35
Goiás	0,3	5,0	300,00	60,00
Sul	0,6	5,0	440,00	88,00
Paraná	0,3	8,0	487,50	60,94
Rio Grande do Sul	0,3	2,0	250,00	125,00
Internacional	2,0	3,1	182,73	58,14
Inglaterra	0,5	1,5	32,00	21,33
Chile	0,3	10,0	300,00	30,00
Espanha	0,3	3,0	150,00	50,00
França	0,3	2,0	800,00	400,00
Holanda	0,3	1,0	300,00	300,00
Suíça	0,3	3,0	0,00	0,00
Total	100,0	9,4	237,23	25,25

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **19,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 16,12**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 26,64**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **19,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 22,86**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **17,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 21,64**;

e) A região **Sul** revela uma permanência média de **5,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 88,00**;

f) No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **3,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 58,14**.

3 – Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí no mês de janeiro, 72,0% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (27,7%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	57,1	77,8	72,0
Automóvel	42,9	21,8	27,7
Avião	-	0,4	0,3
Total	100,0	100,0	100,0

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

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 72,0%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 58,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 28,0%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

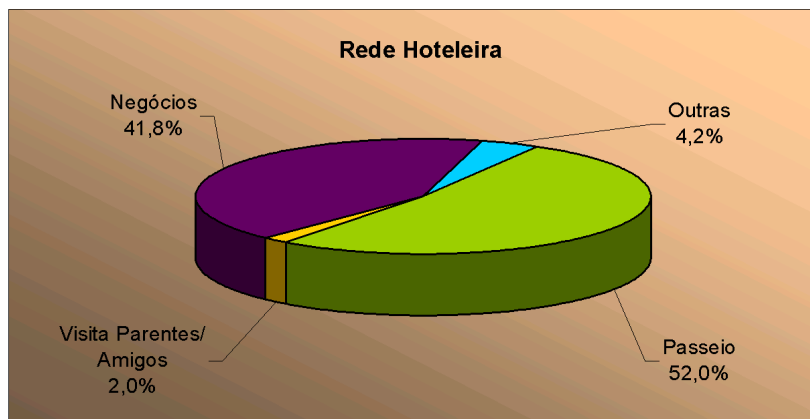
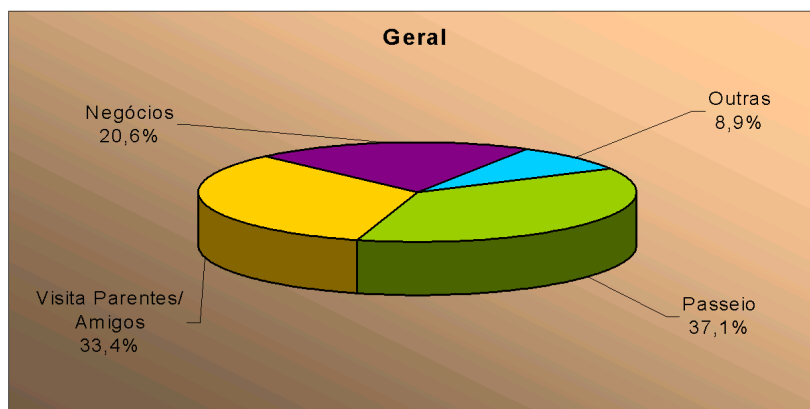
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	28,0
Hotel	16,3
Pousada	11,7
Rede Extra-Hoteleira	72,0
Casa Parentes/Amigos	58,6
Casa Própria	8,6
Casa / Apart. de Aluguel	0,9
Outras	3,9
Total	100,0

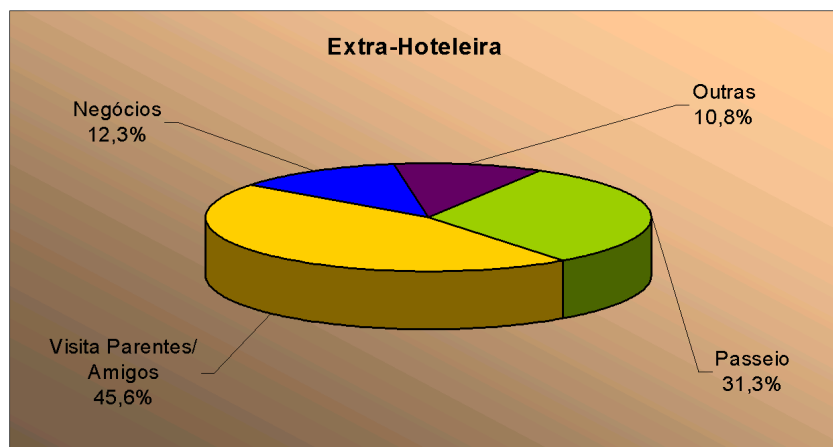
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro de 2006.

4 – Motivações e Atrativos da Viagem

Embora se tratando de uma região litorânea, em período de alta temporada, o principal motivo da viagem foi passeio (37,1%), vindo em seguida visita a parentes e amigos (33,4%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa também maior relevância (52,0%), destacando-se, ainda, a participação no motivo negócios, com 41,8%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como a visita a parentes/amigos (45,6%) e em seguida passeio (31,3%) 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 88,5%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	82,4	92,4	88,5
Patrimônio Histórico-Cultural	2,0	-	0,8
Outros	15,6	7,6	10,7
Total	100,0	100,0	100,0

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

O conhecimento prévio do local (74,6%) e os comentários de parentes/amigos (15,4%) 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	58,8	84,8	74,6
Comentários de Parentes/Amigos	25,5	8,9	15,4
Internet	3,9	2,5	3,1
Propaganda/Publicidade	3,9	-	1,5
Outros	7,9	3,8	5,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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	29,6	8,3	14,3
Mais de Uma Vez	70,4	91,7	85,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	93,9	98,4	97,1
Não	6,1	1,6	2,9
Total	100,0	100,0	100,0

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

Dos turistas consultados, apenas 14,3% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 85,7% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,1% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 59,3% 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	62,0	58,1	59,3
Em 2007	13,0	20,6	18,5
Em 2008	1,1	4,4	3,5
Em 2009	1,1	0,4	0,6
Em 2010	-	0,8	0,6
Sem Previsão	22,8	15,7	17,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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 Piripiri (20,9%) , Teresina (17,9%), Piracuruca (11,9%), Campo Maior (11,9%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além do Litoral*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	47,7	3,7
Piripiri	20,9	1,7
Piracuruca	11,9	1,5
Barras	4,5	3,3
Cajueiro da Praia	4,5	14,0
Pedro II	3,0	0,5
Batalha	1,5	2,0
Esperantina	1,5	3,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	31,3	3,7
Teresina	17,9	7,8
Campo Maior	11,9	2,4
José de Freitas	1,5	1,0
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	3,0	2,5
São Raimundo Nonato	3,0	2,5
Pólo Histórico-Cultural	1,5	4,0
Oeiras	1,5	4,0
Pólo do Agronegócio	1,5	3,0
Bom Jesus	1,5	3,0
Outros	15,0	4,2
Buriti dos Lopes	6,0	1,5
Água Branca	1,5	7,0
Alto Longá	1,5	10,0
Baixa Grande do Ribeiro	1,5	2,0
Luzilândia	1,5	1,0
Picos	1,5	1,0
Regeneração	1,5	7,0
Total	100,0	3,5

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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*	50,5	43,0	5,6	0,6	0,3	86,9
Patrimônios Históricos	23,4	51,4	22,3	2,3	0,6	49,7
Manifestações Populares	11,9	35,7	33,3	11,9	7,1	-4,8
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	7,6	55,2	29,5	3,8	3,8	25,7
Passeios Oferecidos	13,3	54,3	29,5	1,9	1,0	35,2
Serviços Receptivos/Empresas	9,3	60,0	26,7	2,7	1,3	38,7
Hospitalidade do Povo*	41,1	50,9	7,1	0,3	0,6	83,9
Informações Turísticas	15,0	36,3	26,3	12,5	10,0	2,5
Sinalização Turística	2,8	40,3	36,1	12,5	8,3	-13,9
Guias de Turismo	2,1	45,8	35,4	6,3	10,4	-4,2
Meios de Hospedagem	18,9	59,5	21,6	0,0	0,0	56,8
Bares e Restaurantes	8,3	58,0	28,0	3,7	2,0	32,7
Comércio/Compras	8,3	57,9	28,1	4,4	1,3	32,5
Diversões Noturnas	10,5	42,1	25,7	17,8	3,9	5,3
Serviços de Táxis	7,3	57,3	19,8	12,5	3,1	29,2
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	19,6	67,6	10,1	1,4	1,4	74,3
Sinalização Urbana	3,6	54,4	33,1	6,8	2,1	16,0
Segurança Pública	6,5	52,6	30,8	5,5	4,5	18,2
Limpeza Pública	8,5	51,9	25,9	9,0	4,7	20,7
Ônibus Urbano	1,4	55,7	25,7	10,0	7,1	14,3
Terminal Marítimo	0,0	42,9	57,1	0,0	0,0	-14,3
Terminal Rodoviário	2,9	52,3	34,4	8,6	1,8	10,4
Aeroporto	0,0	16,7	58,3	25,0	0,0	-66,7

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

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (86,9%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação superior a 80,0%. No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 74,3%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: aeroporto (-66,7%), terminal marítimo (-14,3%), sinalização turística (-13,9%), e manifestações populares (-4,8%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	4,1	3,6	3,7
Razoáveis	74,5	65,1	67,7
Elevados	17,3	29,0	25,7
Exorbitantes	4,1	2,4	2,9
Total	100,0	100,0	100,0

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 67,7% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 28,6 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (36,2%), clima (20,6%) e hospitalidade do povo piauiense (8,2%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	62,5
Belezas Naturais	36,2
Clima	20,6
Delta do Parnaíba	3,1
Lagoa do Portinho	2,6
Infra-Estrutura Urbana	5,8
Tranquilidade da Cidade	2,7
Paisagismo/Aspectos Urbanístico	2,3
Serviço de Transporte	0,8
Infra-Estrutura Turística	10,6
Culinária	4,9
Diversão Noturna	2,5
Aspectos Cultural-Históricos	1,7
Meios de Hospedagem	1,0
Restaurantes/Bares	0,5
Educação, Informação e Comunicação	15,5
Hospitalidade do Povo	8,2
Amigos e Familiares	4,9
Beleza Piauiense	2,4
Comércio e Serviços	1,2
Comércio	1,2
Outros	4,4
Tudo (cidade em geral)	3,8
Outros	0,6
Total	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: limpeza pública (12,9%), preços elevados (11,0%), e a falta de segurança (9,7%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	5,6
Sujeira da Praia	3,1
Clima	2,5
Infra-Estrutura Urbana	16,8
Falta de Segurança	9,7
Sinalização Urbana Precária	3,4
Calçamento Ruim	2,2
Infra-Estrutura da Cidade	0,6
Falta de Conservação da Rodoviária	0,6
Falta de Conservação das Rodovias	0,3
Infra-Estrutura Turística	14,3
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	5,0
Falta de Opção de Lazer	4,3
Sinalização e Informação Turística	2,8
Meios de Hospedagem	2,2
Educação, Informação e Comunicação	8,7
Despreparo no Relacionamento com o Turista	3,4
Educação no Trânsito	2,8
Povo Mal Educado	1,9
Tradição Cultural	0,6
Comércio e Serviços	28,8
Preços Elevados	11,0
Infra-Estrutura de Transporte	6,6
Atendimento nos Bares e Restaurantes	6,3
Infra-Estrutura – Água – Luz – Iluminação	2,1
Atendimento Bancário	1,3
Comércio	0,9
Saúde	0,3
Inexistência de Vãos	0,3
Outros	25,8
Limpeza Pública	12,9
Insetos, Pernilongos	3,4
Nada	2,5
Poluição Visual e Sonora	1,2
Pobreza (esmola)	0,9
Administração Pública	0,6
Outros	4,3
Total	100,0

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

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística no Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia) foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do litoral, tais como: Rodoviárias, BRs e PI. O levantamento de campo foi realizado no período de 02 a 08/02/2006, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 350 turistas receptivos.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Janeiro/2006

1 – Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em janeiro de 2006, os turistas que visitaram São Raimundo Nonato eram, predominantemente, brasileiros, com representatividade de 97,9%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	97,9
Exterior	2,1
Total	100,0

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

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Itália, com 66,6%, seguida pela Alemanha, com 33,4%.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Itália	66,6
Alemanha	33,4
Total	100,0

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

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais: o Estado do Piauí (52,7%), Pernambuco (10,4%) e Bahia (5,2%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato: a região Nordeste, com 73,5%, e a região Sudeste, com 14,8%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Nordeste	73,5
Piauí	52,7
Pernambuco	10,4
Bahia	5,2
Ceará	2,2
Maranhão	1,5
Paraíba	1,5

Continua

Conclusão	
Sudeste	14,8
São Paulo	14,8
Centro-Oeste	10,3
Distrito Federal	9,6
Mato Grosso do Sul	0,7
Sul	1,4
Rio Grande do Sul	0,7
Santa Catarina	0,7
Total	100,0

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

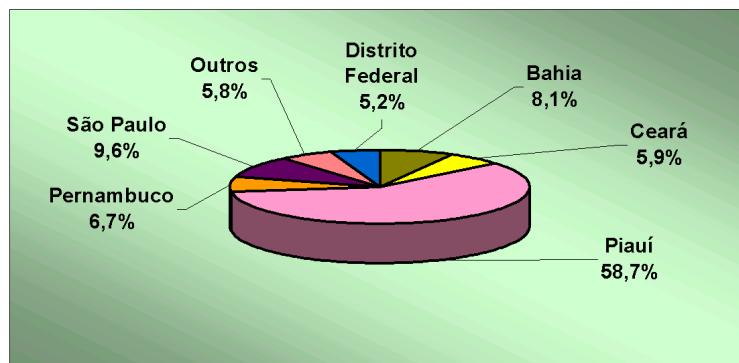
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais (Tab.4), evidenciou-se que a maioria é do Piauí, com um percentual de 58,7%, seguido dos nascidos em São Paulo (9,6%), Bahia (8,1%) e Pernambuco (6,7%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	58,7
São Paulo	9,6
Bahia	8,1
Pernambuco	6,7
Ceará	5,9
Distrito Federal	5,2
Maranhão	2,2
Paraíba	1,5
Santa Catarina	0,7
Rio de Janeiro	0,7
Rio Grande do Sul	0,7
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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 predominaram aqueles do sexo masculino, o que corresponde a 73,9% no geral e a 83,8% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 48,5%.

O percentual de turistas casados atingiu 48,6%. Dentre os entrevistados, 45,7% viajavam desacompanhados. Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira 5,4 % viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam desacompanhados, correspondendo a 50,0%.

De modo geral, somente 2,9% dos turistas entrevistados viajaram em excursões.

Tabela 5
Perfil dos Turistas (%)

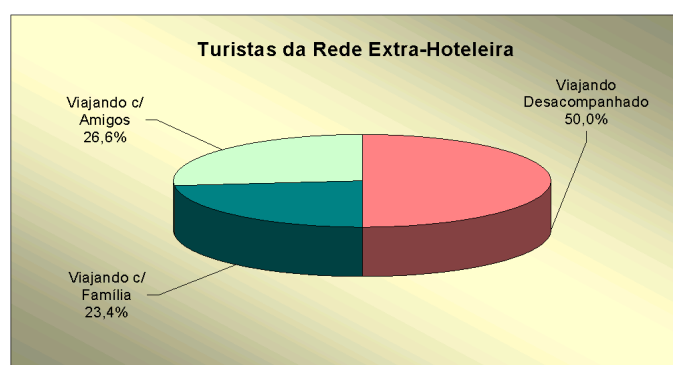
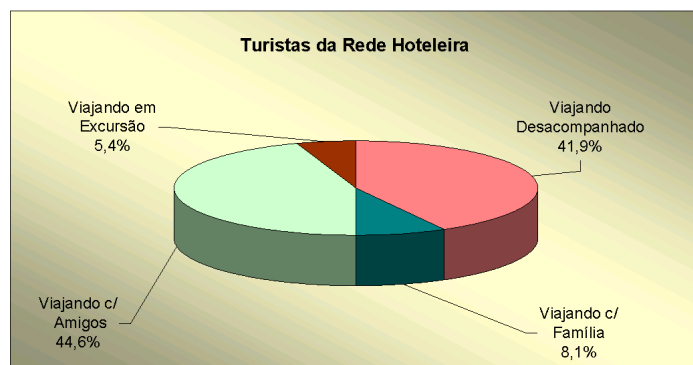
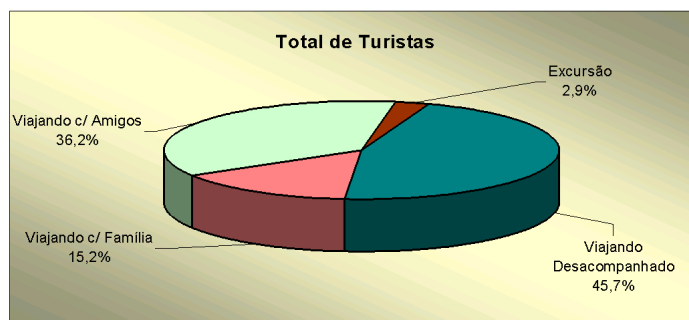
Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	83,8	62,5	73,9
Feminino	16,2	37,5	26,1
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	1,4	3,1	2,2
18 a 25 Anos	12,2	40,7	25,4
26 a 35 Anos	37,8	23,4	31,2
36 a 50 Anos	25,7	25,0	27,5
51 a 65 Anos	10,8	7,8	9,4
Acima de 65 Anos	8,1	-	4,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	4,9	20,3	17,4
Médio	29,7	39,1	32,0
Técnico	2,7	-	1,4
Superior	41,9	31,3	37,0
Pós-Graduação	14,9	7,9	11,5
Outros	-	1,4	0,7
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	54,1	48,4	48,6
Solteiro	35,1	42,2	41,3
Separado	6,8	6,3	6,5
Viúvo	-	1,6	0,7
Outros	4,0	1,6	2,9

Continua

			Conclusão
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	41,9	50,0	45,7
Com a Família	8,1	23,4	15,2
Com Amigos	44,6	26,6	36,2
Em Excursão	5,4	-	2,9
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,8	2,3	2,6

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que somente 3,6% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência, dos quais, 4,1% utilizaram a rede hoteleira e 3,1%, a rede extra-hoteleira.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	4,1	3,1	3,6
Não	95,9	96,9	96,4
Total	100,0	100,0	100,0

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o representante comercial/vendedor (17,4%), o estudante (13,6%) e o funcionário público (8,0%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Rep. Comercial/Vendedor	27,1	6,3	17,4
Estudante	4,1	23,4	13,6
Funcionário Público	10,8	4,7	8,0
Motorista	8,1	6,3	7,2
Autônomo	5,4	9,4	7,2
Advogado	4,1	3,1	3,6
Professor	2,7	3,1	2,9
Comerciante	2,7	3,1	2,9
Engenheiro	4,1	1,6	2,9
Empresário	4,1	1,6	2,9
Técnico de Nível Médio	2,7	3,1	2,9
Dona-de-Casa	-	4,7	2,2
Mecânico	1,4	3,1	2,2
Bancário	1,4	1,6	1,4
Empregado Doméstico	-	3,1	1,4
Médico Veterinário	1,4	1,6	1,4
Pesquisador	-	1,6	0,7
Outras	19,9	18,6	19,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no mês de janeiro de 2006 permaneceram, em média, 9 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 13,7 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,9 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$179,64, correspondendo a R\$ 19,99 por dia, incluída nestes gastos, 1,5 pessoa.

Na rede extra-hoteleira a média destes gastos foi de R\$161,17 por turista, equivalendo a R\$11,75 *per capita/dia* incluída 1,6 pessoa.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 290,39, cerca de R\$40,32 *per capita/dia*, por estar incluída nestes gastos, 1,4 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade (dias)	4,9	13,7	9,0
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	290,39	280,66	286,05
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,4	1,6	1,5
Gasto per Capita dos Turistas (R\$)	197,25	161,17	179,64
Gasto per Capita/Dia (R\$)	40,32	11,75	19,99
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	1.957,82	1.918,19	1.942,04

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (24,4%) e diversões/passeios (17,2%). Do total de entrevistados 18,6% gastaram com outros itens não discriminados aqui.

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	25,7	23,0	24,4
Diversões / Passeios	15,8	18,4	17,2
Hospedagem	22,2	4,3	17,0
Alimentação	13,7	17,3	11,9
Transporte	13,3	9,6	10,9
Outros	9,3	27,4	18,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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	97,9	9,1	18,56	19,82
Nordeste	71,8	8,6	164,12	19,09
Maranhão	1,4	1,5	55,00	26,67
Piauí	51,6	10,5	175,11	16,71
Ceará	2,2	10,7	47,50	4,45
Pernambuco	10,1	2,9	108,15	36,93
Bahia	5,1	3,6	415,29	116,28
Paraíba	1,4	3,0	75,00	25,00
Sudeste	14,5	12,7	199,14	15,68
São Paulo	14,5	12,7	119,14	15,68
Centro-Oeste	10,1	6,3	159,3	25,32
Mato Grosso do Sul	0,7	1,0	15,00	15,00
Distrito Federal	9,4	6,7	165,68	24,76
Sul	1,4	18,5	830,00	44,86
Rio Grande do sul	0,7	2,0	490,00	245,00
Santa Catarina	0,7	35,0	1.000,00	28,57
Internacional	2,1	3,3	117,33	35,20
Alemanha	0,7	5,0	250,00	50,00
Itália	1,4	2,5	51,00	20,40
Total	100,0	9,0	179,64	19,99

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

a) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **8,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$19,09**;

b) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **12,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$15,68**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **6,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$25,32**;

d) A região **Sul** revela uma permanência média de **18,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$44,86**;

e) No âmbito **internacional**, registra-se uma permanência média de **3,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$35,20**.

3 – Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em São Raimundo Nonato no mês janeiro de 2006, 50,8% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (39,1%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	39,2	64,1	50,8
Automóvel	52,7	23,4	39,1
Avião	2,7	4,7	3,6
Outros	5,4	7,8	6,5
Total	100,0	100,0	100,0

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

Neste município, sobressai-se a rede hoteleira (53,6%) como o principal meio de hospedagem, na qual o hotel representa 36,2% da preferência. Observa-se que a rede extra-hoteleira participa com um percentual de 46,4%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	53,6
Hotel	36,2
Pousada	17,4
Pensão / Hospedaria	-
Flat / Apart-Hotel	-
Rede Extra-Hoteleira	46,4
Casa Parentes / Amigos	25,4
Camping / Albergue	-
Casa Própria	6,5
Casa / Apart. de Aluguel	2,2
Outros ¹	12,3
Total	100,0

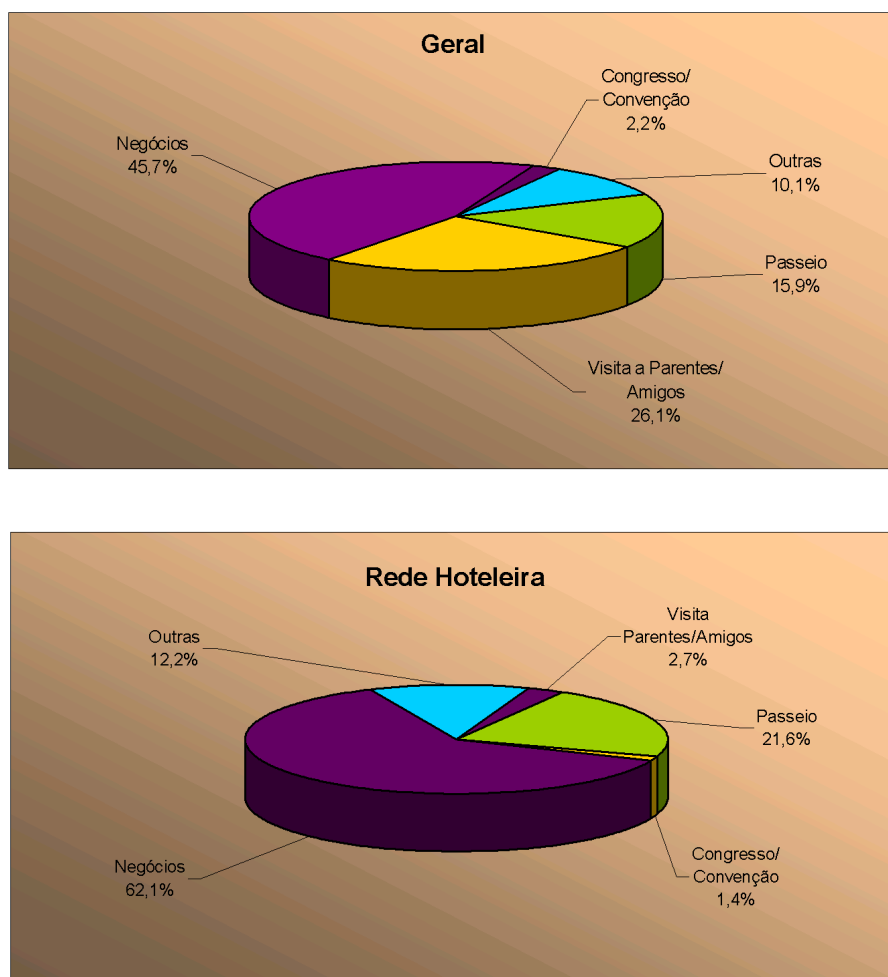
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro de 2006.

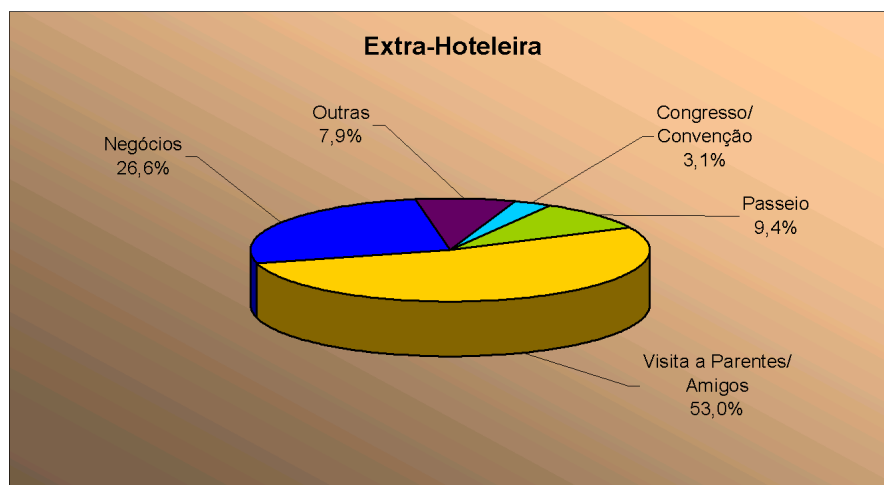
¹ As excursões turísticas, geralmente colegiais, procedentes de microrregiões próximas que demandam o Parque Nacional da Serra da Capivara/Museu do Homem Americano, visitam-no e retornam para seus municípios no mesmo dia, sem se hospedarem.

4 – Motivações e Atrativos da Viagem

Apesar de São Raimundo Nonato sediar um Patrimônio Histórico Cultural, de modo geral, o principal motivo da viagem foi negócio (45,7%), seguido de visita a parentes/amigos (26,1%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa maior relevância (62,1%). O motivo passeio teve uma participação de 21,6%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como visita a parentes/amigos e negócios sobressaíram, correspondendo a 53,0% e 26,6%, 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 86,4%, justificado pelo Parque Nacional da Serra da Capivara e o Museu do Homem Americano, localizados na região compreendida pelos Municípios de São Raimundo Nonato e Coronel José Dias.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural	87,5	83,3	86,4
Outros	12,5	16,7	13,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

Os comentários de parentes/amigos (63,7,%) e a propaganda/publicidade (18,2%) foram os fatores determinantes 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	56,1	83,3	63,7
Propaganda/Publicidade	18,8	16,7	18,2
Já Conhecia o Local	6,3	-	4,5
Internet	-	-	-
Agência de Viagem	-	-	-
Outros	18,8	-	13,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro 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	33,8	25,0	29,7
Mais de Uma Vez	66,2	75,0	70,3
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Local			
Sim	94,6	93,7	94,2
Não	5,4	6,3	5,8
Total	100,0	100,0	100,0

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

Dos turistas consultados, 29,7% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 70,3% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 94,2% demonstraram pretensão de voltar à cidade, sendo que, destes, 57,6% 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	65,7	53,3	57,6
Em 2007	11,4	23,3	17,0
Em 2008	2,9	6,7	4,6
Sem Previsão	18,6	16,7	17,7
Outros	1,4	-	3,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

5 – Aspectos Espaciais

Além do berço das origens (São Raimundo Nonato), destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: Canto do Buriti, com 12,0%, Anísio de Abreu e São João do Piauí, ambos com 10,0%. Em seguida aparecem Floriano (8,0%) e São Lourenço (7,0%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Berço das Origens*

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	2,0	3,0
Parnaíba	1,0	3,0
Piracuruca /Sete Cidades	1,0	3,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	4,0	3,5
Regeneração	1,0	3,0
Teresina	3,0	7,0
Pólo das Origens –Turismo Arqueológico	8,0	1,4
Caracol (Serra das Confusões)	6,0	1,8
Coronel José Dias	2,0	1,0
Pólo Histórico-Cultural	15,0	3,2
Amarante	1,0	7,0
Floriano	8,0	1,4
Oeiras	6,0	1,2
Pólo do Agronegócio	1,0	1,0
Bom Jesus	1,0	1,0
Outros	70,0	3,0
Anísio de Abreu	10,0	1,2
Bonfim do Piauí	1,0	7,0
Canto do Buriti	12,0	1,2
Corrente	2,0	1,5
Cristino Castro	1,0	2,0
Eliseu Martins	1,0	7,0
Fartura	1,0	4,0
Itaueira	1,0	7,0
Lagoa do Barro	1,0	2,0
Picos	1,0	7,0
São Braz do Piauí	6,0	4,3
São João do Piauí	10,0	1,6
São Lourenço	7,0	2,9
Simplício Mendes	5,0	1,2
Valença	2,0	1,5
Várzea Branca	3,0	2,0
Outros	6,0	1,2
Total	100,0	15,1

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

* Berço das origens igual a São Raimundo Nonato.

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*	55,0	38,8	4,4	1,2	0,6	87,5
Manifestações Populares	19,1	55,3	17,0	2,1	6,4	48,9
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Hospitalidade do Povo*	47,0	43,9	7,6	0,8	0,8	81,8
Meios de Hospedagem	15,0	68,8	12,5	0,0	3,8	67,5
Diversões Noturnas	19,1	54,4	16,2	7,4	2,9	47,1
Guias de Turismo	25,0	48,3	10,0	11,7	5,0	46,7
Serviços Receptivos/Empresas	16,3	56,1	21,4	2,0	4,1	44,9
Passeios Oferecidos	26,4	45,8	19,4	2,8	5,6	44,4
Bares e Restaurantes	8,2	60,9	27,3	0,9	2,7	38,2
Equipamentos de Lazer	23,8	38,1	28,6	4,8	4,8	23,8
Serviços de Táxis	17,1	42,9	20,0	14,3	5,7	20,0
Comércio / Compras	9,7	44,1	37,6	7,5	1,1	7,5
Informação Turística	7,0	46,5	27,9	10,5	8,1	7,0
Sinalização Turística	4,6	35,6	29,9	17,2	12,6	-19,5
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios / Fone	5,3	63,7	21,2	3,5	6,2	38,1
Segurança Pública	2,6	38,3	21,7	19,1	18,3	-18,3
Sinalização Urbana	0,8	22,3	30,0	15,4	31,5	-53,8
Limpeza Pública	1,6	12,4	24,0	14,7	47,3	-72,1
Terminal Rodoviário	0,0	2,1	12,8	14,9	70,2	-95,7

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

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

Os atrativos de patrimônios históricos/naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (87,5%), seguidos de hospitalidade do povo (81,8%) e meios de hospedagem (67,5%). Avaliação negativa foi atribuída com maior relevância ao terminal rodoviário (-95,7%), limpeza pública (-72,1%), sinalização urbana (-53,8%) e segurança pública (-18,3%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, obteve índice aceitável somente a hospitalidade do povo (81,8%). No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 38,1%), encontrando-se, não obstante, distante do índice aceitável que é de pelo menos 80,0%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: terminal rodoviário (-95,7%), limpeza pública (-72,1%), sinalização urbana (-53,8%) e segurança pública (-18,3%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	10,8	15,6	13,0
Razoáveis	67,5	57,9	63,1
Elevados	17,6	23,4	20,3
Exorbitantes	4,1	3,1	3,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 63,1% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 23,9% dos turistas avaliaram os preços como elevados a exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: hospitalidade do povo piauiense, com 28,8%, seguida da visita ao Parque Nacional da Serra da Capivara e ao Museu do Homem Americano, juntos com 16,8%.

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	7,3
Clima	2,3
Belezas Naturais	5,0
Infra-Estrutura Urbana	8,9
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	5,0
Tranquilidade da Cidade	1,8
Praça do Abrigo	0,9
Segurança Pública	0,9
Serviço de Transporte	0,3
Infra-Estrutura Turística	37,5
Parque Nacional da Serra da Capivara	10,0
Museu do Homem Americano	6,8
Cruzeiro da Cidade	5,5
Diversão Noturna/Opções de Lazer	5,0
Aspecto Cultural/Histórico	3,2
Restaurantes/Bares	2,3
Pontos Turísticos	1,4
Meios de Hospedagem	1,4
Culinária	0,9
Festas Populares	0,5
Turismo Receptivo	0,5
Educação, Informação e Comunicação	31,5
Hospitalidade do Povo	28,8
Amigos e Familiares	1,8
Beleza Piauiense	0,9
Comércio e Serviços	10,1
Comércio	7,3
Negócios	2,3
Baixo Custo de Vida	0,5
Outros	4,7
Tudo (cidade em geral)	2,3
Administração Pública	1,4
Outros	1,0
Total	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados foram os seguintes: limpeza pública (22,2%) e falta de conservação na rodoviária (12,2%), ambos inseridos na Infra-Estrutura Urbana.

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	4,8
Clima	2,7
Poluição Sonora	2,1
Infra-Estrutura Urbana	73,4
Limpeza Pública	22,2
Falta de Conservação da Rodoviária	12,2
Trânsito Desordenado	11,7
Infra-Estrutura (água, luz)	11,3
Falta de Saneamento Básico	9,0
Administração Pública	2,7
Infra-Estrutura da Cidade (traçado das ruas)	1,6
Falta de Segurança Pública	1,1
Serviços de Comunicação	0,6
Aspecto Paisagístico	0,5
Sinalização Urbana Precária	0,5
Infra-Estrutura Turística	9,6
Sinalização Turística	2,7
Escassez de Informações Turísticas	1,6
Falta de Opção de Lazer	1,1
Poucas Opções de Restaurantes	1,1
Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer)	1,1
Turismo Receptivo	1,0
Meios de Hospedagem	0,5
Culinária	0,5
Educação, Informação e Comunicação	1,0
Tradição Cultural	0,5
Hospitalidade	0,5
Comércio e Serviços	4,3
Transportes (táxi, mototáxi, ônibus)	2,7
Serviços Bancários Deficientes	1,1
Comércio (feira/mercado)	0,5
Outros	6,9
Falta de Conservação das Rodovias (asfalto)	3,2
Nada Desagradou	1,1
Outros	2,6
Total	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Janeiro de 2006

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística de São Raimundo Nonato foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do local, tais como: Rodoviária, BR/PI e o Museu do Homem Americano. O levantamento de campo foi realizado no período de 02 a 08/02/2006, sendo entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 138 turistas receptivos.