

**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 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

Lucia Maria Said Adad

Aeroporto:

Tânia Maria Waquim

Rodoviária:

José Alcion de Oliveira Costa

Litoral

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Vera Lúcia de Sousa Araújo (apoio)

São Raimundo Nonato

Sônia Maria Ribeiro Feitosa

Ivonete dos Reis Galdino (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
Denis dos Reis Galdino
Fabricia Maria de Carvalho
Fernanda Lisia Veloso de Sousa
Heloisi da Costa Mourão Roseno
João Henrique Gonçalves Moreira
José Alcion de Oliveira Costa (Supervisão)
Laryane Rocha Macêdo
Marco Avelar Mousinho
Maria Elenildes de Assis Morais
Maurício da Silva Gomes
Nathalye Nayana de Oliveira Lima
Rafaela Oliveira do Nascimento
Ruan Ribeiro Feitosa Cipriano Borges
Tânia Maria Waquim (Supervisão)
Veranice de Sousa Silva

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Doriana de Brito Medeiros
Guilhermino Vicente de Sousa Silva
Izabelita Silva Ferreira
Laércio Amorim Mendes
Manoela Amorim Mendes
Manuel Valdeci Alves Júnior
Mayanne Brunna Silva Sipaúba
Milena dos Santos Araújo
Muridan Silva Ferreira
Neydianne Julisse Silva Sipaúba
Rafaela Reis Pessoa
Valdeci Leite Soares Neto

São Raimundo Nonato

Andréa Maria Abreu Borges
Carla Andréa da S. Vieira
Carolinne Cristina Dias de Macêdo
Ismalha da Conceição Silva
Laurenice da Mata Lima Oliveira
Mário Afonso F. Paes Landim
Neide Ribeiro Soares Silva
Renata Santana Ribeiro
Wayne Dias Paes

Digitação

Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato

- Dulcinéa Carvalho, Paulo de Társio

SUMÁRIO

Apresentação	07
Teresina	
1 Procedência dos Turistas	11
2 Meios de Hospedagem e de Transporte	13
3 Perfil dos Turistas	14
3.1 Aspectos pessoais	14
3.2 Aspectos econômico-financeiros	17
4 Motivações e Atrativos da Viagem	20
5 Aspectos Espaciais	24
6 Avaliação Geral dos Turistas	26
Litoral (Parnaíba e Luís Correia)	
1 Procedência dos Turistas	33
2 Meios de Hospedagem e de Transporte	35
3 Perfil dos Turistas	36
3.1 Aspectos pessoais	36
3.2 Aspectos econômico-financeiros	39
4 Motivações e Atrativos da Viagem	42
5 Aspectos Espaciais	46
6 Avaliação Geral dos Turistas	47
São Raimundo Nonato	
1 Procedência dos Turistas	53
2 Meios de Hospedagem e de Transporte	55
3 Perfil dos Turistas	56
3.1 Aspectos pessoais	56
3.2 Aspectos econômico-financeiros	60
4 Motivações e Atrativos da Viagem	63
5 Aspectos Espaciais	67
6 Avaliação Geral dos Turistas	68
Nota Metodológica	73
Anexo	
Mapa da Pesquisa de Demanda Turística	77

APRESENTAÇÃO

O resultado desta pesquisa de Demanda Turística, no período de alta estação, que, para a presente, compreende o mês de julho, foi realizada nos três Pólos principais (Teresina, Litoral – Parnaíba e Luís Correia – e São Raimundo Nonato), acontecendo, usualmente, na última semana do mês.

A exceção ocorreu no Pólo do Litoral, no período de 18 a 24 de julho de 2007, e para os demais dois pólos, Teresina e São Raimundo Nonato, a sua realização se deu no período de 25 a 31.07 e 26.07 a 01.08 do corrente ano, respectivamente.

O fato de destaque do período considerado foi à criação da Secretaria do Turismo, que vem somar-se aos esforços desta Fundação CEPRO no sentido de reforçar a atividade de pesquisa no segmento, tão essencial ao conhecimento das intenções e avaliações dos turistas que visitam o Estado do Piauí.

E os esforços, num primeiro momento, indicam que a empreitada de dotar o Piauí de um novo órgão de coordenação do turismo estadual – aliado a diversas promoções de incentivo e divulgação que ocorreram no período – surtiu os efeitos desejados, haja vista que os dados numéricos desta pesquisa relativo aos turistas foram de 1.214 para Teresina, 1.173 para o Litoral e 360 para São Raimundo Nonato.

Os referidos resultados alcançados ensejam que ações inovadoras no setor turístico possam ser desencadeadas pelos dirigentes que estão assumindo tarefas desafiadoras, com o intuito de desenvolver as potencialidades dos três Pólos, caracterizadas pelas atividades de eventos e negócios (Teresina), ecoturismo e lazer (Litoral) e turismo cultural (São Raimundo Nonato).

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Teresina

Julho/2007

1 Procedência dos Turistas

Observando as tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem do turista que visitou Teresina na última temporada de férias, verifica-se que 98,4% são brasileiros. Do total de estrangeiros que estiveram em Teresina, 20,0% são da Espanha; 15,0% dos Estados Unidos; e 10,0% do Canadá.

Quanto aos brasileiros, 55,1% são nordestinos, sendo os piauienses 27,9%. Em seguida temos a região Sudeste, com 23,8%, sendo São Paulo o estado que mais se sobressai, com 18,6%. A região Centro-Oeste contribui com 13,2%, sendo o Distrito Federal 11,4% dos entrevistados.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Qtde.	Geral (%)
Brasil	1.194	98,4
Exterior	20	1,6
Total	1.214	100,0

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

Tabela 2
Procedência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	Qtde.	(%)
Espanha	4	20,0
Estados Unidos	3	15,0
Canadá	2	10,0
Alemanha	1	5,0
África do Sul	1	5,0
Argentina	1	5,0
Dinamarca	1	5,0
Egito	1	5,0
Holanda	1	5,0
Itália	1	5,0
Rússia	1	5,0
Suíça	1	5,0
Portugal	1	5,0
Luxemburgo	1	5,0
Total	20	100,0

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

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	Qtde.	(%)
Norte	74	6,2
Pará	53	4,4
Amazonas	6	0,5
Rondônia	5	0,4
Tocantins	5	0,4
Roraima	3	0,3
Acre	2	0,2
Nordeste	658	55,1
Piauí	333	27,9
Ceará	152	12,7
Maranhão	80	6,7
Pernambuco	54	4,5
Bahia	18	1,5
Rio Grande do Norte	13	1,1
Paraíba	6	0,5
Alagoas	2	0,2
Sudeste	284	23,8
São Paulo	222	18,6
Rio de Janeiro	40	3,4
Minas Gerais	21	1,7
Espírito Santo	1	0,1
Centro-Oeste	157	13,2
Distrito Federal	136	11,4
Goiás	16	1,3
Mato Grosso	3	0,3
Mato Grosso do Sul	2	0,2
Sul	21	1,7
Paraná	10	0,8
Rio Grande do Sul	5	0,4
Santa Catarina	6	0,5
Total	1.194	100,0

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

2 Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 68,4%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 60,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 31,6%.

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

Hospedagem	Qtde.	Geral (%)
Rede Hoteleira	383	31,6
Hotel	313	25,8
Pensão Hospedaria	46	3,8
Flat	14	1,2
Pousada	10	0,8
Rede Extra-Hoteleira	831	68,4
Casa Parentes/Amigos	736	60,6
Casa Própria	67	5,5
Casa / Apart. de Aluguel	7	0,6
Outras	21	1,7
Total	1214	100,0

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

Quanto ao transporte utilizado para chegar a Teresina, o turista serviu-se principalmente de voo regular (52,1%); seguido de ônibus de linha (40,9%).

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Voo Regular	68,4	44,5	632	52,1
Ônibus de Linha	28,5	46,7	497	40,9
Automóvel	2,6	8,5	81	6,7
Outros	0,5	0,3	4	0,3
Total	100,0	100,0	1214	100,0

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

3 Perfil dos Turistas

3.1 Aspectos pessoais

Com relação aos aspectos pessoais dos turistas que estiveram em Teresina, a Tabela 6 evidencia a predominância do sexo masculino, correspondendo a 52,0%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (35,6%). No item nível de escolaridade, 38,1% possuem curso superior, seguido dos que têm escolaridade de nível médio (32,0%).

Quanto ao estado civil, 51,3% dos entrevistados disseram ser casados e 40,0%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam desacompanhados (61,9%); sendo que 71,5% se hospedaram na rede hoteleira e 57,6%, na rede extra-hoteleira.

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Sexo	100,0	100,0	1.214	100,0
Masculino	70,00	43,7	631	52,0
Feminino	30,0	56,3	583	48,0
Faixa Etária	100,0	100,0	1.214	100,0
Até de 17 Anos	1,6	4,9	47	3,9
18 a 25 Anos	9,9	19,4	199	16,4
26 a 35 Anos	35,0	28,4	370	30,5
36 a 50 Anos	40,4	33,4	432	35,6
51 a 65 Anos	11,5	11,4	139	11,4
Acima de 65 Anos	1,6	2,5	27	2,2
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	1.214	100,0
Fundamental	8,6	17,4	178	14,7
Médio	19,8	37,7	389	32,0
Técnico	2,9	1,8	26	2,2
Superior	48,0	33,6	463	38,1
Pós-Graduação	18,8	6,4	125	10,3
Outros	1,9	3,1	33	2,7
Estado Civil	100,0	100,0	1.214	100,0
Casado	59,4	47,7	623	51,3
Solteiro	33,4	43,0	485	40,0
Separado	5,7	6,1	73	6,0
Viúvo	0,5	2,6	24	2,0
Outros	1,0	0,6	9	0,7
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	1.214	100,0
Viajando Desacompanhado	71,5	57,6	752	61,9
Com a Família	18,0	36,3	371	30,6
Com Amigos	10,2	5,9	88	7,3
Em Excursão	0,3	0,2	3	0,2
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,4	1,7	-	1,6

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

Figura 1
Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

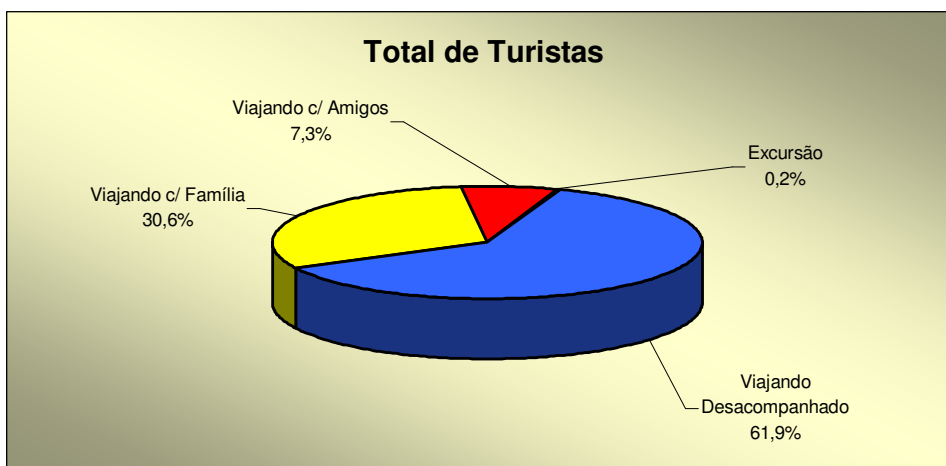


Figura 1.2

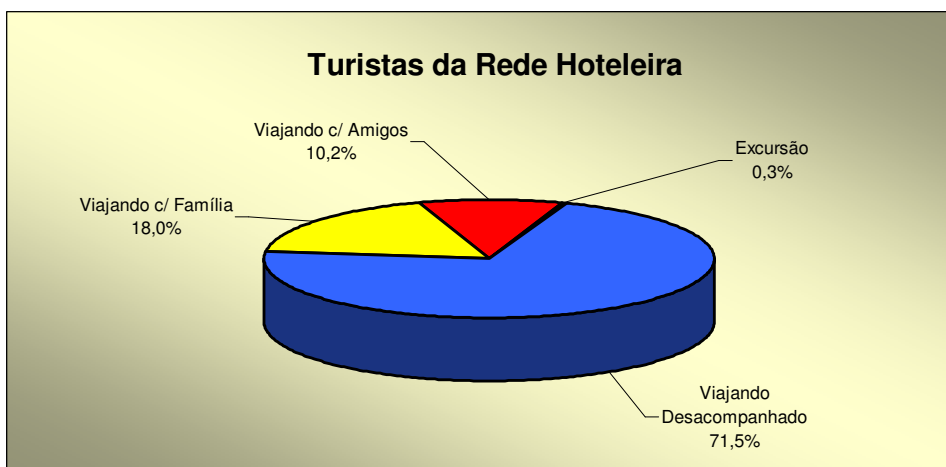
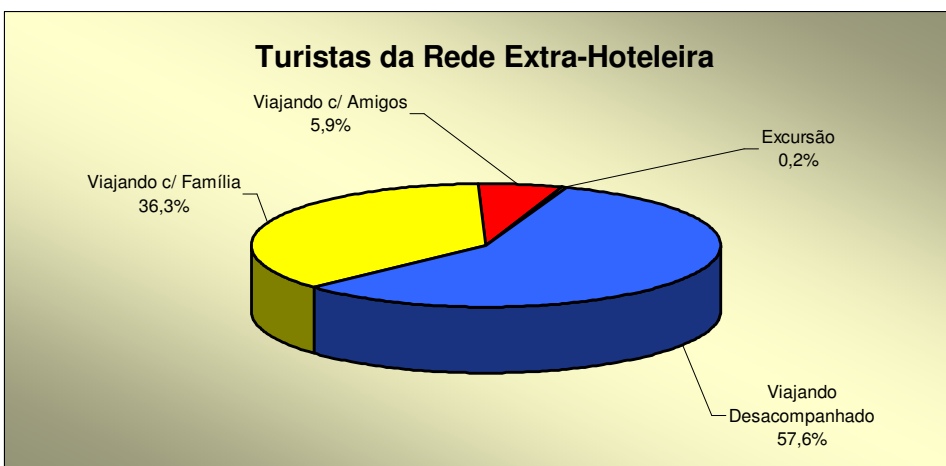


Figura 1.3



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

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Sim	-	-	-	-
Não	100,0	100,0	1214	100,0
Total	100,0	100,0	1214	100,0

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

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem profissional liberal (16,5%), funcionário público (15,2%) e estudante (10,6%).

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Profissional Liberal	23,7	13,3	201	16,5
Funcionário Público	12,0	16,7	185	15,2
Estudante	5,2	13,1	129	10,6
Dona-de-Casa	3,9	9,9	97	8,0
Comerciante	6,3	5,9	73	6,0
Aposentado/Pensionista	1,8	6,9	64	5,3
Autônomo	4,2	5,7	63	5,2
Comerciário	4,4	3,7	48	4,0
Professor	4,4	2,9	41	3,4
Rep. Comercial	5,5	0,5	25	2,1
Industriário	2,3	1,9	25	2,1
Bancário	3,1	1,3	23	1,9
Gerente	3,9	0,6	20	1,6
Militar	0,5	1,8	17	1,4
Lavrador	1,3	1,4	17	1,4
Industrial	2,1	0,7	14	1,2
Empregada Doméstica	0,3	1,3	12	1,0
Analista de Sistema	1,8	0,6	12	1,0
Empresário	1,8	0,5	11	0,9
Consultor	1,8	0,5	11	0,9
Técnico Nível Médio	1,6	0,4	9	0,7
Outras	8,1	10,4	117	9,6
Total	100,0	100,0	1214	100,0

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

3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa permaneceram, em média, 8,32 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 10,21 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,22 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 458,67, correspondendo a R\$ 55,13 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,48 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 418,04, correspondendo a R\$ 40,94 per capita/dia, incluída 1,58 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 559,49, cerca de R\$ 132,68 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,29 pessoa.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,22	10,21	8,32
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	721,05	659,60	679,90
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,29	1,58	1,48
Gasto per Capita (R\$)	559,49	418,04	458,67
Gasto per Capita/Dia (R\$)	132,68	40,94	55,13
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.180,12	1.891,42	2.699,48

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

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (21,0%), compras (20,4%) e diversão (19,7%).

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Geral (%)
Hospedagem	23,9	0,5	21,0
Compras	20,7	25,1	20,4
Diversões / Passeios	14,2	26,2	19,7
Alimentação	11,2	16,0	12,0
Transporte	12,2	12,2	10,4
Outros	17,8	20,0	16,5
Total	100,0	100,0	100,0

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

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

Tabela 11
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional	98,4	8,3	450,39	54,32
Norte	6,1	10,1	488,02	48,54
Pará	4,4	9,3	501,57	54,14
Tocantins	0,4	14,2	420,00	29,58
Amazonas	0,5	4,8	44,70	50,63
Rondônia	0,4	13,8	693,75	50,27
Acre	0,2	15,5	167,50	10,81
Roraima	0,2	17,7	629,33	35,62
Nordeste	54,2	7,3	322,39	44,30
Piauí	27,4	6,9	268,04	39,04
Ceará	12,5	5,7	311,12	54,23
Maranhão	6,6	7,5	385,87	51,62
Bahia	1,5	14,1	502,89	35,78
Pernambuco	4,4	11,9	557,32	47,02
Paraíba	0,5	7,2	413,13	57,65
Rio Grande do Norte	1,1	6,6	492,87	74,50
Alagoas	0,2	5,0	770,00	154,00
Sudeste	23,4	9,4	665,72	70,71
São Paulo	18,3	9,4	650,98	69,31
Rio de Janeiro	3,3	11,0	765,65	69,92
Minas Gerais	1,7	7,1	643,63	90,71
Espírito Santo	0,1	2,0	150,0	75,0
Centro-Oeste	12,9	9,6	501,28	52,15
Distrito Federal	11,2	9,9	501,85	50,90
Goiás	1,3	8,3	595,45	72,18
Mato Grosso	0,2	2,7	110,83	41,56
Mato Grosso do Sul	0,2	14,0	3.000,00	214,29
Sul	1,7	8,8	471,36	53,80
Rio Grande do Sul	0,4	4,0	507,14	126,79
Santa Catarina	0,5	6,8	316,50	46,32
Paraná	0,8	12,3	527,92	42,92
Internacional	1,6	10,1	847,70	84,35
Espanha	0,3	6,5	1.400,00	215,38
Estados Unidos	0,2	2,0	744,00	372,00
África do Sul	0,1	7,0	4.200,00	600,00
Alemanha	0,1	2,0	700,00	350,00
Holanda	0,1	10,0	1.000,00	100,00
Argentina	0,1	10,0	3.090,00	309,00
Suíça	0,1	3,0	1.280	426,67
Canadá	0,2	23,5	1.850,00	78,72
Dinamarca	0,1	1,0	70,00	70,00
Egito	0,1	1,0	50,00	50,00
Itália	0,1	50,0	1.300,00	26,00
Luxemburgo	0,1	6,0	2.050,00	341,67
Portugal	0,1	3,0	197,50	65,83
Rússia	0,1	29,0	4.200,00	144,83
Total	100,0	8,3	458,67	55,13

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **10,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 48,54**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **7,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 44,30**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **9,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 70,71**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **9,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 52,15**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **8,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 53,80**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **10,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 84,35**.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando da capital do Estado, mesmo em período de alta estação, o principal motivo da viagem foi visita a parentes e amigos (39,3%), seguida próximo do motivo negócios (30,7%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa maior relevância (67,6%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas foram visita a parentes e amigos (54,2%) e, em seguida, saúde (16,6%) são as mais relevantes.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

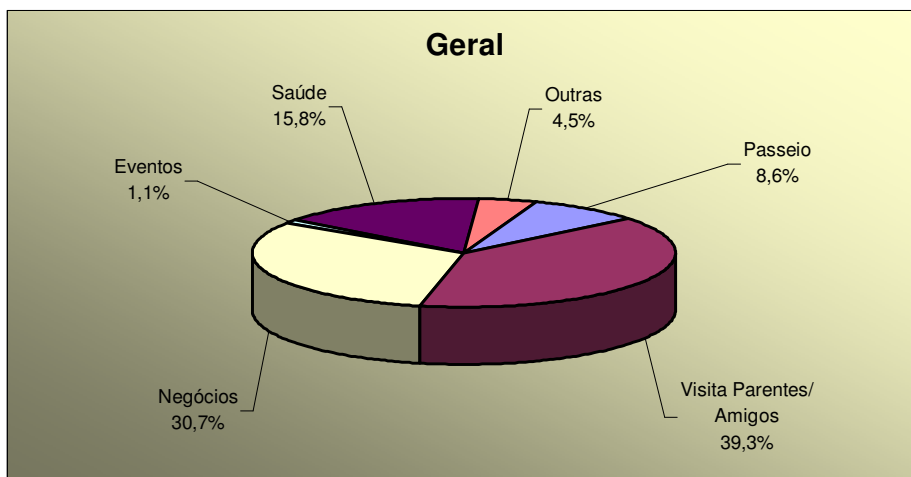


Figura 2.2

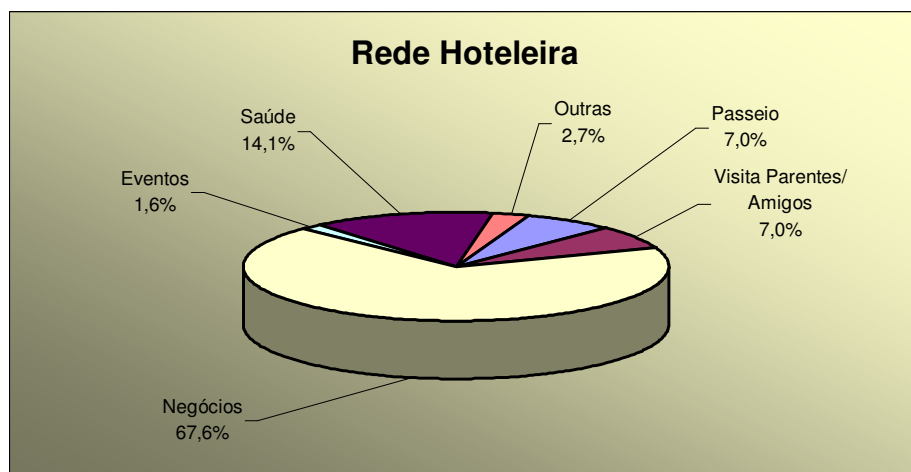
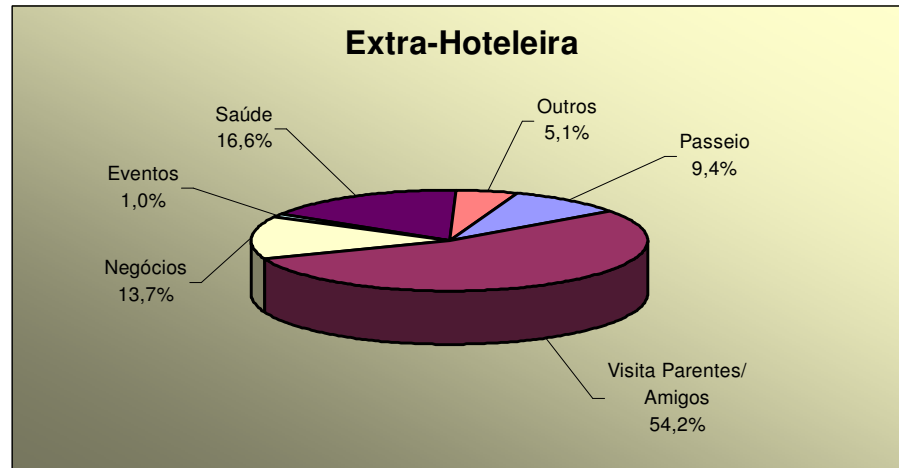


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio teve nos atrativos naturais um estímulo de 45,7%.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

Atrativos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais	48,1	44,8	48	45,7
Preço da Viagem mais Adequado	14,8	17,9	18	17,1
Manifestações Populares	7,4	3,8	5	4,8
Turismo de Aventura	7,4	10,2	10	9,5
Outros	22,3	23,3	24	22,9
Total	100,0	100,0	105	100,0

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

O conhecimento prévio do local (58,1%) e os comentários de parentes/amigos (30,5%) foram os fatores de influência na decisão, quanto à escolha da capital, para visitarem neste período.

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Já Conhecia o Local	40,7	64,1	61	58,1
Comentários de Parentes/Amigos	29,6	30,8	32	30,5
Propaganda/Publicidade	3,7	2,6	3	2,9
Agência de Viagem	7,4	1,3	3	2,9
Outros	18,6	1,2	6	5,6
Total	100,0	100,0	105	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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.

A maioria (83,0%) dos turistas entrevistados já estiveram em Teresina mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,3% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 91,8% a recomendariam a outras pessoas.

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista a Teresina

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Primeira Visita a Teresina	100,0	100,0	1.214	100,0
Sim	28,7	11,6	206	17,0
Não	71,3	88,4	1.008	83,0
Pensa em Voltar a Teresina	100,0	100,0	1.214	100,0
Sim	92,4	96,6	1.157	95,3
Não	3,9	2,3	34	2,8
Não Sabe	3,7	1,1	23	1,9
Recomendaria Teresina	100,0	100,0	1.214	100,0
Sim	86,4	94,2	1.114	91,8
Não	7,8	4,0	63	5,2
Não Sabe	5,8	1,8	37	3,0

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

Quanto à avaliação do turista em relação à primeira visita a Teresina, 56,3% deles disseram ter correspondida a sua expectativa, enquanto 33,0% afirmaram que tiveram suas expectativas superadas.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Superou a Expectativa	28,2	38,5	68	33,0
Correspondeu	58,2	54,2	116	56,3
Decepcionou	7,3	2,1	10	4,9
Não Sabe	6,3	5,2	12	5,8
Total	100,0	100,0	206	100,0

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

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior, 48,5% disseram estar igual, enquanto 43,9% acharam Teresina muito melhor.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Muito Melhor	32,6	48,2	443	43,9
Permanece Igual	60,4	44,1	489	48,5
Pior	2,6	2,4	25	2,5
Não Sabe	4,4	5,3	51	5,1
Total	100,0	100,0	1.008	100,0

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

5 Aspectos Espaciais

Além da capital, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (20,2%) e Luís Correia (11,8%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além de Teresina

Municípios Visitados	Qtde.	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	173	995	48,5	5,8
Parnaíba/Delta	72	352	20,2	4,9
Luís Correia	42	217	11,8	5,2
Piripiri	18	134	5,0	7,4
Pedro II	13	125	3,6	9,6
Piracuruca/Sete Cidades	13	65	3,6	5,0
Barras	7	58	2,0	8,3
Batalha	4	28	1,1	7,0
Esperantina	3	6	0,8	2,0
Cajueiro da Praia	1	10	0,3	10,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	41	120	11,5	2,9
Campo Maior	17	45	4,8	2,6
Altos	7	35	2,0	5,0
Castelo do Piauí	7	27	2,0	3,9
José de Freitas	6	8	1,7	1,3
Monsenhor Gil	3	4	0,8	1,3
Santa Cruz dos Milagres	1	1	0,3	1,0
Pólo do Agronegócio	2	18	0,6	9,0
Uruçuí	1	15	0,3	15,0
Baixa Grande do Ribeiro	1	3	0,3	3,0
Pólo Histórico-Cultural	29	274	8,1	9,4
Floriano	16	144	4,5	9,0
Oeiras	7	68	2,0	9,7
Amarante	6	62	1,7	10,3
Pólo das Origens	9	74	2,5	8,2
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	7	59	2,0	8,4
São João do Piauí	2	15	0,6	7,5
Outros	103	806	28,8	7,8
Picos	15	84	4,2	5,6
Alto Longá	8	70	2,2	8,8
União	6	11	1,7	1,8
Água Branca	6	16	1,7	2,7
Valença	5	18	1,4	3,6
Miguel Alves	5	25	1,4	5,0

Continua

				Conclusão
Demerval Lobão	4	48	1,1	12,0
Canto do Buriti	4	41	1,1	10,3
Corrente	2	5	0,6	2,5
Angical do Piauí	2	6	0,6	3,0
Cocal	1	8	0,3	8,0
Outros	45	474	12,6	10,5
Total	357	2.287	100,0	6,4

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

6 Avaliação Geral dos Turistas

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

Os atrativos naturais de Teresina receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 48,3%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 88,3%. Merece destaque o serviço Meios de Hospedagem que aparece com avaliação positiva de 72,9%; sendo que 76,5% dos turistas avaliaram a prestação desse serviço entre bom ou ótimo.

No aspecto de Infra-Estrutura de Teresina, o item mais expressivo foi Serviços Médicos, com 66,2%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (2,8%), segurança pública (6,1%) e limpeza pública (10,9%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 18
Teresina – Avaliação Geral dos Turistas (%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais	15,0	59,1	21,1	2,8	1,9	48,3
Patrimônios Históricos/Culturais	12,1	58,2	25,8	2,1	1,8	40,5
Manifestações Populares	9,5	53,7	30,6	3,0	3,2	26,3
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	10,7	57,2	25,4	3,8	2,9	35,8
Passeios Oferecidos	10,7	58,9	23,3	4,1	3,0	39,3
Serviços Receptivos/Empresas	15,6	55,8	23,5	2,8	2,3	42,7
Hospitalidade do Povo (*)	40,9	53,2	5,2	0,5	0,2	88,3
Informações Turísticas	8,5	48,0	30,4	8,0	5,1	13,1
Sinalização Urbana/Turística	9,8	54,1	27,0	5,3	3,8	27,8
Guias de Turismo	11,0	40,3	38,7	5,5	4,4	2,8
Meios de Hospedagem	22,5	54,0	12,8	0,0	0,8	72,9
Bares e Restaurantes	19,5	64,7	13,0	1,7	1,1	68,5
Comércio/Compras	15,0	65,9	15,9	1,7	1,5	61,7
Diversões Noturnas	20,7	59,1	16,7	1,9	1,6	59,6
Serviços de Táxis	16,5	68,3	11,8	1,3	2,1	69,7

Continua

						Conclusão
Infra-Estrutura						
Comunicações (Correios/Fone)	10,9	69,8	15,3	2,3	1,8	61,4
Serviços Médicos	41,2	41,9	14,2	0,9	1,8	66,2
Segurança Pública	8,3	44,7	36,0	6,1	4,9	6,1
Limpeza Pública	9,7	45,8	32,2	8,3	4,0	10,9
Transporte Urbano	10,0	64,4	18,7	3,9	3,0	48,8
Terminal Rodoviário	12,6	48,1	28,4	7,1	3,9	21,4
Aeroporto	7,1	52,0	26,1	8,2	6,7	18,2
Urbanização	10,8	58,5	24,4	2,7	3,7	38,6

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

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 60,5% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 19,0% dos turistas acharam os preços elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

Avaliação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Baixos	14,9	18,7	212	17,5
Normais	68,4	56,9	735	60,5
Elevados	14,4	21,2	231	19,0
Não Sabe	2,3	3,2	36	3,0
Total	100,0	100,0	1.214	100,0

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

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: hospitalidade do povo (24,9%), serviço de saúde (8,0%) e comércio (5,6%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	Qtde	(%)
Condições Ambientais	121	7,4
Clima	51	3,1
Limpeza da Cidade	48	2,9
Belezas Naturais	22	1,4
Infra-Estrutura Urbana	164	10,0
Tranqüilidade da Cidade	45	2,8
Crescimento da Cidade	44	2,7
Arborização	29	1,8

Continua

		Conclusão
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	14	0,8
Centro da Cidade	12	0,7
Segurança Pública	12	0,7
Terminal Rodoviário	08	0,4
Infra-Estrutura Turística	329	20,2
Alimentação/Culinária	75	4,6
Diversão Noturna	66	4,0
Restaurantes e Bares	43	2,6
Meios de Hospedagem	39	2,4
Pontos Turísticos	34	2,1
Opções de Lazer	21	1,3
Beleza Piauiense	20	1,2
Passeios	16	1,0
Festas Populares	15	0,9
Educação, Informação e Comunicação	493	30,2
Hospitalidade do Povo	406	24,9
Amigos e Familiares	57	3,5
Educação Formal	14	0,9
Aspectos Cultural-Históricos	10	0,6
Serviços de Comunicações	06	0,4
Comércio e Serviços	339	20,8
Serviço de Saúde	131	8,0
Comércio	91	5,6
Shopping Center	57	3,5
Serviço de Transporte	29	1,7
Artesanato	22	1,3
Bons Negócios	09	0,6
Outros	186	11,4
Tudo (cidade em geral)	87	5,3
Beleza da Cidade	17	1,0
Administração Pública	17	1,0
Congressos e Eventos	08	0,5
Outros	57	3,5
Total	1632	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (36,5%), falta de segurança (7,4%), falta de limpeza pública (6,6%) e falta de saneamento básico (4,6%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	Qtde.	(%)
Condições Ambientais	394	38,5
Clima	374	36,5
Poluição	20	2,0
Infra-Estrutura Urbana	280	27,3
Falta de Segurança	76	7,4
Limpeza Pública (falta)	68	6,6
Falta de Saneamento Básico	47	4,6
Congestionamento no Trânsito	22	2,1
Estrutura do Aeroporto	21	2,0
Terminal Rodoviário	15	1,5
Vias Urbanas	14	1,4
Crescimento da Cidade	09	0,9
Iluminação Pública	08	0,8
Infra-Estrutura Turística	83	8,1
Falta de Opção de Lazer	23	2,2
Falta de Informação Turística	21	2,1
Atrativos/Pontos Turísticos/ Infra-Estrutura Turística	14	1,4
Poucas Opções de Bares e Restaurantes	11	1,1
Serviços no Aeroporto/Atendimento/Estrutura Aeroporto	07	0,7
Divulgação de Eventos Artísticos	06	0,6
Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem	01	0,1
Educação, Informação e Comunicação	18	1,7
Atendimento nos Restaurantes	10	1,0
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	08	0,7
Comércio e Serviços	105	10,3
Serviço de Transporte	35	3,4
Preços Elevados	18	1,8
Atendimento – Pontos Turísticos, Rodoviária, etc.	16	1,6
Comércio	13	1,3
Excesso de Camelôs	13	1,3
Serviços de Saúde	10	1,0
Outros	144	14,1
Má Administração Pública	21	2,1
Boa Noite, Teresina	21	2,1
Sinalização Trânsito/Urbana	15	1,5
Poucos Vôos	13	1,3
Pobreza/Mendicância	11	1,1
Atendimento em Geral	06	0,6
Desemprego	05	0,5
Outros	52	5,1
Total	1.024	100,0

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

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí

(Parnaíba e Luís Correia)

Julho/2007

1 Procedência dos Turistas

Observando as tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem do turista que visitou o litoral piauiense na última temporada de férias, verifica-se que 98,7% são brasileiros. Do total de estrangeiros que estiveram no litoral 40,0% são da Espanha; 20,0% dos Estados Unidos; e 13,2% da França.

Quanto aos brasileiros, 79,2% são nordestinos, sendo mais da metade deles piauienses (58,5%), seguidos de cearenses (10,1%) e maranhenses (9,0%).

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Qtde.	Geral (%)
Brasil	1.158	98,7
Exterior	15	1,3
Total	1.173	100,0

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

Tabela 2
Procedência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	Qtde.	(%)
Espanha	6	40,0
Estados Unidos	3	20,0
França	2	13,2
Chile	1	6,7
Holanda	1	6,7
Inglaterra	1	6,7
Suíça	1	6,7
Total	15	100,0

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

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	Qtde.	(%)
Norte	42	3,7
Pará	36	3,1
Tocantins	2	0,2
Amazonas	1	0,1
Rondônia	1	0,1
Roraima	1	0,1
Amapá	1	0,1
Nordeste	920	79,2
Piauí	681	58,5
Ceará	117	10,1
Maranhão	104	9,0

Continua

		Conclusão
Bahia	7	0,6
Pernambuco	6	0,5
Sergipe	3	0,3
Paraíba	2	0,2
Sul	7	0,7
Santa Catarina	3	0,3
Rio Grande do Sul	3	0,3
Paraná	1	0,1
Sudeste	61	5,3
São Paulo	31	2,7
Rio de Janeiro	21	1,8
Minas Gerais	9	0,8
Centro-Oeste	128	11,1
Distrito Federal	111	9,6
Goiás	12	1,0
Mato grosso	3	0,3
Mato Grosso do Sul	2	0,2
Total	1.158	100,0

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

2 Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 81,8%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 57,8% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 18,2%.

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

Hospedagem	Quantidade	Geral (%)
Rede Hoteleira	214	18,2
Hotel	127	10,8
Pousada	80	6,8
Pensão Hospedaria	7	0,6
Rede Extra-Hoteleira	959	81,8
Casa Parentes/Amigos	677	57,8
Casa Própria	150	12,8
Casa / Apart. de Aluguel	74	6,3
Outras	58	4,9
Total	1.173	100,0

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

Quanto ao transporte utilizado para chegar ao litoral piauiense, o turista serviu-se principalmente de ônibus de linha (63,3%); seguido do automóvel (36,1%).

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Ônibus de Linha	63,1	63,3	742	63,3
Automóvel	36,4	36,1	424	36,1
Ônibus Fretado	0,5	0,4	5	0,4
Outros	-	0,2	2	0,2
Total	100,0	100,0	1.173	100,0

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

3 Perfil dos Turistas

3.1 Aspectos pessoais

Com relação aos aspectos pessoais dos turistas que estiveram no Litoral do Piauí, a Tabela 6 evidencia a predominância do sexo masculino, correspondendo a 52,1%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (29,6%). No item nível de escolaridade, 40,3% possuem curso superior, seguido dos que têm escolaridade de nível médio (38,7%).

Quanto ao estado civil, 48,3% dos entrevistados disseram ser solteiros e 44,3%, casados. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam com a família (48,7%), mostrando que os turistas viajam acompanhados na alta estação; sendo que 50,7% se hospedaram na rede extra-hoteleira e 40,2%, na rede hoteleira.

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Sexo	100,0	100,0	1.173	100,0
Masculino	61,2	50,1	611	52,1
Feminino	38,8	49,9	562	47,9
Faixa Etária	100,0	100,0	1.173	100,0
Até de 17 Anos	2,3	3,9	42	3,6
18 a 25 Anos	22,0	28,2	317	27,0
26 a 35 Anos	30,8	27,8	333	28,4
36 a 50 Anos	33,7	28,6	347	29,6
51 a 65 Anos	7,5	9,0	102	8,7
Acima de 65 Anos	3,7	2,5	32	2,7
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100	100,0
Fundamental	6,1	14,8	155	13,2
Médio	38,3	38,8	454	38,7
Médio Técnico	-	0,7	7	0,6
Superior	47,2	38,8	473	40,3
Pós-Graduação	7,9	5,7	71	6,1
Outros	0,5	1,2	13	1,1
Estado Civil	100,0	100,0	1.173	100,0
Solteiro	36,4	51,2	567	48,3
Casado	52,9	42,4	520	44,3
Separado	7,5	3,3	48	4,1
Viúvo	0,9	2,1	22	1,9
Outros	2,3	1,0	16	1,4
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	1.173	100,0
Com a Família	40,2	50,7	572	48,7
Viajando Desacompanhado	31,3	29,3	348	29,7
Com Amigos	28,0	19,9	251	21,4
Em Excursão	0,5	0,1	2	0,2
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,0	2,2	-	2,1

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

Figura 1 Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

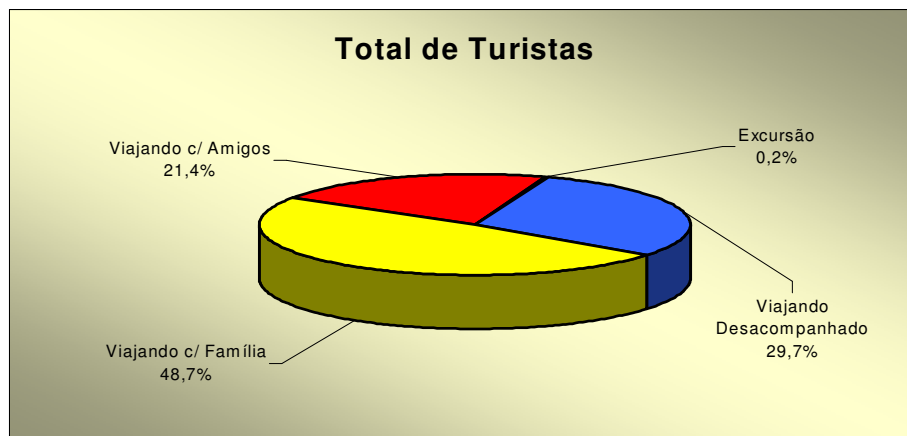


Figura 1.2

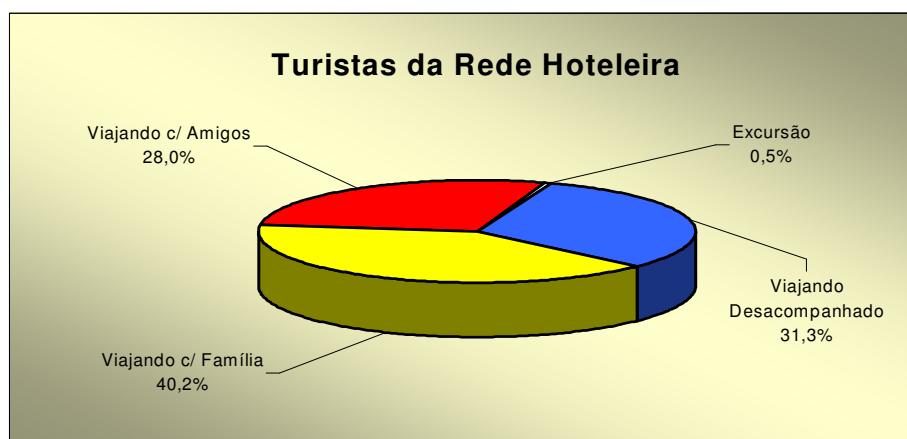
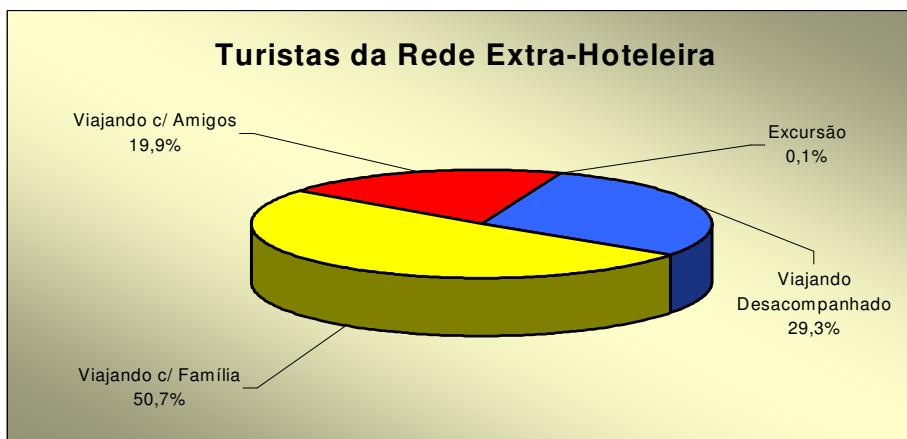


Figura 1.3



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

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

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 – Julho de 2007.

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem profissional liberal (17,3%), estudante (16,0%) e funcionário público, com 15,9%.

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Profissional Liberal	22,0	16,5	203	17,3
Estudante	7,9	17,7	187	16,0
Funcionário Público	19,6	15,0	186	15,9
Autônomo	8,4	11,1	124	10,6
Comerciante	6,5	7,8	89	7,6
Dona-de-Casa	-	5,2	50	4,3
Aposentado/Pensionista	4,7	3,6	45	3,8
Comerciário	4,2	3,5	43	3,7
Professor	2,3	3,0	34	2,9
Empresário	3,7	1,4	21	1,8
Militar	2,3	1,6	20	1,7
Rep. Comercial/Vendedor	4,7	0,7	17	1,4
Técnico Nível Médio	1,9	1,0	14	1,2
Bancário	2,3	0,9	14	1,2
Motorista	0,9	1,1	13	1,1
Empregada Doméstica	-	1,3	12	1,0
Industriário	2,3	0,4	9	0,8
Outras	6,3	8,2	92	7,7
Total	100,0	100,0	1.173	100,0

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

3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 6,59 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 7,14 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,09 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 263,26, correspondendo a R\$ 39,97 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,14 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 244,46, correspondendo a R\$ 34,22 per capita/dia, incluídas 2,17 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 353,45, cerca de R\$ 86,44 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,01 pessoas.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,09	7,14	6,59
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	710,34	530,52	563,55
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,01	2,17	2,14
Gasto per Capita (R\$)	353,45	244,46	263,26
Gasto per Capita/Dia (R\$)	86,44	34,22	39,97
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.923,48	1.974,39	2.168,67

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

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (26,3%), alimentação (19,4%) e diversão (19,1%).

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas

Gastos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Geral (%)
Hospedagem	25,9	30,3	26,3
Alimentação	16,7	19,0	19,4
Diversões / Passeios	19,2	17,9	19,1
Compras	14,9	13,0	14,0
Transporte	6,5	7,4	7,6
Outros	16,8	12,4	13,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

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

Tabela 11
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional	98,7	6,5	261,03	40,09
Norte	3,6	7,3	295,59	40,31
Pará	3,1	6,9	273,15	39,49
Tocantins	0,2	18,5	975,00	52,70
Amazonas	0,1	8,0	295,00	36,88
Rondônia	0,1	3,0	200,00	66,67
Amapá	0,1	8,0	1.000,00	125,00
Roraima	0,1	3,0	146,00	48,67
Nordeste	78,4	5,6	232,43	41,59
Piauí	58,2	5,4	233,12	42,98
Ceará	10,0	6,2	219,36	35,21
Maranhão	8,9	5,6	209,21	37,58
Bahia	0,6	12,4	656,36	52,81
Pernambuco	0,5	3,5	171,50	49,00
Sergipe	0,3	10,3	506,33	49,00
Paraíba	0,2	6,5	525,00	80,77
Sudeste	5,2	9,3	425,39	45,68
São Paulo	2,6	13,3	471,17	35,54
Rio de Janeiro	1,8	5,2	341,03	65,11
Minas Gerais	0,8	5,2	431,50	82,63
Centro-Oeste	10,9	11,0	357,49	32,50
Distrito Federal	9,4	10,4	352,38	33,78
Goiás	1,0	11,8	369,70	31,46
Mato Grosso	0,3	5,3	490,00	91,88
Mato Grosso do Sul	0,2	46,5	325,00	6,99
Sul	0,6	14,4	365,00	25,30
Rio Grande do Sul	0,3	6,3	250,00	39,47
Santa Catarina	0,2	12,3	490,00	39,73
Paraná	0,1	45,0	200,00	4,44
Internacional	1,3	12,5	515,00	41,31
Espanha	0,4	4,8	287,14	59,41
Estados Unidos	0,3	44,3	1.000,00	22,56
França	0,2	2,0	300,00	150,00
Chile	0,1	10,0	500,00	50,00
Holanda	0,1	8,0	1.730,00	216,25
Inglaterra	0,1	2,0	152,50	76,25
Suíça	0,1	1,0	170,00	170,00
Total	100,0	6,6	263,26	39,97

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **7,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 40,31**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 41,59**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **9,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 45,68**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **11,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 32,50**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **14,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 25,30**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **12,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 41,31**.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando de uma região litorânea, em período de alta estação, o principal motivo da viagem foi passeio (54,8%), vindo em seguida visita a parentes e amigos (17,9%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa também maior relevância (57,9%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio (54,1%) e, em seguida, visita a parentes/amigos (21,3%) são as mais relevantes.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

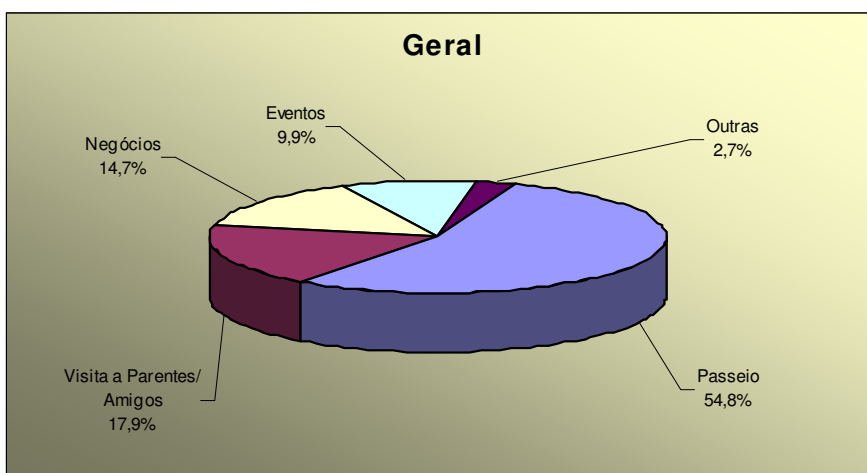


Figura 2.2

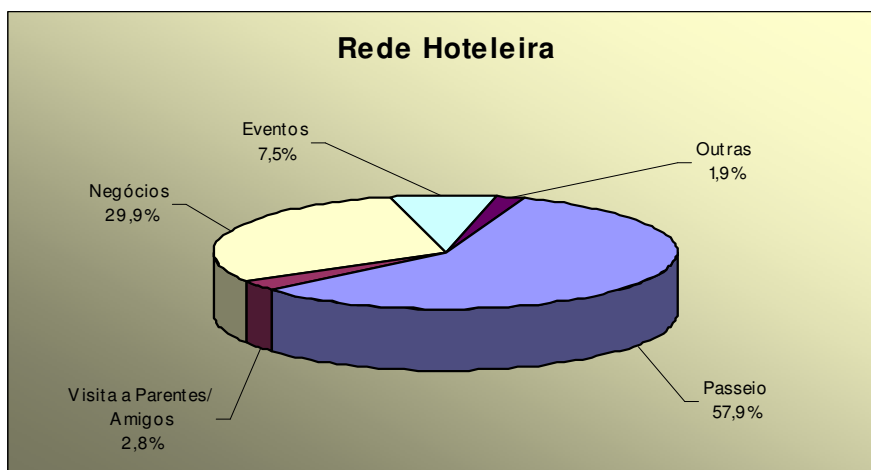
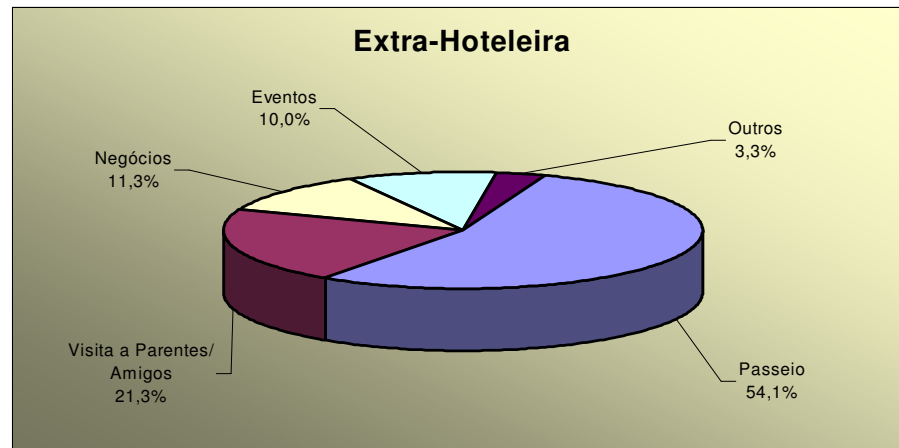


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem ao litoral motivada por passeio teve nos atrativos naturais (sol e praias) um estímulo de 86,2%.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

Atrativos	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais (Sol e Praia)	84,7	86,5	554	86,2
Outros Atrativos Naturais	5,6	5,4	35	5,4
Manifestações Populares	2,4	4,2	25	3,9
Outros	7,3	3,9	29	4,5
Total	100,0	100,0	643	100,0

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

O conhecimento prévio do local (74,3%) e os comentários de parentes/amigos (21,8%) foram os fatores de influência na decisão, quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Já Conhecia o Local	57,3	78,4	478	74,3
Comentários de Parentes/Amigos	29,8	19,8	140	21,8
Propaganda/Publicidade	5,6	0,6	10	1,6
Agência de Viagem	0,8	0,6	4	0,6
Internet	1,6	0,2	3	0,5
Outros	4,9	0,4	8	1,2
Total	100,0	100,0	643	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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.

A maioria (84,0%) dos turistas entrevistados já estiveram no litoral piauiense mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,1% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 95,4% o recomendariam a outras pessoas.

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista ao Litoral

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Primeira Visita ao Litoral	100,0	100,0	1.173	100,0
Sim	29,0	13,1	188	16,0
Não	71,0	86,9	985	84,0
Pensa em Voltar ao Litoral	100,0	100,0	1.173	100,0
Sim	88,8	99,0	1.139	97,1
Não	6,5	0,8	22	1,9
Não Sabe	4,7	0,2	12	1,0
Recomendaria o Litoral	100,0	100,0	1.173	100,0
Sim	91,2	96,5	1.120	95,4
Não	6,5	3,1	44	3,8
Não Sabe	2,3	0,4	9	0,8

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

Quanto à avaliação dos turistas em relação à primeira visita ao litoral, 54,8% deles disseram ter correspondida a sua expectativa; enquanto 36,2% afirmaram que tiveram suas expectativas superadas.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Correspondeu	46,8	58,7	103	54,8
Superou a Expectativa	38,7	34,9	68	36,2
Decepcionou	12,9	4,8	14	7,4
Não Sabe	1,6	1,6	3	1,6
Total	100,0	100,0	188	100,0

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

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior, 51,4% disseram estar muito melhor, enquanto 41,0% acharam o litoral igual à última visita.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra- Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Muito Melhor	52,0	51,3	506	51,4
Permanece Igual	40,8	41,1	404	41,0
Pior	5,9	6,2	61	6,2
Não Sabe	1,3	1,4	14	1,4
Total	100,0	100,0	985	100,0

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

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (43,2%) e Piracuruca/Sete Cidades (18,2%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, além do Litoral

Municípios Visitados	Qtde	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	8	26	18,2	3,3
Piracuruca/Sete Cidades	8	26	18,2	3,3
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	22	90	50,0	4,1
Teresina	19	77	43,2	4,1
Campo Maior	3	13	6,8	4,3
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	2	4	4,5	2,0
São Raimundo Nonato	2	4	4,5	2,0
Pólo Histórico-Cultural	2	4	4,6	2,0
Floriano	1	1	2,3	1,0
Oeiras	1	3	2,3	3,0
Outros	10	70	22,8	7,0
Landri Sales	4	43	9,1	10,8
União	3	19	6,8	6,3
Buriti dos Lopes	1	4	2,3	4,0
Esperantina	1	3	2,3	3,0
Pedro II	1	1	2,3	1,0
Total	44	194	100,0	4,4

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

6 Avaliação Geral dos Turistas

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 88,4%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 72,4%. Merece destaque o serviço Sinalização Urbana/Turística que em todas as pesquisas de demanda turística, realizadas pela Fundação CEPRO, sempre alcançou índice negativo e, dessa vez, aparece com avaliação positiva de 29,5%; sendo que 64,7% dos turistas avaliaram a prestação desse serviço entre bom ou ótimo.

No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 56,2%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-23,3%), transporte urbano (-15,3%) e limpeza pública (3,0%), itens esses de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

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

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais(*)	47,8	46,4	4,7	0,6	0,4	88,4
Patrimônios Históricos/Culturais	14,3	57,2	23,4	3,0	2,0	43,0
Manifestações Populares	19,3	53,4	22,4	3,6	1,2	45,5
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	13,5	46,8	31,0	5,6	3,2	20,6
Passeios Oferecidos	14,2	56,1	24,7	3,0	1,9	40,6
Serviços Receptivos/Empresas	7,8	49,7	29,0	8,8	4,7	15,0
Hospitalidade do Povo	34,8	51,4	10,5	1,7	1,7	72,4
Informações Turísticas	8,7	45,0	31,4	8,1	6,8	7,6
Sinalização Urbana/Turística	8,5	56,2	24,5	5,4	5,3	29,5
Guias de Turismo	6,3	32,1	42,7	8,8	10,1	-23,3
Meios de Hospedagem	18,2	59,2	19,2	0,0	3,3	54,9
Bares e Restaurantes	12,0	57,8	22,5	4,8	2,9	39,6

Continua

						Conclusão
Comércio/Compras	7,6	60,0	25,7	4,4	2,3	35,2
Diversões Noturnas	25,3	49,0	18,6	5,0	2,2	48,5
Serviços de Táxis	10,3	42,2	24,1	10,0	13,4	5,0
Infra-Estrutura						
Comunicações (Correios/Fone)	8,3	69,8	15,6	3,5	2,8	56,2
Serviços Médicos	12,0	42,7	23,9	3,4	17,9	9,4
Segurança Pública	12,0	56,8	21,8	5,2	4,1	37,7
Limpeza Pública	10,0	41,5	27,5	10,2	10,9	3,0
Transporte Urbano	5,0	37,4	30,0	14,0	13,6	-15,3
Terminal Rodoviário	7,0	53,5	25,5	6,7	7,3	21,0
Aeroporto	6,3	60,0	18,9	5,3	9,5	32,6
Urbanização	6,4	59,8	26,6	3,9	3,3	32,4

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

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 54,6% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 38,2 % dos turistas acharam os preços elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

Avaliação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Baixos	9,3	5,1	69	5,9
Normais	57,5	53,9	640	54,6
Elevados	32,7	39,4	448	38,2
Não Sabe	0,5	1,6	16	1,3
Total	100,0	100,0	1.173	100,0

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

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (37,2%), hospitalidade do povo piauiense (12,7%), clima (11,5%) e eventos promocionais de férias (7,7%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	Qtde.	(%)
Condições Ambientais	921	51,0
Belezas Naturais/Praias	671	37,2
Clima	208	11,5
Delta do Parnaíba	24	1,3
Limpeza da Cidade	10	0,6
Lagoa do Portinho	8	0,4
Infra-Estrutura Urbana	150	8,3
Tranqüilidade da Cidade	60	3,3
Estradas (Pavimentação/Sinalização)	44	2,4
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	34	1,9
Beleza da Cidade	12	0,7
Infra-Estrutura Turística	187	10,4
Culinária	47	2,6
Restaurantes/Bares	38	2,1
Opção Lazer	29	1,6
Diversão Noturna (Cidade / Praia)	24	1,3
Pontos Turísticos	19	1,1
Porto das Barcas	12	0,7
Aspectos Cultural-Históricos	10	0,6
Meios de Hospedagem	8	0,4
Educação, Informação e Comunicação	265	14,7
Hospitalidade do Povo	229	12,7
Amigos e Familiares	36	2,0
Comércio e Serviços	25	1,5
Serviço de Transporte	12	0,7
Comércio	10	0,6
Serviço de Saúde	3	0,2
Outros	256	14,1
Eventos Promocionais de Férias / FEPEME	139	7,7
Segurança	36	2,0
Tudo (Cidade em Geral)	35	1,9
Administração Pública	8	0,4
Outros	38	2,1
Total	1.804	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: preços elevados (9,9%), limpeza pública (9,6%), serviço de transporte (6,2%) e atendimento nos bares e restaurantes (5,9%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	Qtde.	(%)
Condições Ambientais	90	7,3
Sujeira da Praia	65	5,3
Clima	20	1,6
Poluição nos Rios	5	0,4
Infra-Estrutura Urbana	336	27,3
Limpeza Pública	118	9,6
Falta de Segurança	53	4,3
Pavimentação Precária/Calçamento Péssimo	44	3,6
Infra-Estrutura (Água, Luz, Iluminação Pública)	43	3,5
Infra-Estrutura da Cidade/Saneamento Básico	29	2,3
Falta de Conservação da Rodoviária	17	1,4
Falta de Estacionamento nas Praias	17	1,4
Sinalização Urbana	9	0,7
Arborização/Paisagismo	6	0,5
Infra-Estrutura Turística	173	14,1
Falta de Infra-Estrutura Turística nas Praias	62	5,0
Sinalização/Informação Turística/Receptivo Turístico	39	3,2
Falta de Opção de Lazer	22	1,8
Falta de Diversão Noturna	17	1,4
Alimentação/Culinária	17	1,4
Meios de Hospedagens	16	1,3
Educação, Informação e Comunicação	29	2,4
Educação no Trânsito/Trânsito Desorganizado	17	1,4
Despreparo no Relacionamento com o Turista	12	1,0
Comércio e Serviços	384	31,2
Preços Elevados/Exploração do Turista	122	9,9
Serviço de Transporte	112	9,1
Atendimento nos Bares e Restaurantes	72	5,9
Comércio	30	2,4
Serviço Bancário Deficiente	20	1,6
Serviço de Saúde	15	1,2
Falta de Transporte/Horário Ônibus Interestadual	13	1,1
Outros	217	17,7
Atendimento em Geral	44	3,6
Administração Pública	12	1,0
Marginalidade	7	0,6
Outros	154	12,5
Total	1.229	100,0

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

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Julho/2007

1 Procedência dos Turistas

Observando as Tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem do turista que visitou São Raimundo Nonato na última temporada de férias, verifica-se que 99,7% são brasileiros. O único estrangeiro entrevistado em São Raimundo Nonato é da Espanha.

Quanto aos brasileiros, 78,2% são nordestinos, sendo mais da metade deles piauienses (54,9%), seguidos de pernambucanos (9,1%) e baianos (5,0%).

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Qtde.	Geral (%)
Brasil	359	99,7
Exterior	1	0,3
Total	360	100,0

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

Tabela 2
Procedência do Turista Internacional

Países de Origem	Qtde.	(%)
Espanha	1	100,0
Total	1	100,0

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

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	Qtde.	(%)
Norte	4	1,1
Pará	3	0,8
Tocantins	1	0,3
Nordeste	281	78,2
Piauí	197	54,9
Pernambuco	33	9,1
Bahia	18	5,0
Ceará	10	2,8
Maranhão	7	1,9
Rio Grande do Norte	6	1,7
Sergipe	6	1,7
Paraíba	4	1,1
Sul	6	1,6
Santa Catarina	3	0,8
Paraná	3	0,8

Continua

		Conclusão
Sudeste	25	7,1
São Paulo	16	4,5
Minas Gerais	5	1,4
Rio de Janeiro	2	0,6
Espírito Santo	2	0,6
Centro-Oeste	43	12,0
Distrito Federal	32	8,9
Goiás	11	3,1
Total	359	100,0

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

2 Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 60,3%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 36,9% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 39,7% (tabela 4).

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

Hospedagem	Qtde.	Geral (%)
Rede Hoteleira	143	39,7
Hotel	107	29,7
Pousada	36	10,0
Rede Extra-Hoteleira	217	60,3
Casa Parentes/Amigos	133	36,9
Casa Própria	8	2,2
Casa / Apart. de Aluguel	2	0,6
Outras	74	20,6
Total	360	100,0

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

Quanto ao transporte utilizado para chegar a São Raimundo Nonato, o turista serviu-se principalmente de automóvel (39,2%), seguido de ônibus de linha (37,2%), o que pode ser verificado na Tabela 5.

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

Meio de Transporte	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Ônibus de Linha	23,1	46,5	134	37,2
Automóvel	55,9	28,1	141	39,2
Ônibus Fretado	19,6	19,4	70	19,4
Outros	1,4	6,0	15	4,2
Total	100,0	100,0	360	100,0

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

3 Perfil dos Turistas

3.1 Aspectos pessoais

A Tabela 6 apresenta os aspectos pessoais dos turistas que estiveram em São Raimundo Nonato, evidenciando a predominância do sexo masculino, o que corresponde a 55,6%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 36 a 50 anos (37,0%). No item nível de escolaridade, 36,1% dos entrevistados possuem curso de nível médio, seguido dos que têm escolaridade superior em nível de graduação, com 34,2%.

Quanto ao estado civil, 48,1% dos entrevistados disseram ser casados e 41,7%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam com a família (30,3%), seguidos daqueles que viajam com amigos (25,3%), mostrando que os turistas viajam acompanhados na alta estação.

A maioria dos turistas que viajam com amigos utilizou-se da rede hoteleira (42,6%), enquanto aqueles que viajam com a família predominam na rede extra-hoteleira (38,3%).

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira (%)	Rede Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Sexo	100,0	100,0	360	100,0
Masculino	58,7	53,5	200	55,6
Feminino	41,3	46,5	160	44,4
Faixa Etária	100,0	100,0	360	100,0
Até de 17 Anos	3,5	15,7	39	10,8
18 a 25 Anos	14,0	21,2	66	18,3
26 a 35 Anos	25,2	25,3	91	25,3
36 a 50 Anos	46,1	30,8	133	37,0
51 a 65 Anos	9,8	6,5	28	7,8
Acima de 65 Anos	1,4	0,5	3	0,8
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	360	100,0
Fundamental	4,9	24,9	61	16,9
Médio	25,2	43,3	130	36,1
Médio Técnico	0,7	-	1	0,3
Graduação	51,7	22,6	123	34,2
Pós-Graduação	16,8	7,8	41	11,4
Outros	0,7	1,4	4	1,1
Estado Civil	100,0	100,0	360	100,0
Casado	51,0	46,2	173	48,1
Solteiro	35,7	45,6	150	41,7
Separado	9,1	5,5	25	6,9
Viúvo	2,1	1,8	7	1,9
Outros	2,1	0,9	5	1,4

Continua

				Conclusão
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	360	100,0
Com a Família	18,2	38,3	109	30,3
Com Amigos	42,6	13,8	91	25,3
Viajando Desacompanhado	21,0	27,2	89	24,7
Em Excursão	18,2	20,7	71	19,7
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,2	2,2	-	2,2

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

Figura 1
Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

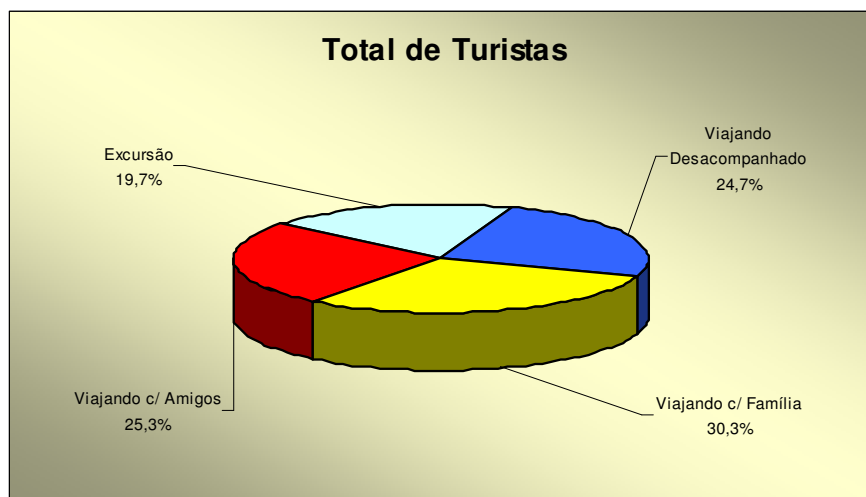


Figura 1.2

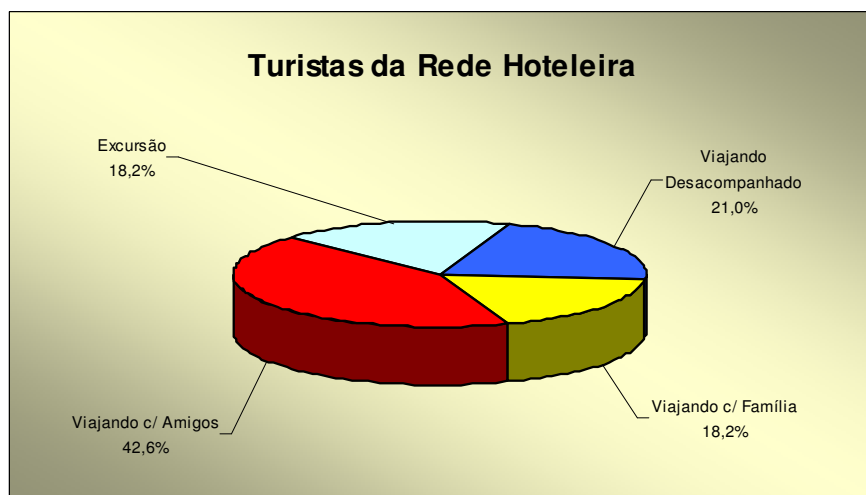
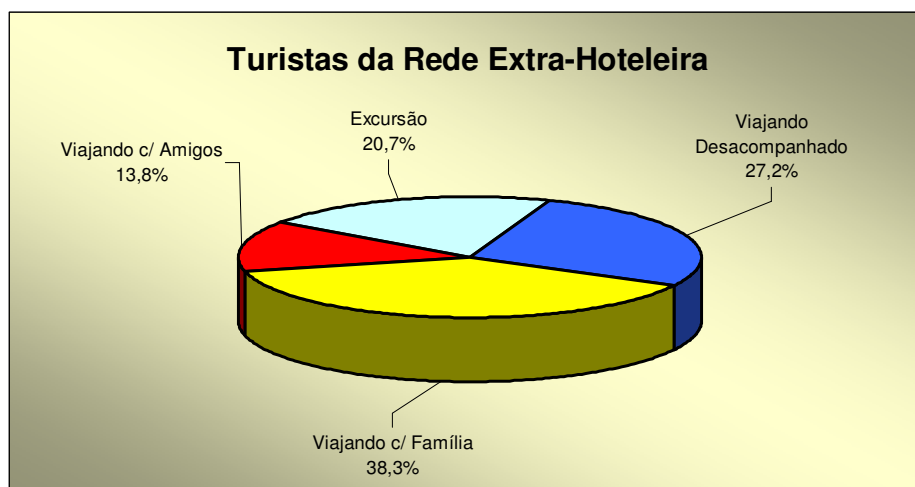


Figura 1.3



Verificou-se, ainda, que a maior parte dos turistas entrevistados (96,5%) não se utilizou de agências na organização de suas viagens (Tabela 7). Vale ressaltar que as excursões eram formadas por estudantes, nas quais, um deles ou um professor era responsável pela organização.

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

Especificação	Rede Hoteleira (%)	Rede Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Não	90,0	100,0	82	96,5
Sim	10,0	-	3	3,5
Total	100,0	100,0	85	100,0

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, de acordo com a Tabela 8, aparecem, estudante (19,4%), funcionário público (16,9%), professor (8,6%) e motorista (6,9%).

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira (%)	Rede Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Estudante	11,2	24,9	70	19,4
Funcionário Público	25,2	11,5	61	16,9
Professor	14,0	5,1	31	8,6
Motorista	3,5	9,2	25	6,9
Autônomo	3,5	7,4	21	5,8
Dona-de-Casa	2,1	5,5	15	4,2
Atleta	-	4,0	11	4,0
Profissional Liberal	2,8	3,7	12	3,3
Pensionista/Aposentado	2,8	3,2	11	3,1
Rep. Comercial/Vendedor	4,2	1,8	10	2,8
Comerciário	3,5	1,4	8	2,2
Comerciante	1,4	2,8	8	2,2
Enfermeiro	2,8	1,8	8	2,2
Guia de Turismo	2,1	1,8	7	1,9
Administrador	1,4	1,8	6	1,7
Bancário	2,8	0,5	5	1,4
Empresário	3,5	-	5	1,4
Empregada Doméstica	0,7	1,4	4	1,1
Técnico Nível Médio	-	1,4	3	0,8
Religioso	-	1,4	3	0,8
Outras	12,5	9,4	36	9,3
Total	100,0	100,0	360	100,0

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

3.2 Aspectos econômico-financeiros

De acordo com a Tabela 9, os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato, no período desta pesquisa, permaneceram, em média, 6,99 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 10,0 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 2,43 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 279,13, correspondendo a R\$ 24,76 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,61 pessoa.

Para os turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 284,66, correspondendo a R\$ 15,88 *per capita/dia*, incluída 1,79 pessoa nestes gastos.

Em relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 270,82, cerca de R\$ 83,25 *per capita/dia*, estando incluída nestes gastos 1,34 pessoa.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	2,43	10,0	6,99
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	270,82	284,66	279,13
Total de Pessoas Incluídas nos Gastos	1,34	1,79	1,61
Gasto <i>per Capita</i> dos Turistas (R\$)	202,02	158,83	173,20
Gasto <i>per Capita/Dia</i> (R\$)	83,25	15,88	24,76
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.925,35	1.366,60	2.065,35

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (22,0%), transporte (17,0%), diversões/passeios (15,3%). Do total de entrevistados 18,4% gastaram com outros itens não discriminados aqui (Tabela 10).

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira(%)	R. Extra-Hoteleira(%)	Geral(%)
Compras	28,6	20,8	22,0
Transporte	17,7	18,3	17,0
Diversões/Passeios	9,5	17,4	15,3
Alimentação	11,2	17,8	14,2
Hospedagem	16,7	4,9	13,1
Outros	16,3	20,8	18,4
Total	100,0	100,0	100,0

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

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

Tabela 11
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Qtde.	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita/Dia (R\$)
Nacional	99,7	2.490	6,9	173,37	25,00
Norte	1,1	40	10,0	421,43	42,14
Pará	0,8	27	9,0	413,33	45,93
Tocantins	0,3	13	13,0	470,00	36,15
Nordeste	78,1	1.471	5,5	158,77	28,95
Pernambuco	9,2	83	2,5	158,02	62,83
Piauí	54,7	1.006	5,1	160,07	31,35
Rio Grande do Norte	1,7	30	5,0	155,33	31,07
Bahia	5,0	88	4,9	119,47	24,44
Maranhão	1,9	166	23,7	399,22	16,83
Sergipe	1,7	54	9,0	108,33	12,04
Ceará	2,8	98	9,8	112,24	11,45
Paraíba	1,1	16	4,0	36,00	9,00
Sudeste	6,9	252	10,1	156,72	15,55
Rio de Janeiro	0,6	6	3,0	305,50	101,83
Minas Gerais	1,4	11	2,2	150,00	68,18
Espírito Santo	0,6	3	1,5	87,50	58,33
São Paulo	4,4	232	14,5	153,42	10,58
Centro-Oeste	11,9	618	14,4	246,09	17,12
Distrito Federal	8,9	439	13,7	250,89	18,29
Goiás	3,1	179	16,3	226,15	13,90
Sul	1,7	39	6,5	231,71	35,65
Santa Catarina	0,8	7	2,3	366,67	157,14
Paraná	0,8	32	10,7	130,50	12,23
Internacional	0,3	28	28,0	80,00	2,86
Espanha	0,3	28	28,0	80,00	2,86
Total	100,0	2.518	7,0	173,20	24,76

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

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **10,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 42,14**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 28,95**;

c) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **10,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 15,55**;

d) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **14,4** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 17,12**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **6,5** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 35,65**;

f) No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **28,0** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 2,86**.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

De acordo com as informações apresentadas na Figura 2.1, o principal motivo da viagem foi visita a parentes e amigos (29,7%), vindo em seguida negócios (29,4%) e visita cultural (16,1%) . Para os turistas da rede hoteleira (Figura 2.2), o motivo negócios ocupa maior relevância (48,2%).

Em se tratando do turista extra-hoteleiro (Figura 2.3), as motivações identificadas como visita a parentes/amigos (47,8%) foi a mais relevante, vindo em seguida negócios, com representatividade de 17,1%.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

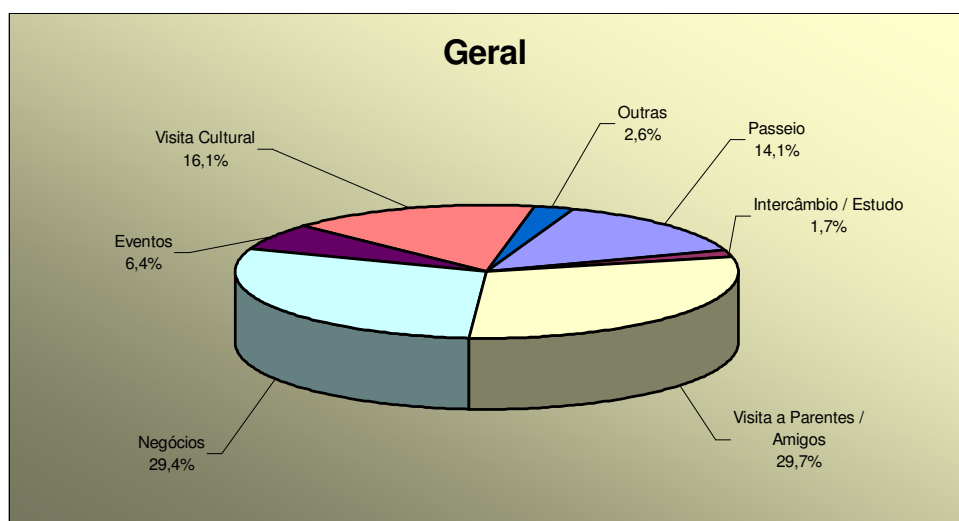


Figura 2.2

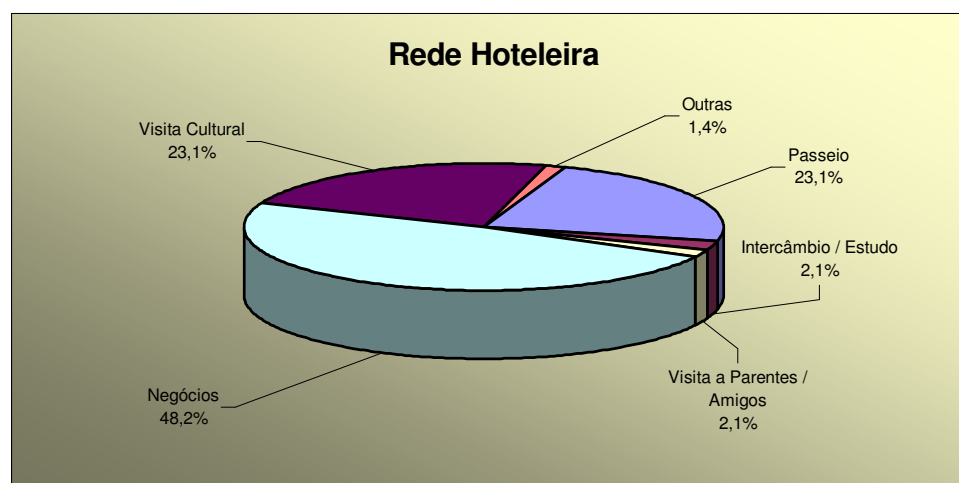
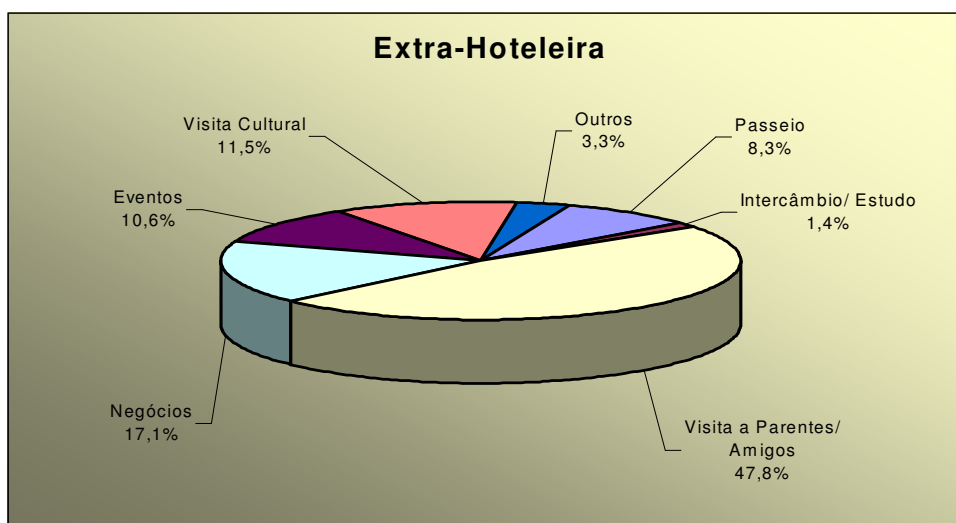


Figura 2.3



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 84,3%. 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 (%)	Qtde.	Geral (%)
Atrativos Naturais/Patrimônio Histórico-Cultural	96,9	61,1	43	84,3
Turismo de Aventura/Esporte	-	11,1	2	3,9
Ecoturismo	-	5,6	1	2,0
Outros	3,1	22,2	5	9,8
Total	100,0	100,0	51	100,0

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

Os comentários de parentes/amigos (62,7%) e propaganda/publicidade (27,5%) constituíram-se fatores de influência na decisão dos turistas, quanto à escolha do local para visitarem neste período (Tabela 13).

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Comentários de Parentes/Amigos	54,5	77,8	32	62,7
Propaganda/Publicidade	36,4	11,1	14	27,5
Já Conhecia o Local	3,0	11,1	3	5,9
Outros	6,1	-	2	3,9
Total	100,0	100,0	51	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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 São Raimundo Nonato. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

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

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista a São Raimundo Nonato

Especificação	Rede Hoteleira (%)	Rede Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Primeira Visita a São Raimundo Nonato	100,0	100,0	360	100,0
Sim	60,8	34,6	162	45,0
Não	39,2	65,4	198	55,0
Pensa em Voltar a São Raimundo Nonato	100,0	100,0	360	100,0
Sim	96,5	95,8	346	96,2
Não	0,7	2,8	7	1,9
Não Sabe	2,8	1,4	7	1,9
Recomendaria São Raimundo Nonato	100,0	100,0	360	100,0
Sim	97,9	93,6	343	95,3
Não	0,7	5,5	13	3,6
Não Sabe	1,4	0,9	4	1,1

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

Dos turistas consultados, 55,0% já estiveram em São Raimundo Nonato. Quanto à taxa de retorno, 96,2% demonstraram pretensão de voltar à cidade e 95,3% recomendariam outras pessoas a conhecerem São Raimundo Nonato.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Correspondeu	46,0	57,3	83	51,2
Superou a Expectativa	47,1	26,7	61	37,6
Decepcionou	2,3	9,3	9	5,6
Não Sabe	4,6	6,7	9	5,6
Total	100,0	100,0	162	100,0

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

Para 51,2% dos turistas de primeira viagem, São Raimundo Nonato correspondeu às expectativas, enquanto 37,6% tiveram suas expectativas superadas (Tabela 15).

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

Especificação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Permanece Igual	55,3	51,4	104	52,5
Muito Melhor	23,2	33,1	60	30,4
Pior	16,1	14,1	29	14,6
Não Sabe	5,4	1,4	5	2,5
Total	100,0	100,0	198	100,0

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

Referente à avaliação do turista quanto à visita anterior (Tabela 16), 52,5% afirmaram que São Raimundo Nonato permanece igual; para 30,4% o local está muito melhor do que a última vez que o visitou.

5 Aspectos Espaciais

Além de São Raimundo Nonato, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros locais/municípios do Estado, tais como: Caracol (10,1%) e Floriano (9,2%), seguidos de Teresina, Canto do Buriti e Anísio de Abreu, todos com 8,3% de participação como municípios visitados (Tabela 17).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além de São Raimundo Nonato

Municípios Visitados	Total	Dias	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	2	7	1,8	3,5
Piracuruca/Sete Cidades	1	2	0,9	2,0
Luís Correia	1	5	0,9	2,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	9	37	8,3	4,1
Teresina	9	37	8,3	4,1
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	33	121	30,3	3,7
Caracol (Serra das Confusões)	11	16	10,1	1,5
Canto do Buriti	9	11	8,3	1,2
Coronel José Dias	7	85	6,4	12,1
São João do Piauí	6	9	5,5	1,5
Pólo Histórico-Cultural	14	32	12,9	2,3
Floriano	10	18	9,2	1,8
Oeiras	4	14	3,7	3,5
Pólo do Agronegócio	2	3	1,8	1,5
Cristino Castro	1	2	0,9	2,0
Bom Jesus	1	1	0,9	1,0
Outros Municípios	49	167	44,9	3,3
Anísio de Abreu	9	53	8,3	5,9
Várzea Branca	7	28	6,4	4,0
Corrente	6	16	5,5	2,7
Picos	4	5	3,7	1,3
Campo Alegre do Fidalgo	3	18	2,8	6,0
Dom Inocêncio	3	5	2,8	1,7
São Lourenço	3	4	2,8	1,3
São Braz do Piauí	2	16	1,8	8,0
Bonfim do Piauí	2	6	1,8	3,0
Simplício Mendes	2	2	1,8	1,0
Colônia do Gurguéia	1	3	0,9	3,0
Valença	1	2	0,9	2,0
Outros municípios	6	6	5,4	1,0
Total	109	364	100,0	3,3

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

6 Avaliação Geral dos Turistas

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

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

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Patrimônios Históricos/Naturais*	46,7	45,9	7,0	-	0,4	85,2
Manifestações Populares	21,3	43,6	28,7	4,3	2,1	29,8
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	15,6	27,3	41,6	5,2	10,4	- 14,3
Passeios Oferecidos	31,0	47,3	15,2	2,7	3,8	56,5
Serviços Receptivos/Empresas	26,5	49,5	19,6	2,0	2,5	52,0
Hospitalidade do Povo *	45,7	48,0	4,3	0,9	1,1	87,4
Informações Turísticas	28,5	50,6	16,6	1,7	2,6	58,3
Sinalização Urbana/Turística	4,1	24,9	18,7	14,1	38,2	- 41,9
Guias de Turismo	38,2	42,7	17,3	1,4	0,5	61,8
Meios de Hospedagem	20,8	50,0	27,4	-	1,9	41,5
Bares e Restaurantes	11,6	50,2	31,3	3,6	3,2	23,7
Comércio/Compras	11,9	52,3	31,7	3,2	0,9	28,4
Diversões Noturnas	25,0	41,7	23,8	4,8	4,8	33,3
Serviços de Táxis	5,2	40,6	36,5	3,1	14,6	- 8,3
Infra-Estrutura						
Comunicações (Correios/Fone)	9,4	56,5	26,9	4,0	3,1	31,8
Serviços Médicos	4,2	27,8	45,8	11,1	11,1	- 36,1
Segurança Pública	3,9	35,1	28,1	9,5	23,4	- 22,1
Limpeza Pública	5,5	21,8	22,7	13,6	36,4	- 45,5
Campo de Pouso	-	50,0	37,5	12,5	-	-
Urbanização	3,2	23,7	34,4	16,1	22,6	- 46,2

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

(*) 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 (85,2%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 avaliados, os itens hospitalidade do povo (87,4%), guias de turismo (61,8%) e informações turísticas (58,3%) foram os que atingiram melhor avaliação pelo Turista.

No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o único item que obteve avaliação positiva foi comunicações (correios/fone), com 31,8%, encontrando-se, não obstante, distante do índice ideal , que é de pelo menos 80,0%.

Receberam avaliações negativas, por parte do visitante, os itens: urbanização (-46,2%), limpeza pública (-45,5%) e sinalização urbana/turística (-41,9%), serviços médicos (-36,1%), segurança pública (-22,1%), equipamentos de lazer (-14,3%) e serviços de táxi (-8,3%).

A tabela 19 exhibe as opiniões dos turistas em relação aos preços praticados, revelando que 60,0% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, enquanto 30,3% dos turistas avaliaram os preços como elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

Avaliação	Rede Hoteleira (%)	R. Extra-Hoteleira (%)	Qtde.	Geral (%)
Normais	71,3	52,5	216	60,0
Elevados	18,9	37,8	20	30,3
Não Sabe	4,9	6,0	109	5,5
Baixos	4,9	3,7	15	4,2
Total	100,0	100,0	360	100,0

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

A hospitalidade do povo piauiense e visita ao Parque Nacional Serra da Capivara aparecem como os itens que mais agradaram aos visitantes, com 22,4% e 18,6%, respectivamente (Tabela 20).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	Qtde.	(%)
Condições Ambientais	54	9,6
Clima	37	6,6
Belezas Naturais/Praias	17	3,0
Infra-Estrutura Urbana	20	3,6
Tranquilidade da Cidade	10	1,8
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	8	1,4
Serviço de Comunicação	2	0,4
Infra-Estrutura Turística	242	42,9
Parque Nacional da Serra da Capivara	105	18,6
Museu do Homem Americano	46	8,2
Diversão Noturna/Opções de Lazer	18	3,2
Culinária	15	2,7
Festas Populares/Carnaférias	12	2,1
Cruzeiro Cidade	10	1,8
Aspecto Histórico-Cultural	8	1,5
Pontos Turísticos	7	1,2
Praça do Abrigo	6	1,0
Restaurantes/Bares	5	0,9
Meios de Hospedagem	5	0,9
Turismo Receptivo/Guias de Turismo	3	0,5
Artesanato	2	0,3
Educação, Informação e Comunicação	185	32,9
Hospitalidade do Povo	126	22,4
Amigos e Familiares	33	5,9
Beleza das Piauienses	26	4,6
Comércio e Serviços	15	2,7
Comércio	13	2,3
Negócios	2	0,4
Outros	47	8,3
Outros	44	7,8
Tudo (Cidade em Geral)	3	0,5
Total	563	100,0

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho 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	Qtde.	(%)
Infra-Estrutura Urbana	245	66,3
Falta de Saneamento Básico/Limpeza Pública	69	18,7
Trânsito Desordenado/Sinalização de Trânsito	32	8,6
Vias Urbanas	28	7,6
Conservação das Rodoviárias	26	7,0
Sabor da Água	24	6,5
Calçamento/Pavimentação das Ruas	20	5,4
Administração Pública	15	4,1
Infra-Estrutura (Água, Luz)	12	3,3
Falta de Terminal Rodoviário	9	2,4
Falta de Segurança Pública	6	1,6
Centro da Cidade	4	1,1
Infra-Estrutura Turística	44	11,9
Falta de Opção de Lazer	14	3,8
Sinalização Turística	9	2,4
Meios de Hospedagem	7	1,9
Atrativos Turísticos	6	1,6
Culinária	3	0,8
Poucas Opções de Restaurantes e Bares	3	0,8
Falta de Aeroporto	2	0,5
Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural	1	0,3
Comércio e Serviços	11	2,9
Preços Elevados	9	2,4
Atendimento em Geral	-	1,3
Comércio (Feira, Mercado)/Serviços Bancários	2	0,5
Outros	70	18,9
Total	370	100,0

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

Em geral, durante o período da pesquisa, na opinião dos entrevistados, os itens que mais desagradaram foram: falta de saneamento/limpeza pública (18,7%), trânsito desordenado (8,6%), vias urbanas (7,6%), conservação das rodovias (7,0%), todos inseridos nos aspectos ligados à infra-estrutura urbana.

Nota Metodológica

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

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

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

Para esta pesquisa, o levantamento de campo em Teresina e no litoral (Parnaíba e Luís Correia) aconteceu entre 24 e 31 de julho de 2007. Em São Raimundo Nonato, os dados foram coletados no período de 25 de julho a 1º de agosto de 2007.

Anexo

MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
Quantidade de Questionários Aplicados

TERESINA - 25/07 a 31/07/2007

Aeroporto	747
Terminal Rodoviário	456
Posto da PRF - BR-316 / BR-343	11
Total	1.214

LITORAL - 18/07 a 24/07/2007

Terminal Rodoviário - Parnaíba	581
Posto da PRF - BR-343	338
Terminal Rodoviário - Luís Correia	230
Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará	24
Total	1.173

São Raimundo Nonato - 26/07 a 01/08/2007

Serra da Capivara	80
Agência de Ônibus *	120
Museu do Homem Americano	61
Posto Fiscal da SEFAZ e Posto do SEBRAE - BR-140	99
Total	360

Geral

Teresina	1.214
Litoral	1.173
São Raimundo Nonato	360
Total	2.747

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