

**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

Diretoria de Unidade de Estudos Econômicos, Projetos e Índices Sociais

Francisco das Chagas Sousa e Silva

Gerência de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas

Carlos Ferreira Lima

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga (*in memoriam*)

Equipe Central de Elaboração

Elaboração / Coordenação

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Campo

Teresina

Lucia Maria Said Adad

Aeroporto:

Vera Lúcia de Sousa Araújo

Rodoviária:

José Alcion de Oliveira Costa

Litoral

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Tânia Maria Waquim (apoio)

São Raimundo Nonato

Gerson Portela Lima

Antônio dos Reis Costa e Silva (apoio)

Colaboração

Carlos Ferreira Lima

Lucia Maria Said Adad

Maria Bernadete Oliveira

Vera Lúcia de Sousa Araújo

Maria Suzete Sousa Feitosa

Revisão

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Vêras

Inizete Roberta de Sousa Meirelles

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

Diagramação e Gráficos

Alcides Luís Gomes da Silva

Programador

Eduyges Martins da Silva

Entrevistadores

Teresina

José Alcion de Oliveira Costa (Supervisão)
Maria Bernadete Oliveira (Supervisão-noite)
Maria Suzete S. Feitosa (Supervisão-noite)
Vera Lúcia Sousa Araújo (Supervisão)
Alanna Bruna Soares Moutinho
Bruno Magalhães Correia
Daniella Rodrigues e Silva
Diego Leonardo Fonseca
Fernanda Gomes Viana
Francineide Maria de Oliveira
Izaurina Machado Miguel
Jacira Karolyne Bezerra da Costa
José Wilson de Oliveira Veloso
Ruan Ribeiro Feitosa Cipriano Borges
Suzana da Silva Sousa

Litoral (Parnaíba e Luís Correia)

Dênnia Karoline Magalhães Sousa
Guilhermino Vicente de Sousa Silva
Izabelita Silva Ferreira
Kayo Carvalho Veras
Lucineide Costa Araújo (Inglês)
Manoela Amorim Mendes
Manuel Valdeci Alves Júnior
Mayanne Brunna Silva Sipaúba
Muridan Silva Ferreira
Neydiane Julisse Silva Sipaúba
Wlisses Harry Fernandes de Araújo (Inglês)

São Raimundo Nonato

Alvaneide Nunes dos Passos
Cristiane Dias de Macêdo
Camila Dias de Macêdo
Hulda da Silva Pereira
Karla Andréa da S. Vieira
Lunnara Soares da Silva
Mário Afonso F. Paes Landim
Neide Ribeiro Soares Silva
Obidália Maria dos Reis
Wayne Dias Paes

Digitação

Teresina, Litoral e São Raimundo Nonato.

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira
Lucia Maria Said Adad
Najla Kely Araújo Cunha

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 | 18 |
| 4 Motivações e Atrativos da Viagem | 21 |
| 5 Aspectos Espaciais | 25 |
| 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 | 73 |
| Nota Metodológica | 77 |
| Anexo | |
| Mapa da Pesquisa de Demanda Turística | 75 |

APRESENTAÇÃO

Este relatório da pesquisa de Demanda Turística de novembro/2008 (baixa estação) coloca em evidência os resultados alcançados nos municípios de Teresina, Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato. O período comparativo foi feito com o mês de julho de 2008, ou seja, um período de baixa com um outro de alta estação no mesmo ano. Não foi feita a comparação com novembro/2007, já que naquela oportunidade a pesquisa não foi realizada.

Os maiores destaques ocorridos nos Pólos foram: a) em Teresina, o gasto dos turistas com saúde em julho foi de R\$ 181,12 (21,8%) e em novembro foi de R\$ 220,30 (39,9%), o que acarretou em um acréscimo de 21,6%; b) no Litoral, compreendendo Parnaíba e Luís Correia, o gasto per capita dos turistas em julho foi de R\$ 267,71, enquanto que em novembro foi de R\$ 304,71, apresentando um acréscimo de 13,8%; c) em São Raimundo Nonato, o gasto per capita dos turista em julho, oriundos da região Nordeste, foi de R\$ 26,90, ao passo que em novembro foi de R\$ 40,38, o que representou um incremento de 50,1%.

Outro fator que merece ser mencionado no período comparativo (julho e novembro/2008) é a taxa retorno dos turistas, sendo que uma das variáveis que a compõe está com índices superiores a 80%, comprovando que a política de atração de turistas do Estado, para os Pólos de Teresina e Litoral, está tendo êxito. Apenas São Raimundo Nonato não acompanhou esta média.

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Teresina

Novembro/2008

1. Procedência dos Turistas

Com a observação das tabelas 1, 2 e 3, relacionadas à origem do turista que visitou Teresina no último mês de novembro, verificou-se que 99,3% são brasileiros. Do total de estrangeiros que estiveram em Teresina, 50,0% são dos Estados Unidos; 33,3% da Alemanha e 16,7% são oriundos da Colômbia.

Quanto aos brasileiros, 65,3% são nordestinos, dentre eles 31,6% são piauienses. Em seguida temos a região Sudeste, com 18,3%, sendo São Paulo o estado que mais se sobressai, com 11,8%. A região Centro-Oeste contribui com 8,4%, destacando-se o Distrito Federal com 7,2% dos entrevistados (Tabela 3).

Tabela 1
Procedência dos Turistas

| Origem | Quantidade | Geral (%) |
|---------------|-------------------|------------------|
| Brasil | 805 | 99,3 |
| Exterior | 6 | 0,7 |
| Total | 811 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 2
Procedência dos Turistas Internacionais

| Países de Origem | Quantidade | (%) |
|-------------------------|-------------------|--------------|
| Estados Unidos | 3 | 50,0 |
| Alemanha | 2 | 33,3 |
| Colômbia | 1 | 16,7 |
| Total | 6 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | Quantidade | (%) |
|------------------------------------|-------------------|--------------|
| Norte | 33 | 4,1 |
| Pará | 19 | 2,4 |
| Rondônia | 1 | 0,1 |
| Tocantins | 2 | 0,2 |
| Amazonas | 4 | 0,5 |
| Roraima | 4 | 0,5 |
| Amapá | 3 | 0,4 |
| Nordeste | 524 | 65,3 |
| Piauí | 254 | 31,6 |
| Ceará | 99 | 12,3 |
| Maranhão | 64 | 8,0 |
| Pernambuco | 57 | 7,1 |
| Bahia | 23 | 2,9 |
| Rio Grande do Norte | 13 | 1,6 |
| Paraíba | 8 | 1,0 |
| Alagoas | 3 | 0,4 |
| Sergipe | 3 | 0,4 |
| Centro-Oeste | 68 | 8,4 |
| Distrito Federal | 58 | 7,2 |
| Goiás | 6 | 0,7 |
| Mato Grosso | 3 | 0,4 |
| Mato Grosso do Sul | 1 | 0,1 |
| Sudeste | 148 | 18,3 |
| São Paulo | 95 | 11,8 |
| Rio de Janeiro | 39 | 4,8 |
| Minas Gerais | 14 | 1,7 |
| Sul | 32 | 3,9 |
| Paraná | 17 | 2,1 |
| Rio Grande do Sul | 10 | 1,2 |
| Santa Catarina | 5 | 0,6 |
| Total | 805 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 52,8%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 45,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 47,2%.

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

| Hospedagem | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------|------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 383 | 47,2 |
| Hotel | 311 | 38,3 |
| Pensão Hospedaria | 53 | 6,5 |
| Flat | 11 | 1,4 |
| Pousada | 8 | 1,0 |
| Rede Extra-Hoteleira | 428 | 52,8 |
| Casa Parentes/Amigos | 370 | 45,6 |
| Casa Própria | 29 | 3,6 |
| Casa / Apart. de Aluguel | 4 | 0,5 |
| Outras | 25 | 3,1 |
| Total | 811 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar a Teresina, o turista serviu-se principalmente de voo regular (48,1%); seguido de ônibus de linha (45,6%).

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Voo Regular | 69,7 | 28,7 | 390 | 48,1 |
| Ônibus de Linha | 26,1 | 63,1 | 370 | 45,6 |
| Automóvel | 4,2 | 7,0 | 46 | 5,7 |
| Outros | - | 1,2 | 5 | 0,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 60,4%. Sobre a faixa etária, prevaleceu de 36 a 50 anos (34,9%). No item nível de escolaridade, o destaque foi para o de nível superior (35,9%) não estando incluídos neste percentual a área de pós-graduação com (16,0%).

Quanto ao estado civil, 53,5% dos entrevistados disseram ser casados e 35,0%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam desacompanhados (67,0%); sendo que 67,4% se hospedaram na rede hoteleira e 66,6%, na rede extra-hoteleira.

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Masculino | 67,9 | 53,7 | 490 | 60,4 |
| Feminino | 32,1 | 46,3 | 321 | 39,6 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Até 17 Anos | - | 2,6 | 11 | 1,4 |
| 18 a 25 Anos | 11,7 | 21,3 | 136 | 16,8 |
| 26 a 35 Anos | 30,8 | 25,7 | 228 | 28,1 |
| 36 a 50 Anos | 38,7 | 31,5 | 283 | 34,9 |
| 51 a 65 Anos | 15,9 | 13,8 | 120 | 14,8 |
| Acima de 65 Anos | 2,9 | 5,1 | 33 | 4,0 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Fundamental | 8,6 | 15,4 | 99 | 12,2 |
| Médio | 14,1 | 40,7 | 228 | 28,1 |
| Técnico | 2,9 | 3,7 | 27 | 3,3 |
| Superior | 44,9 | 27,8 | 291 | 35,9 |
| Pós-Graduação | 26,5 | 6,8 | 130 | 16,0 |
| Outros | 3,0 | 5,6 | 36 | 4,5 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Casado | 59,3 | 48,3 | 434 | 53,5 |
| Solteiro | 29,2 | 40,2 | 284 | 35,0 |
| Separado | 9,1 | 6,8 | 64 | 7,9 |
| Viúvo | 1,6 | 4,2 | 24 | 3,0 |
| Outros | 0,8 | 0,5 | 5 | 0,6 |
| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Viajando Desacompanhado | 67,4 | 66,6 | 543 | 67,0 |
| Com a Família | 13,6 | 24,8 | 158 | 19,5 |
| Com Amigos | 19,0 | 8,6 | 110 | 13,5 |
| Em Excursão | - | - | - | - |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado | 1,7 | 1,5 | 1.287 | 1,6 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Figura 1
Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

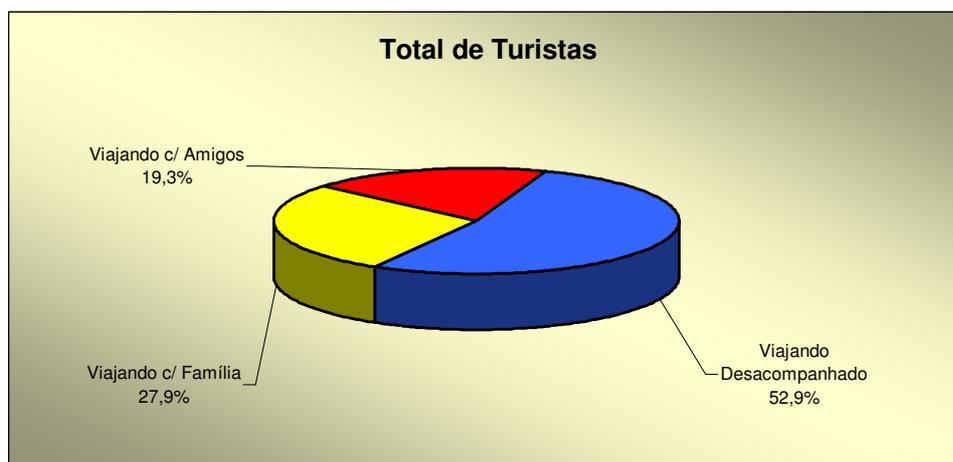


Figura 1.2

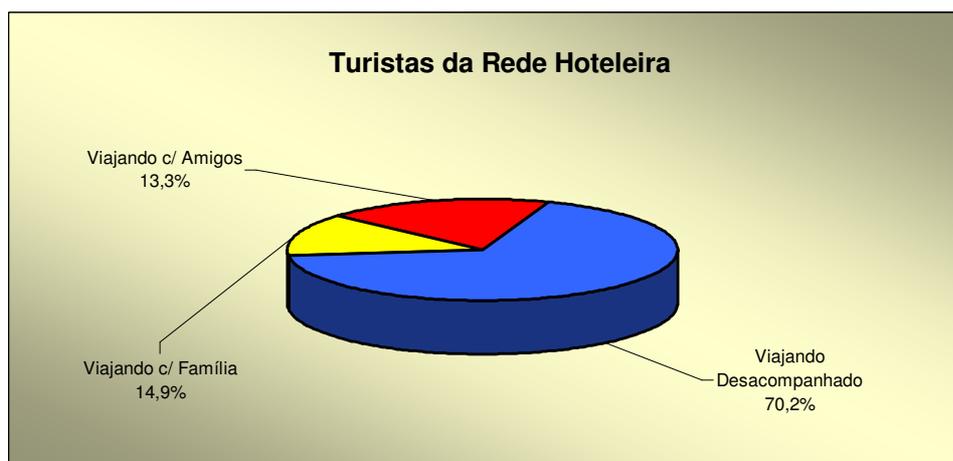
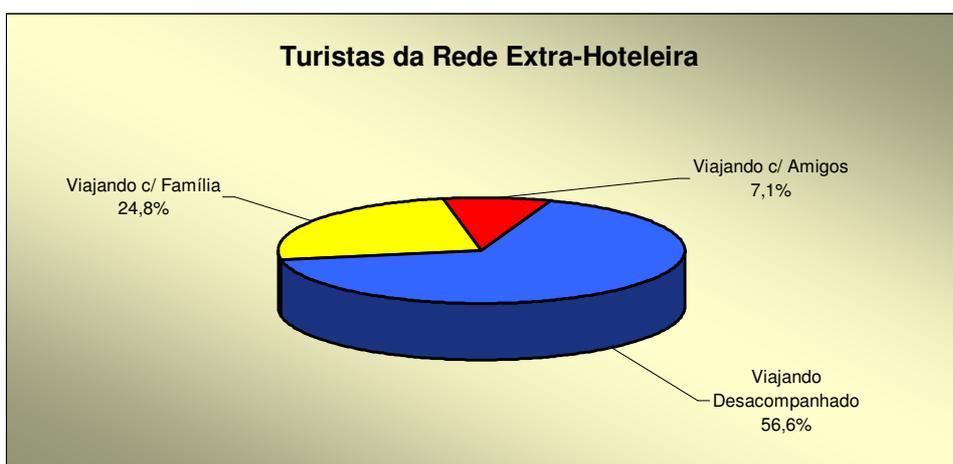


Figura 1.3



Verificou-se, que os turistas detentores de potencial para utilização de agência de viagem (os transportados por ônibus fretado, voo regular e voo charter), apenas 10,4% se utilizaram dessas agências na organização de suas viagens (Tabela 7).

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|----------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Sim | 12,4 | 6,2 | 41 | 10,4 |
| Não | 87,6 | 93,8 | 354 | 89,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 395 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (23,1%), profissional liberal (15,5%) e estudante (6,9%).

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Funcionário Público | 25,8 | 20,6 | 187 | 23,1 |
| Profissional Liberal | 21,9 | 9,8 | 126 | 15,5 |
| Estudante | 3,4 | 10,0 | 56 | 6,9 |
| Autônomo | 5,7 | 7,5 | 54 | 6,7 |
| Dona-de-Casa | 2,9 | 8,6 | 48 | 5,9 |
| Comerciante | 3,7 | 7,9 | 48 | 5,9 |
| Aposentado/Pensionista | 2,3 | 8,6 | 46 | 5,7 |
| Comerciário | 2,9 | 4,7 | 31 | 3,8 |
| Rep. Comercial | 6,0 | 1,9 | 31 | 3,8 |
| Professor | 4,2 | 3,0 | 29 | 3,6 |
| Lavrador | 2,9 | 2,1 | 20 | 2,5 |
| Militar | 0,5 | 3,7 | 18 | 2,2 |
| Bancário | 2,1 | 1,2 | 13 | 1,6 |
| Industriário | 2,1 | 0,7 | 11 | 1,4 |
| Empresário | 2,9 | - | 11 | 1,4 |
| Industrial | 2,1 | 0,7 | 11 | 1,4 |
| Técnico Nível Médio | 1,8 | 0,2 | 8 | 1,0 |
| Desempregado | 0,3 | 1,4 | 7 | 0,9 |
| Analista de Sistema | 1,6 | - | 6 | 0,7 |
| Empregada Doméstica | 0,3 | 0,9 | 5 | 0,6 |

Continua

| | | | | Conclusão |
|-----------------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| Agente de Viagem | 0,8 | - | 3 | 0,4 |
| Religioso | - | 0,7 | 3 | 0,4 |
| Jornalista/Radialista | 0,5 | 0,2 | 3 | 0,4 |
| Enfermeiro | 0,3 | 0,5 | 3 | 0,4 |
| Gerente | - | 0,7 | 3 | 0,4 |
| Outras | 2,7 | 4,4 | 30 | 3,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina no período desta pesquisa permaneceram, em média, 5,76 dias; os turistas da rede extra-hoteleira, em média, 7,19 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,17 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 426,95 correspondendo a R\$ 74,10 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,29 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 365,94 correspondendo a R\$ 50,90 per capita/dia, incluída 1,33 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 498,74, cerca de R\$ 119,69 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,25 pessoa.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | Rede Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------------|----------------|----------------------|----------|
| Permanência na Localidade | 4,17 | 7,19 | 5,76 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 622,09 | 485,52 | 552,14 |
| Pessoas Incluídas nos Gastos | 1,25 | 1,33 | 1,29 |
| Gasto per Capita dos Turistas (R\$) | 498,74 | 365,94 | 426,95 |
| Gasto per Capita/Dia (R\$) | 119,69 | 50,90 | 74,10 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 4.880,29 | 2.348,51 | 3.640,31 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: tratamento de saúde (39,9%), hospedagem (16,9%), e compras (13,3%).

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

| Gastos | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Geral (%) |
|----------------------|--------------------|--------------------------|--------------|
| Saúde | 36,2 | 47,3 | 39,9 |
| Hospedagem | 17,7 | 6,5 | 16,9 |
| Compras | 14,2 | 14,5 | 13,3 |
| Diversões / Passeios | 9,4 | 9,9 | 9,0 |
| Alimentação | 8,3 | 7,2 | 7,3 |
| Transporte | 6,4 | 4,5 | 5,1 |
| Outros | 7,8 | 10,1 | 8,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 | 99,3 | 5,6 | 426,61 | 76,37 |
| Norte | 4,1 | 6,7 | 526,62 | 78,28 |
| Pará | 2,3 | 5,3 | 398,50 | 74,97 |
| Tocantins | 0,2 | 3,0 | 380,00 | 126,67 |
| Amazonas | 0,5 | 7,5 | 70,00 | 9,33 |
| Rondônia | 0,1 | 1,0 | 129,00 | 129,00 |
| Roraima | 0,5 | 14,5 | 1.468,33 | 101,26 |
| Amapá | 0,4 | 8,7 | 617,50 | 71,25 |
| Nordeste | 64,6 | 5,1 | 373,04 | 72,94 |
| Piauí | 31,3 | 5,4 | 333,70 | 61,37 |
| Ceará | 12,2 | 3,6 | 348,74 | 97,25 |
| Maranhão | 7,9 | 3,8 | 431,63 | 114,15 |
| Bahia | 2,8 | 11,2 | 489,73 | 43,66 |
| Pernambuco | 7,0 | 5,8 | 495,63 | 85,87 |
| Paraíba | 1,0 | 3,3 | 373,89 | 115,04 |
| Rio Grande do Norte | 1,6 | 5,2 | 441,79 | 85,72 |
| Alagoas | 0,4 | 5,0 | 250,00 | 50,00 |
| Sergipe | 0,4 | 2,3 | 160,00 | 68,57 |
| Centro-Oeste | 8,4 | 6,7 | 525,82 | 78,07 |
| Distrito Federal | 7,2 | 6,3 | 548,12 | 86,62 |
| Goiás | 0,7 | 8,3 | 463,33 | 55,60 |
| Mato Grosso | 0,4 | 8,7 | 250,83 | 28,64 |
| Mato Grosso do Sul | 0,1 | 15,0 | 700,00 | 46,67 |
| Sudeste | 18,2 | 6,9 | 535,60 | 77,34 |
| São Paulo | 11,7 | 6,7 | 469,53 | 69,91 |
| Rio de Janeiro | 4,8 | 6,0 | 481,40 | 79,89 |
| Minas Gerais | 1,7 | 10,9 | 1.178,27 | 108,52 |
| Sul | 3,9 | 3,5 | 491,78 | 140,51 |
| Rio Grande do Sul | 1,2 | 3,6 | 851,83 | 222,73 |
| Santa Catarina | 0,6 | 2,0 | 419,00 | 209,50 |
| Paraná | 2,1 | 3,9 | 339,20 | 87,37 |
| Internacional | 0,7 | 29,3 | 469,38 | 16,00 |
| Alemanha | 0,2 | 3,5 | 133,33 | 38,10 |
| Colômbia | 0,1 | 45,0 | 120,00 | 2,67 |
| Estados Unidos | 0,4 | 41,3 | 808,75 | 19,57 |
| Total | 100,0 | 5,8 | 426,95 | 74,10 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Nota: Os cálculos desta tabela, feitos no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

- a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **6,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 78,28**;
- b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 72,94**;
- c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **6,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 78,09**;

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **6,9** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 77,34**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **3,5** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 140,51**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **29,3** dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 16,00**.

4. Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando da capital do Estado, sendo período de baixa estação, o principal motivo da viagem foi negócio (44,4%), seguida de visita de parentes/amigos (22,2%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios ocupa também maior relevância (69,5%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas foram visita a parentes/amigos (37,4%) e em seguida saúde (23,1%), são as mais relevantes.

Figura 2
Motivações para a Viagem

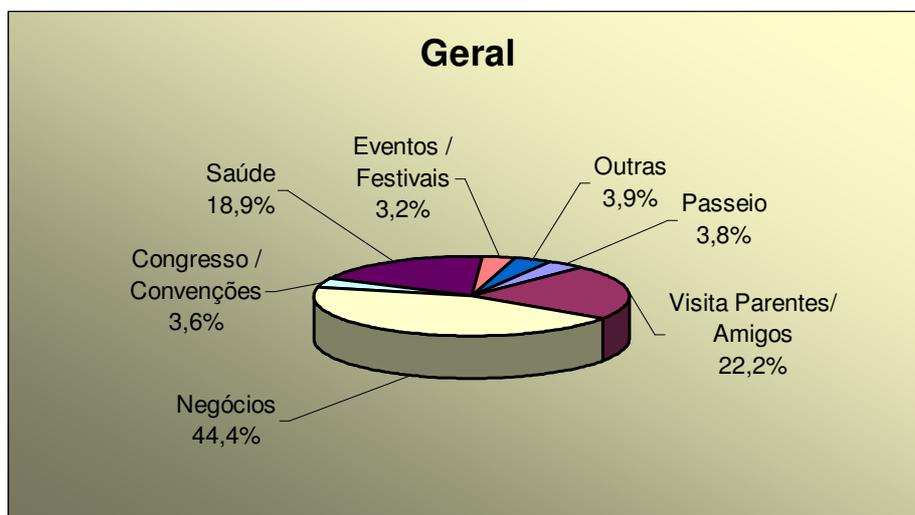


Figura 2.2

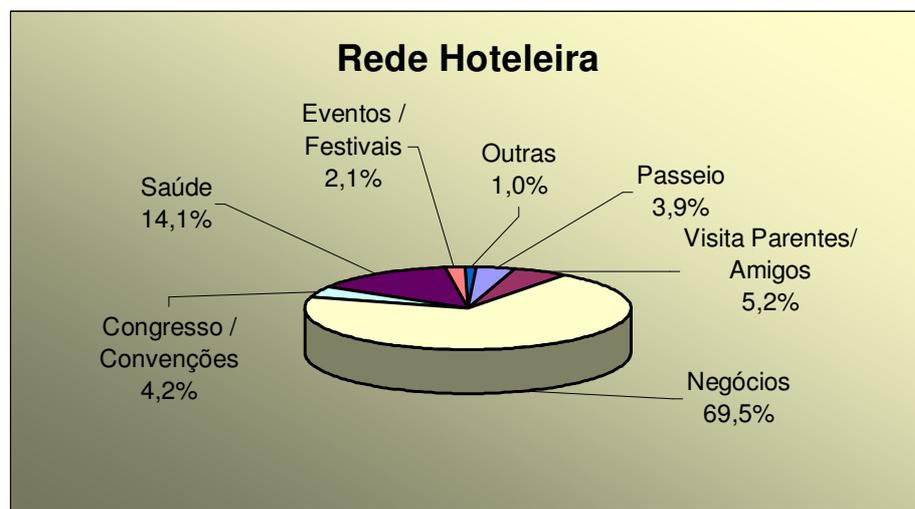
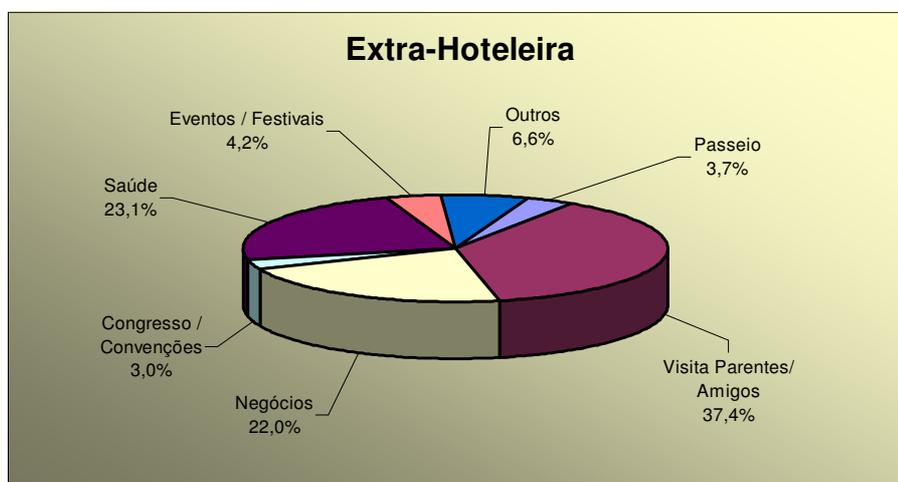


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio teve nas compras pessoais um estímulo de 22,6%.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

| Atrativos | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|----------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Compras Pessoais | 6,7 | 37,5 | 7 | 22,6 |
| Atrativos Naturais | 20,0 | 18,8 | 6 | 19,4 |
| Preço da Viagem mais Adequado | 13,3 | 12,5 | 4 | 12,9 |
| Outros Atrativos Naturais | 6,7 | - | 1 | 3,2 |
| Turismo de Aventura / Ecoturismo | 6,7 | - | 1 | 3,2 |
| Outros | 46,6 | 31,2 | 12 | 38,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 31 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto à escolha da capital para visitação neste período, os fatores de influência destacados na decisão foram conhecimento prévio do local (38,7%) e comentários de parentes e amigos (25,8%).

Tabela 13
Influência da Viagem – Motivo Passeio

| Fatores Determinantes | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Já Conhecia o Local | 40,0 | 37,5 | 12 | 38,7 |
| Comentários de Parentes/Amigos | 13,3 | 37,5 | 8 | 25,8 |
| Propaganda/Publicidade | 6,7 | - | 1 | 3,2 |
| Internet | 6,7 | - | 1 | 3,2 |
| Outros | 33,3 | 25,0 | 9 | 29,1 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 31 | 100,0 |

Fonte: Funda o CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 de 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 (81,3%) dos turistas entrevistados já estiveram em Teresina mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 93,6% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 91,0% a recomendariam a outras pessoas.

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista a Teresina

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Primeira Visita a Teresina | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Sim | 28,7 | 9,8 | 152 | 18,7 |
| Não | 71,3 | 90,2 | 659 | 81,3 |
| Pensa em Voltar a Teresina | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Sim | 89,8 | 97,0 | 759 | 93,6 |
| Não | 4,5 | 0,9 | 21 | 2,6 |
| Não Sabe | 5,7 | 2,1 | 31 | 3,8 |
| Recomendaria Teresina | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |
| Sim | 86,4 | 95,1 | 738 | 91,0 |
| Não | 4,7 | 2,1 | 27 | 3,3 |
| Não Sabe | 8,9 | 2,8 | 46 | 5,7 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto à avaliação do turista em relação à primeira visita a Teresina, 56,5% deles disseram ter correspondida a sua expectativa, enquanto 32,9% afirmaram que tiveram suas expectativas superadas.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Superou a Expectativa | 30,0 | 40,5 | 50 | 32,9 |
| Correspondeu | 59,0 | 50,0 | 86 | 56,5 |
| Decepcionou | 5,5 | 4,8 | 8 | 5,3 |
| Não Sabe | 5,5 | 4,7 | 8 | 5,3 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 152 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior a Teresina, 52,4% disseram estar igual, enquanto 41,4% acharam muito melhor.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|----------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Muito Melhor | 35,5 | 45,6 | 273 | 41,4 |
| Permanece Igual | 56,8 | 49,2 | 345 | 52,4 |
| Pior | 2,2 | 3,1 | 18 | 2,7 |
| Não Sabe | 5,5 | 2,1 | 23 | 3,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 659 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

5. Aspectos Espaciais

Além da capital, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (15,7%) e Floriano (9,3%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além de Teresina

| Municípios Visitados | Quantidade | Dias | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|------------|------------|--------------|--------------------------|
| Polo Costa do Delta – Ecoturismo | 39 | 134 | 36,0 | 2,9 |
| Parnaíba/Delta | 17 | 80 | 15,7 | 4,7 |
| Piripiri | 9 | 16 | 8,3 | 1,8 |
| Luís Correia | 5 | 19 | 4,6 | 3,8 |
| Pedro II | 3 | 6 | 2,8 | 2,0 |
| Barras | 3 | 7 | 2,8 | 2,3 |
| Piracuruca/Sete Cidades | 1 | 3 | 0,9 | 3,0 |
| Brasileira | 1 | 3 | 0,9 | 3,0 |
| Polo de Teresina – Eventos e Negócios | 9 | 49 | 8,3 | 3,2 |
| Campo Maior | 7 | 46 | 6,5 | 6,6 |
| Castelo do Piauí | 1 | 2 | 0,9 | 2,0 |
| José de Freitas | 1 | 1 | 0,9 | 1,0 |
| Polo do Agronegócio | 1 | 8 | 0,9 | 8,0 |
| Uruçuí | 1 | 8 | 0,9 | 8,0 |
| Pólo Histórico-Cultural | 14 | 29 | 13,0 | 1,6 |
| Floriano | 10 | 24 | 9,3 | 2,4 |
| Oeiras | 3 | 4 | 2,8 | 1,3 |
| Amarante | 1 | 1 | 0,9 | 1,0 |
| Polo das Origens | 7 | 22 | 6,5 | 3,4 |
| São João do Piauí | 4 | 9 | 3,7 | 2,3 |
| São Raimundo Nonato/Serra da Capivara | 2 | 10 | 1,9 | 5,0 |
| Bom Jesus | 1 | 3 | 0,9 | 3,0 |
| Outros | 38 | 150 | 35,3 | 4,3 |
| Picos | 6 | 18 | 5,6 | 5,0 |
| Guadalupe | 3 | 4 | 2,8 | 1,3 |
| Água Branca | 2 | 5 | 1,9 | 2,5 |
| Valença do Piauí | 2 | 5 | 1,9 | 2,5 |
| Santa Cruz dos Milagres | 2 | 6 | 1,9 | 3,0 |
| Curimatá | 2 | 14 | 1,9 | 7,0 |
| Outros | 21 | 98 | 19,3 | 12,2 |
| Total | 108 | 392 | 100,0 | 3,6 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

6. Avaliação Geral dos Turistas

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

Os Patrimônios Históricos/Culturais de Teresina receberam da parte do visitante uma avaliação relevante, 67,8%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 87,2%. Merece destaque o serviço de Táxi e Bares e Restaurantes que aparece com avaliação positiva de 79,9% e 79,8% respectivamente; sendo que 89,9% dos turistas avaliaram a prestação desses serviços entre bom ou ótimo.

No aspecto de Infraestrutura de Teresina, o item mais expressivo foi Serviços Médicos, com 81,9%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: informações turísticas (-23,6%) guia de turismo (-17,6%) e terminal rodoviário (-11,4%), 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 | 13,2 | 66,2 | 18,7 | 1,2 | 0,7 | 58,7 |
| Patrimônios Históricos/Culturais | 13,6 | 70,3 | 14,3 | 1,5 | 0,4 | 67,8 |
| Manifestações Populares | 12,6 | 62,2 | 20,2 | 5,0 | 0,0 | 49,6 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Equipamentos de Lazer | 8,2 | 55,7 | 26,7 | 6,3 | 3,1 | 27,8 |
| Passeios Oferecidos | 7,9 | 51,6 | 32,1 | 4,7 | 3,7 | 19,1 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 17,8 | 57,4 | 20,9 | 2,2 | 1,7 | 50,4 |
| Hospitalidade do Povo (*) | 46,2 | 47,4 | 5,3 | 0,9 | 0,3 | 87,2 |
| Informações Turísticas | 9,6 | 28,6 | 44,9 | 13,0 | 4,0 | -23,6 |
| Sinalização Urbana/Turística | 9,0 | 61,8 | 23,1 | 4,8 | 1,3 | 41,7 |
| Guias de Turismo | 11,8 | 29,4 | 30,9 | 19,1 | 8,8 | -17,6 |
| Meios de Hospedagem | 25,4 | 63,6 | 10,6 | 0,0 | 0,5 | 77,9 |
| Bares e Restaurantes | 18,2 | 71,7 | 8,5 | 1,3 | 0,3 | 79,8 |
| Comércio/Compras | 17,1 | 67,3 | 14,3 | 0,6 | 0,7 | 68,8 |
| Diversões Noturnas | 23,9 | 64,6 | 9,3 | 1,4 | 0,7 | 77,1 |
| Serviços de Táxis | 17,7 | 72,2 | 9,3 | 1,1 | 0,4 | 79,9 |

Continua

| | | | | | | Conclusão |
|------------------------------|------|------|------|------|-----|--------------|
| Infraestrutura | | | | | | |
| Comunicações (Correios/Fone) | 12,1 | 75,0 | 11,0 | 1,5 | 0,4 | 74,2 |
| Serviços Médicos | 43,1 | 47,8 | 6,9 | 1,1 | 1,1 | 81,9 |
| Segurança Pública | 5,6 | 47,3 | 36,4 | 8,8 | 1,9 | 5,8 |
| Limpeza Pública | 10,7 | 57,4 | 26,0 | 5,4 | 0,5 | 36,3 |
| Transporte Urbano | 5,5 | 59,8 | 28,2 | 5,2 | 1,4 | 30,5 |
| Terminal Rodoviário | 4,9 | 39,4 | 35,6 | 16,5 | 3,6 | -11,4 |
| Aeroporto | 6,5 | 52,8 | 32,2 | 7,2 | 1,2 | 18,7 |
| Urbanização | 9,2 | 69,8 | 20,0 | 0,9 | 0,0 | 58,1 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

(*) 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 64,4% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 21,9 % dos turistas acharam os preços elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

| Avaliação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Baixos | 9,7 | 10,5 | 82 | 10,1 |
| Normais | 64,5 | 64,3 | 522 | 64,4 |
| Elevados | 21,4 | 22,4 | 178 | 21,9 |
| Não Sabe | 4,4 | 2,8 | 29 | 3,6 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 811 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

A avaliação do Polo Turístico a partir da percepção dos turistas é importante por possibilitar à administração um embasamento para fortalecimento ou correção de aspectos infraestruturais urbanísticos e/ou turísticos, de forma a torná-lo mais atraente e satisfatório. Assim, solicitou-se aos entrevistados apontarem até dois aspectos pertinentes ao Pólo, que lhe agradaram e, também até dois que lhe desagradaram. No cômputo geral, foi detectado um número maior de aspectos positivos (974) que negativos (702) conforme resultados dispostos nas tabelas 20 e 21.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: hospitalidade do povo (25,4%), serviço de saúde (9,4%) e alimentação/culinária (6,9%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | Quantidade | (%) |
|---|-------------------|--------------|
| Condições Ambientais | 50 | 5,1 |
| Limpeza da Cidade | 29 | 3,0 |
| Belezas Naturais | 17 | 1,7 |
| Clima | 4 | 0,4 |
| Infra-Estrutura Urbana | 82 | 8,2 |
| Tranqüilidade da Cidade | 30 | 3,0 |
| Paisagismo/Aspectos Urbanísticos | 24 | 2,4 |
| Crescimento da Cidade | 13 | 1,3 |
| Segurança Pública | 9 | 0,9 |
| Terminal Rodoviário | 6 | 0,6 |
| Infraestrutura Turística | 203 | 20,8 |
| Alimentação/Culinária | 67 | 6,9 |
| Diversão Noturna | 35 | 3,6 |
| Restaurantes e Bares | 29 | 3,0 |
| Beleza Piauiense | 28 | 2,9 |
| Meios de Hospedagem | 16 | 1,6 |
| Frutas e Produtos Tropicais | 13 | 1,3 |
| Passeios | 6 | 0,6 |
| Pontos Turísticos | 4 | 0,4 |
| Opções de Lazer | 3 | 0,3 |
| Aeroporto | 2 | 0,2 |
| Educação, Informação e Comunicação | 322 | 32,9 |
| Hospitalidade do Povo | 248 | 25,4 |
| Amigos e Familiares | 51 | 5,2 |
| Aspectos Cultural-Históricos | 13 | 1,3 |
| Educação Formal | 7 | 0,7 |
| Serviços de Comunicações | 3 | 0,3 |
| Comércio e Serviços | 235 | 24,1 |
| Serviço de Saúde | 92 | 9,4 |
| Comércio | 59 | 6,1 |
| Shopping Center | 48 | 4,9 |
| Artesanato | 19 | 2,0 |
| Bons Negócios | 10 | 1,0 |
| Serviço de Transporte | 7 | 0,7 |
| Outros | 88 | 8,9 |
| Tudo (cidade em geral) | 40 | 4,1 |
| Beleza da Cidade | 16 | 1,6 |
| Administração Pública | 12 | 1,2 |
| Congressos e Eventos | 9 | 0,9 |
| Outros | 11 | 1,1 |
| Total | 974 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (53,3%), falta de segurança (7,4%), estrutura do aeroporto (3,7%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Negativos | Quantidade | (%) |
|---|-------------------|--------------|
| Condições Ambientais | 378 | 53,9 |
| Clima | 374 | 53,3 |
| Poluição | 4 | 0,6 |
| Infraestrutura Urbana | 150 | 21,5 |
| Falta de Segurança | 52 | 7,4 |
| Estrutura do Aeroporto | 26 | 3,7 |
| Limpeza Pública (falta) | 23 | 3,3 |
| Terminal Rodoviário | 15 | 2,2 |
| Congestionamento no Trânsito | 14 | 2,0 |
| Falta de Saneamento Básico | 11 | 1,6 |
| Iluminação Pública | 6 | 0,9 |
| Vias Urbanas | 3 | 0,4 |
| Infraestrutura Turística | 25 | 3,5 |
| Falta de Informação Turística | 9 | 1,3 |
| Falta de Opção de Lazer | 8 | 1,1 |
| Serviços de Hotéis/Meios de Hospedagem | 5 | 0,7 |
| Atrativos/Pontos Turísticos/ Infraestrutura Turística | 3 | 0,4 |
| Educação, Informação e Comunicação | 6 | 0,8 |
| Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade | 6 | 0,8 |
| Comércio e Serviços | 83 | 11,8 |
| Serviço de Transporte | 36 | 5,1 |
| Preços Elevados | 19 | 2,7 |
| Excesso de Camelôs | 9 | 1,3 |
| Serviços de Saúde | 9 | 1,3 |
| Comércio | 7 | 1,0 |
| Serviço de Comunicação | 3 | 0,4 |
| Outros | 60 | 8,5 |
| Atendimento em Geral | 17 | 2,3 |
| Má Administração Pública | 14 | 2,0 |
| Sinalização Trânsito/Urbana | 10 | 1,5 |
| Pobreza/Mendicância | 8 | 1,2 |
| Falta de Preservação do Patrimônio Histórico | 3 | 0,4 |
| Outros | 8 | 1,1 |
| Total | 702 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

Litoral do Piauí

(Parnaíba e Luís Correia)
Novembro/2008

1. Procedência dos Turistas

Observando as tabelas 1, 2 e 3, relacionadas à origem do turista que visitou o litoral piauiense na última temporada, verifica-se que 97,9% são brasileiros do total de estrangeiros que estiveram no litoral 45,4% são da Itália; 27,3% da Alemanha; seguidos da África do Sul, Espanha e Estados Unidos com a mesma participação de 9,1%.

Quanto aos brasileiros, 83,3% são nordestinos, sendo mais da metade deles piauienses (50,6%), seguidos de cearenses (17,4%) e maranhenses (13,1%).

Tabela 1
Procedência dos Turistas

| Origem | Quantidade | Geral (%) |
|--------------|------------|--------------|
| Brasil | 510 | 97,9 |
| Exterior | 11 | 2,1 |
| Total | 521 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 2
Procedência dos Turistas Internacionais

| Países de Origem | Quantidade | (%) |
|------------------|------------|--------------|
| Itália | 5 | 45,4 |
| Alemanha | 3 | 27,3 |
| África do Sul | 1 | 9,1 |
| Espanha | 1 | 9,1 |
| Estados Unidos | 1 | 9,1 |
| Total | 11 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | Quantidade | (%) |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Norte | 11 | 2,2 |
| Pará | 9 | 1,8 |
| Amazonas | 1 | 0,2 |
| Roraima | 1 | 0,2 |
| Nordeste | 425 | 83,3 |
| Piauí | 258 | 50,6 |
| Ceará | 89 | 17,4 |
| Maranhão | 67 | 13,1 |
| Pernambuco | 5 | 1,0 |
| Rio Grande do Norte | 1 | 0,2 |
| Bahia | 4 | 0,8 |
| Paraíba | 1 | 0,2 |

Continua

| | | conclusão |
|---------------------|------------|--------------|
| Centro-Oeste | 40 | 7,8 |
| Distrito Federal | 37 | 7,2 |
| Goiás | 2 | 0,4 |
| Mato Grosso | 1 | 0,2 |
| Sudeste | 33 | 6,5 |
| São Paulo | 16 | 3,1 |
| Rio de Janeiro | 12 | 2,4 |
| Minas Gerais | 3 | 0,6 |
| Espírito Santo | 2 | 0,4 |
| Sul | 1 | 0,2 |
| Rio Grande do Sul | 1 | 0,2 |
| Total | 510 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 65,5%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 48,2% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 34,5%.

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

| Hospedagem | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------|------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 180 | 34,5 |
| Hotel | 83 | 15,9 |
| Pousada | 86 | 16,5 |
| Pensão/ Hospedaria | 4 | 0,8 |
| Flat/Apart. | 7 | 1,3 |
| Rede Extra-Hoteleira | 341 | 65,5 |
| Casa Parentes/Amigos | 251 | 48,2 |
| Casa Própria | 51 | 9,8 |
| Casa/Apart. de Aluguel | 18 | 3,5 |
| Outras | 21 | 4,0 |
| Total | 521 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar ao litoral piauiense, o turista serviu-se principalmente de ônibus de linha (60,6%); seguido do automóvel (35,3%).

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|---------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Ônibus de Linha | 46,1 | 68,3 | 316 | 60,6 |
| Automóvel | 44,4 | 30,5 | 184 | 35,3 |
| Ônibus Fretado | 7,2 | 1,2 | 17 | 3,3 |
| Outros | 1,7 | - | 3 | 0,6 |
| Voo Charter Fretado | 0,6 | - | 1 | 0,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 62,8%. Sobre a faixa etária, prevaleceu de 26 a 35 anos (31,1%). No item nível de escolaridade o destaque foi para o de nível médio (42,4%), seguido dos que têm escolaridade de nível superior (31,3%), não estando incluídos neste percentual a área de pós-graduação com (8,6%).

Quanto ao estado civil, 51,2% dos entrevistados disseram ser casados e 40,3%, solteiros. Já sobre o nível de sociabilidade, sobressaem os que estavam desacompanhados (45,9%), mostrando que os turistas viajam só na baixa estação; sendo que 65,5% se hospedaram na rede extra-hoteleira e 34,5%, na rede hoteleira.

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Masculino | 68,9 | 59,5 | 327 | 62,8 |
| Feminino | 31,1 | 40,5 | 194 | 37,2 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Até 17 Anos | 2,2 | 2,6 | 13 | 2,5 |
| 18 a 25 Anos | 12,8 | 22,9 | 101 | 19,4 |
| 26 a 35 Anos | 30,6 | 31,4 | 162 | 31,1 |
| 36 a 50 Anos | 34,4 | 26,1 | 151 | 29,0 |
| 51 a 65 Anos | 13,9 | 11,7 | 65 | 12,5 |
| Acima de 65 Anos | 6,1 | 5,3 | 29 | 5,5 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Fundamental | 9,4 | 15,0 | 68 | 13,1 |
| Médio | 36,7 | 45,5 | 221 | 42,4 |
| Médio Técnico | 1,7 | 2,3 | 11 | 2,1 |
| Superior | 33,9 | 29,9 | 163 | 31,3 |
| Pós-Graduação | 16,1 | 4,7 | 45 | 8,6 |
| Outros | 2,2 | 2,6 | 13 | 2,5 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Casado | 52,8 | 50,4 | 267 | 51,2 |
| Solteiro | 35,5 | 42,8 | 210 | 40,3 |
| Separado | 7,8 | 4,4 | 29 | 5,6 |
| Viúvo | 2,8 | 1,8 | 11 | 2,1 |
| Outros | 1,1 | 0,6 | 4 | 0,8 |
| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Viajando Desacompanhado | 43,9 | 46,9 | 239 | 45,9 |
| Com a Família | 26,7 | 34,6 | 166 | 31,9 |
| Com Amigos | 23,3 | 18,5 | 105 | 20,1 |
| Em Excursão | 6,1 | - | 11 | 2,1 |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado | 2,2 | 2,2 | 1.133 | 2,2 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Figura 1 Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

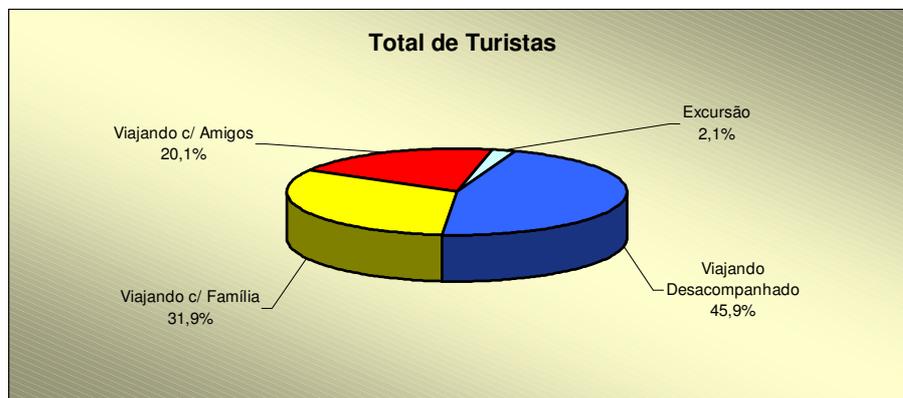


Figura 1.2

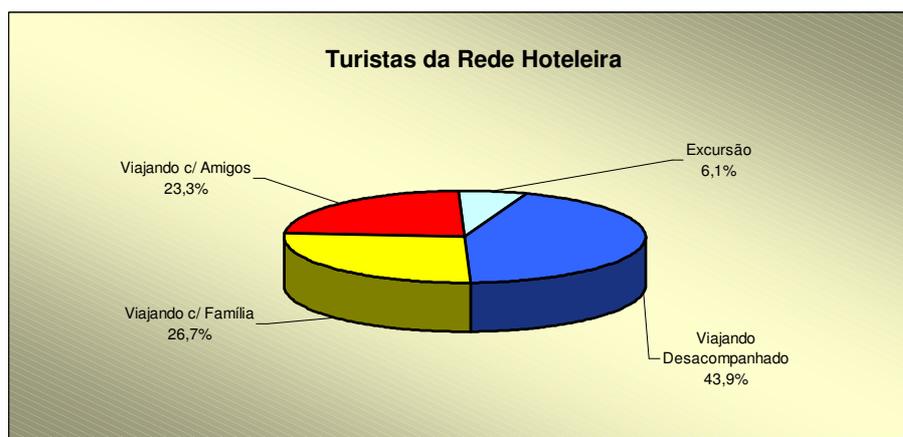
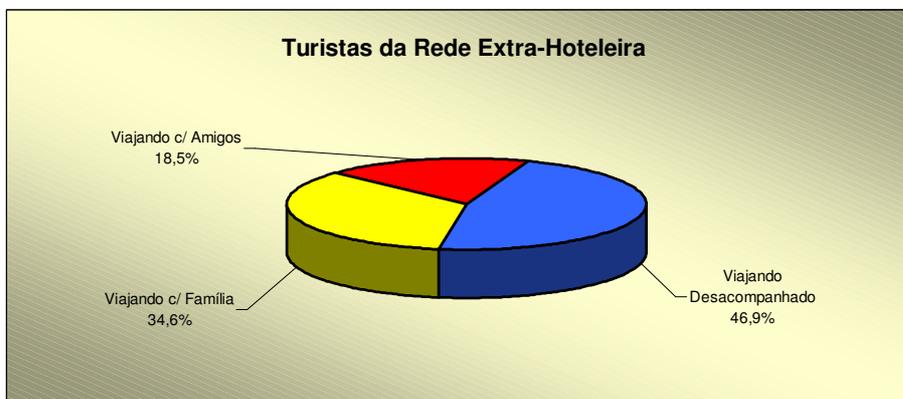


Figura 1.3



Verificou-se, que os turistas detentores de potencial para utilização de agência de viagem (os transportados por ônibus fretado, voo regular e voo charter), na sua totalidade 100,0%) não se utilizaram dessas agências na organização de suas viagens (Tabela 7).

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Geral (%) |
|---------------|--------------------|--------------------------|--------------|
| Sim | - | - | - |
| Não | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Como mostra a Tabela 8, de maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (14,4%), profissional liberal, (10,2%) e estudante (10,0%).

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Funcionário Público | 13,9 | 14,7 | 75 | 14,4 |
| Profissional Liberal | 15,6 | 7,3 | 53 | 10,2 |
| Estudante | 6,1 | 12,0 | 52 | 10,0 |
| Autônomo | 11,1 | 9,1 | 51 | 9,8 |
| Comerciante | 9,4 | 5,0 | 34 | 6,5 |
| Dona-de-Casa | 0,6 | 9,1 | 32 | 6,1 |
| Comerciário | 4,4 | 5,3 | 26 | 5,0 |
| Aposentado/Pensionista | 3,3 | 5,9 | 26 | 5,0 |
| Rep. Comercial/Vendedor | 5,6 | 3,2 | 21 | 4,0 |
| Professor | 5,6 | 2,9 | 20 | 3,8 |
| Bancário | 3,3 | 2,3 | 14 | 2,7 |
| Industriário | 3,3 | 2,3 | 14 | 2,7 |
| Militar | 2,8 | 2,6 | 14 | 2,7 |
| Técnico | 2,2 | 2,9 | 14 | 2,7 |
| Empresário | 2,8 | 2,1 | 12 | 2,3 |
| Motorista | 1,1 | 2,1 | 9 | 1,7 |
| Empregada Doméstica | - | 2,3 | 8 | 1,5 |
| Consultor | 1,7 | 0,3 | 4 | 0,8 |
| Jornalista/Radialista | 1,7 | - | 3 | 0,6 |
| Industrial | 0,6 | 0,6 | 3 | 0,6 |
| Religioso | - | 0,6 | 2 | 0,4 |
| Outras | 4,9 | 7,4 | 34 | 6,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

3.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no período desta pesquisa permaneceram, em média, 7,57 dias; os turistas da rede extra-hoteleira, em média, 9,11 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,66 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 304,71, correspondendo a R\$ 40,25 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 1,70 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 271,33, correspondendo a R\$ 29,79 per capita/dia, incluídas 1,75 pessoa nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 372,07, cerca de R\$ 79,92 per capita/dia, estando incluídas entre estes 1,59 pessoa.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | Rede Extra-Hoteleira | Geral |
|--------------------------------------|----------------|----------------------|----------|
| Permanência na Localidade | 4,66 | 9,11 | 7,57 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 591,93 | 476,09 | 517,03 |
| Pessoas Incluídas nos Gastos | 1,59 | 1,75 | 1,70 |
| Gasto per Capita dos Turistas (R\$) | 372,07 | 271,33 | 304,71 |
| Gasto per Capita/Dia (R\$) | 79,92 | 29,79 | 40,25 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 3.310,67 | 2.173,13 | 2.619,29 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

De modo geral, conforme a Tabela 10, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (20,0%), alimentação (17,3%) e diversão / passeios (15,7%).

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas

| Gastos | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Geral (%) |
|----------------------|--------------------|--------------------------|--------------|
| Hospedagem | 26,3 | 10,8 | 20,0 |
| Alimentação | 18,5 | 19,4 | 17,3 |
| Diversões / Passeios | 15,1 | 17,6 | 15,7 |
| Tratamento de Saúde | 6,0 | 16,4 | 14,1 |
| Compras | 10,9 | 16,2 | 13,8 |
| Transporte | 10,1 | 6,9 | 7,2 |
| Outros | 13,1 | 12,7 | 11,9 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 | 97,9 | 7,7 | 302,42 | 39,48 |
| Norte | 2,1 | 8,4 | 293,00 | 35,03 |
| Pará | 1,7 | 9,4 | 351,85 | 37,25 |
| Amazonas | 0,2 | 4,0 | 250,00 | 62,50 |
| Roraima | 0,2 | 3,0 | 66,67 | 22,22 |
| Nordeste | 81,6 | 6,3 | 254,22 | 40,22 |
| Piauí | 49,5 | 5,3 | 218,22 | 40,95 |
| Ceará | 17,1 | 9,1 | 365,10 | 40,22 |
| Maranhão | 12,9 | 6,5 | 260,46 | 39,93 |
| Pernambuco | 1,0 | 7,2 | 330,00 | 45,83 |
| Bahia | 0,8 | 2,8 | 147,29 | 53,56 |
| Paraíba | 0,2 | 4,0 | 1.000,00 | 250,00 |
| Rio Grande do Norte | 0,2 | 15,0 | 960,00 | 64,00 |
| Centro-Oeste | 7,7 | 11,7 | 610,84 | 52,21 |
| Distrito Federal | 7,1 | 10,4 | 524,00 | 50,23 |
| Goiás | 0,4 | 26,0 | 884,67 | 34,03 |
| Mato Grosso | 0,2 | 30,0 | 5.000,00 | 5.000,00 |
| Sudeste | 6,3 | 16,4 | 495,45 | 30,22 |
| São Paulo | 3,1 | 22,8 | 655,33 | 28,81 |
| Rio de Janeiro | 2,3 | 12,5 | 441,45 | 35,32 |
| Minas Gerais | 0,6 | 8,0 | 285,00 | 35,63 |
| Espírito Santo | 0,4 | 1,5 | 86,67 | 57,78 |
| Sul | 0,2 | 120,0 | 3.860,00 | 32,17 |
| Rio Grande do Sul | 0,2 | 120,0 | 3.860,00 | 32,17 |
| Internacional | 2,1 | 3,4 | 463,75 | 137,87 |
| África do Sul | 0,2 | 7,0 | 680,00 | 97,14 |
| Alemanha | 0,6 | 2,0 | 291,67 | 145,83 |
| Espanha | 0,2 | 5,0 | 1.500,00 | 300,00 |
| Estados Unidos | 0,2 | 1,0 | 75,00 | 75,00 |
| Itália | 1,0 | 3,6 | 472,00 | 131,11 |
| Total | 100,0 | 7,6 | 304,71 | 40,25 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Nota: Os cálculos desta tabela, feitos no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **8,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 35,03**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **6,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 40,22**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **11,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 52,21**;

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de **16,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 30,22**;

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de **120** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 32,17**.

No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **3,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 137,87**.

4. Motivações e Atrativos da Viagem

Em se tratando de uma região litorânea, em período de baixa estação, o principal motivo da viagem foi passeio (31,1%), vindo em seguida visita a parentes/ amigos (31,0%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócio ocupa maior relevância (51,1%). Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como visita a parentes/amigos (43,1%) em seguida, passeio (31,1%), são as mais relevantes.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

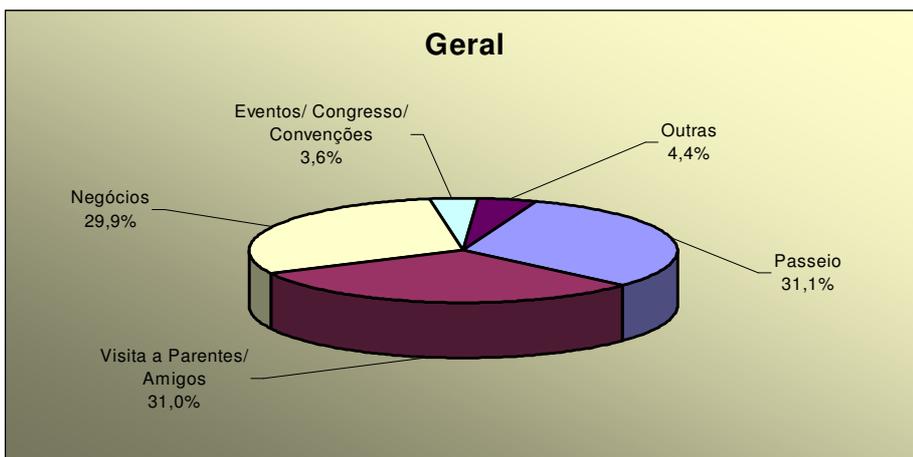


Figura 2.2

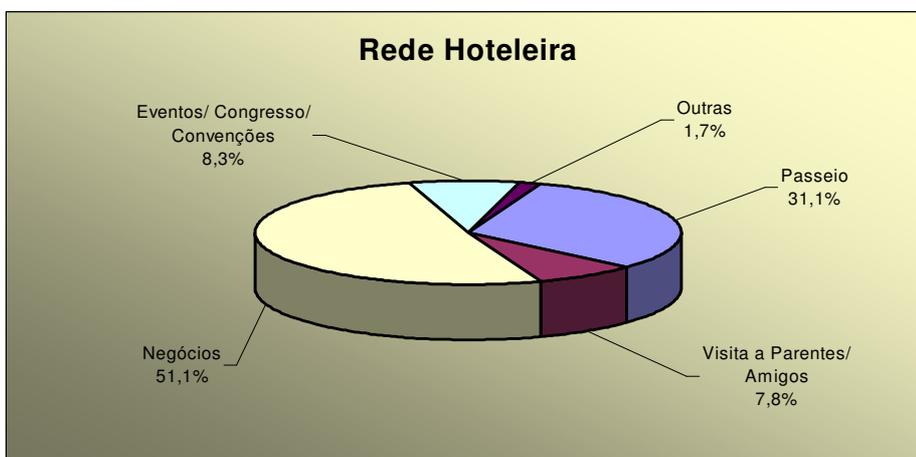
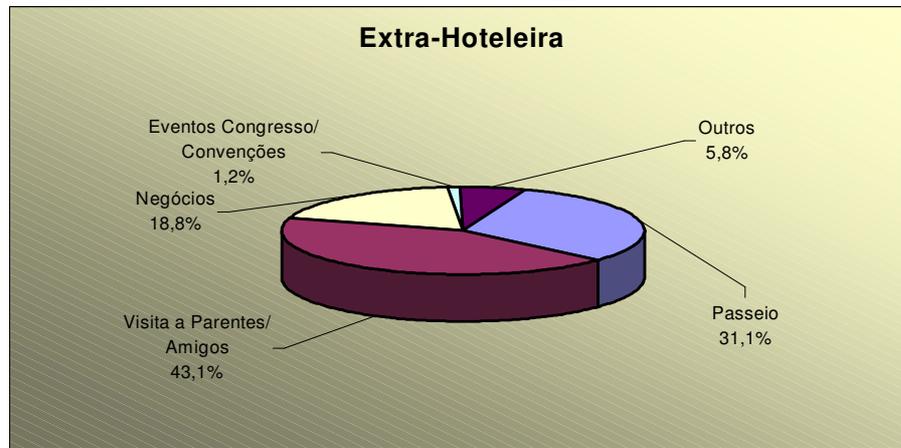


Figura 2.3



É importante ressaltar que a viagem ao litoral motivada por passeio teve nos atrativos naturais (sol e praias) um estímulo de 84,3%.

Tabela 12
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio

| Atrativos | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Atrativos Naturais (Sol e Praias) | 88,6 | 82,2 | 134 | 84,3 |
| Ecoturismo/Aventura/Esporte Rural | 5,7 | 2,8 | 6 | 3,7 |
| Outros Atrativos Naturais | 1,9 | 0,9 | 2 | 1,3 |
| Patrimônio Histórico/Cultural | 1,9 | 1,9 | 3 | 1,9 |
| Outros | 1,9 | 12,2 | 14 | 8,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 159 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

O conhecimento prévio do local (63,5%) e os comentários de parentes/amigos (21,4%) 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 (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Já Conhecia o Local | 56,6 | 67,1 | 101 | 63,5 |
| Comentários de Parentes/Amigos | 24,5 | 19,8 | 34 | 21,4 |
| Propaganda/Publicidade | 1,9 | 2,8 | 4 | 2,5 |
| Agência de Viagem | 3,8 | 0,9 | 3 | 1,9 |
| Internet | 3,8 | 0,9 | 3 | 1,9 |
| Outros | 9,4 | 8,5 | 14 | 8,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 159 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 (84,6%) dos turistas entrevistados já estiveram no litoral piauiense mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 94,8% deles demonstraram pretensão de voltar, sendo que 97,5% o recomendariam a outras pessoas.

Tabela 14
Taxa de Retorno do Turista ao Litoral

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Primeira Visita ao Litoral | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Sim | 22,8 | 11,4 | 80 | 15,4 |
| Não | 77,2 | 88,6 | 441 | 84,6 |
| Pensa em Voltar ao Litoral | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Sim | 96,6 | 93,8 | 494 | 94,8 |
| Não | 2,8 | 1,5 | 10 | 1,9 |
| Não Sabe | 0,6 | 4,7 | 17 | 3,3 |
| Recomendaria o Litoral | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |
| Sim | 97,7 | 97,3 | 508 | 97,5 |
| Não | 1,7 | 2,1 | 10 | 1,9 |
| Não Sabe | 0,6 | 0,6 | 3 | 0,6 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto à avaliação dos turistas em relação à primeira visita ao litoral, 48,8% deles afirmaram ter correspondido a sua expectativa; enquanto 43,8% informaram que superou ao esperado.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Superou a Expectativa | 48,8 | 38,5 | 35 | 43,8 |
| Correspondeu | 43,9 | 53,8 | 39 | 48,8 |
| Decepcionou | 4,9 | 7,7 | 5 | 6,2 |
| Não Sabe | 2,4 | - | 1 | 1,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 80 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tratando-se da avaliação do turista em relação à sua visita anterior, 53,7 % disseram estar muito melhor, enquanto 38,8% acharam o litoral igual à última visita.

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|----------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Muito Melhor | 54,0 | 53,7 | 237 | 53,7 |
| Permanece Igual | 39,6 | 38,4 | 171 | 38,8 |
| Pior | 5,0 | 6,6 | 27 | 6,1 |
| Não Sabe | 1,4 | 1,3 | 6 | 1,4 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 441 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

5. Aspectos Espaciais

Além do litoral, destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (36,4%); Barras (18,2%); Piracuruca, São Raimundo Nonato, Picos, Floriano e Bom Princípio com (9,1%) cada.

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, além do Litoral

| Municípios Visitados | Quantidade | Dias | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|------------|-----------|--------------|--------------------------|
| Polo Costa do Delta – Ecoturismo | 3 | 10 | 27,3 | 3,3 |
| Barras | 2 | 6 | 18,2 | 3,0 |
| Piracuruca/Sete Cidades | 1 | 4 | 9,1 | 4,0 |
| Polo de Teresina – Eventos e Negócios | 4 | 41 | 36,4 | 10,3 |
| Teresina | 4 | 41 | 36,4 | 10,3 |
| Polo das Origens – Turismo Arqueológico | 1 | 8 | 9,1 | 8,0 |
| São Raimundo Nonato | 1 | 8 | 9,1 | 8,0 |
| Polo Histórico-Cultural | 1 | 1 | 9,1 | 1,0 |
| Floriano | 1 | 1 | 9,1 | 1,0 |
| Outros | 2 | 2 | 18,2 | 1,0 |
| Bom Princípio do Piauí | 1 | 1 | 9,1 | 1,6 |
| Picos | 1 | 1 | 9,1 | 1,6 |
| Total | 11 | 62 | 100,0 | 5,6 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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, 90,1%.

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, apenas a hospitalidade do povo obteve uma avaliação expressiva de 84,9%. Merece destaque também o serviço meios de hospedagem com 65,9% e bares e restaurantes com 64,1%.

No aspecto de Infraestrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone, 62,0%).

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: transporte urbano (-5,9%); limpeza pública e segurança pública com (6,2%) cada um, 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(*) | 47,7 | 47,3 | 4,8 | 0,2 | 0,0 | 90,1 |
| Patrimônios Históricos/Culturais | 15,4 | 63,0 | 16,1 | 3,6 | 2,0 | 56,7 |
| Manifestações Populares | 11,1 | 58,2 | 23,5 | 3,9 | 3,3 | 38,6 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Equipamentos de Lazer | 10,3 | 45,1 | 34,9 | 6,9 | 2,9 | 10,9 |
| Passeios Oferecidos | 19,5 | 56,3 | 20,0 | 2,1 | 2,1 | 51,6 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 17,3 | 58,3 | 15,7 | 4,7 | 3,9 | 51,2 |
| Hospitalidade do Povo | 37,0 | 55,5 | 5,0 | 1,0 | 1,6 | 84,9 |
| Informações Turísticas | 15,6 | 50,0 | 20,1 | 9,1 | 5,2 | 31,2 |
| Sinalização Urbana/Turística | 5,6 | 54,3 | 26,5 | 8,2 | 5,3 | 19,8 |
| Guias de Turismo | 20,3 | 29,7 | 17,6 | 13,5 | 18,9 | 0,0 |
| Meios de Hospedagem | 24,9 | 58,0 | 15,1 | 0,0 | 2,0 | 65,9 |
| Bares e Restaurantes | 17,5 | 64,6 | 14,1 | 2,2 | 1,6 | 64,1 |
| Comércio/Compras | 11,2 | 60,3 | 23,4 | 4,1 | 1,0 | 43,1 |
| Diversões Noturnas | 25,2 | 45,0 | 16,8 | 8,0 | 5,0 | 40,5 |
| Serviços de Táxis | 13,7 | 55,5 | 18,5 | 5,5 | 6,8 | 38,4 |

Continua

Conclusão

| Infraestrutura | | | | | | |
|------------------------------|------|------|------|------|------|-------------|
| Comunicações (Correios/Fone) | 7,5 | 73,5 | 13,0 | 2,9 | 3,2 | 62,0 |
| Serviços Médicos | 18,2 | 47,3 | 12,7 | 7,3 | 14,5 | 30,9 |
| Segurança Pública | 10,1 | 43,0 | 29,5 | 11,2 | 6,2 | 6,2 |
| Limpeza Pública | 9,6 | 43,5 | 27,9 | 10,0 | 9,0 | 6,2 |
| Transporte Urbano | 4,5 | 42,5 | 25,3 | 14,0 | 13,6 | -5,9 |
| Terminal Rodoviário | 5,6 | 50,2 | 32,7 | 6,2 | 5,3 | 11,5 |
| Aeroporto | 8,7 | 58,7 | 21,7 | 4,3 | 6,5 | 34,8 |
| Urbanização | 8,4 | 65,5 | 17,7 | 5,8 | 2,6 | 47,8 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

(*) 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 63,3% dos entrevistados consideraram os preços normais, enquanto 26,9 % dos turistas acharam os preços elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

| Avaliação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Baixos | 8,9 | 7,3 | 41 | 7,9 |
| Normais | 70,0 | 59,9 | 330 | 63,3 |
| Elevados | 21,1 | 29,9 | 140 | 26,9 |
| Não Sabe | - | 2,9 | 10 | 1,9 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 521 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

A avaliação do Pólo Turístico a partir da percepção dos turistas é importante por possibilitar à administração um embasamento para fortalecimento ou correção de aspectos infraestruturais urbanísticos e/ ou Turísticos, de forma a torná-lo mais atraente e satisfatório. Assim, solicitou-se aos entrevistados apontarem até dois aspectos pertinentes ao Pólo, que lhe agradaram e, também até dois que lhe desagradaram. No cômputo geral, foi detectado um número maior de aspectos positivos (792) que negativos (435) conforme resultados dispostos nas tabelas 20 e 21.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: belezas naturais (30,3%), clima (20,7%) e hospitalidade do povo (13,1%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | Quantidade | (%) |
|---|-------------------|--------------|
| Condições Ambientais | 430 | 54,3 |
| Belezas Naturais/Praias | 240 | 30,3 |
| Clima | 164 | 20,7 |
| Delta do Parnaíba | 16 | 2,0 |
| Limpeza da Cidade | 10 | 1,3 |
| Infraestrutura Urbana | 63 | 8,0 |
| Paisagismo/Aspectos Urbanísticos | 26 | 3,3 |
| Tranquilidade da Cidade | 16 | 2,0 |
| Infraestrutura das Praias | 8 | 1,0 |
| Beleza da Cidade | 7 | 0,9 |
| Estradas (Pavimentação/Sinalização) | 6 | 0,8 |
| Infraestrutura Turística | 115 | 14,5 |
| Restaurantes/Bares | 32 | 4,0 |
| Culinária | 27 | 3,4 |
| Diversão Noturna (Cidade / Praia) | 16 | 2,0 |
| Aspectos Cultural-Históricos | 12 | 1,5 |
| Meios de Hospedagem | 10 | 1,3 |
| Porto das Barcas | 5 | 0,6 |
| Pontos Turísticos | 4 | 0,6 |
| Novas Barracas na Praia | 5 | 0,6 |
| Opção Lazer | 4 | 0,5 |
| Educação, Informação e Comunicação | 113 | 14,2 |
| Hospitalidade do Povo | 104 | 13,1 |
| Amigos e Familiares | 9 | 1,1 |
| Comércio e Serviços | 15 | 1,9 |
| Comércio | 9 | 1,1 |
| Serviço de Transporte | 3 | 0,4 |
| Serviço de Saúde | 3 | 0,4 |
| Outros | 56 | 7,1 |
| Tudo (Cidade em Geral) | 23 | 2,9 |
| Beleza Piauiense | 15 | 1,9 |
| Artesanato | 6 | 0,8 |
| Segurança | 4 | 0,5 |
| Outros | 8 | 1,0 |
| Total | 792 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: preços elevados (10,1%), serviço de transporte (táxi, moto-táxi, ônibus (8,0%) e limpeza pública (7,8%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Negativos | Quantidade | (%) |
|--|-------------------|--------------|
| Condições Ambientais | 38 | 8,7 |
| Sujeira da Praia | 30 | 6,9 |
| Clima | 8 | 1,8 |
| Infraestrutura Urbana | 145 | 33,3 |
| Limpeza Pública | 34 | 7,8 |
| Falta de Segurança | 28 | 6,4 |
| Pavimentação Precária/Calçamento Péssimo | 31 | 7,2 |
| Falta de Conservação da Rodoviária | 11 | 2,5 |
| Infraestrutura (Água, Luz, Iluminação Pública) | 32 | 7,4 |
| Infraestrutura da Cidade/Saneamento Básico | 6 | 1,4 |
| Falta de Estacionamento nas Praias | 3 | 0,7 |
| Infraestrutura Turística | 51 | 11,7 |
| Sinalização/Informação Turística/Receptivo Turístico | 19 | 4,4 |
| Falta de Infraestrutura Turística nas Praias | 12 | 2,9 |
| Falta de Opção de Lazer | 9 | 2,1 |
| Falta de Diversão Noturna | 9 | 2,1 |
| Meios de Hospedagens | 2 | 0,5 |
| Educação, Informação e Comunicação | 35 | 8,0 |
| Educação no Trânsito/Trânsito Desorganizado | 24 | 5,6 |
| Falta de Hospitalidade | 11 | 2,5 |
| Comércio e Serviços | 115 | 26,4 |
| Preços Elevados/Exploração do Turista | 44 | 10,1 |
| Serviço de Transporte (Táxi, Moto-Táxi, Ônibus) | 35 | 8,0 |
| Atendimento nos Bares e Restaurantes | 17 | 3,9 |
| Comércio | 11 | 2,5 |
| Não-Existência de Voo para Parnaíba | 5 | 1,1 |
| Falta de Transporte/Horário Ônibus Interestadual | 3 | 0,7 |
| Outros | 51 | 11,7 |
| Administração Pública | 16 | 3,7 |
| Desemprego | 10 | 2,3 |
| Pobreza | 6 | 1,4 |
| Atendimento em Geral | 4 | 0,9 |
| Ausência de Salva-Vidas nas Praias | 2 | 0,5 |
| Outros | 13 | 2,9 |
| Total | 435 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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

Relatório de Pesquisa Demanda Turística

São Raimundo Nonato

Novembro/2008

1. Procedência dos Turistas

Observando as Tabelas 1, 2, e 3, relacionadas à origem dos turistas que visitaram São Raimundo Nonato, nesta última temporada de baixa estação, verifica-se que 99,4% são brasileiros. Quanto à procedência dos dois turistas estrangeiros entrevistados em São Raimundo Nonato um deles era do Canadá e o outro, da Espanha.

Quanto aos brasileiros, 89,3% são nordestinos, sendo mais de 2/3 deles piauienses (63,7%), seguidos de pernambucanos (13,7%) e baianos (6,4%).

Tabela 1
Procedência dos Turistas

| Origem | Quantidade | Geral (%) |
|--------------|------------|--------------|
| Brasil | 342 | 99,4 |
| Exterior | 2 | 0,6 |
| Total | 344 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 2
Procedência do Turista Internacional

| Países de Origem | Quantidade | (%) |
|------------------|------------|--------------|
| Canadá | 1 | 50,0 |
| Espanha | 1 | 50,0 |
| Total | 2 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

| Regiões e Estados de Origem | Quantidade | (%) |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Norte | 3 | 0,9 |
| Pará | 3 | 0,9 |
| Nordeste | 306 | 89,3 |
| Piauí | 218 | 63,7 |
| Pernambuco | 47 | 13,7 |
| Bahia | 22 | 6,4 |
| Maranhão | 9 | 2,6 |
| Ceará | 7 | 2,0 |
| Sergipe | 1 | 0,3 |
| Paraíba | 1 | 0,3 |
| Alagoas | 1 | 0,3 |
| Centro-Oeste | 12 | 3,5 |
| Distrito Federal | 9 | 2,6 |
| Goiás | 3 | 0,9 |

Continua

| | | Conclusão |
|----------------|------------|--------------|
| Sudeste | 19 | 5,6 |
| São Paulo | 13 | 3,8 |
| Rio de Janeiro | 4 | 1,2 |
| Minas Gerais | 2 | 0,6 |
| Sul | 2 | 0,6 |
| Paraná | 2 | 0,6 |
| Total | 342 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

2. Meios de Hospedagem e de Transporte

O percentual de turistas que utilizaram a rede extra-hoteleira correspondeu a 59,0%, aparecendo a residência de parentes e amigos como um dos principais meios de hospedagem, com 16,0% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 41,0% (Tabela 4).

Tabela 4
Demanda Turística por Local de Hospedagem

| Hospedagem | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------|------------|--------------|
| Rede Hoteleira | 141 | 41,0 |
| Hotel | 66 | 19,2 |
| Pousada | 74 | 21,5 |
| Pensão/hospedaria | 1 | 0,3 |
| Rede Extra-Hoteleira | 203 | 59,0 |
| Casa Parentes/Amigos | 55 | 16,0 |
| Albergue | 39 | 11,3 |
| Casa / Apart. de Aluguel | 11 | 3,2 |
| Outras | 98 | 28,5 |
| Total | 344 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Quanto ao transporte utilizado para chegar a São Raimundo Nonato, o turista serviu-se principalmente de automóvel (40,4%), seguido de ônibus fretado (30,0%), o que pode ser verificado na Tabela 5.

Tabela 5
Demanda Turística por Meio de Transporte

| Meio de Transporte | Rede Hoteleira (%) | R. Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------------|--------------------|------------------------|------------|--------------|
| Automóvel | 60,3 | 26,6 | 139 | 40,4 |
| Ônibus Fretado | 11,3 | 42,8 | 103 | 30,0 |
| Ônibus de Linha | 27,7 | 22,2 | 84 | 24,4 |
| Outros | 0,7 | 8,4 | 18 | 5,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 qual corresponde a 63,4%. Sobre a faixa etária, prevaleceu a de 26 a 35 anos (34,0%). No item nível de escolaridade, 47,4% dos entrevistados possuem curso de nível médio, seguido dos que têm escolaridade de nível superior, com 23,0%.

Quanto ao estado civil, 47,4% dos entrevistados disseram ser solteiros e 43,9%, casados. Já sobre o nível de sociabilidade sobressaem os que estavam viajando com amigos (37,5%), seguidos daqueles que viajam em excursão (29,7%).

A maioria dos turistas que viajavam com amigos, utilizou-se da rede hoteleira (48,9%), enquanto aqueles que viajavam em excursão predominam na rede extra-hoteleira (43,3%).

Tabela 6
Perfil dos Turistas Entrevistados

| Aspectos Pessoais | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|------------------------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Sexo | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Masculino | 75,2 | 55,2 | 218 | 63,4 |
| Feminino | 24,8 | 44,8 | 126 | 36,6 |
| Faixa Etária | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Até 17 Anos | 2,8 | 7,9 | 20 | 5,8 |
| 18 a 25 Anos | 17,7 | 24,6 | 75 | 21,8 |
| 26 a 35 Anos | 31,9 | 35,5 | 117 | 34,0 |
| 36 a 50 Anos | 39,0 | 24,6 | 105 | 30,5 |
| 51 a 65 Anos | 7,8 | 6,4 | 24 | 7,0 |
| Acima de 65 Anos | 0,7 | 1,0 | 3 | 0,9 |
| Nível de Escolaridade | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Fundamental | 9,9 | 15,3 | 45 | 13,1 |
| Médio | 52,5 | 43,8 | 163 | 47,4 |
| Médio Técnico | 2,8 | 9,4 | 23 | 6,7 |
| Graduação | 25,5 | 21,2 | 79 | 23,0 |
| Pós-Graduação | 8,5 | 9,4 | 31 | 9,0 |
| Outros | 0,7 | 1,0 | 3 | 0,9 |
| Estado Civil | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Casado | 41,8 | 45,3 | 151 | 43,9 |
| Solteiro | 49,0 | 46,3 | 163 | 47,4 |
| Separado | 5,0 | 5,4 | 18 | 5,2 |
| Viúvo | 2,1 | 1,5 | 6 | 1,7 |
| Outros | 2,1 | 1,5 | 6 | 1,7 |

Continua

| Nível de Sociabilidade | 100,0 | 100,0 | 344 | Conclusão 100,0 |
|--|--------------|--------------|------------|----------------------------------|
| Viajando Desacompanhado | 31,2 | 17,7 | 80 | 23,3 |
| Com Amigos | 48,9 | 29,6 | 129 | 37,5 |
| Com a Família | 9,9 | 9,4 | 33 | 9,6 |
| Em Excursão | 10,0 | 43,3 | 102 | 29,7 |
| Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado | 5,1 | 21,6 | - | 14,8 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Figura 1
Nível de Sociabilidade

Figura 1.1

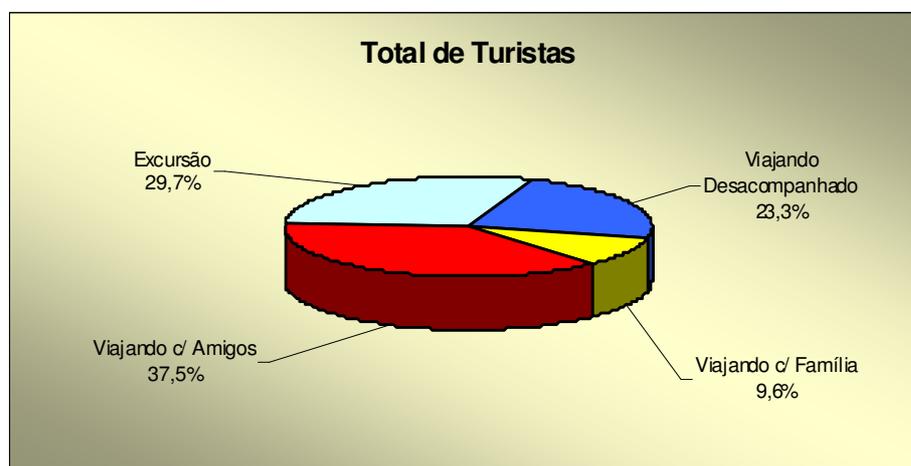


Figura 1.2

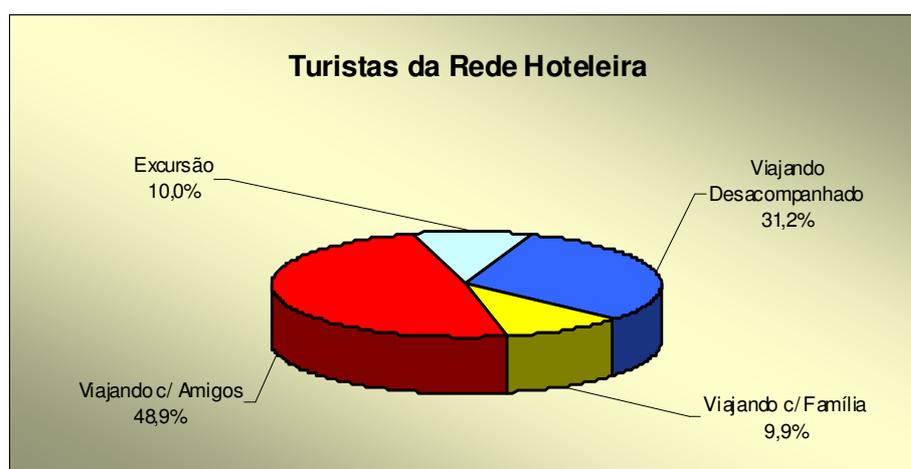
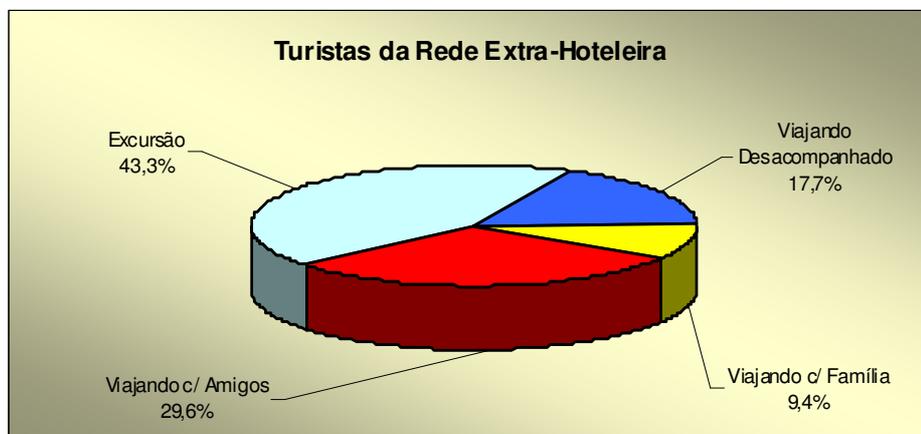


Figura 1.3



Verificou-se, ainda, que os turistas detentores de potencial para utilização de agência de viagem (os transportados por ônibus fretado, vôo regular, vôo charter), na sua totalidade (100,0%) não se utilizaram de agências na organização de suas viagens (Tabela 7). Vale ressaltar que as excursões eram formadas por estudantes, as quais, um deles ou um professor era responsável pela organização.

Tabela 7
Organização da Viagem por Agência

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|---------------|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Sim | - | - | - | - |
| Não | 100,0 | 100,0 | 121 | 100,0 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 121 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, de acordo com a Tabela 8, aparecem funcionário público (20,3%), estudante (14,8%), comerciante (12,5%) e motoristas (10,2%).

Tabela 8
Ocupação Principal dos Turistas

| Ocupação / Profissão | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------|------------------|
| Funcionário Público | 17,0 | 22,7 | 70 | 20,3 |
| Estudante | 10,6 | 17,7 | 51 | 14,8 |
| Comerciante | 26,2 | 3,0 | 43 | 12,5 |
| Motorista | 5,0 | 13,8 | 35 | 10,2 |
| Profissional Liberal | 7,8 | 9,3 | 30 | 8,7 |
| Rep. Comercial/Vendedor | 6,4 | 2,5 | 14 | 4,1 |
| Professor | 0,7 | 5,4 | 12 | 3,5 |
| Comerciário | 5,7 | 1,0 | 10 | 2,9 |
| Dona de Casa | 0,7 | 3,9 | 9 | 2,6 |
| Autônomo | 1,4 | 2,5 | 7 | 2,0 |
| Industriário | 0,7 | 2,5 | 6 | 1,7 |
| Bancário | 1,4 | 1,0 | 4 | 1,2 |
| Empresário | 1,4 | 0,5 | 3 | 0,9 |
| Aposentado/pensionista | 1,4 | 0,5 | 3 | 0,9 |
| Consultor | 0,7 | 0,5 | 2 | 0,6 |
| Técnico Nível Médio | 1,4 | - | 2 | 0,6 |
| Empregada Doméstica | - | 1,0 | 2 | 0,6 |
| Gerente | - | 1,0 | 2 | 0,6 |
| Outras | 11,5 | 11,4 | 8 | 11,3 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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, 5,54 dias; os turistas extra-hoteleiros, em média, 5,83 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência média de 5,13 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 228,60 correspondendo a R\$ 41,24 per capita/dia, estando incluída nestes gastos 1,28 pessoa.

Para os turistas da rede extra-hoteleira, a média de gastos foi de R\$ 194,63, correspondendo a R\$ 33,40 *per capita/dia*, incluída 1,26 pessoa nestes gastos.

Em relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 275,00 cerca de R\$ 53,56 *per capita/dia*, estando incluída nestes gastos 1,32 pessoa.

Tabela 9
Informações Econômico-Financeiras

| Variáveis | Rede Hoteleira | R. Extra-Hoteleira | Geral |
|--|----------------|--------------------|----------|
| Permanência na Localidade | 5,13 | 5,83 | 5,54 |
| Gasto Aproximado na Localidade (R\$) | 362,05 | 245,74 | 293,71 |
| Total de Pessoas Incluídas nos Gastos | 1,32 | 1,26 | 1,28 |
| Gasto <i>per Capita</i> dos Turistas (R\$) | 275,00 | 194,63 | 228,60 |
| Gasto <i>per Capita/Dia</i> (R\$) | 53,56 | 33,40 | 41,24 |
| Renda Média dos Entrevistados (R\$) | 2.144,53 | 1.339,40 | 1.686,93 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: transporte (26,3%), hospedagem (20,6%) e compras ao lado de diversão/passeio (13,5% cada). Do total de entrevistados 14,7% gastaram com outros itens dispersos, não discriminados na Tabela 10.

Tabela 10
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

| Gastos | Rede Hoteleira(%) | R. Extra-Hoteleira(%) | Geral(%) |
|--------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| Transporte | 16,5 | 35,9 | 26,3 |
| Hospedagem | 23,3 | 13,8 | 20,6 |
| compras | 16,6 | 12,6 | 13,5 |
| Diversões/Passeios | 12,2 | 12,4 | 13,5 |
| Alimentação | 13,5 | 10,4 | 11,5 |
| Outros | 17,9 | 12,4 | 14,7 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 | 99,4 | 5,6 | 229,19 | 41,19 |
| Norte | 0,9 | 8,0 | 33,75 | 4,22 |
| Pará | 0,9 | 8,0 | 33,75 | 4,22 |
| Nordeste | 89,0 | 5,3 | 214,18 | 40,38 |
| Pernambuco | 13,7 | 4,4 | 172,00 | 38,68 |
| Piauí | 63,4 | 4,9 | 201,05 | 40,92 |
| Alagoas | 0,3 | 15,0 | 833,33 | 55,56 |
| Bahia | 6,4 | 11,9 | 379,93 | 31,90 |
| Maranhão | 2,6 | 2,3 | 186,62 | 79,98 |
| Sergipe | 0,3 | 2,0 | 75,00 | 37,50 |
| Ceará | 2,0 | 3,3 | 131,80 | 40,11 |
| Paraíba | 0,3 | 20,0 | 980,00 | 49,00 |
| Centro-Oeste | 3,5 | 7,2 | 373,71 | 52,15 |
| Distrito Federal | 2,6 | 7,2 | 445,20 | 61,64 |
| Goiás | 0,9 | 7,0 | 195,00 | 27,86 |
| Sudeste | 5,5 | 8,6 | 402,59 | 46,93 |
| Rio de Janeiro | 1,2 | 1,5 | 198,25 | 132,17 |
| Minas Gerais | 0,6 | 8,0 | 97,50 | 12,19 |
| São Paulo | 3,8 | 10,8 | 470,57 | 43,39 |
| Sul | 0,6 | 3,5 | 150,00 | 42,86 |
| Paraná | 0,6 | 3,5 | 150,00 | 42,86 |
| Internacional | 0,6 | 2,0 | 100,00 | 50,00 |
| Canadá | 0,3 | 2,0 | 100,00 | 50,00 |
| Espanha | 0,3 | 2,0 | 100,00 | 50,00 |
| Total | 100,0 | 5,5 | 228,59 | 41,24 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Nota: Os cálculos desta tabela, feito no excel, podem, alguns deles, não coincidirem, em função de números fracionários que foram arredondados na permanência.

a) A região **Norte** apresenta uma permanência média de **8,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 4,22**;

b) A região **Nordeste** registra uma permanência média de **5,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 40,38**;

c) A região **Centro-Oeste** revela uma permanência média de **7,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 52,15**

d) A região **Sudeste** mostra uma permanência média de 8,6 dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 46,93**

e) A região **Sul** mostra uma permanência média de 3,5 dias e um gasto *per capita/dia* de **R\$ 42,86**;

f) No âmbito internacional, verifica-se uma permanência média de **2,0** dias e um gasto per capita/dia de **R\$ 50,00**.

4. Motivações e Atrativos da Viagem

De acordo com as informações apresentadas na Figura 2.1, o principal motivo da viagem foi negócios/trabalho (50,0%), vindo em seguida a viagem a passeio (30,0%) e visitas de parentes e amigos (7,6%). Para os turistas da rede hoteleira (Figura 2.2), o motivo negócios ocupa maior relevância (73,0%).

Em se tratando do turista extra-hoteleiro (Figura 2.3), as motivações identificadas como passeio (41,0%) foi a mais relevante, vindo em seguida negócios/trabalho, com representatividade de 34,0%.

Figura 2
Motivações para a Viagem

Figura 2.1

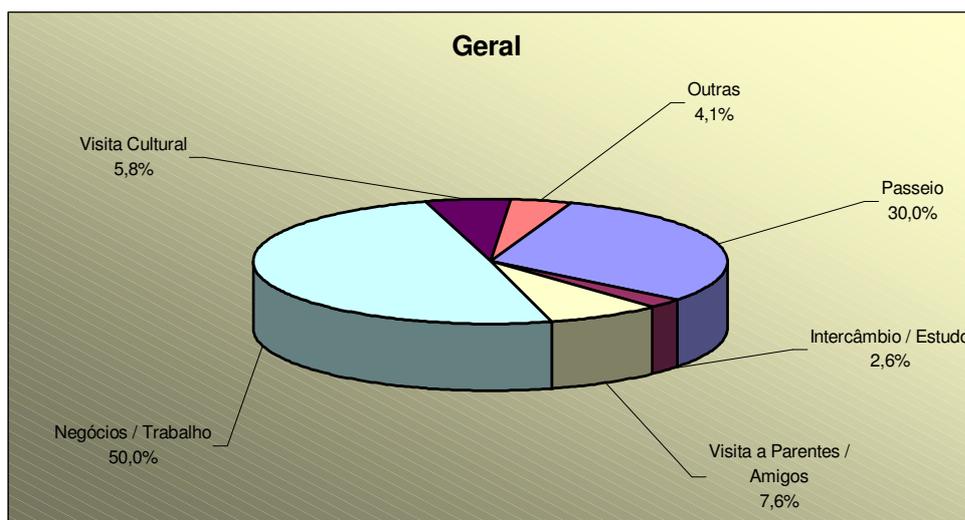


Figura 2.2

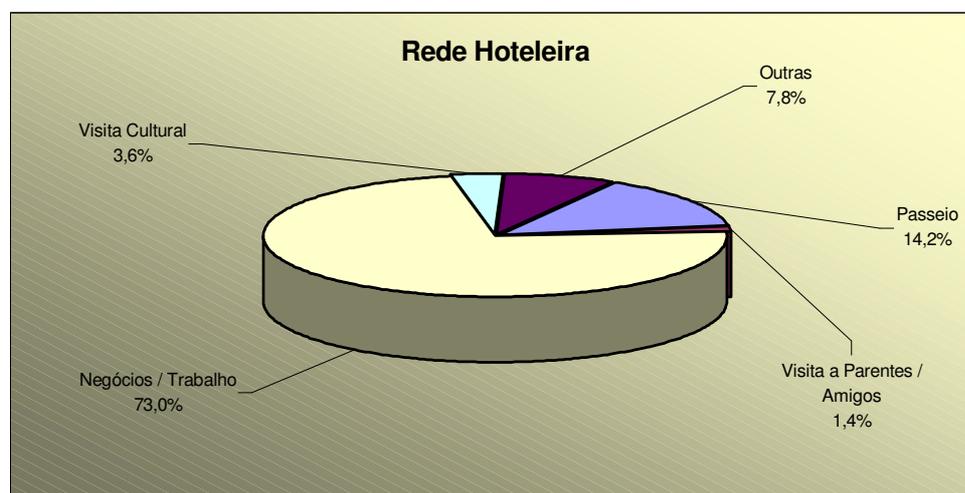
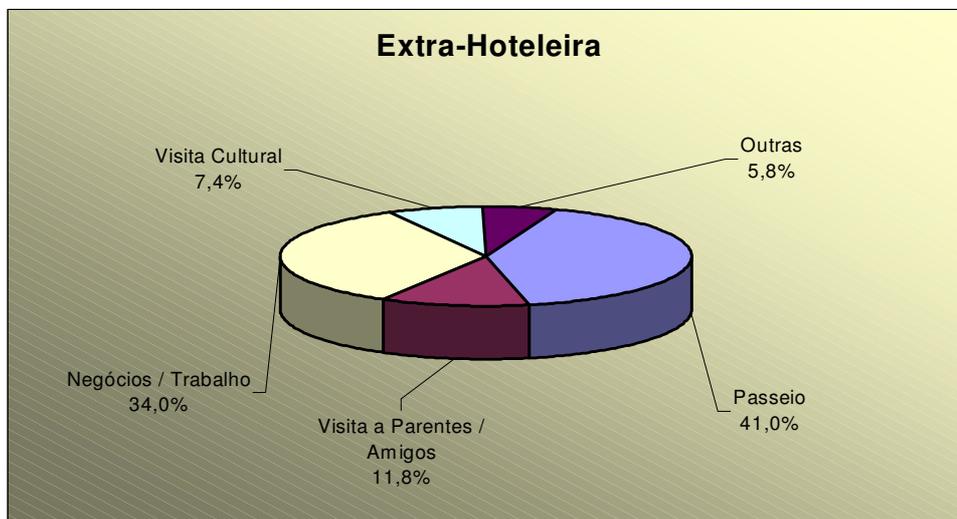


Figura 2.3



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 arqueológico-cultural um estímulo de 93,2%. Esse índice é justificado pela localização do Museu do Homem Americano, na sede do município, 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 (%) | Quantidade | Geral (%) |
|---|--------------------|------------------------|------------|--------------|
| Atrativos Naturais/Patrimônio Arqueológico-Cultural | 90,0 | 94,0 | 96 | 93,2 |
| Turismo de Aventura/Esporte | 5,0 | - | 1 | 1,0 |
| Outros | 5,0 | 6,0 | 6 | 5,8 |
| Total | 100,0 | 6,0 | 103 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – novembro de 2008.

Os comentários de parentes/amigos (67,0%) e a propaganda publicitária (8,8%) 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 (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--------------------------------|--------------------|------------------------|------------|--------------|
| Comentários de Parentes/Amigos | 95,0 | 60,2 | 69 | 67,0 |
| Já Conhecia o Local | - | 7,2 | 6 | 5,8 |
| Propaganda/Publicidade | - | 10,8 | 9 | 8,8 |
| Agência de Viagem | 5,0 | 1,2 | 2 | 1,9 |
| Outros | - | 20,6 | 17 | 16,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 103 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 a cidade 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 ao São Raimundo Nonato

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | Rede Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|--|--------------------|--------------------------|------------|--------------|
| Primeira Visita a São Raimundo Nonato | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Sim | 34,8 | 52,2 | 155 | 45,1 |
| Não | 65,2 | 47,8 | 189 | 54,9 |
| Pensa em Voltar a São Raimundo Nonato | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Sim | 93,6 | 96,6 | 328 | 95,3 |
| Não | 2,8 | 2,0 | 8 | 2,3 |
| Não Sabe | 3,5 | 1,5 | 8 | 2,3 |
| Recomendaria São Raimundo Nonato | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |
| Sim | 95,7 | 98,0 | 334 | 97,1 |
| Não | 2,1 | 1,0 | 5 | 1,5 |
| Não Sabe | 2,1 | 1,0 | 5 | 1,5 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Dos turistas consultados, 54,9% já estiveram em São Raimundo Nonato. Quanto à taxa de retorno, 95,3% demonstraram pretensão de voltar à cidade e 97,1% recomendariam outras pessoas a conhecerem este pólo turístico.

Tabela 15
Expectativa do Turista de Primeira Visita

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | R. Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|-----------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------|
| Correspondeu | 59,2 | 67,0 | 100 | 64,5 |
| Superou a Expectativa | 24,5 | 30,2 | 44 | 28,4 |
| Decepcionou | 14,3 | 1,9 | 9 | 5,8 |
| Não Sabe | 2,0 | 0,9 | 2 | 1,3 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 155 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Para 64,5% dos turistas de primeira viagem, São Raimundo Nonato correspondeu às expectativas, enquanto 28,4% tiveram suas expectativas superadas (Tabela 15).

Tabela 16
Avaliação do Turista em Relação à Visita Anterior

| Especificação | Rede Hoteleira (%) | R. Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|----------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------|
| Permanece Igual | 68,5 | 62,0 | 123 | 65,1 |
| Muito Melhor | 17,4 | 19,6 | 35 | 18,5 |
| Pior | 12,0 | 14,4 | 25 | 13,2 |
| Não Sabe | 2,2 | 4,1 | 6 | 3,2 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 189 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Referente à avaliação do turista quanto à visita anterior (Tabela 16), 65,1% afirmaram que São Raimundo Nonato permanece igual; para 18,5% 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: São João do Piauí (20,8%), e Anísio de Abreu (20,8%) seguidos de Caracol (16,7%), e Canto do Buriti (16,7%) destacando-se ainda Guaribas (12,5%). (Tabela 17).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além de São Raimundo Nonato

| Municípios Visitados | Total | Dias | Geral (%) | Permanência Média (dias) |
|--|-----------|-----------|--------------|--------------------------|
| Pólo de Teresina – Eventos e Negócios | 1 | 1 | 4,2 | 1,0 |
| Teresina | 1 | 1 | 4,2 | 1,0 |
| Pólo das Origens – Turismo Arqueológico | 16 | 30 | 66,7 | 1,8 |
| Guaribas | 3 | 10 | 12,5 | 3,3 |
| São João do Piauí | 5 | 9 | 20,8 | 1,8 |
| Caracol (Serra das Confusões) | 4 | 6 | 16,7 | 1,5 |
| Canto do Buriti | 4 | 5 | 16,7 | 1,3 |
| Outros Municípios | 7 | 36 | 29,2 | 5,1 |
| Dom Inocêncio | 1 | 18 | 4,2 | 18,0 |
| Bonfim do Piauí | 1 | 9 | 4,2 | 9,0 |
| Anísio de Abreu | 5 | 9 | 20,8 | 1,8 |
| Total | 24 | 67 | 100,0 | 2,8 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 |
|---|-------|------|---------|------|---------|--------------|
| Atrativo | | | | | | |
| Patrimônios Arqueológicos/Naturais* | 64,2 | 34,5 | 1,3 | 0,0 | 0,0 | 97,4 |
| Manifestações Populares | 28,4 | 44,6 | 20,3 | 2,7 | 4,1 | 45,9 |
| Equipamentos e Serviços Turísticos | | | | | | |
| Equipamentos de Lazer | 12,7 | 23,6 | 45,5 | 7,3 | 10,9 | -27,3 |
| Passeios Oferecidos | 33,6 | 48,1 | 14,5 | 2,3 | 1,5 | 63,4 |
| Serviços Receptivos/Empresas | 14,6 | 52,7 | 27,8 | 2,0 | 2,9 | 34,6 |
| Hospitalidade do Povo * | 48,6 | 45,2 | 4,3 | 0,9 | 0,9 | 87,6 |
| Informações Turísticas | 25,7 | 46,2 | 19,5 | 3,3 | 5,2 | 43,8 |
| Sinalização Urbana/Turística | 3,7 | 16,5 | 30,3 | 14,2 | 35,3 | -59,6 |
| Guias de Turismo | 33,5 | 46,7 | 13,7 | 4,1 | 2,0 | 60,4 |
| Meios de Hospedagem | 14,9 | 53,6 | 24,8 | 0,0 | 6,8 | 36,9 |
| Bares e Restaurantes | 14,0 | 54,9 | 23,4 | 2,6 | 5,1 | 37,9 |
| Comércio/Compras | 11,2 | 55,6 | 28,9 | 3,0 | 1,3 | 33,6 |
| Diversões Noturnas | 23,6 | 46,5 | 23,6 | 4,9 | 1,4 | 40,3 |
| Serviços de Táxis | 7,8 | 52,9 | 33,3 | 3,9 | 2,0 | 21,6 |
| Infra-Estrutura | | | | | | |
| Comunicações (Correios/Fone) | 2,8 | 60,7 | 26,4 | 5,1 | 5,1 | 27,0 |
| Serviços Médicos | 5,4 | 35,1 | 37,8 | 8,1 | 13,5 | -18,9 |
| Segurança Pública | 2,3 | 20,8 | 34,8 | 12,5 | 29,5 | -53,8 |
| Limpeza Pública | 0,7 | 12,7 | 27,2 | 16,3 | 43,1 | -73,1 |
| Transporte Urbano | 2,1 | 17,0 | 31,9 | 17,0 | 31,9 | -61,7 |
| Terminal Rodoviário | 4,8 | 9,5 | 38,1 | 38,1 | 9,5 | -71,4 |
| Aeroporto/Campo de Pouso | 0,0 | 41,2 | 23,5 | 5,9 | 29,4 | -17,6 |
| Urbanização | 1,3 | 28,1 | 34,2 | 11,3 | 25,1 | -41,1 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008

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

Os atrativos de Patrimônios Arqueológicos/Naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (97,4%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, de um total de 12 itens avaliados, os itens hospitalidade do povo (87,6%), passeios oferecidos (63,4%), guias de turismo (60,4%) e diversões noturnas (40,3%), 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 27,0%, encontrando-se, não obstante, distante do índice ideal, que é de pelo menos 80,0%.

Receberam avaliações negativas, por parte do visitante, os itens: Serviços médicos (-18,9%), urbanização (-41,1%), segurança pública (-53,8%), transporte urbano (-61,7%), e terminal rodoviário (-71,4%) e Limpeza Publica (-73,1%).

A tabela 19 exhibe as opiniões dos turistas em relação aos preços praticados, revelando que 77,6% dos entrevistados consideram os preços razoáveis, enquanto 17,4% dos turistas avaliaram os preços como elevados.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos

| Avaliação | Rede Hoteleira (%) | R. Extra-Hoteleira (%) | Quantidade | Geral (%) |
|------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------|
| Normais | 77,3 | 77,8 | 267 | 77,6 |
| Elevados | 18,4 | 16,7 | 60 | 17,4 |
| Baixos | 4,3 | 3,0 | 12 | 3,5 |
| Não sabe | - | 2,5 | 5 | 1,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 344 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

A avaliação do Pólo Turístico a partir da percepção dos turistas é importante por possibilitar à administração um embasamento para fortalecimento ou correção de aspectos infraestruturais urbanísticos e/ ou Turísticos, de forma a torná-lo mais atraente e satisfatório. Assim, solicitou-se aos entrevistados apontarem até dois aspectos pertinentes ao Pólo, que lhe agradaram e, também até dois que lhe desagradaram. No cômputo geral, foi detectado um número maior de aspectos positivos (548) que negativos (432) conforme resultados dispostos nas tabelas 20 e 21.

A hospitalidade do povo piauiense, o Parque Nacional Serra da Capivara e o Museu do Homem Americano aparecem como os itens que mais agradaram aos visitantes, com 27,8%, 21,0% e 8,2%, respectivamente (Tabela 20).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

| Aspectos Positivos | Quantidade | (%) |
|---|-------------------|---------------|
| Condições Ambientais | 61 | 11,1 |
| Clima | 31 | 5,7 |
| Belezas Naturais | 20 | 3,6 |
| Aspectos Paisagísticos | 10 | 1,8 |
| Infra-Estrutura Urbana | 19 | 3,4 |
| Segurança/Tranqüilidade | 8 | 1,4 |
| Bares/Restaurantes | 6 | 1,1 |
| Conservação das Praças | 5 | 0,9 |
| Infra-Estrutura Turística | 245 | 44,7 |
| Parque Nacional da Serra da Capivara | 115 | 21,0 |
| Museu do Homem Americano | 45 | 8,2 |
| Festas/Diversão Noturna | 24 | 4,4 |
| Meios de Hospedagem | 18 | 3,3 |
| Culinária | 10 | 1,8 |
| Pontos Turísticos | 10 | 1,8 |
| Opções de Lazer | 7 | 1,3 |
| Aspecto Histórico Cultural | 6 | 1,1 |
| Guias Turísticos | 6 | 1,1 |
| Artesanato | 4 | 0,7 |
| Educação, Informação e Comunicação | 182 | 33,2 |
| Hospitalidade do Povo | 152 | 27,8 |
| Beleza das Piauienses | 26 | 4,7 |
| Amigos e Familiares | 4 | 0,7 |
| Comércio e Serviços | 22 | 4,0 |
| Comércio | 22 | 4,0 |
| Outros | 19 | 3,6 |
| Outros | 19 | 3,6 |
| Total | 548 | 100,00 |

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

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 | Quantidade | (%) |
|--------------------------------------|-------------------|--------------|
| Infra-Estrutura Urbana | 279 | 64,6 |
| Limpeza Pública | 93 | 21,5 |
| Trânsito Desordenado | 48 | 11,1 |
| Saneamento Básico | 41 | 9,5 |
| Sinalização de Trânsito/Urbana | 32 | 7,4 |
| Traçado Urbano | 25 | 5,8 |
| Pavimentação das Ruas | 21 | 4,8 |
| Terminal Rodoviário | 8 | 1,9 |
| Administração Pública | 7 | 1,6 |
| Segurança Pública | 4 | 1,0 |
| Infra-Estrutura Turística | 95 | 22,1 |
| Conservação das rodovias | 42 | 9,8 |
| Sinalização e Informações Turísticas | 26 | 6,0 |
| Meios de Hospedagem | 13 | 3,0 |
| Opções de Lazer | 10 | 2,3 |
| Guias Turísticos | 4 | 1,0 |
| Comércio e Serviços | 13 | 2,9 |
| Atendimento Bares/Restaurantes | 8 | 1,8 |
| Preços Elevados | 5 | 1,1 |
| Outros | 45 | 10,4 |
| Clima | 12 | 2,8 |
| Sabor da Água | 10 | 2,3 |
| Outros | 23 | 5,3 |
| Total | 432 | 100,0 |

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Novembro de 2008.

Em geral, durante o período da pesquisa, na opinião dos entrevistados, os itens que mais desagradaram foram: falta de limpeza pública (21,5%), trânsito urbano desordenado (11,1%), a má conservação das rodovias (9,8%) e a falta de saneamento básico (9,5%), e a falta de sinalização urbana de trânsito (7,4%), sendo 4/5 deles ligados aos aspectos da 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 e, no caso de São Raimundo Nonato, na recepção de hotéis e pousadas, no momento da saída do hóspede.

Para esta pesquisa, o levantamento de campo em Teresina, no litoral (Parnaíba e Luís Correia) e em São Raimundo Nonato aconteceu entre os dias 24 e 30 de Novembro de 2008.

Anexo

MAPA DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA
Quantidade de Questionários Aplicados

TERESINA - 24/11 a 30/11/2008

| | |
|---------------------|------------|
| Aeroporto | 432 |
| Terminal Rodoviário | 379 |
| Total | 811 |

LITORAL - 24/11 a 30/11/2008

| | |
|---|------------|
| Terminal Rodoviário - Parnaíba | 316 |
| Posto da PRF - BR-343 | 110 |
| Terminal Rodoviário - Luís Correia | 32 |
| Posto Fiscal da SEFAZ - Saída Luís Correia p/ o Ceará | 7 |
| Recepção de Hotéis | 56 |
| Total | 521 |

São Raimundo Nonato - 24/11 a 30/11/2008

| | |
|-----------------------------|------------|
| Serra da Capivara | 38 |
| Agência de Ônibus * | 79 |
| Museu do Homem Americano | 77 |
| Posto do SEBRAE - BR-140 | 65 |
| Recepção de hotéis/pousadas | 85 |
| Total | 344 |

Geral

| | |
|---------------------|--------------|
| Teresina | 811 |
| Litoral | 521 |
| São Raimundo Nonato | 344 |
| Total | 1.676 |

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