

**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

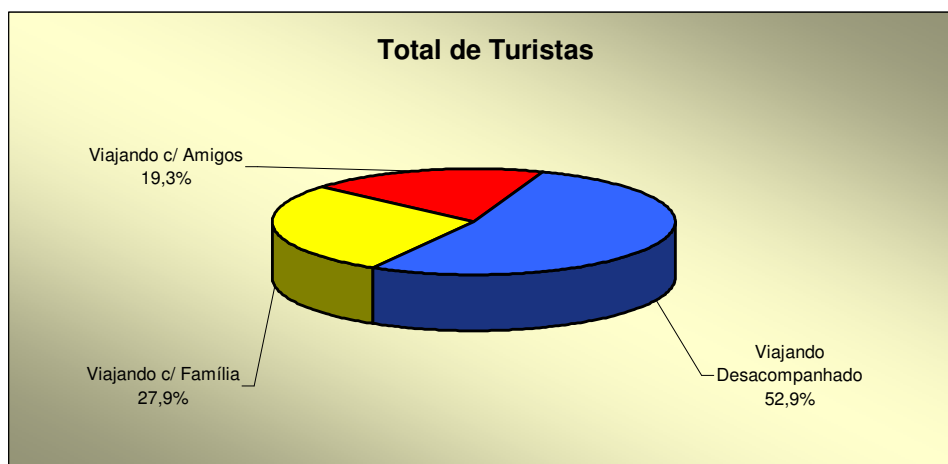


Figura 1.2

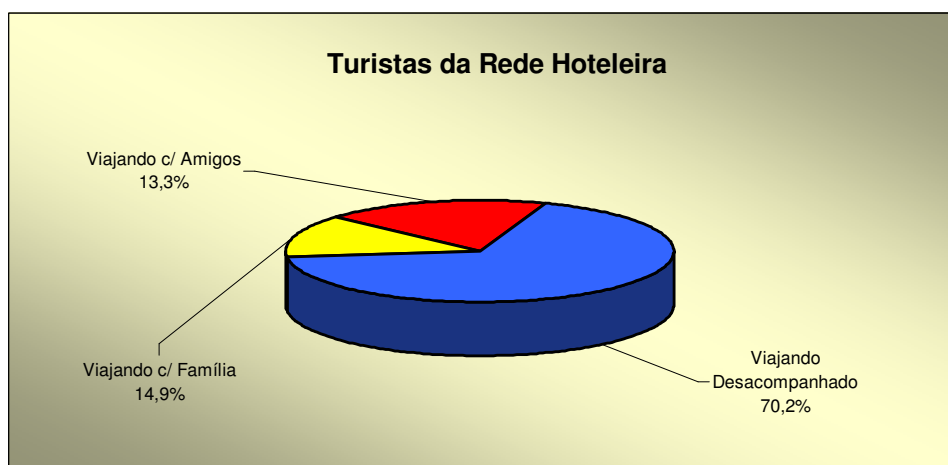


Figura 1.3



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

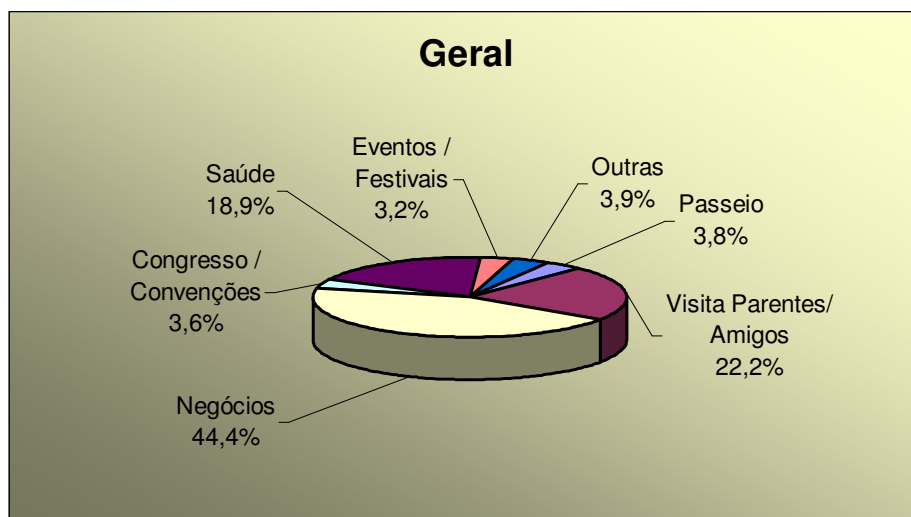


Figura 2.2

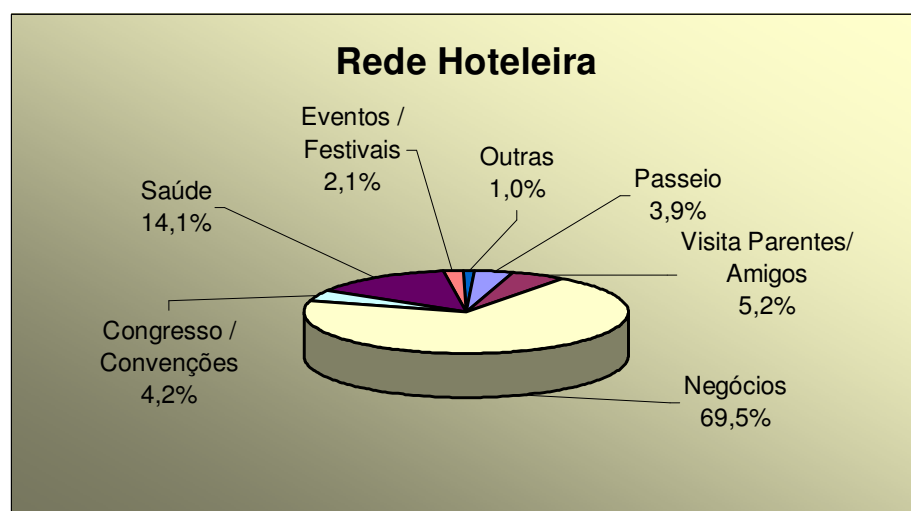
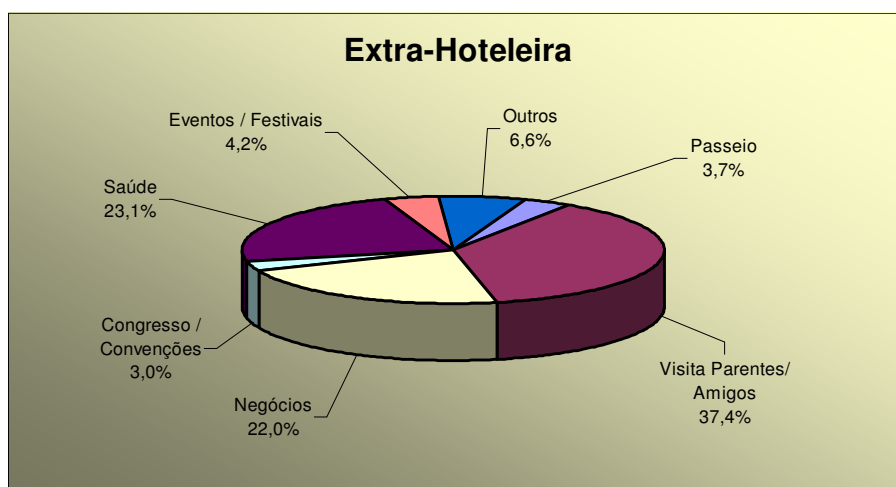


Figura 2.3



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

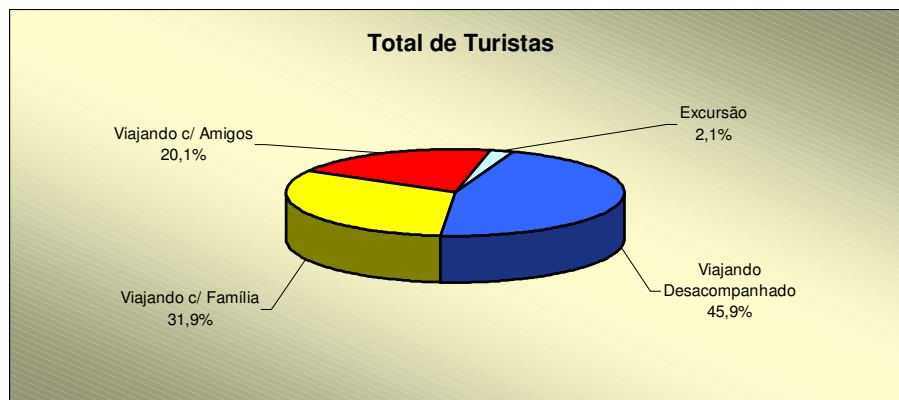


Figura 1.2

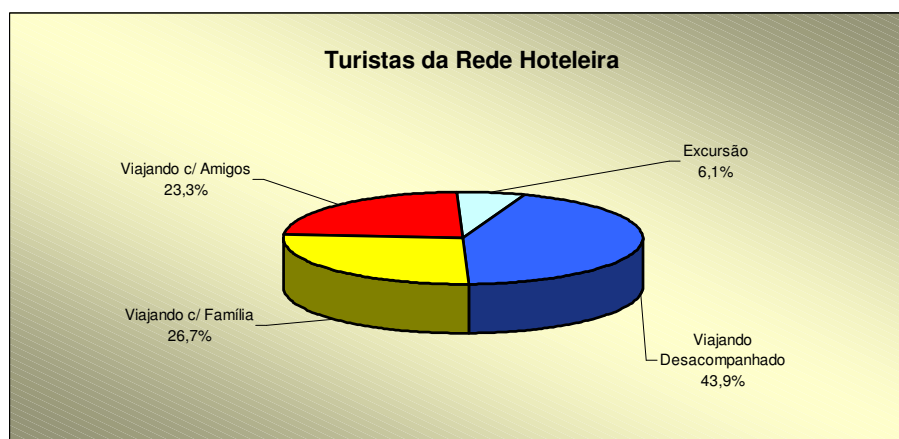
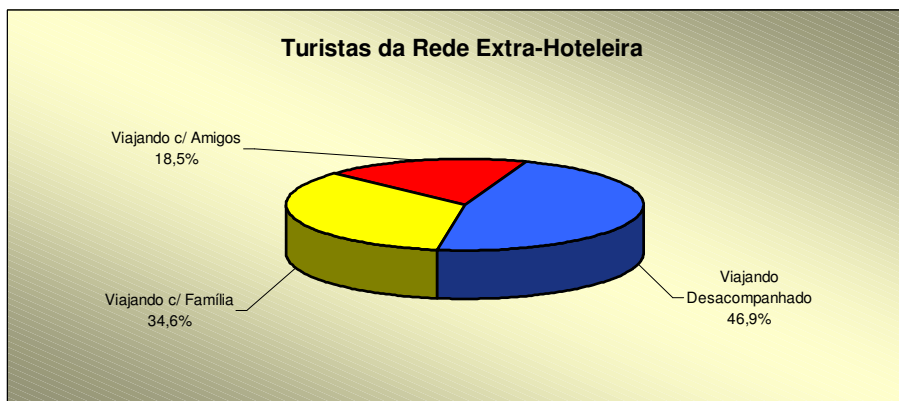


Figura 1.3



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

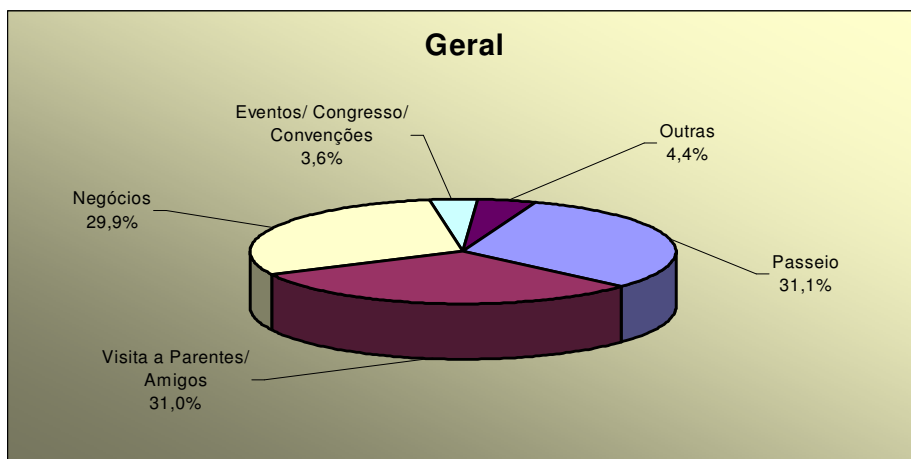


Figura 2.2

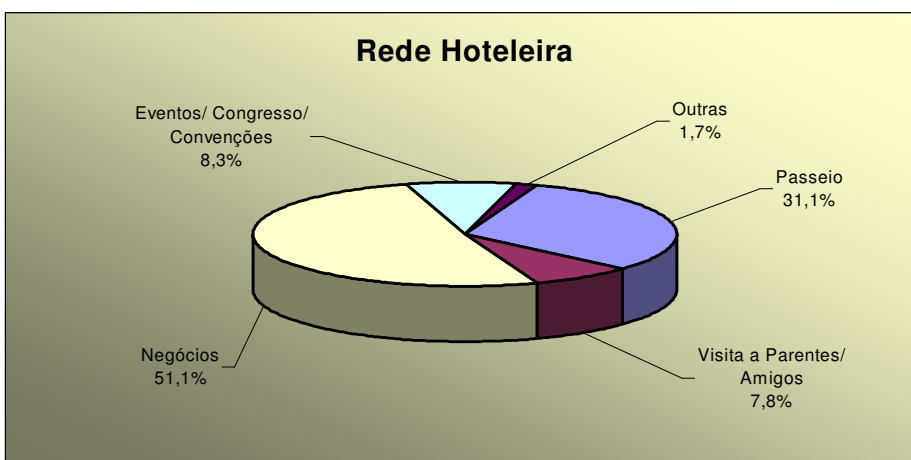
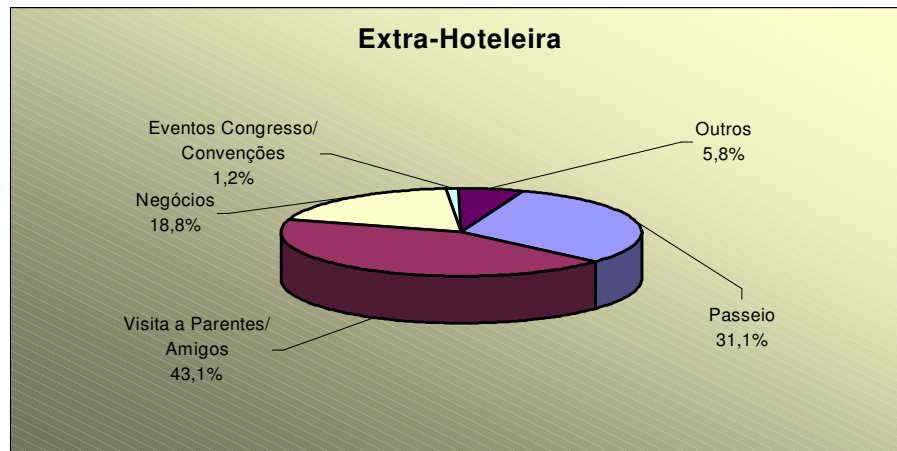


Figura 2.3



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

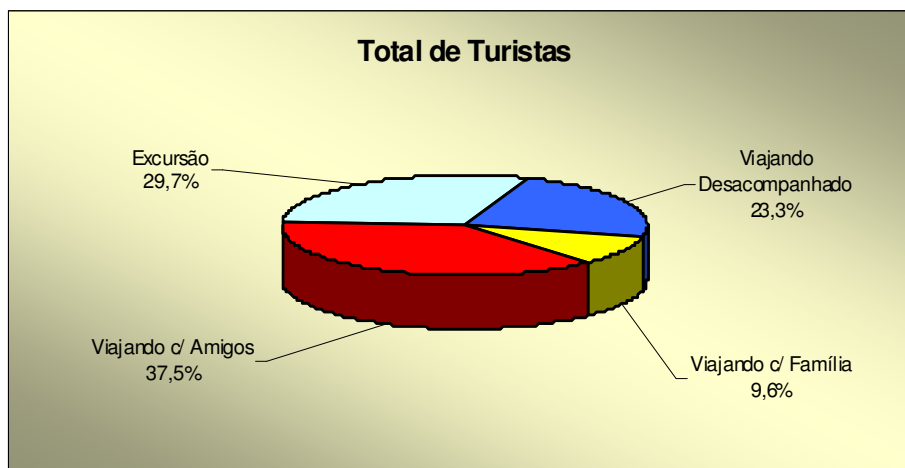


Figura 1.2

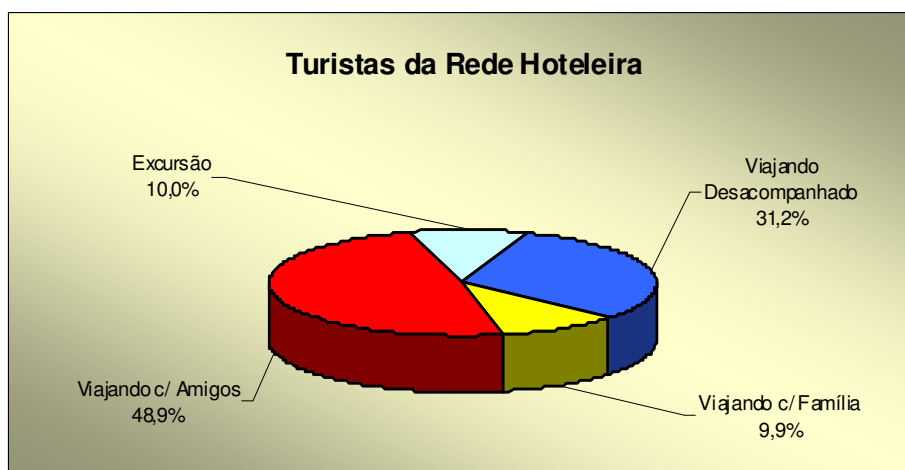
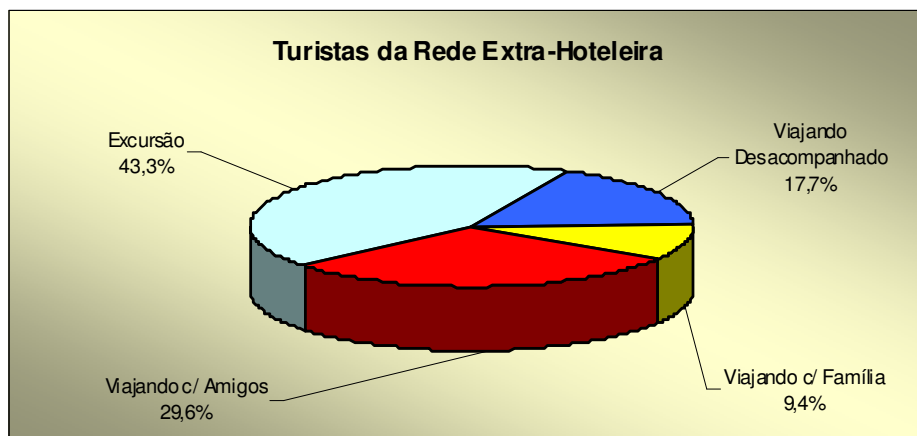


Figura 1.3



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

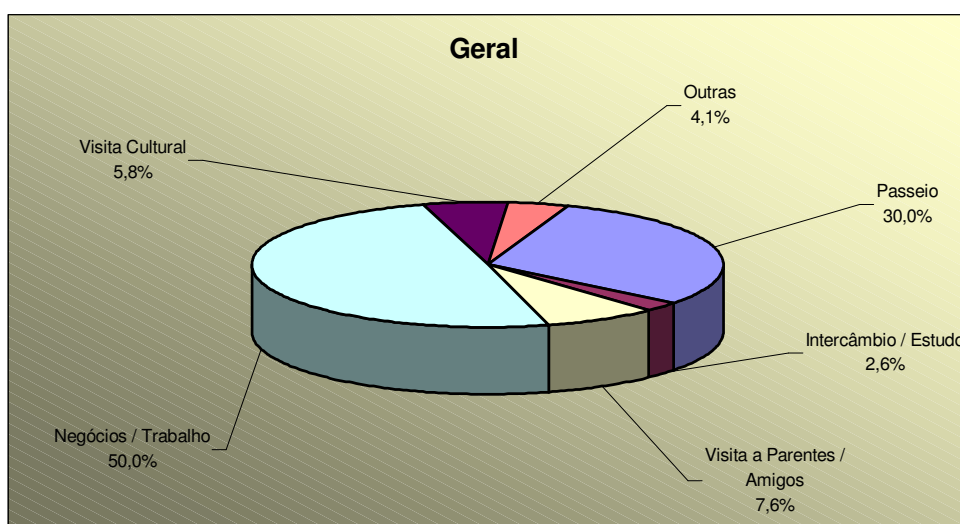


Figura 2.2

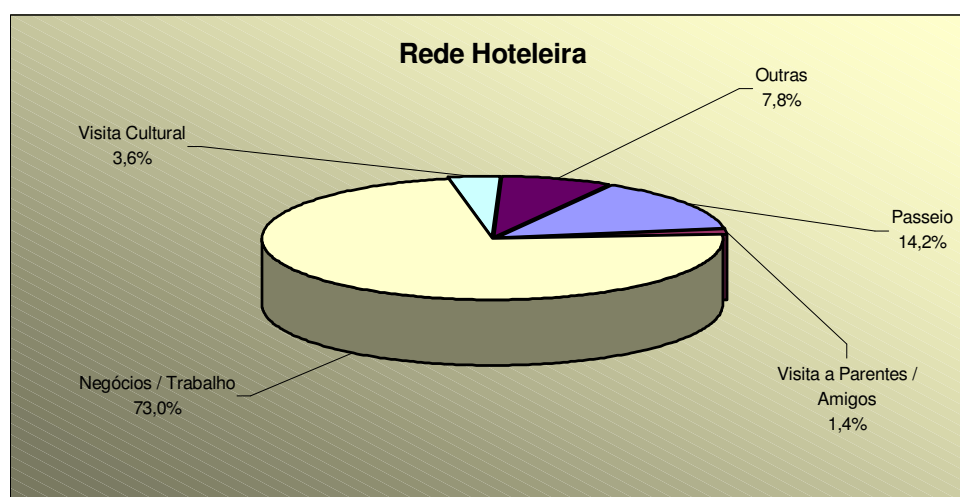
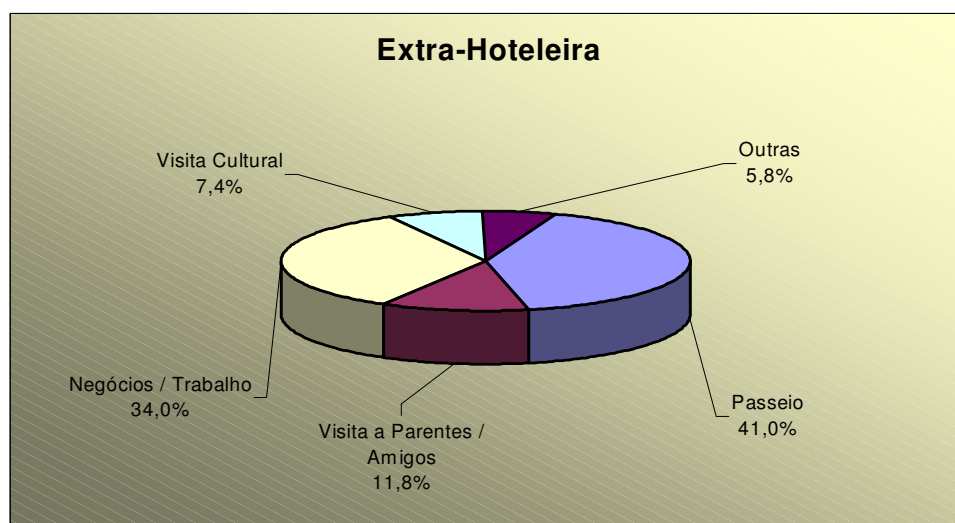


Figura 2.3



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.