

**A GESTÃO DO TURISMO EM PEDRO II NO CONTEXTO DO FESTIVAL DE INVERNO**

O Município de Pedro II, também conhecido como Suíça Piauiense destaca-se no cenário nacional por ser a terra da opala, pedra semipreciosa utilizada na fabricação de joias; além de uma série de belezas naturais que o torna reconhecido pelo forte potencial turístico. Há dezesseis anos, entre os meses de maio e/ou junho, acontece o tradicional Festival de Inverno de Pedro II. Segundo Antônia Pessoa, em publicação no site do SEBRAE em 2015, o evento reúne música, artesanato, turismo e gastronomia, tendo como propósito divulgar as potencialidades regionais; fortalecer as cadeias produtivas, do turismo, da opala e do artesanato, consolidando Pedro II, como um dos melhores destinos turísticos do Piauí. Então, objetivou-se conhecer os aspectos de consumo e satisfação do turista que visita o Festival, ouvindo sugestões para torná-la ainda mais atrativa. O método utilizado foi uma pesquisa exploratória em uma abordagem qualitativa. Foram ouvidas 30 pessoas no dia 22 de junho de 2019, destas, 14 homens e 16 mulheres, em que 22% eram do Piauí, além de Maranhão, Ceará, Santa Catarina e São Paulo. A maioria dos entrevistados soube do evento através das redes sociais, e por já conhecerem a cidade. 90% utilizaram veículo próprio para virem à cidade, e 56% fizeram questão de visitar o Morro do Gritador. 33% alugaram um imóvel para se hospedar, enquanto os demais dividiram-se entre pousadas e casas de parentes ou amigos. Os gastos concentraram-se em alimentação, seguido de hospedagem e bebidas. Preços das hospedagens, falta de estacionamento e sinalização de trânsito foram algumas das reclamações. Grande parte das sugestões foram melhorias na sinalização do trânsito, e em relação ao evento, que as atrações fossem divulgadas com uma maior antecedência. Conclui-se que o festival satisfaz os turistas, dado comprovado pelo unânime desejo de retorno à cidade. No entanto, alguns aspectos podem ser melhorados para torná-la mais hospitaleira e atraente. Os gastos maiores com alimentação sugerem que restaurantes e lanchonetes ofereçam serviços cada vez mais qualitativos. Espera-se contribuir com um município mais receptivo para turistas, e quando satisfeito oportunize a geração de emprego e renda não apenas no festival, mas durante todo o ano.

Palavras-chave: Potencial turístico; satisfação; consumo.