

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística em Teresina
Janeiro 2002**

**Teresina - Piauí - Brasil
Abril de 2002**

Governo do Estado do Piauí

Governador: Hugo Napoleão do Rêgo Neto

Secretaria Estadual do Planejamento

Secretária: Felipe Mendes de Oliveira

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais

Superintendente: Agatângelo Neiva Luz

Departamento de Estudos Sócio–Econômicos

Diretora: Rosário de Fátima F. Bacelar

Divisão de Estudos e Pesquisas

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Consultoria

Consultor: João Agostinho Teles

ELABORAÇÃO

Carlos Ferreira Lima
Conceição de Maria Mendes de M. Carvalho
Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira
Eduyges Martins da Silva
Gerson Portela Lima
Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão
Ivonete de Araujo Luz
Ivonete dos Reis Galdino
José Alcion de Oliveira Costa
Maria Geni da Silva Sousa
Ricardo Augusto Alves Freire
Rosário de Fátima F. Bacelar

CAPA

Lis Melo

SUMÁRIO

Apresentação

1. Procedência dos Turistas.....	05
2. Perfil dos Turistas Entrevistados.....	08
2.1. Aspectos Pessoais.....	08
2.2. Aspectos Econômico–Financeiros.....	11
3. Meios de Transporte e de Hospedagem.....	13
4. Motivações e Atrativos da Viagem.....	14
5. Aspectos Espaciais.....	17
6. Avaliação Geral dos Turistas.....	19

APRESENTAÇÃO

O turismo na Região Nordeste apresenta-se como uma das opções para seu crescimento e desenvolvimento econômico e social. No caso específico do Piauí, o turismo vem merecendo da Fundação CEPRO uma atenção especial, notadamente quanto ao turismo em Teresina.

O presente trabalho mostra os resultados da PESQUISA DA DEMANDA TURÍSTICA EM TERESINA, sendo um instrumento que permitirá a todos os agentes envolvidos com o turismo piauiense conhecerem seu cliente (**Turista**) e daí, então, formularem estratégias no sentido de obter uma posição sólida nesse mercado cada vez mais competitivo.

Superintendente

Teresina, abril de 2002

1. Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em janeiro de 2002, os turistas que estiveram em Teresina eram, em sua maioria, de nacionalidade brasileira, tendo esse percentual atingido 99,8%. Com relação aos turistas estrangeiros, o índice foi de 0,2%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Procedência	Geral (%)
Brasil	99,8
Exterior	0,2
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Estados Unidos e França. Em termos nacionais, destacaram-se os Estados do Piauí (28,1%), Ceará (11,3%), Maranhão (10,9%), Distrito Federal (10,3%), São Paulo (8,3%), Pernambuco (6,7%), Rio de Janeiro (5,6%), Pará (3,0%) e Bahia (2,1%).

Tabela 2
Procedência dos Turistas Nacionais

Estados de Origem	(%)
Piauí	28,1
Ceará	11,3
Maranhão	10,9
Distrito Federal	10,3
São Paulo	8,3
Pernambuco	6,7
Rio de Janeiro	5,6
Pará	3,0
Bahia	2,1
Outros	13,7
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste com 62,6%; a região Sudeste, com 16,3%; o Centro Oeste, com 11,6%; a região Norte, com 7,3%; e finalmente a região Sul, com 2,1%.

Tabela 3
Procedência dos Turistas

Região e Estados de Origem	(%)
Norte	7,3
Acre	0,3
Amapá	0,3
Amazonas	1,7
Pará	3,0
Rondônia	0,3
Roraima	0,4
Tocantins	1,3
Nordeste	62,6
Alagoas	0,9
Bahia	2,1
Ceará	11,3
Maranhão	10,9
Paraíba	1,0
Pernambuco	6,7
Piauí	28,1
Rio Grande do Norte	1,6
Sudeste	16,3
Espírito Santo	0,1
Minas Gerais	2,3
Rio de Janeiro	5,6
São Paulo	8,3
Centro-Oeste	11,6
Distrito Federal	10,3
Goiás	0,9
Mato Grosso	0,3
Mato Grosso do Sul	0,1
Sul	2,1
Paraná	0,9
Rio Grande do Sul	0,3
Santa Catarina	0,9
Internacional	0,2
total	100

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

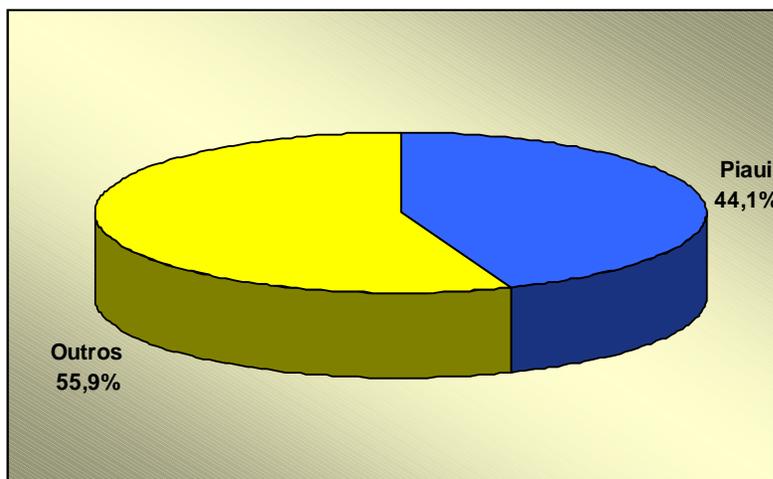
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, sobressaem os Estados do Piauí, com um percentual de 44,1%; Maranhão (11,5%); Ceará (10,8%); São Paulo e Pernambuco, ambos com 5,5% cada.

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
. Piauí	44,1
Residentes no Piauí	25,7
Emigrantes	18,4
. Maranhão	11,5
. Ceará	10,8
. São Paulo	5,5
. Pernambuco	5,5
. Rio de Janeiro	4,8
. Minas Gerais	2,9
. Bahia	2,0
. Outros Estados	12,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2. Perfil dos Turistas Entrevistados

2.1. Aspectos Pessoais

Observa-se, de conformidade com a Tabela 5, que entre os turistas predomina o sexo masculino, o qual corresponde a 60,7% no geral, e a 80,8% na rede hoteleira. Este fato pode estar relacionado ao tipo de Turismo predominante em Teresina, que é o de negócios; de modo secundário pode refletir, também, a superioridade da renda do sexo masculino, dado este observado em nível nacional.

O percentual de Turistas casados atingiu 63,0%. Dentre os entrevistados 59,0% viajaram desacompanhado(sós) e 31,8%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 68,7% viajaram desacompanhado, e entres os de hospedagem extra-hoteleira o percentual foi de 53,8%.

Figura 2
Nível de Sociabilidade

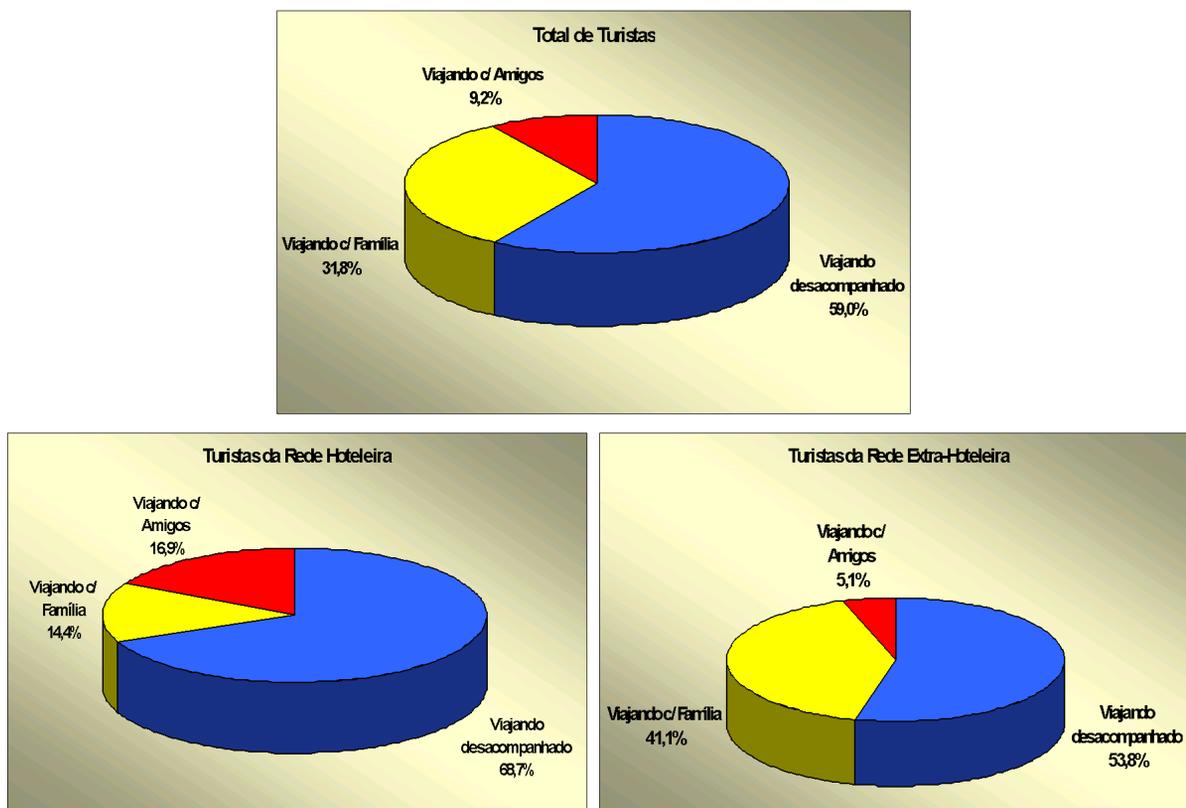


Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Sexo	100.0	100.0	100.0
Masculino	80,8	49,9	60,7
Feminino	19,2	50,1	39,3
Faixa Etária	100.0	100.0	100.0
Abaixo 18 Anos	0,8	2,9	2,1
18 a 25 Anos	6,1	15,8	12,4
26 a 35 Anos	30,2	28,6	29,1
36 a 50 Anos	48,6	38,7	42,1
51 a 65 Anos	13,1	11,2	11,9
Acima de 65 Anos	1,2	2,9	2,3
Nível de Escolaridade	100.0	100.0	100.0
1º Grau	9,1	26,7	20,6
2º Grau	16,9	34,9	28,6
Técnico	2,1	1,5	1,7
Superior	66,1	31,1	43,3
Outros	5,8	5,7	5,8
Estado Civil	100.0	100.0	100.0
Solteiro	22,2	34,0	29,9
Casado	71,1	58,6	63,0
Viúvo	0,4	3,6	2,5
Separado	4,2	3,6	3,8
Outros	2,1	0,2	0,9
Nível de Sociabilidade	100.0	100.0	100.0
Viajando desacompanhado	68,7	53,8	59,0
Com Amigos	16,9	5,1	9,2
Com a Família	14,4	41,1	31,8
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o entrevistado	1,8	1,9	1,9

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Verificou-se, ainda, que 11,7% dos entrevistados tiveram suas viagens organizadas por agências. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 22,2% dos entrevistados.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência(%)

Especificação	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Sim	22,2	6,0	11,7
Não	77,8	94,0	88,3
Total	100.0	100.0	100.0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

No geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o professor, com um percentual de 8,7%; a dona de casa, com 6,4%; o comerciante e o funcionário público, ambos com 6,0% dos entrevistados .

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas(%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
. Professor	4,5	11,0	8,7
. Do Lar	1,6	9,0	6,4
. Funcionário Público	3,7	7,3	6,0
. Comerciante	4,9	6,6	6,0
. Estudante	0,8	7,5	5,2
. Engenheiro	11,0	2,0	5,2
. Aposentado	1,2	7,0	5,0
. Vendedor	6,1	0,9	3,6
. Advogado	4,5	1,8	2,7
. Empresário	6,1	0,9	2,7
. Bancário	4,1	1,1	2,1
. Contador(Auditor)	3,7	1,1	2,0
. Militar	0,4	2,2	1,6
. Enfermeiro	2,0	1,3	1,6
. Administrador	2,9	0,9	1,6
. Médico	0,8	1,8	1,4
. Economista	1,6	0,9	1,1
. Técnico de Nível Médio	2,0	0,7	1,1
. Comerciante	0,4	1,3	1,0
. Jornalista	2,0	0,4	1,0
. Mecânico	0,8	0,7	0,7
. Analista de Sistemas	1,6	0,2	0,7
. Programador	0,4	0,7	0,6
. Outras	32,9	32,7	31,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

2.2. Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina, no mês de janeiro, permaneceram em média 8,8 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram em média de 11,4 dias, enquanto os de rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,1 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$317,37 aproximadamente, correspondendo a R\$ 36,06 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$574,38, cerca de R\$ 97,94 por dia. Por estarem incluídas nestes gastos, aproximadamente 1,4 pessoa, resulta num gasto per capita de R\$401,56.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Permanência na Localidade	4,1	11,4	8,8
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	574,38	510,23	532,68
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,4	1,8	1,7
Gasto per Capita (R\$)	401,56	281,77	317,37
Gasto per Capita/dia (R\$)	97,94	24,72	36,06
Renda média dos Entrevistados (R\$)	3.498,48	1.414,67	2.581,69

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (24,2%), hospedagem (16,5%), alimentação (14,9%), diversões/passeios (12,0%) e transporte (11,5%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas(%)

Gastos	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
. Hospedagem	38,7	3,1	16,5
. Alimentação	15,3	14,6	14,9
. Transporte	11,3	11,6	11,5
. Compras	18,0	28,0	24,2
. Diversões / Passeios	4,8	16,3	12,0
. Outros	11,8	26,5	20,9
Total	100.0	100.0	100.0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

A Tabela 10 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto/Per Capita(R\$)	Gasto Per/ Capita Dia(R\$)
Nacional				
Norte	7,3	15,2	446,87	29,45
Acre	0,3	30,0	433,33	14,44
Amapá	0,3	46,5	500,00	10,75
Amazonas	1,7	19,6	334,07	17,06
Pará	3,0	9,0	484,25	53,81
Rondônia	0,3	21,0	768,33	36,59
Roraima	0,4	27,3	990,00	36,22
Tocantins	1,3	8,1	236,10	29,11
Nordeste	62,6	6,9	246,00	35,71
Alagoas	0,9	2,8	416,25	146,91
Bahia	2,1	4,9	589,44	121,12
Ceará	11,3	5,7	246,46	43,56
Maranhão	10,9	5,7	249,49	43,69
Paraíba	1,0	6,4	176,30	27,42
Pernambuco	6,7	6,5	453,93	69,95
Piauí	28,1	8,2	178,95	21,92
Rio Grande do Norte	1,6	8,0	226,88	28,36
Sudeste	16,3	10,8	463,12	42,72
Espírito Santo	0,1	2,0	33,33	16,67
Minas Gerais	2,3	7,1	226,15	32,02
Rio de Janeiro	5,6	12,4	676,92	54,55
São Paulo	8,3	11,0	390,89	35,59
Centro-Oeste	11,6	12,6	293,32	23,34
Distrito Federal	10,3	11,8	271,91	23,09
Goiás	0,9	15,5	480,00	30,97
Mato Grosso	0,3	37,5	172,50	4,60
Mato Grosso do Sul	0,1	2,0	1.000,00	500,00
Sul	2,1	6,9	609,69	88,00
Paraná	0,9	11,8	697,86	58,97
Rio Grande do Sul	0,3	2,0	350,00	175,00
Santa Catarina	0,9	3,7	397,00	108,27
Internacional	0,2	16,5	2.075,00	125,76
Estados Unidos	0,1	12,0	2.650,00	220,83
França	0,1	21,0	1.500,00	71,43
Total	100,0	8,8	317,37	35,98

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

a) A região Norte apresenta uma permanência média de 15,2 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$29,45;

b) A região Nordeste apresenta uma permanência média de 6,9 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$ 35,71;

c) A região Sudeste apresenta uma permanência média de 10,8 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$ 42,72;

d) A região Centro–Oeste apresenta uma permanência média de 12,6 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$ 23,34;

e) A região Sul apresenta uma permanência média de 6,9 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$ 88,00.

No âmbito Internacional, verifica-se a permanência média de 16,5 dias e um gasto *per Capita*/dia de R\$ 125,76.

3. Meios de Transporte e Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Piauí no mês de janeiro, o principal meio de transporte utilizado foi o avião (47,5%), vindo em seguida o ônibus, com 43,0%, e o automóvel, com 8,6%.

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte

Tipos de Transporte	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Ônibus	17,2	57,6	43,0
Automóvel	6,1	9,9	8,6
Avião	76,2	32,1	47,5
Outros	0,4	0,4	0,4
Total	100.0	100.0	100.0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Os turistas que visitaram Teresina utilizaram, principalmente, a casa de parentes ou amigos (56,7%), aparecendo em seguida o hotel, com um percentual de 31,5%. O percentual na rede hoteleira foi de 34,5%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

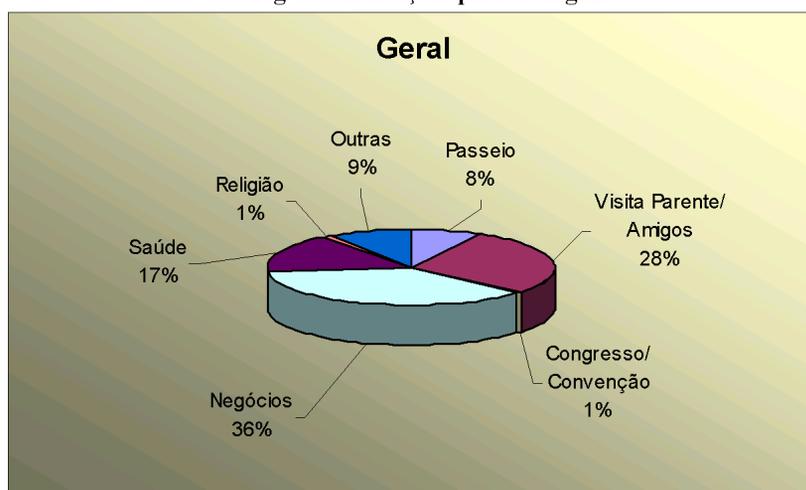
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	34,5
Hotel	31,5
Flat / Apart	0,3
Pousada	0,3
Pensão / Hospedaria	2,4
Extra-Hoteleira	65,5
Casa / Apartº Aluguel	0,6
Casa Própria	3,9
Casa Parente/Amigos	56,7
Outros	4,3
Total	100,0

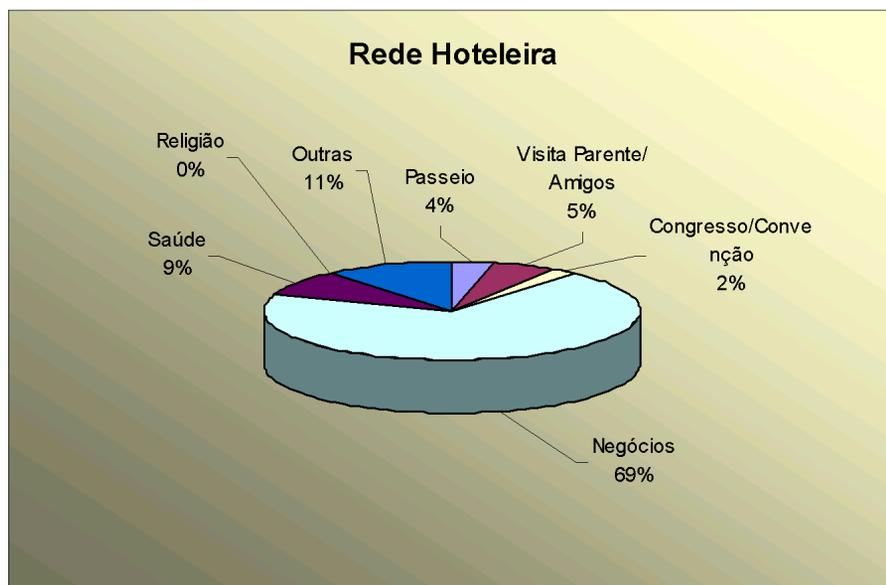
Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

4. Motivações e Atrativos da Viagem

O principal motivo da viagem foi o negócio (36,0%), vindo em seguida visita a parentes/amigos (28,0%) e saúde (17,0%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócio respondeu por 69,0%, enquanto que, para os turistas extra-hoteleiros a visita a parentes/amigos foi o principal motivo, com 40,0%.

Fig. 3 - Motivações para a viagem





É importante ressaltar que a viagem ao Piauí (motivada pelo passeio) teve nos atrativos naturais um estímulo de 73,2%.

Tabela 14
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Atrativos Naturais	77,8	72,3	73,2
Patrimônio Histórico	-	2,1	1,8
Compras	11,1	10,1	17,0
Outros	11,1	6,4	7,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

O conhecimento prévio do local (55,4%) e os comentários de parentes/amigos (39,3%) foram os meios determinantes da decisão quanto à escolha do destino.

Tabela 15
Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Comentários Parentes/Amigos	55,6	36,2	39,3
Já Conhecia Local	44,4	57,4	55,4
Internet	-	2,1	1,8
Outros	-	4,3	3,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar a Teresina; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser a primeira vez que visitam a cidade. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Tabela 16
Taxa de Retorno do Turista a Teresina(%)

Especificação	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
Visita à Teresina			
Primeira Vez	20,0	9,3	13,0
Mais de Uma Vez	80,0	90,7	87,0
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sim	95,4	93,7	94,3
Não	4,6	6,3	5,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Dos turistas consultados, apenas 13,0% afirmaram ser a primeira vez que visitam Teresina, enquanto 87,0% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 94,3% demonstraram pretensão de voltar a Teresina, sendo que destes, 45,3% confirmaram a previsão de retornar no decorrer do corrente ano (2002).

Tabela 17
Quando Pretendem Voltar à Teresina(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	Extra Hoteleira	GERAL
Em 2002	27,2	37,9	45,3
2003	8,2	17,6	14,3
Outros	50,4	26,4	23,7
Sem Previsão	14,2	18,1	16,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

5. Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração os municípios litorâneos que fazem parte do Pólo Costa do Delta, sendo a maior preferência Parnaíba (22,3%), Luís Correia (7,9%) e Cajueiro da Praia (1,4%).

Tabela 18
Principais Municípios Visitados Além de Teresina

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	50,8	3,4
Parnaíba	22,3	5,2
Luís Correia	7,9	5,2
Piracuruca	6,5	1,7
Piripiri	4,5	1,7
Barras	2,7	4,2
Esperantina	2,7	7,0
Pedro II	2,1	3,0
Cajueiro da Praia	1,4	2,0
Batalha	0,7	1,0
Pólo de Teresina- Eventos e Negócios	8,0	5,0
José de Freitas	2,1	2,8
Campo Maior	4,5	2,5
Altos	1,4	9,8
Pólo das Origens - Turismo Arqueológico	3,4	8,4
São Raimundo Nonato	2,7	5,8
Caracol	0,7	11,0
Pólo Histórico – Cultural	10,0	5,4
Floriano	5,2	3,4
Oeiras	2,4	9,3
Amarante	2,4	3,4
Outros	27,8	7,5
Picos	6,5	3,9
União	2,4	7,6
Regeneração	1,4	4,8
Miguel Alves	1,0	8,0
Água Branca	0,7	1,5
Antônio Almeida	0,7	13,0
Barro Duro	0,7	12,5
Buriti dos Lopes	0,7	1,0
Corrente	0,7	3,5
Currálinho	0,7	1,0
Francisco Ayres	0,7	18,0
Luzilândia	0,7	14,5
Miguel Leão	0,7	10,0
Outros	10,2	5,9
Total Geral	100,0	5,1

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

6. Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 19 mostra a avaliação feita pelos visitantes, do produto turístico consumido.

Tabela 19
Cidade de Teresina-Avaliação Geral dos Turistas(%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais	15,4	63,5	19,5	1,3	0,3	7,8
Patrimônios Históricos	11,2	65,5	21,3	1,9	-	3,5
Manifestações Populares	12,2	58,0	27,5	1,5	0,8	0,4
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	8,5	52,0	31,0	7,1	1,4	21,0
Passeios Oferecidos	16,5	46,8	24,8	7,3	4,6	26,6
Serviços Receptivos/Empresas	12,4	65,4	14,4	5,9	2,0	55,5
Hospitalidade do Povo (*)	42,7	51,0	5,4	0,7	0,2	87,4
Informação Turística	7,7	32,0	12,2	34,7	13,5	-20,7
Sinalização Turística	4,2	20,8	21,4	39,1	14,6	-50,1
Guias de Turismo	8,2	38,8	18,8	14,1	20,0	-5,9
Meios de Hospedagem	15,2	70,5	10,6	3,0	0,6	71,5
Bares e Restaurantes	9,6	72,0	15,1	2,1	1,2	63,2
Comércio/Compras	9,6	61,2	25,8	2,9	0,5	41,6
Diversões Noturnas	13,5	62,2	16,7	6,5	1,1	51,4
Serviços de Táxis	10,9	71,7	15,8	0,5	1,1	65,2
Infra-estrutura						
Comunicações Correios/Fone	10,2	72,4	12,3	3,1	1,9	65,3
Sinalização Urbana	4,7	53,0	33,3	7,4	1,6	15,4
Segurança Pública	2,6	48,5	35,6	11,2	2,2	2,1
Limpeza Pública	7,9	56,6	29,9	4,6	1,1	28,9
Ônibus Urbano	3,5	59,1	29,7	4,4	3,3	25,2
Terminal Marítimo/Fluvial	4,2	37,5	29,2	16,7	12,5	-16,7
Terminal Rodoviário	4,7	57,7	24,4	7,7	5,5	24,8
Aeroporto	3,7	59,1	30,8	5,0	1,5	25,5

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002.

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

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de doze itens avaliados, obteve um índice de avaliação, igual ou superior a 80%. No aspecto infra-estrutura da cidade, o item mais

expressivo foi comunicação correios/fone sem, contudo, alcançar avaliação de pelo menos 80%(no caso, 65,3%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-50,1%), informação turística (-20,7%), terminal marítimo/fluviial (-16,7%), guias de turismo (-5,9%), manifestações populares (0,4%), segurança pública (2,1%), patrimônios históricos (3,5%) atrativos naturais(7,8%) e sinalização urbana (15,4%).

Tabela 20
Avaliação dos Preços Pagos(%)

Avaliação	Rede Hoteleira	Extra-Hoteleira	GERAL
. Baixos	4,1	3,3	3,6
. Razoáveis	77,3	63,0	68,0
. Elevados	17,4	31,0	26,3
. Exorbitantes	1,2	2,7	2,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO-Janeiro de 2002

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 68,0% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, e 28,5% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: a hospitalidade do povo piauiense (25,8%), comércio/compras (12,5%) e os serviços de saúde (12,1%).

Tabela 21
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	5,6
. Limpeza Pública	3,7
. Beleza do Rio Poti e Parnaíba	1,9
Infra-Estrutura Urbana	15,7
. Tranqüilidade da Cidade	5,7
. Paisagismo	4,9
. Infra-Estrutura	2,8
. Transporte (eficiência)	1,2
. Conservação das Praças	1,1
Infra-Estrutura Turística	11,4
. Diversão Noturna	4,2
. Culinária	2,2
. Restaurante /Bares	1,5
. Meios de Hospedagem	1,4
. Opções de Lazer	1,2
. Passeios	0,9
Educação, Informação e Comunicação	28,3
. Hospitalidade do Povo	25,8
. Amigos e Familiares	1,6
. Educação (ensino formal)	0,9
Comércio e Serviços	24,6
. Compras	12,5
. Serviço de Saúde	12,1
Diversos	3,7
. Tudo (cidade em geral)	3,7
Outros	10,7
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Quanto aos itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados, no geral aparecem: clima (34,5%), falta de segurança (10,7%) e trânsito (7,2%).

Tabela 22
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	43,9
. Clima	34,5
. Limpeza Pública	4,3
. Saneamento	2,9
. Arborização (falta)	1,0
. Poluição dos Rios	0,7
. Enchente do Rio Parnaíba	0,5
Infra-Estrutura Urbana	26,6
. Segurança (falta)	10,7
. Trânsito	7,2
. Estrutura Aeroporto	2,6
. Sinalização Urbana	1,9
. Transporte Coletivo	1,5
. Calçamento Péssimo	1,0
. Iluminação	0,7
. Aspectos Urbanísticos	0,5
. Favelização	0,5
Infra-Estrutura Turística	8,1
. Pontos Turísticos	2,6
. Opções de Lazer	2,4
. Serviço dos Hotéis	1,4
. Falta de Praias	0,7
. Restaurante (poucas opções)	0,5
. Sinalização Turística	0,5
Educação, Informação e Comunicação	6,0
. Informações Turísticas (falta)	3,6
. Serviços Comunicação	1,0
. População Mal Informada	0,9
. Educação de Taxistas	0,5
. Solidariedade das Pessoas	0,5
Comércio e Serviços	4,1
. Preços Elevados	2,4
. Serviços de Saúde	1,0
. Comércio	0,7
Diversos	3,4
. Corrupção Política	1,4
. Pobreza (esmolas)	1,0
. Salários Baixos	0,5
Outros	7,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - Janeiro de 2002

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística em Teresina, foi realizada através de entrevista direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída de Teresina tais como: Aeroporto, Rodoviária, BR's e PI's. O levantamento de campo foi realizado no período de 24 a 31 de janeiro de 2002, tendo sido entrevistados, efetivamente, nesse período, o total de 700 turistas receptivos.