

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

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

**Teresina – Piauí  
Março de 2003**

**Governo do Estado do Piauí**  
**José Wellington Barroso de Araújo Dias**

**Secretaria Estadual do Planejamento**

**Secretário:** Merlong Solano Nogueira

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

**Superintendente:** Marcelino de Oliveira Fonteles

**Departamento de Estudos Socioeconômicos**

Carlos Ferreira Lima

**Divisão de Contas Regionais**

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

**Divisão de Estudos e Pesquisas\***

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira

**DIVISÃO DE PUBLICAÇÕES**

Almir Cassimiro Queiroga

**ELABORAÇÃO\***

Carlos Ferreira Lima  
Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira  
Gerson Portela Lima  
Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão  
José Alcion de Oliveira Costa  
Lucia Maria Said Adad  
Rosário de Fátima F. Bacelar  
Vera Lúcia Sousa Araújo

**ENTREVISTADORES\***

Dulcinéia Maria Carvalho Lopes Ferreira  
Ellene Mendes de Carvalho  
Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão  
Ivone Meneses do Amaral  
Ivonete de Araújo Luz  
Ivonete dos Reis Galdino  
José Alcion de Oliveira Costa  
Maria Geni da Silva Sousa  
Tânia Maria Waquim  
Vera Lúcia Sousa Araújo

**REVISÃO**

Almir Cassimiro Queiroga

**DIGITAÇÃO\***

Celso Gomes da Silva

**CHECAGEM DA REVISÃO**

Eva Maria Evangelista de Leal  
Ilma Araújo Veras e Silva  
Sandra Maria de Pádua M. do Rêgo  
Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

**DIAGRAMAÇÃO E GRÁFICOS**

Alcides Luís Gomes

**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.....	18
6. Avaliação Geral dos Turistas.....	20

## **APRESENTAÇÃO**

A Pesquisa de “Demanda Turística” para o município de Teresina (PI), através do presente relatório, tem o propósito de dar uma visão, a mais ampla possível, da situação em que se encontra a atividade turística na capital do Estado.

A Fundação CEPRO, com esta divulgação, referente ao 2º relatório para a etapa de baixa estação, cujos dados foram obtidos no período de 29.11 a 05.12.2002, coloca à disposição da sociedade piauiense este manancial de informações turísticas que contribuirá para elevar o nível de conhecimento da população de tão importante setor da economia do Estado.

Marcelino de Oliveira Fonteles  
Superintendente

Teresina, Março de 2003

## 1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em novembro de 2002, os turistas que se destinaram a Teresina eram, predominantemente, de nacionalidade brasileira, com representatividade de 98,0%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu apenas a 2,0%.

**Tabela 1**  
**Nacionalidade dos Turistas**

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	98,0
Exterior	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Estados Unidos, Espanha, Suíça, Itália .

**Tabela 2**  
**Residência dos Turistas Internacionais**

País de Origem	(%)
Estados Unidos	40,0
Espanha	20,0
Suíça	15,0
Itália	15,0
Alemanha	5,0
Holanda	5,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De acordo com a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores os estados do Piauí (28,0%);Ceará e Maranhão, ambos com 12,5%;São Paulo (9,9%); No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, com 67,2%; a região Sudeste, com 16,6%; a Centro-Oeste , com 10,4%.

**Tabela 3**  
**Residência dos Turistas Nacionais**

<b>Regiões e Estados de Origem</b>	<b>(%)</b>
<b>Norte</b>	<b>4,0</b>
Rondônia	0,1
Acre	-
Amazonas	0,3
Roraima	-
Pará	2,9
Amapá	0,4
Tocantins	0,3
<b>Nordeste</b>	<b>67,2</b>
Maranhão	12,5
Piauí	28,0
Ceará	12,5
Rio Grande do Norte	1,6
Paraíba	1,5
Pernambuco	7,4
Alagoas	0,8
Sergipe	0,4
Bahia	2,5
<b>Sudeste</b>	<b>16,6</b>
Minas Gerais	2,9
Espírito Santo	-
Rio de Janeiro	3,8
São Paulo	9,9
<b>Centro-Oeste</b>	<b>10,4</b>
Mato Grosso do Sul	-
Mato Grosso	0,1
Goiás	1,7
Distrito Federal	8,6
<b>Sul</b>	<b>1,8</b>
Paraná	1,1
Santa Catarina	0,3
Rio Grande do Sul	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

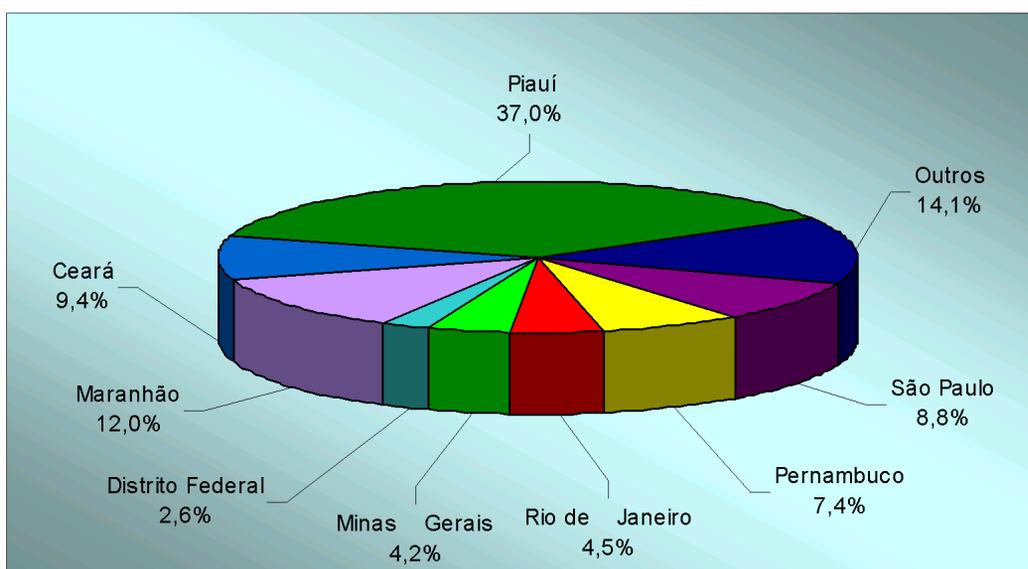
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a grande maioria nasceu no Piauí, correspondendo a 37,0%; seguido do Maranhão (12,0%); Ceará (9,4%); São Paulo (8,8%); e Pernambuco (7,4%).

**Tabela 4**  
**Local de Nascimento dos Turistas**

Estados	(%)
. Piauí	37,0
. Maranhão	12,0
. Ceará	9,4
. São Paulo	8,8
. Pernambuco	7,4
. Rio de Janeiro	4,5
. Minas Gerais	4,2
. Distrito Federal	2,6
. Outros Estados	14,1
. Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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 predominam aqueles do sexo masculino, o qual corresponde a 62,9% no geral, e a 78,3% na rede hoteleira.

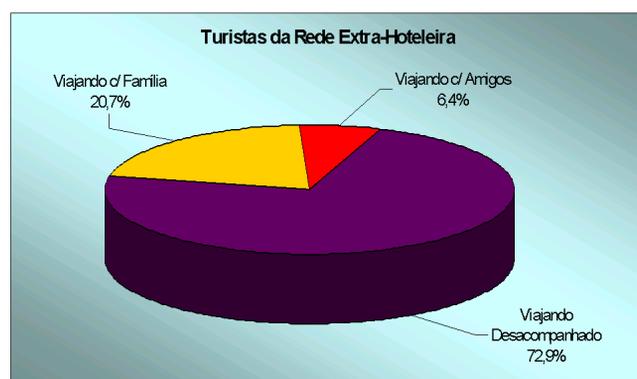
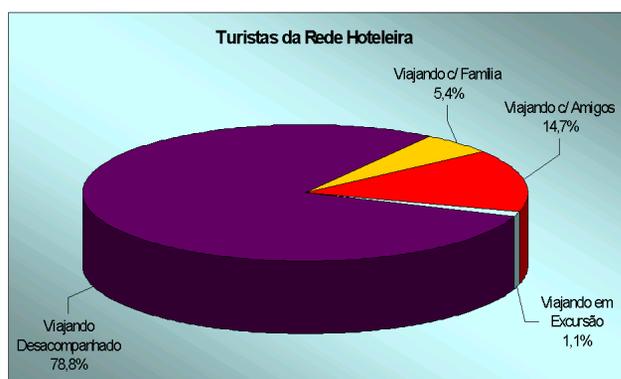
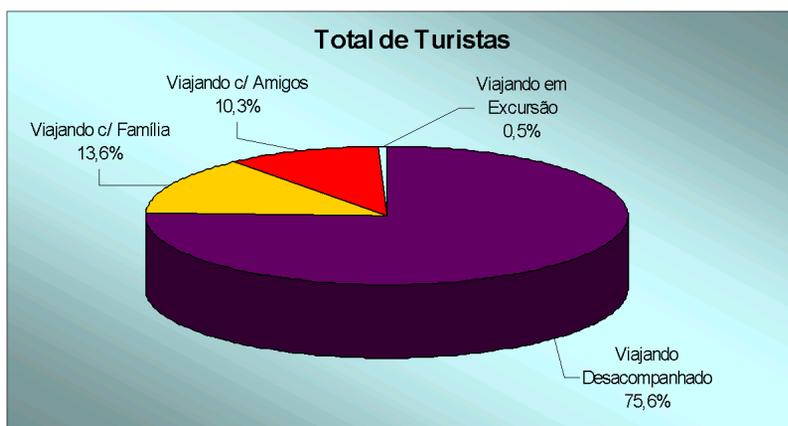
O percentual de turistas casados atingiu 60,4%. Dentre os entrevistados, 75,6% viajaram desacompanhados e 13,6%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 78,8% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 72,9%.

**Tabela 5**  
**Perfil dos Turistas Entrevistados (%)**

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Masculino	78,3	49,5	62,9
Feminino	21,7	50,5	37,1
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Abaixo de 18 Anos	0,8	1,7	1,3
18 a 25 Anos	9,6	17,7	14,0
26 a 35 Anos	28,6	20,9	24,5
36 a 50 Anos	46,0	39,0	42,2
51 a 65 Anos	12,5	15,0	13,8
Acima de 65 Anos	2,5	5,7	4,2
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	5,1	23,4	14,9
Médio	14,9	31,8	23,9
Técnico	4,3	3,0	3,6
Superior	72,6	33,6	51,7
Outros	3,1	8,2	5,9
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Casado	63,7	57,5	60,4
Solteiro	25,0	32,9	29,2
Separado	8,2	4,7	6,3
Viúvo	1,7	4,2	3,0
Outros	1,4	0,7	1,1
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	78,8	72,9	75,6
Com a Família	5,4	20,7	13,6
Com Amigos	14,7	6,4	10,3
Em Excursão	1,1	-	0,5
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

**Figura 2**  
**Nível de Sociabilidade**



Verificou-se, ainda, que 18,3% dos entrevistados tiveram suas viagens organizadas por agências. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 28,3% dos entrevistados.

**Tabela 6**  
**Organização da Viagem por Agência(%)**

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	28,3	9,6	18,3
Não	71,7	90,4	81,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De maneira geral, dentre as principais ocupações citadas aparecem: funcionário público, com 16,0%; estudantes, 7,0%; donas de casa, 6,6%; aposentado, 5,9% , engenheiro, 5,8% e vendedor, 5,4%.

**Tabela 7**  
**Ocupação Principal dos Turistas(%)**

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Funcionário Público	11,8	19,7	16,0
. Estudante	3,9	9,6	7,0
. Do Lar	1,7	10,8	6,6
. Aposentado	1,1	10,1	5,9
. Engenheiro	10,1	2,0	5,8
. Vendedor	8,5	2,7	5,4
. Comerciante	3,7	6,2	5,0
. Empresário	6,5	1,5	3,8
. Comerciarío	5,9	0,7	3,2
. Técnico de Nível Médio	5,1	1,0	2,9
. Advogado	4,8	0,5	2,5
. Bancário	2,3	1,7	2,0
. Professor	1,4	1,2	1,3
. Analista de Sistemas	9,0	0,2	1,3
. Contador (Auditor)	2,0	0,5	1,2
. Administrador	2,0	0,2	1,1
. Médico	1,4	0,7	1,1
. Artista	0,8	0,2	0,5
. Religioso	-	0,7	0,4
. Dentista	-	0,5	0,3
. Empregado em escritório	-	0,5	0,3
. Programador	0,3	-	0,1
. Militar	0,3	-	0,1
. Outras	17,4	28,8	26,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

## 2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina, no mês de novembro, permaneceram em média 6,9 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram em média 9,2 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,2 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 311,58, correspondendo a R\$ 45,48 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 393,18, cerca de R\$ 94,25 por dia, por estar incluída nestes gastos 1,1 pessoa.

**Tabela 8**  
**Informações Econômico-Financeiras**

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,2	9,2	6,9
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	450,18	337,49	390,77
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,1	1,4	1,3
Gasto per Capita (R\$)	393,18	249,84	311,58
Gasto per Capita/Dia (R\$)	94,25	27,18	45,48
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3982,27	1743,15	2871,81

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram hospedagem (28,8%), compras (22,0%) e alimentação (16,6%).

**Tabela 9**  
**Composição dos Gastos dos Turistas(%)**

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Hospedagem	51,2	2,4	28,8
. Compras	8,6	37,9	22,0
. Alimentação	17,0	16,0	16,6
. Transporte	12,8	9,6	11,3
. Diversões / Passeios	1,6	7,7	4,4
. Outros	8,8	26,4	16,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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\$)
<b>Nacional</b>				
<b>Norte</b>	<b>4,0</b>	<b>11,6</b>	<b>283,48</b>	<b>24,37</b>
Rondônia	0,1	7,0	70,00	10,00
Acre	-	-	-	-
Amazonas	0,3	8,5	203,00	23,88
Roraima	-	-	-	-
Pará	2,9	12,1	243,53	20,07
Amapá	0,4	9,0	596,25	66,25
Tocantins	0,3	15,5	391,33	25,25
<b>Nordeste</b>	<b>65,8</b>	<b>5,6</b>	<b>247,45</b>	<b>44,23</b>
Maranhão	12,2	5,8	270,93	46,57
Piauí	27,5	5,8	169,18	29,29
Ceará	12,2	4,2	333,26	79,47
Rio Grande do Norte	1,6	3,9	344,77	88,03
Paraíba	1,4	7,9	269,81	34,11
Pernambuco	7,2	6,5	315,68	48,23
Alagoas	0,8	3,8	259,00	67,57
Sergipe	0,4	6,7	176,67	26,50
Bahia	2,5	6,7	420,35	62,40
<b>Sudeste</b>	<b>16,2</b>	<b>6,6</b>	<b>418,02</b>	<b>63,71</b>
Minas Gerais	2,9	2,5	276,58	110,63
Espirito Santo	-	-	-	-
Rio de Janeiro	3,6	13,4	461,40	34,32
São Paulo	9,7	5,3	448,35	85,29
<b>Centro-Oeste</b>	<b>10,2</b>	<b>10,4</b>	<b>362,97</b>	<b>34,91</b>
Mato Grosso do Sul	-	-	-	-
Mato Grosso	0,1	3,0	200,00	66,67
Goiás	1,7	6,3	329,50	52,24
Distrito Federal	8,4	11,3	369,95	32,61
<b>Sul</b>	<b>1,8</b>	<b>14,1</b>	<b>1781,67</b>	<b>126,57</b>
Paraná	1,1	21,1	2512,50	118,93
Santa Catarina	0,3	3,5	461,50	131,86
Rio Grande do Sul	0,4	2,3	324,67	139,14
<b>Internacional</b>	<b>2,0</b>	<b>17,3</b>	<b>271,93</b>	<b>15,75</b>
Holanda	0,1	2,0	522,00	261,00
Alemanha	0,1	10,0	1300,00	130,00
Itália	0,3	4,0	287,50	71,88
Espanha	0,4	11,7	401,25	34,39
Suíça	0,3	23,5	500,00	21,28
Estados Unidos	0,8	26,2	143,06	5,47
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>6,9</b>	<b>311,58</b>	<b>45,48</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de 11,6 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 24,37;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de 5,6 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 44,23;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de 6,6 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 63,71;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de 10,4 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 34,91;

e) A região Sul aponta uma permanência média de 14,1 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 126,57.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de 17,3 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 15,75.

### 3 Meios de Transporte e Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de novembro, 52,1% utilizaram como principal meio de transporte o avião, vindo em seguida o ônibus (39,7%) e o automóvel (6,6%).

**Tabela 11**  
**Demanda Turística por Meio de Transporte (%)**

Tipos de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	15,2	61,1	39,7
Automóvel	3,7	9,1	6,6
Avião	80,3	27,6	52,1
Outros	0,8	2,2	1,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Os turistas que visitaram Teresina utilizaram, principalmente, a rede extra-hoteleira (53,4%), com destaque para hospedagem na casa de parentes/amigos (45,3%), aparecendo em seguida a rede hoteleira (46,6%).

**Tabela 12**  
**Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)**

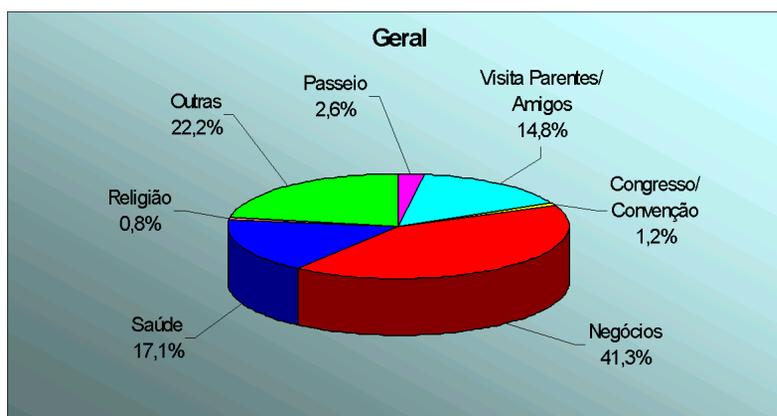
Hospedagem	Geral
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>46,6</b>
Hotel	42,3
Flat / Apart-Hotel	0,4
Pousada	0,5
Pensão / Hospedaria	3,4
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>53,4</b>
Casa / Apart de Aluguel	1,1
Casa Própria	2,0
Casa Parentes/Amigos	45,3
Outros	5,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

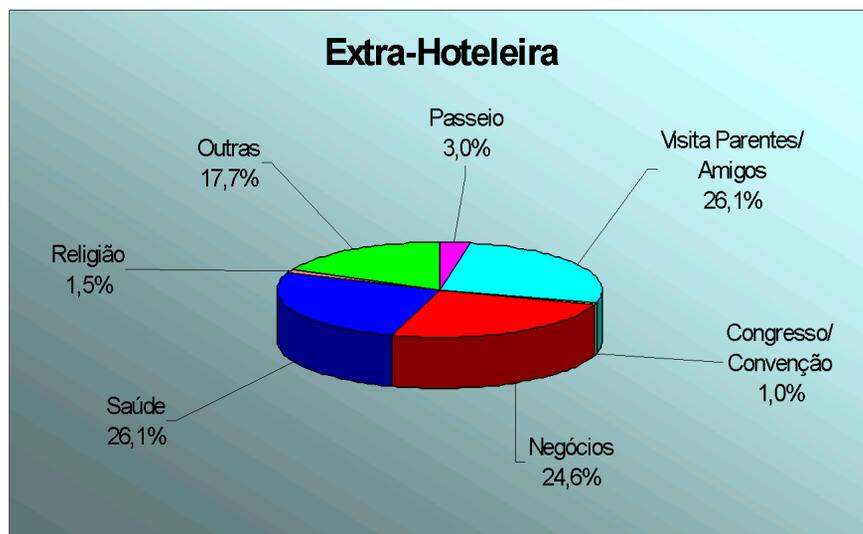
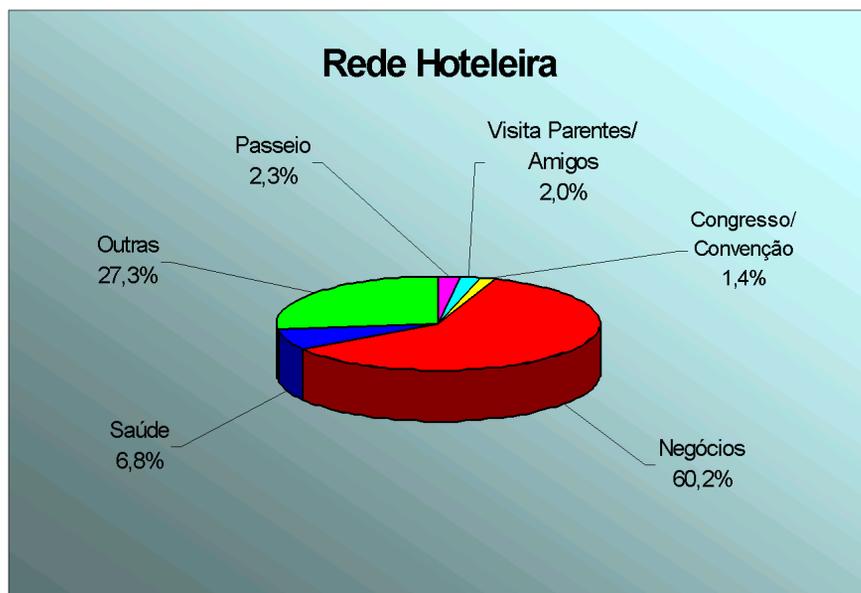
Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

## 4 Motivações e Atrativos da Viagem

O principal motivo da viagem, de acordo com as informações contidas nos gráficos seguintes, foi a realização de negócios (41,3), vindo em seguida o tratamento de saúde (17,1%) e visita a parentes/amigos (14,8%). Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 60,2%, enquanto que, para os turistas extra-hoteleiros, o tratamento de saúde e visita a parentes/amigos foram os principais motivos, com 26,1% cada.

**Figura 3 - Motivações para a Viagem**





É importante ressaltar que a viagem a Teresina (motivada pelo passeio) foi justificada por motivos diversos (outros), correspondendo a 89,5%. Os atrativos naturais aparecem como a segunda maior opção (10,5%).

**Tabela 13**  
**Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)**

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	28,6	38,9	10,5
Patrimônio Histórico	-	-	-
Manifestações Populares	-	-	-
Outros	71,4	61,1	89,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Dentre os turistas entrevistados 47,1%, afirmaram ter conhecimento do local. Comentários de parentes e amigos e outros motivos, alcançando igual percentual (17,6%), foram também os meios determinantes de decisão quanto à escolha da vinda para Teresina.

**Tabela 14**  
**Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)**

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	-	30,0	17,6
Já Conhecia o Local	28,6	60,0	47,1
Propaganda/Publicidade	14,2	-	5,9
Internet	28,6	-	11,8
Outros	28,6	10,0	17,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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 visitavam Teresina. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

**Tabela 15**  
**Taxa de Retorno do Turista a Teresina(%)**

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
<b>Visita a Teresina</b>			
Primeira Vez	30,6	14,9	22,2
Mais de Uma Vez	69,4	85,1	77,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Pretende Voltar a Teresina</b>			
Sim	95,2	96,6	95,9
Não	4,8	3,4	4,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Dos turistas consultados, apenas 22,2% declararam ser a primeira vez que visitam Teresina, enquanto 77,8% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,9% demonstraram pretensão de voltar a esta Capital, sendo que, destes, 41,7% confirmaram a previsão de retornar no decorrer do corrente ano (2003).

**Tabela 16**  
**Quando Pretendem Voltar a Teresina(%)**

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2002	14,6	23,8	19,6
Em 2003	44,4	40,0	41,7
Outros	1,2	2,1	2,0
Sem Previsão	39,8	34,1	36,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

## 5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (21,9%), Luís Correia (7,6%) — cidades litorâneas do Estado — seguidos de Floriano (9,5%), Piriipiri (7,6%) e Picos (46,7%).

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados Além de Teresina**

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>42,7</b>	<b>4,8</b>
Piriipiri	7,6	3,4
Esperantina	1,0	15,0
Pedro II	1,0	4,0
Piracuruca	1,0	1,0
Barras	1,9	2,0
Luíis Correia	8,3	4,5
Parnaíba	21,9	3,7
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>11,5</b>	<b>2,6</b>
Altos	3,8	6,0
Campo Maior	2,9	1,0
José de Freitas	2,9	1,3
Castelo do Piauí	1,9	2,0
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>4,9</b>	<b>7,9</b>
Uruçuí	1,0	15,0
Cristino Castro	1,0	2,0
Bom Jesus	2,9	6,7
<b>Pólo Histórico - Cultural</b>	<b>10,5</b>	<b>9,5</b>
Amarante	1,0	3,0
Floriano	9,5	16,0
<b>Pólo das Origens</b>	<b>2,9</b>	<b>2,0</b>
Caracol	1,0	1,0
São Raimundo Nonato	1,9	3,0
<b>Outros</b>	<b>27,5</b>	<b>8,7</b>
Guadalupe	1,9	10,5
Angical do Piauí	1,0	2,0
Canto do Buriti	1,0	1,0
Buriti dos Lopes	1,0	3,0
Cocal	1,0	30,0
Agricolândia	1,0	2,0

**Principais Municípios Visitados Além de Teresina (Continuação)**

<b>Outros</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência Média (dias)</b>
Coivaras	1,0	12,0
Corrente	1,0	5,0
Picos	6,7	4,9
Jerumenha	1,0	3,0
Lagoa Alegre	1,0	2,0
Luzilândia	1,0	2,0
Paulistana	1,0	1,0
Regeneração	1,0	10,0
Ribeiro Gonçalves	1,0	7,0
São João da Serra	1,0	1,0
São João do Piauí	2,9	8,3
União	1,0	1,0
Valença do Piauí	1,0	60,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>4,5</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

## 6 Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 18 mostra a avaliação realizada pelos visitantes, no que diz respeito ao produto turístico consumido.

**Tabela 18**  
**Teresina – Avaliação Geral dos Turistas (%)**

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
<b>Atrativos</b>						
Naturais	7,9	71,9	17,0	2,8	0,4	59,6
Patrimônios Históricos	11,5	72,6	13,7	1,8	0,4	68,2
Manifestações Populares	11,1	62,6	23,2	3,0	0,0	47,5
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	12,0	65,2	18,9	3,4	0,4	54,5
Passeios Oferecidos	5,3	50,9	31,6	7,0	5,3	12,3
Serviços Receptivos/Empresas	16,5	61,2	16,5	2,4	3,5	55,3
Hospitalidade do Povo (*)	41,1	52,4	6,0	0,5	0,0	87,0
Informação Turística	2,8	28,9	26,8	28,9	12,7	- 36,7
Sinalização Turística	2,4	19,9	28,3	32,5	16,9	- 55,4
Guias de Turismo	9,3	16,7	16,7	33,3	24,1	- 48,1
Meios de Hospedagem(*)	35,1	57,5	7,1	0,2	0,2	85,1
Bares e Restaurantes	16,4	65,5	17,0	0,9	0,2	63,8
Comércio/Compras	10,2	70,9	17,4	1,4	0,2	62,1
Diversões Noturnas	17,4	59,2	21,6	1,9	0,0	53,1
Serviços de Táxis	9,4	76,7	12,1	1,1	0,7	72,2
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações Correios/Fone	12,1	71,5	13,1	1,4	1,9	67,2
Sinalização Urbana	4,9	57,0	30,2	6,7	1,2	23,8
Segurança Pública	3,6	50,7	38,1	6,8	0,9	8,5
Limpeza Pública	5,7	54,3	35,2	3,8	1,0	20,0
Ônibus Urbano	3,8	62,0	30,4	2,9	1,0	31,5
Terminal Marítimo/Fluvial	0,0	71,4	0,0	28,6	0,0	42,8
Terminal Rodoviário	5,2	55,4	31,5	6,3	1,6	21,2
Aeroporto	6,2	56,9	31,2	5,1	0,7	26,1

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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 e meios de hospedagem, de um total de doze itens avaliados, obtiveram um índice de avaliação superior a 80 %. No aspecto de infra-estrutura em

Teresina, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone), sem, contudo, alcançar avaliação de pelo menos 80% (no caso, 67,2%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-55,4%), guias de turismo (-48,1%), informação turística (-36,7%) ; segurança pública (8,5%) e passeios oferecidos (12,3%).

**Tabela 19**  
**Avaliação dos Preços Pagos (%)**

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
. Baixos	8,2	8,1	8,1
. Razoáveis	76,2	58,6	66,0
. Elevados	15,0	32,1	24,0
. Exorbitantes	0,6	1,3	0,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 66,0% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 24,9 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (28,5%), serviço de saúde (9,0%) e paisagismo/aspecto urbanístico e comércio (6,8%) e os shopping centers (6,1%).

**Tabela 20**  
**Principais Aspectos Positivos Apointados pelos Turistas (Continua)**

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>5,0</b>
.Limpeza da Cidade	2,8
.Belezas Naturais	1,2
.Clima	1,0
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>17,8</b>
.Paisagismo/Aspecto Urbanístico	6,8
.Tranqüilidade da Cidade	3,2
.Beleza das Avenidas	1,7
. Patrimônio Histórico	1,1
.Conservação das Praças	0,9
.Sinalização Urbana	0,8
.Crescimento da Cidade	0,7
.Trânsito Moderado	0,7
.Centro da Cidade	0,6
.Segurança Pública	0,6
.Terminal Rodoviário	0,4
.Transporte Coletivo	0,3
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>11,4</b>
.Diversão Noturna	3,8
.Alimentação/Culinária	3,6
.Meios de Hospedagem	2,2
.Restaurantes e Bares	1,2
.Serviço do Hotel	0,4
.Pontos Turísticos	0,2
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>34,7</b>
.Hospitalidade do Povo	28,5
.Rever Amigos e Familiares	4,3
. Educação Formal	1,2
.Aspecto Cultural/Histórico	0,7

**Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (Conclusão)**

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>22,1</b>
.Serviços de Saúde	9,0
.Comércio	6,8
.Shopping Centers	6,1
.Artesanato	0,2
<b>Outros</b>	<b>9,0</b>
. Tudo (cidade em geral)	7,6
. Baixo Custo de Vida	0,9
. Água Deliciosa	0,2
. Frutas e Produtos Tropicais	0,1
. Pesquisa de Campo	0,1
. Oportunidade de Emprego	0,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (33,5%), falta de segurança (7,2%), falta de saneamento básico (4,6%) e falta de limpeza pública (4,2%).

**Tabela 21**  
**Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (Continua)**

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>36,3</b>
. Clima	51,4
. Poluição dos Rios	1,1
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>27,0</b>
.Congestionamento no Trânsito	4,5
.Falta de Segurança	4,1
.Falta de Saneamento Básico	3,2
.Limpeza Pública (falta)	3,1
.Falta de Conservação da Rodoviária	2,3
.Sinalização Urbana Precária	0,9
.Estrutura do Aeroporto	0,9
.Iluminação Pública	0,7
.Calçamento Péssimo	0,7
.Infra-estrutura da cidade	0,2
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>4,0</b>
.Culinária	0,5
.Poucas Opções de Restaurantes	0,4
.Falta de Opção de Lazer	0,2
.Lanchonete do Aeroporto Pequena e Sem Conforto	0,2
.Falta de Praias	0,2
. Sinalização Turística	0,2
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>10,4</b>
. Falta de Informação Turística	2,6
. População Não Preparada para Lidar com o Turista	0,9
. Atendimento nos restaurantes	0,5
. Falta de Qualificação dos Motoristas de Táxi	0,5
. Falta de Divulgação dos Eventos da Cidade	0,4
. População Mal Informada	0,4
. Atendimento no Aeroporto	0,2
. Falta de Educação no Trânsito	0,2
. Serviço de Comunicação	0,2
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>8,0</b>
. Preços Elevados	2,0
. Transporte Coletivo	1,3
. Serviços de Saúde	0,4
. Não Aceitação de Cheques de Turistas no Comércio	0,2

**Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (Conclusão)**

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Outros</b>	<b>14,3</b>
. Banheiro Rodoviária	8,8
. Má Administração Pública	2,0
. Pobreza/Mendicância	1,5
. Número Reduzido de Vôos para São Paulo	1,2
. Bagagem Aeroporto	0,5
. Desemprego	0,4
. Aluguel de Carro	0,2
. Abuso na Cobrança	0,2
. Pernilongos	0,2
. Baixa Estima Piauiense	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

### Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística em Teresina foi realizada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída de Teresina, tais como: Aeroporto, Rodoviária, BRs e Posto do BPTRAN (saída para Timon). O levantamento de campo foi realizado de 29/11 a 05/12 de 2002, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 761 turistas receptivos.