

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

**Relatório de Pesquisa  
Demanda Turística em Teresina  
Julho 2005**

**Teresina – Piauí**  
Outubro de 2005

---

**Governo do Estado do Piauí****Governador:** José Wellington Barroso de Araújo Dias**Secretaria Estadual do Planejamento****Secretário:** Merlong Solano Nogueira**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí – CEPRO****Presidente:** Oscar de Barros Sousa**Gerência de Estudos e Pesquisas Sócio-Econômicas**

Carlos Ferreira Lima

**Coordenação de Contas Regionais**

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

**Coordenação de Avaliação de Autarquias**

Francisco Carvalho Chaves

**Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística**

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

**Supervisão de Publicações**

Almir Cassimiro Queiroga

**Equipe Central de Elaboração****ELABORAÇÃO**

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

**SUPERVISÃO DE CAMPO****Geral:**

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

**Aeroporto:**

Maria Bernadete Oliveira

**Rodoviária:**

Lucia Maria Said Adad

**COLABORAÇÃO**

Carlos Ferreira Lima

Maria Bernadete Oliveira

**REVISÃO**

Almir Cassimiro Queiroga

Luciana Maura S. de Sousa

**CHECAGEM DA REVISÃO**

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Veras

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

**ENTREVISTADORES**

Amália Chaves Monteiro

Carmem Lúcia Pereira

Francisco José de Oliveira Nunes

Hélida Fernanda Alves Sousa

Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão

Luís Francisco Barbosa de Sousa Júnior

Lucia Maria Said Adad

Marcos Avelar de Alencar Mousinho

Maria Bernadete Oliveira

Maria Isabel Macedo Silva Bacelar

Najla Kely de Araújo Cunha

Paulo de Tarso Pereira da Silva

Régis Costa de Vasconcelos Lima

Tânia Maria Waquim

**DIGITAÇÃO**

Lucia Maria Said Adad

Paulo de Társio Pereira da Silva

**DIAGRAMAÇÃO E GRÁFICOS**

Alcides Luís Gomes da Silva

**PROGRAMADOR**

Eduyges Martins da Silva

---

## SUMÁRIO

### Apresentação

1	Procedência dos Turistas .....	05
2	Perfil dos Turistas .....	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 Fundação CEPRO apresenta os resultados das pesquisas sobre demanda turística em Teresina, Parnaíba, Luís Correia e, pela primeira vez, São Raimundo Nonato. Os dados de campo foram colhidos na última semana de julho/2005.

Trabalho semelhante é realizado pelos demais estados nordestinos e coordenados pelo Centro de Turismo Integrado do Nordeste – órgão colegiado dos secretários estaduais de Turismo nesta região. É um esforço para o planejamento deste segmento da atividade humana tão vital para o Nordeste brasileiro, o turismo.

Integrada nesta tarefa desde 2002 a CEPRO dá sua contribuição, assimilando a metodologia definida para o trabalho e incorporando a pesquisa como rotina de trabalho. A pesquisa tem por objetivo o recolhimento de dados e informações sobre variáveis que são indicadores das tendências de segmento do setor turístico.

Lembrando sempre das parcerias que possibilitam este trabalho é preciso citar a SEPLAN e o IICA com o suporte financeiro necessário; a PIEMTUR, e órgãos como INFRAERO, Polícia Rodoviária Federal, prefeituras de Parnaíba, Luís Correia e São Raimundo Nonato (Polícia Militar).

Particularmente faço questão de citar todos os servidores da Fundação CEPRO que, de uma forma ou de outra, contribuem para a concretização deste trabalho e dos demais da Fundação.

**OSCAR DE BARROS SOUSA**  
Presidente da Fundação CEPRO

## 1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em julho de 2005, os turistas que visitaram ou estiveram em Teresina eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 97,7%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 2,3%.

**Tabela 1**  
**Procedência dos Turistas**

Origem	Geral (%)
Brasil	97,7
Exterior	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

Os principais pólos emissores em nível internacional foram: Estados Unidos, com 50,1%, seguidos por, Alemanha e Espanha, com 8,3% cada.

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

Países	(%)
Estados Unidos	50,1
Alemanha	8,3
Espanha	8,3
Outros	33,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em nível nacional os seguintes Estados: Piauí, com 18,3%; Ceará, com 14,1%; Distrito Federal, com 13,9%; e finalmente São Paulo, com 12,8%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 54,6%; a região Sudeste, 21,8%; e a Centro-Oeste, 15,5%.

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

<b>Regiões e Estados de Origem</b>	<b>(%)</b>
<b>Norte</b>	<b>5,4</b>
Acre	0,1
Pará	3,4
Amazonas	0,6
Tocantins	0,7
Rondônia	0,5
Amapá	0,1
<b>Nordeste</b>	<b>54,6</b>
Piauí	18,3
Maranhão	9,3
Ceará	14,1
Pernambuco	5,2
Bahia	2,9
Rio Grande do Norte	2,0
Paraíba	0,9
Alagoas	1,0
Sergipe	0,9
<b>Sudeste</b>	<b>21,8</b>
Espírito Santo	0,3
São Paulo	12,8
Rio de Janeiro	5,4
Minas Gerais	3,3
<b>Centro-Oeste</b>	<b>15,5</b>
Distrito Federal	13,9
Goiás	1,1
Mato Grosso	0,1
Mato Grosso do Sul	0,4
<b>Sul</b>	<b>2,7</b>
Paraná	0,8
Rio Grande do Sul	1,2
Santa Catarina	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

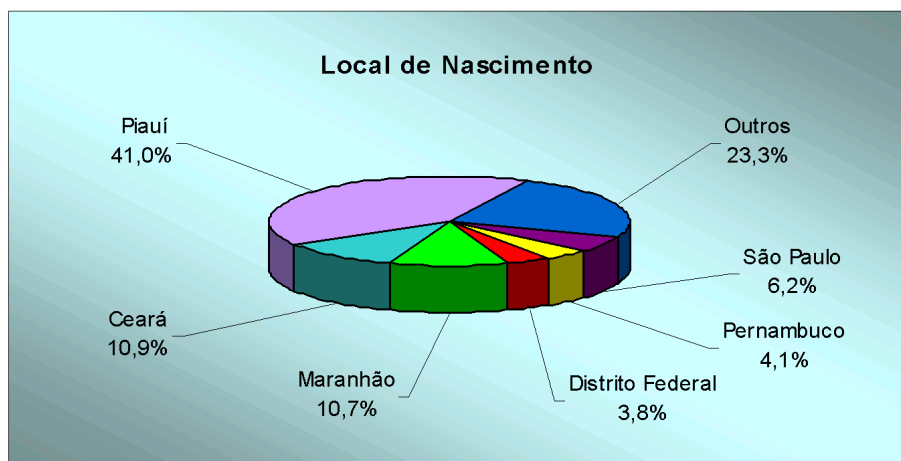
Quanto ao local de nascimento dos turistas que aportaram em Teresina, evidenciou-se que a maioria nasceu aqui, tendência que vem se mantendo através das pesquisas realizadas, correspondendo a 41,0%, seguido dos nascidos no Ceará (10,9%), Maranhão (10,7%) e São Paulo (6,2%).

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

Estados	(%)
Piauí	41,0
Ceará	10,9
Maranhão	10,7
São Paulo	6,2
Pernambuco	4,1
Distrito Federal	3,8
Outros Estados	23,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

**Figura 1**  
**Local de Nascimento dos Turistas**



## 2 Perfil dos Turistas

### 2.1 Aspectos pessoais

Observa-se, de conformidade com a Tabela 5, que os turistas dos sexos masculino e feminino que estiveram em julho, em Teresina, no geral aparecem com índices próximos, correspondendo a 52,3% e 47,7%, diferente das pesquisas anteriores em que havia a predominância do sexo masculino, o que ainda se verifica na rede hoteleira, a qual apresenta um índice de 65,7%. Os turistas portadores de curso superior e pós-graduados representam 50,5%.

O percentual de turistas casados atingiu 49,1%. Dentre os entrevistados, 53,8% viajaram desacompanhados e 32,9%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 62,2% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 49,5%.

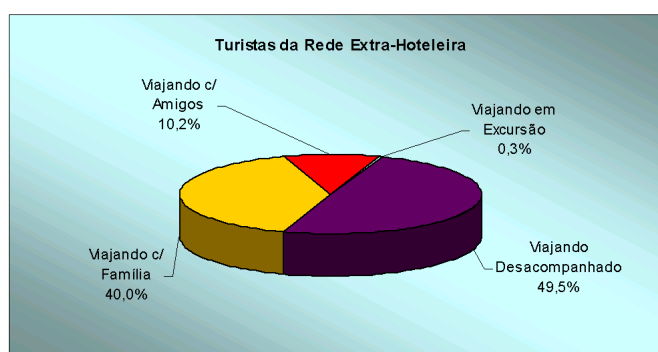
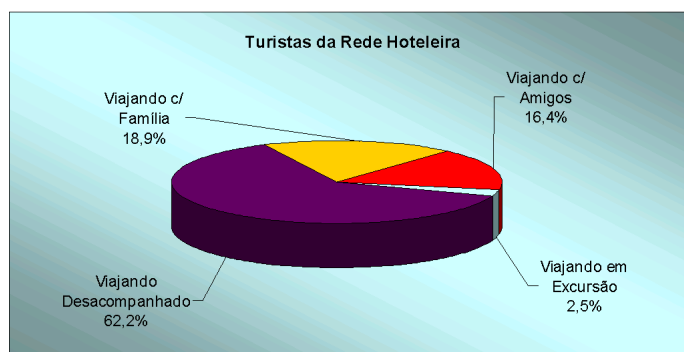
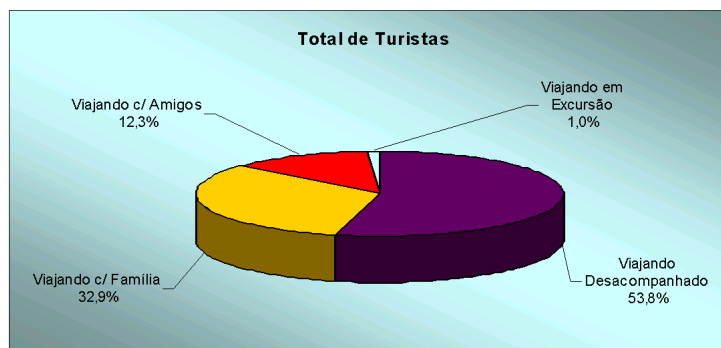
**Tabela 5**  
**Perfil dos Turistas (%)**

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Masculino	65,7	45,5	52,3
Feminino	34,3	54,5	47,7
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Abaixo de 18 Anos	0,6	6,4	4,4
18 a 25 Anos	11,1	24,4	19,9
26 a 35 Anos	32,3	28,2	29,6
36 a 50 Anos	36,0	24,7	28,5
51 a 65 Anos	18,1	11,8	13,9
Acima de 65 Anos	1,9	4,5	3,7
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	7,0	16,0	13,0
Médio	18,1	36,0	30,0
Técnico	4,5	4,1	4,2
Superior	52,1	33,3	39,7
Pós-Graduação	16,4	8,0	10,8
Outros	1,9	2,6	2,3
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Casado	58,3	44,3	49,1
Solteiro	32,3	48,4	43,0
Separado	6,1	3,7	4,5
Viúvo	2,2	2,7	2,5
Outros	1,1	0,9	0,9
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	62,2	49,5	53,8
Com a Família	18,9	40,0	32,9
Com Amigos	16,4	10,2	12,3
Em Excursão	2,5	0,3	1,0
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.



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



Verificou-se, ainda, que apenas 6,3% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 8,9%.

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

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	8,9	5,0	6,3
Não	91,1	95,0	93,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

De maneira geral, dentre as principais ocupações/profissões exercidas pelos turistas elencam-se: estudante, com 13,9%; funcionário público, com 13,8%; professor 6,4%; dona-de-casa, 5,6%, e aposentado, 5,4%.

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

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Estudante	4,5	18,7	13,9
Funcionário Público	10,9	15,2	13,8
Professor	5,6	6,8	6,4
Dona-de-Casa	3,8	7,1	5,6
Aposentado	3,9	6,1	5,4
Comerciante	4,7	4,0	4,2
Empresário	8,4	1,8	4,0
Engenheiro	7,2	1,6	3,5
Advogado	3,3	2,3	2,6
Militar	0,6	3,7	2,6
Técnico de Nível Médio	4,2	1,7	2,5
Autônomo	0,8	3,0	2,3
Lavrador/Agricultor	1,7	2,7	2,3
Representante Comercial	4,5	0,9	2,1
Vendedor	2,2	1,8	2,0
Médico	2,2	1,3	1,6
Empregado Doméstico	1,1	1,6	1,4
Enfermeiro	1,1	1,4	1,3
Administrador	1,9	0,9	1,2
Bancário	0,8	1,4	1,2
Gerente de Vendas	3,1	0,1	1,1
Analista de Sistemas	1,9	0,7	1,1
Consultor	2,8	0,3	1,1
Dentista	1,1	1,1	1,1
Religioso	1,1	1,0	1,0
Outras	17,6	12,8	14,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

## 2.2 Aspectos econômico-financeiros

A permanência dos turistas que estiveram em Teresina no mês de julho foi, em média, 8,7 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média 10,9 dias, enquanto os da rede hoteleira, 4,3 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 366,14, correspondendo a R\$ 42,08 per capita/dia, incluída 1,6 pessoa.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira essa média foi de R\$ 298,26, correspondendo a R\$ 25,81 per capita/dia, incluída 1,7 pessoa.

Já os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 523,83, cerca de R\$ 121,82 per capita/dia, por estar incluída nestes gastos 1,4 pessoa.

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

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,3	10,9	8,7
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	733,37	507,05	585,83
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,4	1,7	1,6
Gasto per Capita (R\$)	523,83	298,26	366,14
Gasto per Capita/Dia (R\$)	121,82	27,36	42,08
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	4.819,75	2.057,10	3.153,72

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2005.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram compras (21,3%) e hospedagem (21,1%).

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

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	20,3	25,1	21,3
Hospedagem	23,0	9,4	21,1
Alimentação	10,5	11,6	10,2
Transporte	10,6	8,1	8,5
Diversões / Passeios	14,5	16,8	14,6
Outros	21,1	29,0	24,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – Julho de 2005.

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>97,7</b>			
<b>Norte</b>	<b>5,3</b>	<b>15,0</b>	<b>475,30</b>	<b>31,69</b>
Acre	0,1	30,0	600,00	20,00
Amapá	0,1	20,0	100,00	5,00
Amazonas	0,6	13,3	305,00	22,88
Pará	3,3	10,6	665,37	62,77
Rondônia	0,5	10,2	327,00	32,06
Tocantins	0,7	6,0	854,29	142,38
<b>Nordeste</b>	<b>53,4</b>	<b>8,4</b>	<b>609,02</b>	<b>72,50</b>
Maranhão	9,1	6,7	427,41	63,79
Piauí	18,1	7,1	321,52	45,28
Ceará	13,8	7,9	561,08	71,02
Rio Grande do Norte	2,0	7,2	390,14	54,18
Paraíba	0,8	6,0	843,33	140,56
Pernambuco	5,1	9,1	753,91	82,85
Alagoas	0,9	4,9	802,00	163,67
Sergipe	0,8	21,3	912,22	42,83
Bahia	2,8	5,5	469,60	85,38
<b>Sudeste</b>	<b>21,3</b>	<b>8,1</b>	<b>588,02</b>	<b>72,60</b>
Espírito Santo	0,3	2,7	366,67	135,80
Minas Gerais	3,2	6,9	586,50	85,00
Rio de Janeiro	5,3	12,2	730,88	59,91
São Paulo	12,5	10,7	668,04	62,43
<b>Centro-Oeste</b>	<b>15,1</b>	<b>14,7</b>	<b>1.231,77</b>	<b>83,79</b>
Mato Grosso	0,1	30,0	1.500,00	50,00
Mato Grosso do Sul	0,4	14,0	2.055,00	146,79
Goiás	1,0	6,1	572,73	93,89
Distrito Federal	13,6	8,9	799,37	89,81
<b>Sul</b>	<b>2,6</b>	<b>8,9</b>	<b>1.040,00</b>	<b>116,85</b>
Paraná	0,8	7,0	1.525,63	217,95
Santa Catarina	0,7	7,7	874,29	113,33
Rio Grande do Sul	1,1	12,0	720,08	60,00
<b>Internacional</b>	<b>2,3</b>	<b>10,5</b>	<b>1.013,26</b>	<b>96,48</b>
Alemanha	0,2	6,0	1.770,00	295,00
Bolívia	0,1	2,0	300,00	150,00
Dinamarca	0,1	27,0	370,00	13,70
Espanha	0,2	9,0	1.300,00	144,44
Estados Unidos	1,1	13,5	855,83	63,39
França	0,1	3,0	1.150,00	383,33
Holanda	0,1	2,0	500,00	250,00
Inglaterra	0,1	14,0	500,00	35,71
Itália	0,1	5,0	1.000,00	200,00
Japão	0,1	30,00	3.000,00	100,00
Suíça	0,1	4,0	400,00	100,00
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>8,7</b>	<b>366,14</b>	<b>42,08</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **15,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 31,69**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **8,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 72,50**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **8,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 72,60**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **14,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 83,79**;

e) A região Sul aponta uma permanência média de **8,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 116,85**;

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **10,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 96,48**.

### 3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de julho, 51,4% utilizaram como principal meio de transporte o avião, outros (41,4%) se deslocaram de ônibus e com a mais baixa participação aparece o automóvel (6,5%).

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

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	69,1	42,6	51,4
Ônibus	23,4	50,5	41,4
Automóvel	6,4	6,5	6,5
Outros	1,1	0,4	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

A rede extra-hoteleira concentrou a maior parte dos turistas que aqui estiveram em julho, correspondendo a 67,1% com destaque para hospedagem na casa de parentes/amigos, com 58,4%. A participação da rede hoteleira atingiu 32,9%, com um aporte maior de visitantes hospedando-se em hotel.

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

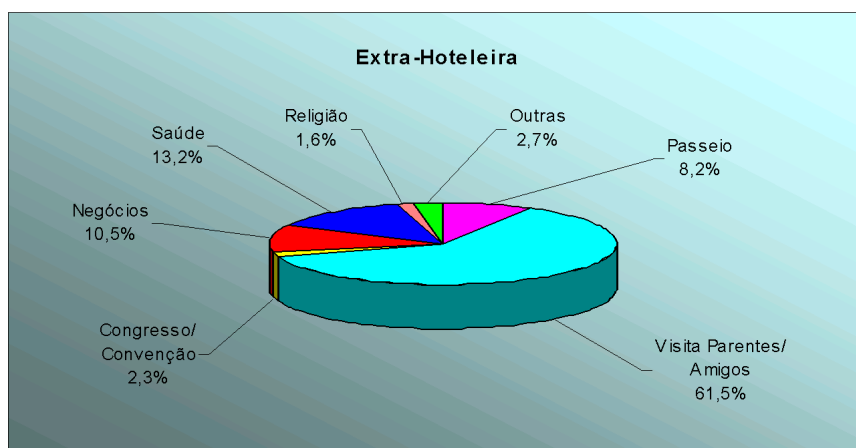
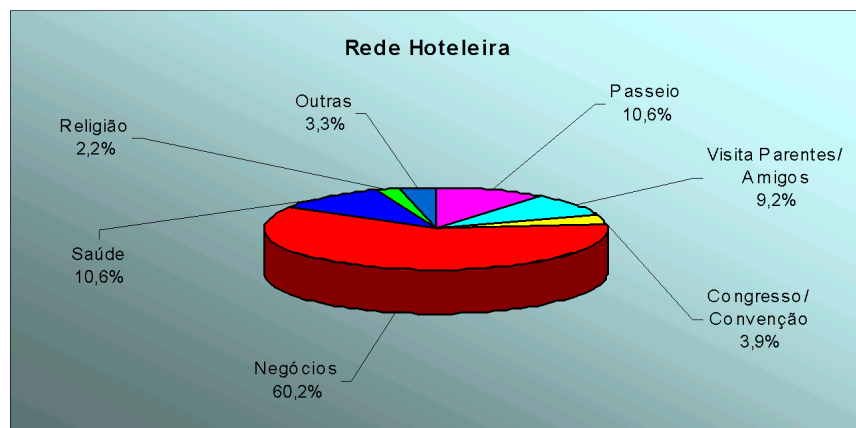
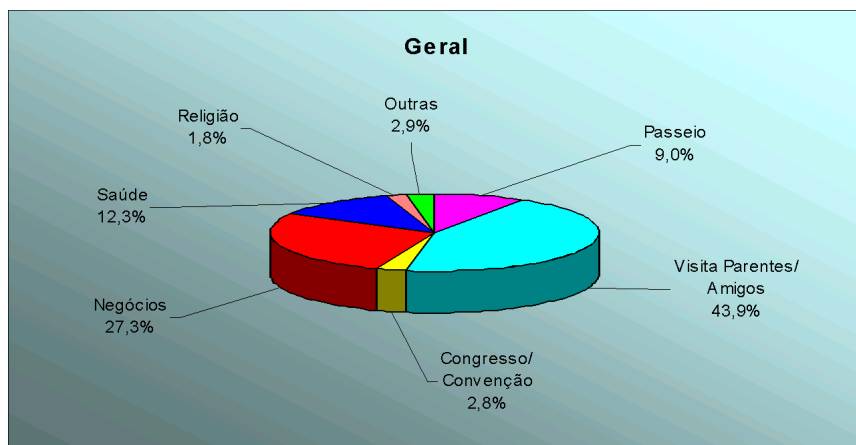
<b>Hospedagem</b>	<b>Geral</b>
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>32,9</b>
Hotel	28,4
Flat / Apart-Hotel	0,3
Pousada	2,6
Pensão / Hospedaria	1,6
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>67,1</b>
Casa / Apart. de Aluguel	0,5
Casa Própria	5,5
Casa Parentes/Amigos	58,4
Albergue	0,4
Outros	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

## **4 Motivações e Atrativos da Viagem**

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações contidas nos gráficos seguintes, foram visita a parentes/amigos, com 43,9%; negócios, com 27,3%; e ainda tratamento de saúde (12,3%). Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 60,2%, enquanto para os turistas extra-hoteleiros visita a parentes/amigos (61,5%) e tratamento de saúde (13,2%) foram identificados como os principais motivos.

**Figura 3**  
**Motivações para a Viagem**



É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 50,0%. Os atrativos naturais (28,1%) aparecem também com significativa representação quanto à motivação.

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

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	23,7	31,1	28,1
Manifestações Populares	10,5	8,6	9,4
Patrimônio Histórico-Cultural	5,3	3,4	4,2
Compras	10,5	6,9	8,3
Outros	50,0	50,0	50,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destacam-se “comentários de parentes e amigos”, com 38,5%, já conhecia o local, com 37,5%, e por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 10,4%.

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

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	23,7	48,3	38,5
Já Conhecia o Local	39,4	36,2	37,5
Agência de Viagem	7,9	1,7	4,2
Propaganda/Publicidade	13,2	1,7	6,3
Internet	7,9	-	3,1
Outros	7,9	12,1	10,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

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	14,0	19,6
Mais de Uma Vez	69,4	86,0	80,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Pretende Voltar a Teresina</b>			
Sim	96,4	97,3	97,0
Não	3,6	2,7	3,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

Dos turistas consultados, apenas 19,6% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 80,4% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,0% demonstraram pretensão de voltar a essa Capital, sendo que, destes, 48,4% confirmaram a previsão de retornar no decorrer de 2005.

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

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	56,0	44,7	48,4
Em 2006	19,7	35,7	30,3
Em 2007	0,6	3,5	2,5
Outros	1,2	2,3	2,0
Sem Previsão	22,5	13,8	16,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

## 5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (24,3%), Luís Correia (10,9%) – cidades litorâneas do Estado –, seguida de Campo Maior (5,8%) e Floriano (5,3%).

Tabela 17

**Principais Municípios/Localidades Visitados, Além de Teresina (Continua)**

<b>Municípios Visitados/Localidades</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência Média (dias)</b>
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>47,0</b>	<b>4,8</b>
Parnaíba/Delta	24,5	4,2
Piripiri	5,1	4,1
Luís Correia	10,9	5,8
Piracuruca/Sete Cidades	3,6	3,9
Barras	1,7	2,6
Pedro II	1,0	3,0
Batalha	0,2	10,0
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>10,2</b>	<b>5,5</b>
Campo Maior	5,8	6,6
Monsenhor Gil	0,5	9,0
Altos	2,2	2,0
Santa Cruz dos Milagres	1,0	3,3
Castelo do Piauí	0,7	6,7
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>2,2</b>	<b>5,7</b>
Uruçuí	1,7	3,9
Bom Jesus	0,5	7,5
<b>Pólo Histórico-Cultural</b>	<b>9,2</b>	<b>7,5</b>
Floriano	5,3	4,6
Oeiras	2,4	8,7
Amarante	1,5	9,2
<b>Pólo das Origens</b>	<b>1,4</b>	<b>5,2</b>
São Raimundo Nonato/Serra da Capivara	1,4	5,2
<b>Outros</b>	<b>24,4</b>	<b>6,2</b>
Picos	2,9	4,9
São João do Piauí	0,2	17,0
Canto do Buriti	1,5	6,3
Regeneração	0,5	2,5
Guadalupe	0,7	5,0

**Principais Municípios Visitados, Além de Teresina (Conclusão)**

<b>Outros</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência Média (dias)</b>
Água Branca	1,0	1,5
Angical do Piauí	1,0	8,3
Avelino Lopes	0,7	8,7
Demerval Lobão	1,7	1,6
Ipiranga do Piauí	1,2	5,4
Joaquim Pires	0,2	1,0
Luzilândia	0,2	5,0
Nossa Senhora dos Remédios	0,2	1,0
Passagem Franca do Piauí	0,2	2,0
Santo Antônio de Lisboa	0,2	2,0
São José do Piauí	0,2	2,0
Simplício Mendes	1,0	8,0
União	2,9	5,6
Valença do Piauí	1,5	4,0
Buriti dos Lopes	1,2	4,2
Lagoinha	1,5	2,5
Inhuma	0,7	4,0
Miguel Alves	1,0	3,5
Nazaré	0,5	1,5
Prata	0,5	4,5
São Gonçalo do Piauí	0,5	2,5
Tanque	0,5	2,0
Alagoinha do Piauí	0,2	3,0
Alto Longá	0,2	1,0
Anísio de Abreu	0,2	12,0
Aroazes	0,2	1,0
Arraial	0,2	1,0
Bertolínia	0,2	3,0
Bocaina	0,2	4,0
Caldeirão	0,2	15,0
Cocal	0,2	2,0
Coivaras	0,2	3,0
Colônia do Gurguéia	0,2	60,0
Curimatá	0,2	2,0
Eliseu Martins	0,2	3,0
Flores do Piauí	0,2	16,0
Gilbués	0,2	2,0
Marcos Parente	0,2	23,0
Palmeirais	0,2	10,0
Paulistana	0,2	8,0
São João da Serra	0,2	9,0
São Miguel do Tapuio	0,2	2,0
São Pedro do Piauí	0,2	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>5,8</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

## 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	25,6	58,8	14,0	1,3	0,3	<b>68,8</b>
Patrimônios Históricos	21,6	61,1	16,1	1,2	0,0	<b>65,4</b>
Manifestações Populares	25,3	50,5	19,9	3,8	0,5	<b>51,6</b>
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	17,9	63,8	14,8	2,7	0,9	<b>63,2</b>
Passeios Oferecidos	14,8	57,5	19,5	3,0	5,2	<b>44,5</b>
Serviços Receptivos/Empresas	13,2	64,9	15,9	4,0	1,9	<b>56,2</b>
Hospitalidade do Povo (*)	45,1	50,5	3,9	0,4	0,2	<b>91,1</b>
Informações Turísticas	4,0	31,0	37,4	15,8	11,8	<b>- 29,9</b>
Sinalização Turística	4,2	26,0	44,6	16,1	9,0	<b>- 39,5</b>
Guias de Turismo	2,7	33,2	29,3	17,0	17,8	<b>- 28,2</b>
Meios de Hospedagem (*)	33,2	57,1	8,5	0,9	0,3	<b>80,7</b>
Bares e Restaurantes	17,2	65,3	15,5	1,6	0,4	<b>65,0</b>
Comércio/Compras	13,2	62,0	22,7	1,9	0,2	<b>50,4</b>
Diversões Noturnas	20,5	54,8	21,9	1,9	1,0	<b>50,6</b>
Serviços de Táxis	15,3	67,0	13,8	2,8	1,0	<b>64,6</b>
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações Correios/Fone	12,7	70,5	12,9	2,8	1,1	<b>66,4</b>
Sinalização Urbana	6,6	52,3	33,6	5,5	2,0	<b>17,8</b>
Segurança Pública	6,3	44,7	38,4	7,3	3,3	<b>1,9</b>
Limpeza Pública	9,2	48,9	33,2	6,1	2,6	<b>16,2</b>
Ônibus Urbano	5,7	50,5	36,1	6,6	1,0	<b>12,5</b>
Terminal Rodoviário	5,5	49,4	34,6	7,0	3,6	<b>9,8</b>
Aeroporto	8,4	42,4	36,8	9,7	2,8	<b>1,5</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

(\*) 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 meio de hospedagem, de um total de 12 itens avaliados, obtiveram um índice de avaliação superior a 80%. Vale ressaltar que o item bares e restaurantes atingiu índice expressivo (65,0%). No aspecto de infra-estrutura em

Teresina, o item mais representativo foi comunicações (correios/fone), sem, contudo, alcançar avaliação de, pelo menos, 80% (no caso, 66,4%).

Alguns itens de avaliação como: sinalização turística (-39,8%), guias de turismo (-28,2%), e informação turística (-29,9%) aparecem com índice negativos.

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

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Baixos	6,1	6,5	6,4
Razoáveis	76,1	73,0	74,0
Elevados	17,0	17,9	17,6
Exorbitantes	0,8	2,6	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

Dentre os turistas entrevistados 74,0% afirmaram a acessibilidade ao consumo, determinada por preços razoáveis dos alimentos, do vestuário, do artesanato local, restaurantes, etc. De uma outra forma, 19,6% se posicionaram contrariamente.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (24,7%), rever amigos e familiares (7,3%), alimentação/culinária (5,3%), serviço de saúde (5,0%) e shopping center (4,9%).

**Tabela 20**  
**Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas** (Continua)

Aspectos Positivos	(%)
<b>Condições Ambientais</b>	<b>6,6</b>
Clima	2,4
Belezas Naturais	3,1
Limpeza da Cidade	1,1
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>15,1</b>
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	3,4
Tranqüilidade da Cidade	2,9
Beleza da Cidade /Avenidas	1,2
Trânsito Moderado	0,5
Crescimento da Cidade	1,3
Conservação das Praças	0,7
Patrimônio Histórico	0,2
Sinalização Urbana	1,1
Centro da Cidade	0,4
Segurança Pública	1,1
Terminal Rodoviário	0,9
Infra-Estrutura	1,4
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>21,1</b>
Diversão Noturna	4,5
Alimentação/Culinária	5,3
Beleza Piauiense	1,2
Meios de Hospedagem	2,1
Pontos Turísticos	1,0
Passeios	1,0
Restaurantes e Bares	2,6
Congressos e Eventos	0,4
Serviços dos Hotéis	1,0
Opções de Lazer	1,2
Festas Populares	0,8
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>34,2</b>
Hospitalidade do Povo	24,7
Rever Amigos e Familiares	7,3
Educação Formal	0,4
Aspectos Cultural-Histórico	0,6
Serviços de Comunicações	1,2

---

<b>Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas</b>	<b>(Conclusão)</b>
<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>19,6</b>
Serviços de Saúde	5,0
Bons Negócios	2,7
Comércio	4,3
Shopping Center	4,9
Transporte	1,0
Artesanato	1,7
<b>Outros</b>	<b>3,4</b>
Tudo (cidade em geral)	2,2
Pesquisa de Campo	1,0
Produtos Regionais	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (27,2%), falta de segurança (7,6%), serviço no aeroporto (5,5%); falta de saneamento básico (5,1%); limpeza pública e rodoviária (3,6%).

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

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>29,6</b>
Clima	27,2
Falta de Arborização	1,2
Poluição	1,2
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>30,6</b>
Falta de Segurança	7,6
Falta de Conservação da Rodoviária/Banheiros	3,6
Limpeza Pública (falta)	3,6
Falta de Saneamento Básico	5,1
Congestionamento no Trânsito	2,4
Estrutura do Aeroporto	0,8
Sinalização Urbana Precária	1,8
Infra-Estrutura da Cidade	3,0
Iluminação Pública	2,7
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>14,4</b>
Falta de Informação Turística	3,6
Poucas Opções de Restaurantes	0,7
Falta de Opção de Lazer	2,3
Serviços no Aeroporto/Atendimento	5,5
Culinária	0,7
Serviços de Hotéis	1,1
Atrativos/Pontos Turísticos	0,5
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>2,7</b>
População Despreparada para Lidar com o Turista	1,4
Atendimento nos Restaurantes	0,4
Falta de Preservação da Cultura	0,2
Solidariedade das Pessoas/Hospitalidade	0,3
Falta de Divulgação de Evento Artístico da Cidade	0,4
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>13,7</b>
Serviços de Comunicação	1,6
Preços Elevados	1,5
Comércio/Atendimento	1,7
Transporte Coletivo	1,2
Serviço de Moto táxi/Táxi	1,3
Serviços de Saúde	1,6
Atendimento Geral	0,6
Falta de Sinalização Turística	4,2



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

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Outros</b>	<b>9,0</b>
Pobreza/Mendicância	1,7
Má-Administração Pública	1,3
Desemprego	1,7
Poucos Vôos	1,1
Marginalidade/Drogas	1,9
Pernilongos	0,6
Tudo	0,2
Outros	0,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Fundação CEPRO/Pesquisa Direta – Julho de 2005.

## **Nota Metodológica**

A Pesquisa da Demanda Turística em Teresina foi efetuada 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. O levantamento de campo foi realizado de 25 a 31/07/2005, tendo sido entrevistados, efetivamente, nesse período, o total de 1.064 turistas receptivos.