

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística em Teresina
Julho 2004**

Teresina – Piauí

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:** Marcelino de Oliveira Fonteles**Gerência de Estudos e Pesquisas Sócio-Econômicas**

Carlos Ferreira Lima

Coordenação de Estudos Sócio-Econômicas e Pesquisa

João Ferreira Neto

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

ELABORAÇÃO

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Lúcia Maria Said Adad

SURPEVISÃO DE CAMPO

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

ENTREVISTADORES

Alcides Luis Gomes da Silva

Amália Chaves Monteiro

Francisco das Chagas Roberto de A. Júnior

Francisco José de Oliveira Nunes

Gisele Torres Santos

Ellene Mendes de Carvalho

Irismar Rosa da Silva N. Pantaleão

José Alcion de Oliveira Costa

Márcia Cristina de Sousa Rios

Maria do Socorro Brito de Barros

Maria Isabel Macedo Silva Bacelar

Najla Kely de Araújo Cunha

Sônia Maria Ribeiro

REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga

DIGITAÇÃO

Lúcia Maria Said Adad

CHECAGEM DA REVISÃO

|

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

Com este Relatório da Pesquisa **Demanda Turística**, correspondente ao período de alta estação, referente ao Município de Teresina, a Fundação CEPRO coloca à disposição da sociedade piauiense um importante documento de análise desse importante segmento da economia piauiense.

São informações que vêm ao encontro de uma demanda cada vez crescente por assuntos de tal natureza, pois eles mostram uma real dimensão por que passa o *trade* turístico do Estado do Piauí, fato que serve de referencial para as autoridades desse setor tomarem algum tipo de providência que possa corrigir possíveis distorções, visando mudar o seu atual panorama.

A Capital do Piauí, sendo o portal de entrada para o turismo no Estado, mostrou nesta pesquisa que continua sendo hospitaleira na recepção aos turistas, com um índice de aprovação de 88,9%, e meios de hospedagens – 83,4%.

Por outro lado, ainda neste levantamento, a qualidade dos equipamentos e serviços turísticos indicaram que muita coisa precisa melhorar, sendo que três indicadores apresentaram valores negativos, e o de maior expressão foi o “guias de turismo”, pois continuou a mostrar índices negativos (-48,8%), mesmo que em janeiro/04 esse dado tenha sido um pouco maior (-51,1%) demonstrando ainda que se precisa fazer investimentos no preparo de pessoas para mostrar algo de positivo que existe em nosso Estado.

Marcelino de Oliveira Fonteles
Presidente da Fundação CEPRO

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em julho de 2004, os turistas que se destinaram a Teresina eram, predominantemente, de nacionalidade brasileira, com representatividade de 96,8%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice permaneceu como notadamente inexpressivo, correspondendo apenas a 3,2%.

Tabela 1
Nacionalidade dos Turistas

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	96,8
Exterior	3,2
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Estados Unidos com 44,4%, seguido da Itália, com 18,5%, Espanha e Suíça com 11,1% e 7,4%, respectivamente.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

País de Origem	(%)
Estados Unidos	44,4
Itália	18,5
Espanha	11,1
Suíça	7,4
Outros	18,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Conforme a tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores os seguintes Estados: Piauí, com 17,9%; Distrito Federal, com 14,3%; São Paulo, com 13,9%; Ceará, com 11,7%, e finalmente Maranhão, com 9,0%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 50,4%; a região Sudeste, 22,8%; e a Centro-Oeste, 16,3%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	7,6
Acre	0,4
Pará	4,9
Amazonas	0,6
Tocantins	0,4
Rondônia	0,3
Roraima	0,3
Amapá	0,7
Nordeste	50,4
Piauí	17,9
Maranhão	9,0
Ceará	11,7
Pernambuco	7,0
Bahia	1,0
Rio Grande do Norte	0,7
Paraíba	2,1
Alagoas	0,3
Sergipe	0,7
Sudeste	22,8
Espírito Santo	0,4
São Paulo	13,9
Rio de Janeiro	6,4
Minas Gerais	2,1
Centro-Oeste	16,3
Distrito Federal	14,3
Goiás	1,6
Mato Grosso	0,1
Mato Grosso do Sul	0,3
Sul	2,9
Paraná	1,1
Rio Grande do Sul	1,2
Santa Catarina	0,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

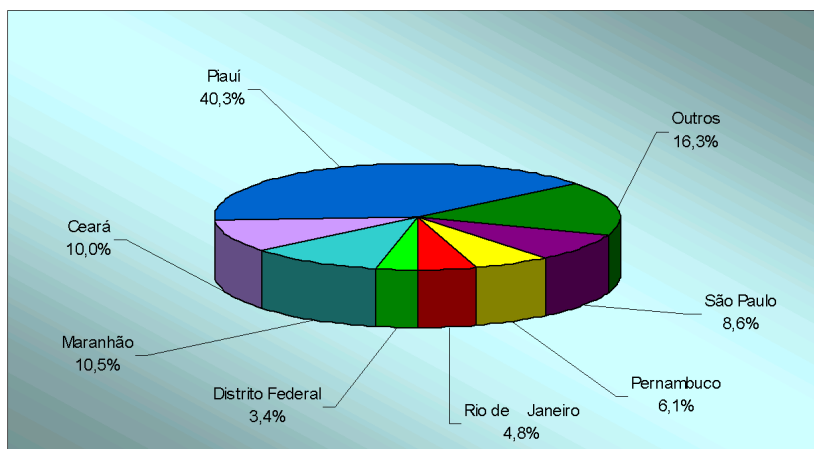
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, correspondendo a 40,3%, seguido dos nascidos no Maranhão (10,5%), Ceará (10,0%), São Paulo (8,6%), e Pernambuco (6,1).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	39,2
Maranhão	10,5
Ceará	10,0
Pernambuco	6,1
Rio de Janeiro	4,8
Distrito Federal	3,4
São Paulo	8,6
Outros Estados	16,3
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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, correspondendo a 54,4% no geral e a 76,4% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 54,3%.

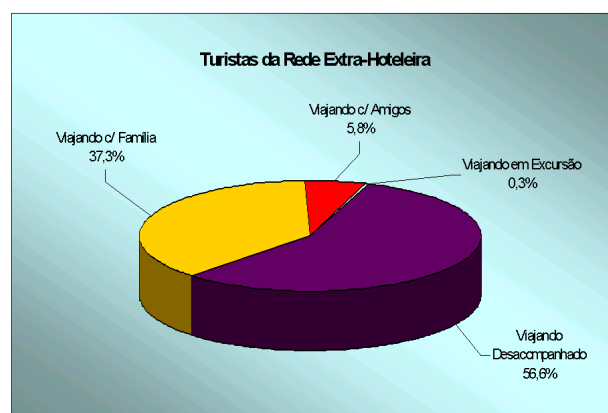
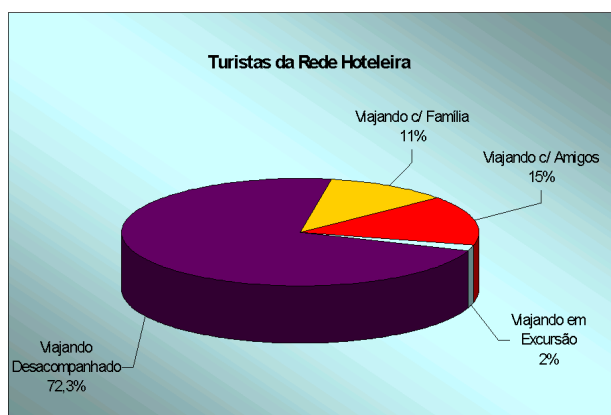
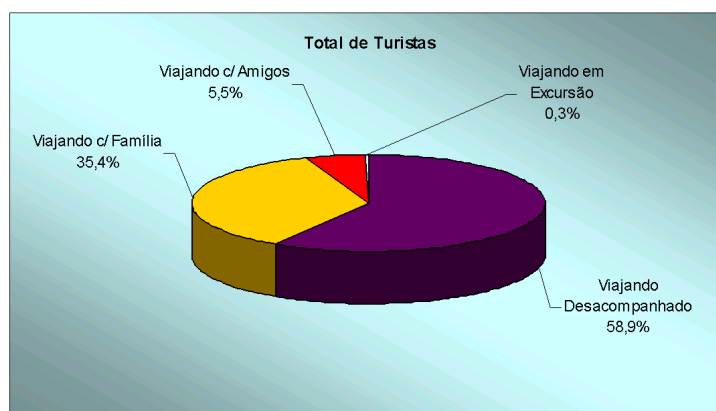
O percentual de turistas casados atingiu 34,5%. Dentre os entrevistados, 62,1% viajaram desacompanhados e 28,0%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 72,1% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 56,6%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	76,4	42,3	54,4
Feminino	23,6	57,7	45,6
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	1,1	5,0	3,6
18 a 25 Anos	9,1	18,9	15,4
26 a 35 Anos	29,1	26,3	27,3
36 a 50 Anos	47,3	36,0	40,1
51 a 65 Anos	11,4	10,8	11,0
Acima de 65 Anos	2,0	3,0	2,6
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	4,3	14,0	10,6
Médio	13,2	32,6	25,7
Técnico	5,4	4,8	5,0
Superior	73,4	43,8	54,3
Outros	3,7	4,8	4,4
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	66,0	50,0	34,5
Solteiro	25,4	39,4	55,7
Separado	7,4	4,8	5,7
Viúvo	0,3	4,4	2,9
Outros	0,9	1,4	1,2
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	72,1	56,6	62,1
Com a Família	11,1	37,3	28,0
Com Amigos	15,1	5,8	9,1
Em Excursão	1,7	0,3	0,8
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,4	1,6	1,5

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 11,4% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 17,8% dos entrevistados.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	17,8	7,8	11,4
Não	82,2	92,2	88,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

De maneira geral, dentre as principais ocupações citadas aparecem: funcionário público, com 13,6%; estudante, 11,7%; engenheiro, 7,3%; dona-de-casa, 5,8%, e aposentado, 4,9%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	9,1	16,1	13,6
Estudante	3,4	16,3	11,7
Comerciante	4,3	4,2	4,2
Empresário	5,4	2,0	3,2
Aposentado	2,0	6,4	4,9
Engenheiro	16,5	2,2	7,3
Dona-de-Casa	2,6	7,7	5,8
Representante Comercial	5,1	0,6	2,2
Autônomo	0,3	1,7	1,2
Vendedor	4,8	2,8	3,5
Administrador	4,3	0,8	2,0
Advogado	3,7	1,6	2,3
Professor	2,0	5,0	3,9
Lavrador	0,3	1,4	1,0
Técnico de Nível Médio	2,3	1,9	2,0
Gerente de vendas	5,4	-	2,0
Médico	2,0	1,1	1,4
Militar	0,6	2,2	1,6
Enfermeiro	0,3	2,3	1,6
Contador	2,0	1,1	1,4
Motorista	0,9	1,7	1,4
Analista de Sistemas	2,8	0,3	1,2
Bancário	0,9	1,4	1,2
Comerciário	0,9	1,3	1,1
Dentista	1,1	1,1	1,1
Industriário	0,6	1,4	1,1
Artista	1,7	1,1	1,3
Outras	14,2	14,3	14,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina no mês de julho permaneceram, em média, 8,9 dias. Em se tratando dos turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 11,2 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,6 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$404,61 correspondendo a R\$45,62 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$425,42 cerca de R\$93,39 por dia, por estar incluída nestes gastos 1,4 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,6	11,2	8,9
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	591,62	644,42	624,89
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,4	1,6	1,5
Gasto per Capita (R\$)	425,42	395,64	404,61
Gasto per Capita/Dia (R\$)	93,39	35,33	45,62
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	5160,75	2643,58	3649,14

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram compras (27,4%), alimentação (19,5%) e diversão/passeios (15,8%)

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	11,9	35,3	27,4
Hospedagem	38,7	0,7	13,7
Alimentação	21,2	18,7	19,5
Transporte	15,2	10,8	12,3
Diversões / Passeios	7,0	20,4	15,8
Outros	6,0	14,1	11,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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	7,4	10,8	400,99	37,09
Acre	0,4	14,5	783,33	54,02
Amapá	0,7	11,3	869,17	77,01
Amazonas	0,6	13,0	670,00	51,54
Roraima	0,3	24,7	1556,25	63,09
Pará	4,7	8,7	246,91	28,44
Rondônia	0,3	10,3	790,00	76,45
Tocantins	0,4	18,0	330,00	18,33
Nordeste	48,5	6,7	310,32	46,54
Maranhão	8,7	6,9	295,83	42,68
Piauí	16,9	7,0	159,24	22,91
Ceará	11,4	6,1	413,54	68,02
Rio Grande do Norte	0,7	7,9	967,03	123,08
Paraíba	2,0	4,5	396,13	89,02
Pernambuco	6,7	7,1	512,57	72,44
Alagoas	0,3	13,3	166,67	12,50
Sergipe	0,7	4,1	522,22	126,05
Bahia	1,0	7,0	510,19	72,88
Sudeste	22,3	10,6	475,02	44,76
Espírito Santo	0,4	27,8	472,75	17,04
Minas Gerais	2,1	7,4	493,72	66,46
Rio de Janeiro	6,2	9,3	438,19	47,06
São Paulo	13,6	11,2	490,02	43,77
Centro-Oeste	15,9	11,4	473,64	41,40
Mato Grosso	0,1	15,0	1000,00	66,67
Mato Grosso do Sul	0,3	1,7	342,00	205,20
Goiás	1,5	14,3	388,81	27,13
Distrito Federal	14,0	11,3	482,24	42,63
Sul	2,9	9,3	572,13	59,47
Paraná	1,1	12,4	879,87	71,17
Santa Catarina	0,6	6,3	302,57	47,77
Rio Grande do Sul	1,2	8,8	408,60	46,70
Internacional	3,0	14,3	621,44	43,56
Cuba	0,1	7,0	300,00	42,86
Itália	0,6	13,5	1351,85	100,14
Espanha	0,3	22,3	1916,67	85,82
Estados Unidos	1,3	14,9	442,35	29,64
Canadá	0,1	3,0	450,00	150,00
Portugal	0,1	5,0	476,80	95,36
França	0,1	16,0	300,00	18,75
Suíça	0,2	22,0	278,95	12,68
México	0,1	1,0	130,00	130,00
Inglaterra	0,1	10,0	140,00	14,00
Total	100,0	8,9	404,43	45,30

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **10,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 37,09**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **6,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 46,54**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **10,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 44,76**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **11,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 41,40**;

e) A região Sul aponta uma permanência média de **9,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 59,47**;

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **14,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 43,56**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de julho, 61,1% utilizaram como principal meio de transporte o avião, vindo em seguida o ônibus (32,6%) e, com a mais baixa participação, o automóvel (5,3%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meios de Transporte (%)

Tipos de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	80,9	50,2	61,1
Ônibus	14,8	42,3	32,6
Automóvel	3,4	6,4	5,3
Outros	0,9	1,1	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Os turistas que visitaram Teresina utilizaram, principalmente, a rede extra-hoteleira (64,7%), com destaque para hospedagem na casa de parentes/amigos, com 57,5%, aparecendo em seguida a rede hoteleira, com 35,3% de participação.

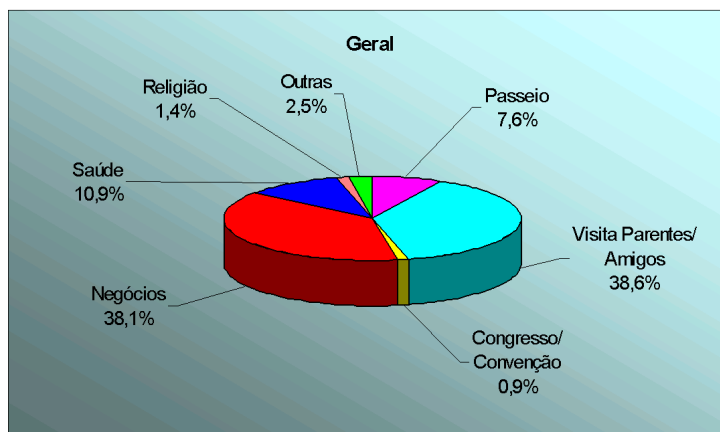
Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

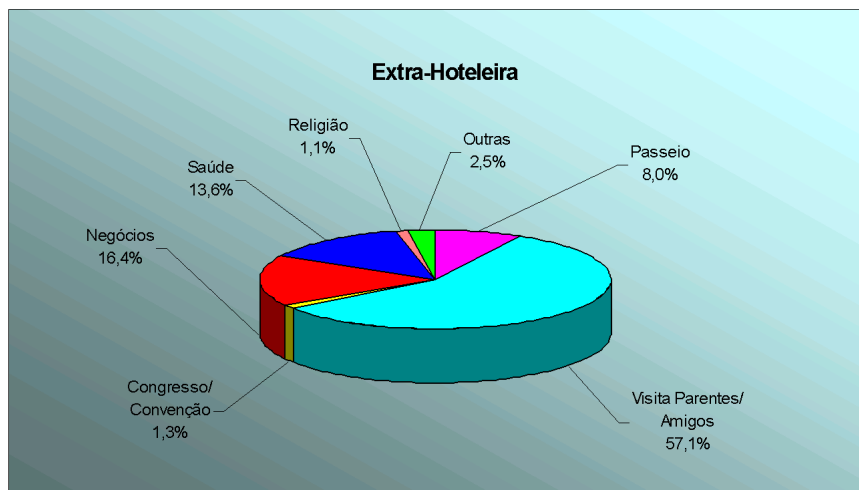
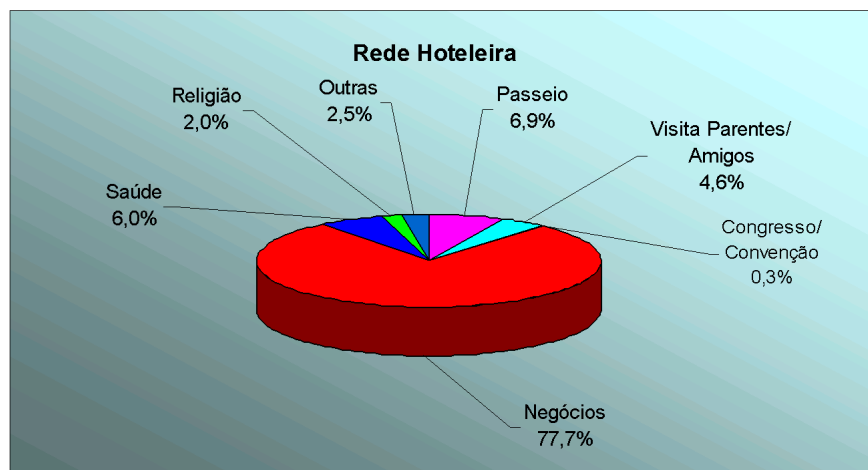
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	35,3
Hotel	32,7
Flat / Apart-Hotel	0,5
Pousada	0,5
Pensão / Hospedaria	1,6
Rede Extra-Hoteleira	64,7
Casa / Apart. de Aluguel	0,6
Casa Própria	3,2
Casa Parentes/Amigos	57,5
Albergue	-
Outros	3,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

Os principais motivos da viagem, de acordo com as informações contidas nos gráficos seguintes, foi a visita a parentes/amigos e negócios com 38,6% e 38,1%, respectivamente; e ainda tratamento de saúde (10,9%). Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 77,7%, enquanto para os turistas extra-hoteleiros visita a parentes/amigos (57,1%) e realização de negócios (16,4%) foram identificados como os principais motivos.





É importante ressaltar que a viagem a Teresina motivada por passeio foi justificada por motivos diferenciados (outros), correspondendo a 52,8%. Os atrativos naturais (38,9%) aparecem também com significativa representação quanto à motivação.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	39,1	38,8	38,9
Manifestações Populares	4,3	-	1,4
Patrimônio Hist./Cultural	13,0	4,1	6,9
Outros	43,6	57,1	52,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, destaca-se em 1º lugar, “Comentários de parentes e amigos” com 43,1% e a vinda por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 47,6%.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	28,6	50,0	43,1
Já Conhecia o Local	19,0	18,2	18,5
Agência de Viagem	4,8	2,3	3,1
Propaganda/publicidade	9,5	-	3,1
Internet	9,5	-	3,1
Outros	28,6	29,5	29,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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
Visita a Teresina			
Primeira Vez	34,4	17,7	23,6
Mais de Uma Vez	65,6	82,3	76,4
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sim	93,2	95,6	94,8
Não	6,8	4,4	5,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Dos turistas consultados, apenas 23,6% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 76,4% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 94,8% demonstraram pretensão de voltar a esta Capital, sendo que, destes, 43,6% confirmaram a previsão de retornar no decorrer de 2004.

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar a Teresina(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2004	50,0	40,0	43,6
Em 2005	18,0	34,6	28,7
Em 2006	0,9	4,6	3,3
Outros	1,2	0,8	0,9
Sem Previsão	29,9	20,0	23,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (23,9%), Luis Correia (12,5%) – cidades litorânea do Estado –, seguida de Floriano (6,4%), Campo Maior (6,1%) e Picos (4,5%).

Tabela 17

Principais Municípios Visitados, Além de Teresina (Continua)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	46,7	4,9
Parnaíba	23,9	6,0
Piripiri	3,8	5,0
Luis Correia	12,5	5,4
Piracuruca	1,5	4,0
Barras	0,8	2,0
Pedro II	2,7	4,4
Esperantina	1,5	7,3
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	8,0	1,6
Campo Maior	6,1	2,0
José de Freitas	0,4	1,0
Altos	1,1	2,3
Castelo do Piauí	0,4	1,0
Pólo do Agronegócio	2,4	7,2
Uruçuí	0,8	15,0
Bom Jesus	0,8	2,5
Cristino Castro	0,8	4,0
Pólo Histórico-Cultural	9,9	4,2
Floriano	6,4	4,5
Oeiras	2,7	2,2
Amarante	0,8	6,0
Pólo das Origens	-	-
São Raimundo Nonato	-	-
Caracol	-	-
Outros	33,0	6,0
Picos	4,5	6,8
São João do Piauí	2,7	6,7
Canto do Buriti	1,9	8,4
Regeneração	0,8	3,0
Guadalupe	0,8	5,0
Corrente	0,4	15,0
Itaueira	0,8	4,0
Batalha	0,4	2,0

Principais Municípios Visitados, Além de Teresina (Conclusão)

Outros	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Água Branca	1,1	3,7
Angical do Piauí	0,4	3,0
Avelino Lopes	0,4	1,0
Campo Grande do Piauí	0,4	3,0
Capitão de Campos	0,8	3,0
Demerval Lobão	1,5	3,8
Dom Expedito	0,4	2,0
Francisco Santos	0,4	20,0
Ipiranga do Piauí	1,1	6,7
Itainópolis	0,4	7,0
Joaquim Pires	0,8	8,0
Lagoa do Barro	0,4	2,0
Luzilândia	0,8	3,5
Monte Alegre do Piauí	0,4	2,0
Morro Cabeça do Tempo	0,4	9,0
Nossa Senhora dos Remédios	0,4	1,0
Novo Oriente do Piauí	0,4	14,0
Passagem Franca do Piauí	0,4	5,0
Pedro Laurentino	0,4	3,0
Ribeiro Gonçalves	0,4	2,0
Santo Antônio de Lisboa	0,4	1,0
São José do Piauí	0,4	3,0
Simplicio Mendes	0,8	1,5
União	0,4	4,0
Varzea Grande	0,8	12,0
Benedictinos	0,4	20,0
Eliseu Martins	0,8	1,5
Fronteiras	0,4	30,0
São Miguel do Tapuio	0,4	1,0
São Pedro do Piauí	0,4	2,0
Valença do Piauí	3,8	3,9
Total	100,0	4,8

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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
Atrativos						
Naturais	20,8	62,9	13,4	1,4	1,5	67,4
Patrimônios Históricos	16,7	57,6	22,4	2,7	0,6	48,6
Manifestações Populares	24,4	42,0	30,4	2,1	1,1	32,8
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	13,7	59,3	21,3	3,5	2,2	46,0
Passeios Oferecidos	16,7	44,7	28,6	7,4	2,6	22,8
Serviços Receptivos/Empresas	19,9	53,5	21,7	3,4	1,6	46,7
Hospitalidade do Povo (*)	51,4	43,1	4,7	0,7	0,2	88,9
Informações Turísticas	8,9	33,9	30,8	17,5	8,9	-14,4
Sinalização Turística	5,2	27,1	30,0	21,4	16,2	-35,3
Guias de Turismo	4,4	21,2	37,2	20,4	16,8	-48,8
Meios de Hospedagem (*)	32,5	59,2	7,1	0,9	0,3	83,4
Bares e Restaurantes	22,5	60,7	14,2	2,3	0,2	66,5
Comércio/Compras	14,4	62,2	18,4	4,7	0,4	53,1
Diversões Noturnas	23,6	48,9	19,4	6,8	1,4	44,9
Serviços de Táxis	12,8	66,2	15,4	3,2	2,3	58,1
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	14,5	65,6	14,5	3,4	1,9	60,3
Sinalização Urbana	8,3	57,6	25,2	5,4	3,4	31,9
Segurança Pública	5,0	41,5	39,4	9,9	4,2	-7,0
Limpeza Pública	7,8	48,9	34,9	6,3	2,1	13,4
Ônibus Urbano	3,2	66,1	25,5	3,4	1,8	38,6
Terminal Rodoviário	6,0	55,4	29,3	5,2	4,1	22,8
Aeroporto	7,1	47,3	30,6	10,3	4,6	8,9

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

(*) 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 (66,5%). 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, 60,3%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-48,8%), sinalização turística (-35,3%), informação turística (-14,4%), segurança pública (-7,0%) e aeroporto (8,9%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	9,7	6,9	7,9
Razoáveis	78,0	72,3	74,4
Elevados	11,7	18,9	16,3
Exorbitantes	0,6	1,9	1,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 74,4% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 17,7% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (26,4%), rever amigos e familiares (6,8%), tranquilidade da cidade (6,2%), shopping center (5,6%) e bons negócios (5,1%).

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (Continua)

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	10,0
Clima	4,8
Belezas Naturais	2,9
Limpeza da Cidade	2,3
Infra-Estrutura Urbana	13,0
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	3,1
Tranquilidade da Cidade	6,2
Beleza da Cidade /Avenidas	0,8
Trânsito Moderado	1,0
Crescimento da Cidade	0,8
Conservação das Praças	0,2
Patrimônio Histórico	0,1
Sinalização Urbana	0,1
Centro da Cidade	0,1
Segurança Pública	0,5
Terminal Rodoviário	0,1
Infra-Estrutura Turística	18,1
Diversão Noturna	3,8
Alimentação/Culinária	1,8
Beleza Piauiense	1,7
Meios de Hospedagem	1,6
Pontos Turísticos	3,1
Passeios	1,9
Restaurantes e Bares	1,8
Congresso e Eventos	0,1
Serviços dos Hotéis	0,7
Opções de Lazer	0,4
Festas Populares	1,2
Educação, Informação e Comunicação	35,6
Hospitalidade do Povo	26,4
Rever Amigos e Familiares	6,8
Educação Formal	1,5
Aspectos Cultural-Histórico	0,9

Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (Conclusão)

Aspectos Positivos	(%)
Comércio e Serviços	20,7
Serviços de Saúde	4,7
Bons Negócios	5,1
Comércio	3,9
Shopping Center	5,6
Transporte	0,6
Artesanato	0,8
Outros	2,6
Tudo (cidade em geral)	2,5
Pesquisa de Campo	0,1
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (25,8%), falta de segurança (11,8%), limpeza pública (7,7%) e falta de informações turísticas (4,9%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apointados pelos Turistas (Continua)

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	28,3
Clima	25,8
Falta de Arborização	0,2
Poluição	2,3
Infra-Estrutura Urbana	36,4
Falta de Segurança	11,8
Falta de Conservação da Rodoviária	4,5
Limpeza Pública (falta)	7,7
Falta de Saneamento Básico	4,2
Congestionamento no Trânsito	2,6
Estrutura do Aeroporto	2,8
Sinalização Urbana Precária	0,7
Infra-Estrutura da Cidade	1,6
Iluminação Pública	0,5
Infra-Estrutura Turística	13,5
Falta de Informação Turística	4,9
Poucas Opções de Restaurantes	1,8
Falta de Opção de Lazer	4,8
Serviços no Aeroporto	0,7
Culinária	0,2
Serviços de Hotéis	0,2
Lanchonete do Aeroporto Pequena e sem Conforto	0,7
Atrativos/Pontos Turísticos	0,2
Educação, Informação e Comunicação	6,2
Falta de Qualificação dos Motoristas de Táxi	2,5
População Despreparada para Lidar com o Turista	0,5
Atendimento nos Restaurantes	0,2
Falta de Educação no Trânsito	1,6
Falta de Preservação da Cultura	0,5
Solidariedade das Pessoas/hospitalidade	0,7
Falta de Divulgação de Evento Artístico da Cidade	0,2
Comércio e Serviços	8,8
Serviços de Comunicação	0,5
Preços Elevados	1,6
Comércio	1,2
Transporte Coletivo	2,5
Serviço de Moto taxi	0,2
Serviços de Saúde	0,7
Serviço Bancário	1,2
Atendimento Geral	0,9

Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (Conclusão)

Aspectos Negativos	(%)
Outros	6,8
Pobreza/Mendicância	1,6
Má-Administração Pública	1,3
Desemprego	0,2
Poucos Vôos	2,1
Marginalidade/Drogas	0,7
Tudo	0,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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 31/07/2004, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 993 turistas receptivos.

Entretanto, para efeito de base de compreensão entre o período da pesquisa, que tem data certa para ser realizada, foi levado em consideração o mês de julho (alta estação) que consta em todas as tabelas deste trabalho.