

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

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

**Teresina – Piauí
Julho de 2004**

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-Econômicos e Pesquisa

João Ferreira Neto

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

ELABORAÇÃODulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira
João Ferreira Neto**SURPEVISÃO DE CAMPO**

Lúcia Maria Said Adad

ENTREVISTADORESAlberita Nunes Lopes da Cruz
Amália Chaves Monteiro
Anderson Alves Sobral
Antonio Edilberto de Jesus Costa
Ellene Mendes de Carvalho
Irismar Rosa da Silva N. Pantaleão
Ivonete dos Reis Galdino
Lúcia Maria Said Adad
Márcia Andréia Leal Silva
Maria de Fátima Brito
Maria Isabel Macêdo Silva Bacelar
Najla Kely de Araújo Cunha
Paulo de Társo Pereira da Silva**REVISÃO**Almir Cassimiro Queiroga
Luciana Maura Sales de Sousa**DIGITAÇÃO**

Celso Gomes da Silva

CHECAGEM DA REVISÃO

Ilma Araújo Veras e Silva

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 85,4%, embora tenha sofrido uma queda de – 0,7% em relação ao que foi constatado na pesquisa anterior, em novembro/03, período de baixa estação.

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 de uma pesquisa para outra, bastando que se analisem os dados apresentados, que em novembro /03 foi de – 5,0% e agora em janeiro /04 esse dado passou para – 51,1%, demonstrando que se precisa fazer investimentos no preparo de pessoas para mostrar algo de positivo que existe em nosso Estado.

MARCELINO FONTELES
Presidente da Fundação CEPRO

1 Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em janeiro de 2004, os turistas que se destinaram a Teresina eram, predominantemente, de nacionalidade brasileira, com representatividade de 97,4%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice permaneceu como notadamente inexpressivo, correspondendo apenas a 2,6%.

Tabela 1
Nacionalidade dos Turistas

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	97,4
Exterior	2,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Estados Unidos com 28,6%, seguido da Itália, com 19,0%, Argentina e Portugal na condição de pólos emissores alcançaram o mesmo índice de participação, registrado em 9,5%, respectivamente.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

País de Origem	(%)
Estados Unidos	28,6
Itália	19,0
Argentina	9,5
Portugal	9,5
Outros	33,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Conforme a tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores os seguintes Estados: Piauí, com 24,1%; Maranhão, com 14,5%; Ceará, com 14,0%; São Paulo, com 11,0%, e finalmente Distrito Federal, com 8,2%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, 63,8%; a região Sudeste, 16,8%; e a Centro-Oeste, 10,0%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	6,3
Acre	0,3
Pará	3,9
Amazonas	0,1
Tocantins	1,0
Rondônia	0,4
Roraima	0,6
Nordeste	63,8
Piauí	24,1
Maranhão	14,5
Ceará	14,0
Pernambuco	6,4
Bahia	2,3
Rio Grande do Norte	0,9
Paraíba	0,9
Alagoas	0,1
Sergipe	0,6
Sudeste	16,8
Espírito Santo	0,3
São Paulo	11,0
Rio de Janeiro	4,5
Minas Gerais	1,0
Centro-Oeste	10,0
Distrito Federal	8,2
Goiás	1,3
Mato Grosso	0,5
Sul	3,1
Paraná	1,6
Rio Grande do Sul	1,0
Santa Catarina	0,5
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

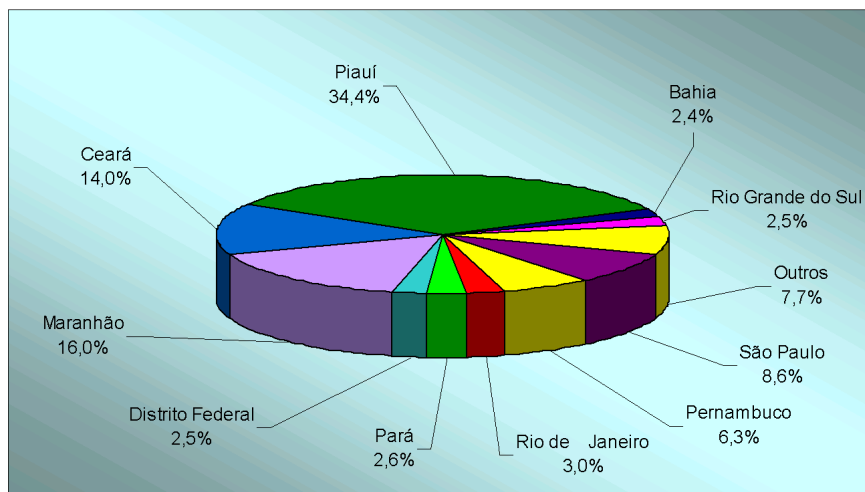
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, correspondendo a 34,4%, seguido dos nascidos no Maranhão (16,0%), Ceará (14,0%), São Paulo (8,6%) e Pernambuco (6,3%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	34,4
Maranhão	16,0
Ceará	14,0
São Paulo	8,6
Pernambuco	6,3
Pará	2,6
Rio de Janeiro	3,0
Distrito Federal	2,5
Rio Grande do Sul	2,5
Bahia	2,4
Outros Estados	7,7
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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 64,3% no geral e a 79,4% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 48,1%.

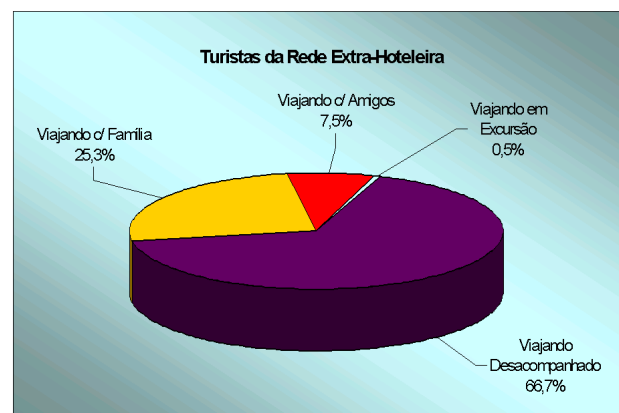
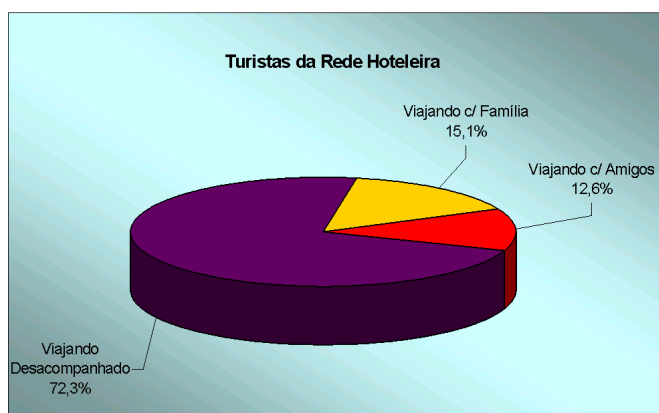
O percentual de turistas casados atingiu 53,6%. Dentre os entrevistados, 69,2% viajaram desacompanhados e 20,7%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 72,3% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 66,7%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	79,4	51,5	64,3
Feminino	20,6	48,5	35,7
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	0,5	2,1	1,3
18 a 25 Anos	6,2	23,0	15,3
26 a 35 Anos	31,4	29,8	30,5
36 a 50 Anos	46,1	30,8	37,9
51 a 65 Anos	12,6	10,9	11,7
Acima de 65 Anos	3,2	3,4	3,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	9,4	16,2	13,2
Médio	19,6	35,8	28,4
Técnico	5,7	5,3	5,4
Superior	60,5	37,7	48,1
Outros	4,8	5,0	4,9
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	61,9	46,4	53,6
Solteiro	25,5	44,4	35,7
Separado	11,3	5,7	8,3
Viúvo	0,5	3,0	1,8
Outros	0,8	0,5	0,6
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	72,3	66,7	69,2
Com a Família	15,1	25,3	20,7
Com Amigos	12,6	7,5	9,9
Em Excursão	-	0,5	0,2
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,4	1,6	1,5

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 10,9% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 18,1% dos entrevistados.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	18,1	4,8	10,9
Não	81,9	95,2	89,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

De maneira geral, dentre as principais ocupações citadas aparecem: funcionário público, com 19,4%; estudante, 10,1%; comerciante, 6,9%; empresário, 6,4%, e aposentado, 4,8%.

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	14,7	23,5	19,4
Estudante	1,6	17,3	10,1
Comerciante	8,0	5,7	6,9
Empresário	9,7	3,6	6,4
Aposentado	2,1	7,1	4,8
Engenheiro	8,0	1,8	4,7
Donas-de-Casa	1,9	5,7	3,9
Representante Comercial	6,7	1,4	3,8
Autônomo	2,9	2,5	2,7
Vendedor	2,9	2,1	2,5
Administrador	4,8	0,2	2,3
Advogado	2,7	1,8	2,2
Professor	0,5	3,4	2,1
Lavrador	2,1	1,6	1,8
Agropecuarista	2,7	0,7	1,6
Técnico de Nível Médio	1,6	1,6	1,6
Gerente de vendas	2,9	0,5	1,6
Empregada Doméstica	0,8	2,3	1,6
Médico	1,6	0,9	1,2
Jornalista	1,3	0,9	1,1
Militar	0,5	1,4	1,0
Religioso	0,3	1,4	0,9
Contador	1,6	0,2	0,9
Desempregado	0,3	1,4	0,9
Químico	1,3	-	0,7
Analista de Sistemas	1,3	-	0,6
Artista	1,1	0,2	0,6
Industrial	1,3	0,2	0,6
Outras	12,8	10,6	11,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

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

A média de gastos por turista foi de R\$338,98, correspondendo a R\$40,22 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$403,37, cerca de R\$92,57 por dia, por estar incluída nestes gastos 1,2 pessoa.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,4	11,9	8,4
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	496,63	404,65	447,11
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,2	1,4	1,3
Gasto per Capita (R\$)	403,37	290,27	338,98
Gasto per Capita/Dia (R\$)	92,57	24,41	40,22
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3.662,62	2.020,15	2.868,34

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram compras (23,0%), hospedagem (21,3%) e alimentação (17,1%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Compras	12,4	35,7	23,0
Hospedagem	38,8	0,5	21,3
Alimentação	14,7	20,0	17,1
Transporte	11,7	12,0	11,8
Diversões / Passeios	5,3	13,3	8,9
Outros	17,1	18,5	17,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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	6,1	19,7	541,82	27,50
Acre	0,2	30,0	525,00	17,50
Amazonas	0,1	30,0	2.060,00	68,67
Roraima	0,6	73,2	1.487,43	20,32
Pará	3,8	10,5	515,57	49,10
Rondônia	0,4	48,0	454,17	9,46
Tocantins	1,0	7,6	161,01	21,19
Nordeste	62,5	6,5	245,49	37,77
Maranhão	14,1	7,7	254,60	33,06
Piauí	23,7	7,4	194,73	26,31
Ceará	13,7	4,3	270,02	62,79
Rio Grande do Norte	0,9	5,1	592,14	116,10
Paraíba	0,9	3,3	294,14	89,13
Pernambuco	6,3	6,0	374,92	62,48
Alagoas	0,1	30,0	300,00	10,00
Sergipe	0,6	3,4	152,00	44,71
Bahia	2,2	5,9	145,00	24,57
Sudeste	16,3	10,1	474,52	46,98
Espírito Santo	0,2	2,0	400,00	200,00
Minas Gerais	1,0	5,0	504,00	100,80
Rio de Janeiro	4,4	10,4	518,42	49,84
São Paulo	10,7	10,7	458,16	42,81
Centro-Oeste	9,7	11,1	449,84	40,52
Mato Grosso	0,5	1,8	385,00	213,88
Goiás	1,2	9,8	342,20	34,92
Distrito Federal	8,0	11,8	474,82	40,23
Sul	3,1	6,4	319,94	50,00
Paraná	1,6	4,6	288,94	62,81
Santa Catarina	0,5	16,8	520,00	30,95
Rio Grande do Sul	1,0	4,0	295,70	73,93
Internacional	2,3	9,4	724,01	77,02
Alemanha	0,1	30,0	597,50	19,92
Itália	0,5	14,3	2.243,00	156,85
Argentina	0,2	4,5	82,50	18,33
Estados Unidos	0,7	4,5	186,43	41,43
Canadá	0,1	5,0	150,00	30,00
Portugal	0,2	2,5	440,00	176,00
Equador	0,1	1,0	150,00	150,00
Suíça	0,1	4,0	1.000,00	250,00
Suriname	0,1	5,0	2.067,00	413,00
Paraguai	0,1	47,0	-	-
Inglaterra	0,1	8,0	850,00	106,25
Total	100,0	8,4	338,98	40,22

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **19,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 27,50**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **6,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 37,73**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **10,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 46,82**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **11,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 40,66**;

e) A região Sul aponta uma permanência média de **6,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 50,30**;

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **9,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 76,79**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de janeiro, 50,0% utilizaram como principal meio de transporte o avião, vindo em seguida o ônibus (42,9%) e, com a mais baixa participação, o automóvel (6,9%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meios de Transporte (%)

Tipos de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Avião	67,8	35,1	50,0
Ônibus	26,9	56,5	42,9
Automóvel	4,8	8,4	6,9
Outros	0,5	-	0,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Os turistas que visitaram Teresina utilizaram, principalmente, a rede extra-hoteleira (54,3%), com destaque para hospedagem na casa de parentes/amigos, com 47,2%, aparecendo em seguida a rede hoteleira, com 45,7% de participação.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

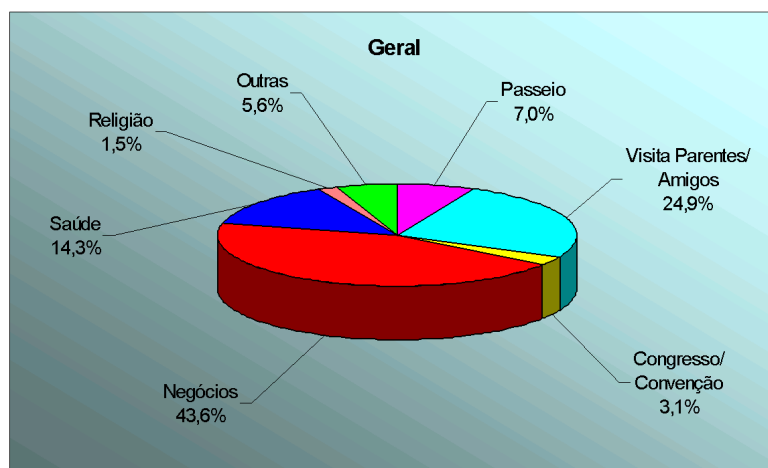
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	45,7
Hotel	38,0
Flat / Apart-Hotel	0,2
Pousada	1,2
Pensão / Hospedaria	6,3
Rede Extra-Hoteleira	54,3
Casa / Apart. de Aluguel	0,6
Casa Própria	2,5
Casa Parentes/Amigos	47,2
Albergue	0,1
Outros	3,9
Total	100,0

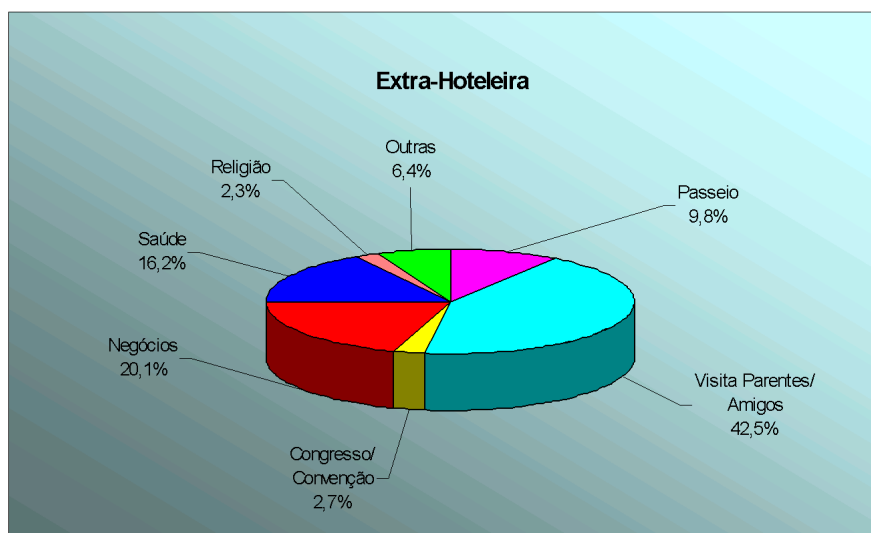
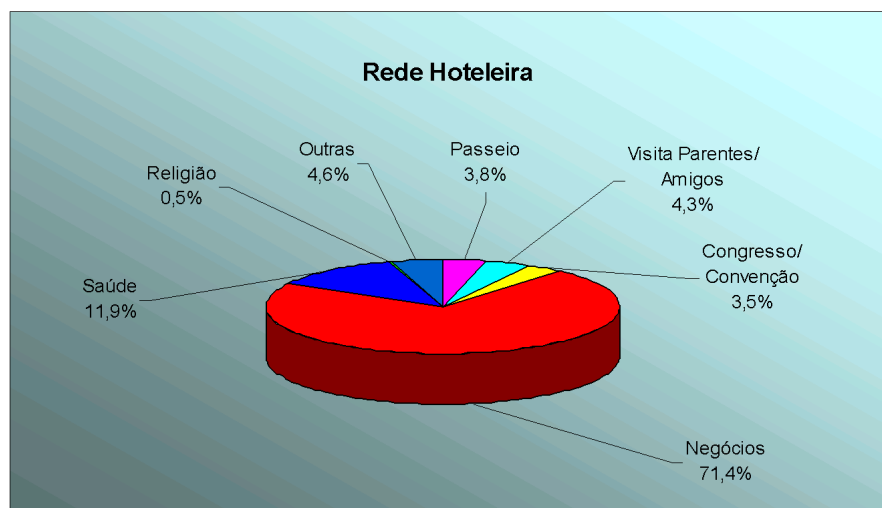
Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

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 (43,6%), vindo em seguida visita a parentes/amigos (24,9%) e tratamento de saúde (14,3%). Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 71,4%, enquanto para os turistas extra-hoteleiros visita a parentes/amigos (42,5%) e realização de negócios (20,1%) 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 72,0%. Os atrativos naturais (14,0%) aparecem também com significativa representação quanto à motivação.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	14,3	14,0	14,0
Manifestações Populares	7,1	7,0	7,0
Compras	-	9,3	7,0
Outros	78,6	69,7	72,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Dentre os fatores que influenciaram a vinda do turista para Teresina, "já conhecia o local" destaca-se em 1º lugar, com 42,0%. "Comentários de parentes e amigos" e a vinda por motivos diferenciados (outros) tiveram também a sua importância na decisão do turista, alcançando 54,4%.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	42,9	23,3	28,1
Já Conhecia o Local	35,7	44,2	42,0
Agência de Viagem	7,1	-	1,8
Internet	-	2,3	1,8
Outros	14,3	30,2	26,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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	20,5	13,2	16,5
Mais de Uma Vez	79,5	86,8	83,5
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar a Teresina			
Sim	98,7	98,4	98,5
Não	1,3	1,6	1,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Dos turistas consultados, apenas 16,5% declararam ser a primeira vez que visitaram Teresina, enquanto 83,5% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 98,5% demonstraram pretensão de voltar a esta Capital, sendo que, destes, 59,5% 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	64,0	56,3	59,5
Em 2005	7,9	16,9	12,7
Outros	-	2,1	1,6
Sem Previsão	28,1	24,7	26,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

5 Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (22,9%) – cidade litorânea do Estado –, seguida de Floriano (9,9%), Picos (8,7%), Piripiri (7,0%), Campo Maior (6,4%) e Luís Correia e Oeiras (4,7% e 4,1%) respectivamente.

Tabela 17

Principais Municípios Visitados, Além de Teresina (Continua)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	42,7	2,6
Parnaíba	22,9	4,2
Piripiri	7,0	2,3
Luís Correia	4,7	3,0
Piracuruca	3,5	3,3
Barras	1,7	2,0
Pedro II	1,7	2,0
Esperantina	1,2	1,5
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	11,6	2,7
Campo Maior	6,4	2,9
José de Freitas	2,9	2,8
Altos	2,3	2,5
Pólo do Agronegócio	-	-
Uruçuí	-	-
Bom Jesus	-	-
Pólo Histórico-Cultural	15,2	2,7
Floriano	9,9	2,2
Oeiras	4,1	2,9
Amarante	1,2	3,0
Pólo das Origens	2,9	2,9
São Raimundo Nonato	2,9	2,9
Caracol	-	-
Outros	27,6	3,3
Picos	8,7	2,7
São João do Piauí	2,9	3,8
Canto do Buriti	1,7	1,7
Regeneração	1,7	3,0
Guadalupe	1,2	1,0
Alto Longá	0,6	1,0
Corrente	0,6	10,0
Itaueira	0,6	2,0
Anísio de Abreu	0,6	2,0
Batalha	0,6	7,0
Bertolândia	0,6	1,0

Principais Municípios Visitados, Além de Teresina (Conclusão)

Outros	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Barro Duro	0,6	1,0
Beneditinos	0,6	2,0
Eliseu Martins	0,6	1,0
Inhuma	0,6	2,0
Juazeiro do Piauí	0,6	3,0
Lagoa Alegre	0,6	7,0
Marcos Parente	0,6	1,0
Fronteiras	0,6	2,0
Palmeirais	0,6	2,0
Pimenteiras	0,6	3,0
São Miguel do Tapuio	0,6	10,0
São Pedro do Piauí	0,6	8,0
Valença do Piauí	0,6	2,0
Total	100,0	2,8

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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	21,1	64,0	13,5	1,2	0,2	70,2
Patrimônios Históricos	16,1	66,9	15,3	1,4	0,3	66,0
Manifestações Populares	23,8	51,7	19,9	2,6	2,0	51,0
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	9,6	61,1	23,4	3,8	2,1	41,4
Passeios Oferecidos	8,7	59,7	25,7	3,9	1,9	36,9
Serviços Receptivos/Empresas	16,5	58,8	21,4	2,9	0,4	50,6
Hospitalidade do Povo (*)	41,4	51,3	5,2	1,0	1,1	85,4
Informações Turísticas	7,8	29,6	27,6	26,7	8,2	-25,1
Sinalização Turística	2,2	26,3	28,4	32,8	10,3	-43,0
Guias de Turismo	2,8	21,7	18,9	44,1	12,6	-51,1
Meios de Hospedagem	30,0	59,6	9,1	1,2	0,2	79,1
Bares e Restaurantes	16,3	68,7	12,2	1,9	0,9	70,0
Comércio/Compras	13,3	62,2	20,7	2,9	0,8	51,1
Diversões Noturnas	26,9	48,0	20,8	2,4	1,8	49,9
Serviços de Táxis	15,8	54,5	23,3	4,5	1,9	40,6
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	12,4	67,3	13,1	4,6	2,7	59,3
Sinalização Urbana	6,0	58,2	27,8	5,0	3,0	28,4
Segurança Pública	5,1	39,5	36,7	14,1	4,7	-10,9
Limpeza Pública	8,9	53,7	30,5	4,6	2,3	25,2
Ônibus Urbano	8,2	46,9	37,4	5,2	2,3	10,2
Terminal Rodoviário	7,2	37,6	44,8	8,0	2,4	-10,4
Aeroporto	8,3	52,3	31,8	6,1	1,5	21,2

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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, de um total de 12 itens avaliados, obteve um índice de avaliação superior a 80%. Vale ressaltar que os itens meio hospedagem e bares e restaurantes atingiram índices expressivos (79,1% e 70,0%), respectivamente. 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, 59,3%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: guias de turismo (-51,1%), sinalização turística (-43,0%), informação turística (-25,1%), segurança pública (-10,9%) e terminal rodoviário (-10,4%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	9,4	6,8	8,0
Razoáveis	75,3	70,6	72,8
Elevados	14,8	21,2	18,2
Exorbitantes	0,5	1,4	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 72,8% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 19,2% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (25,9%), serviço de saúde (8,2%), rever amigos e familiares (6,9%), diversão noturna (6,4%), bons negócios (4,8%) e alimentação/culinária (4,7%)

Tabela 20
Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (Continua)

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	7,1
Clima	3,2
Belezas Naturais	2,0
Limpeza da Cidade	1,9
Infra-Estrutura Urbana	11,9
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	3,2
Tranqüilidade da Cidade	2,6
Beleza da Cidade /Avenidas	1,9
Trânsito Moderado	1,1
Crescimento da Cidade	0,7
Conservação das Praças	0,6
Patrimônio Histórico	0,5
Sinalização Urbana	0,5
Centro da Cidade	0,4
Segurança Pública	0,2
Terminal Rodoviário	0,1
Saneamento Básico	0,1
Infra-Estrutura Turística	21,2
Diversão Noturna	6,4
Alimentação/Culinária	4,7
Beleza Piauiense	2,0
Meios de Hospedagem	1,7
Pontos Turísticos	1,7
Passeios	1,6
Restaurantes e Bares	1,2
Congresso e Eventos	1,0
Serviços dos Hotéis	0,6
Opções de Lazer	0,2
Festas Populares	0,1
Educação, Informação e Comunicação	34,5
Hospitalidade do Povo	25,9
Rever Amigos e Familiares	6,9
Educação Formal	0,7
Aspectos Cultural-Histórico	0,7
Serviços de Comunicação	0,3

Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (Conclusão)

Aspectos Positivos	(%)
Comércio e Serviços	21,5
Serviços de Saúde	8,2
Bons Negócios	4,8
Comércio	4,3
Shopping Centers	3,5
Transporte	0,5
Artesanato	0,2
Outros	3,8
Tudo (cidade em geral)	2,4
Pesquisa de Campo	1,0
Água Deliciosa	0,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: clima (34,4%), falta de segurança (7,3%), falta de conservação das rodovias (6,6%), limpeza pública (4,1%) e pobreza/mendicância, com (4,2%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apointados pelos Turistas (Continua)

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	34,7
Clima	34,4
Falta de Arborização	0,3
Infra-Estrutura Urbana	32,5
Falta de Segurança	7,3
Falta de Conservação da Rodoviária	6,6
Limpeza Pública (falta)	4,1
Falta de Saneamento Básico	3,7
Congestionamento no Trânsito	3,6
Estrutura do Aeroporto	2,8
Sinalização Urbana Precária	1,7
Favelização	0,8
Infra-Estrutura da Cidade	0,7
Falta de Estacionamento	0,6
Calçamento Péssimo	0,4
Iluminação Pública	0,2
Infra-Estrutura Turística	6,9
Falta de Informação Turística	3,2
Poucas Opções de Restaurantes	0,8
Horário Irregular de Ônibus	0,6
Falta de Opção de Lazer	0,5
Serviços no Aeroporto	0,5
Culinária	0,5
Serviços de Hotéis	0,4
Lanchonete do Aeroporto Pequena e sem Conforto	0,2
Poucas Opções de Loja de Conveniência	0,2
Educação, Informação e Comunicação	5,9
Falta de Qualificação dos Motoristas de Táxi	1,9
População Despreparada para Lidar com o Turista	1,3
Atendimento nos Restaurantes	1,1
Falta de Educação no Trânsito	0,8
Falta de Preservação da Cultura	0,3
Solidariedade das Pessoas	0,3
Falta de Divulgação dos Eventos da Cidade	0,2
Comércio e Serviços	6,1
Serviços de Comunicação	1,9
Preços Elevados	1,5
Comércio	1,5
Transporte Coletivo	0,7
Serviço de Táxi Aeroporto	0,3
Serviços de Saúde	0,2

Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (Conclusão)

Aspectos Negativos	(%)
Outros	13,9
Pobreza/Mendicância	4,2
Má-Administração Pública	2,5
Enchente dos Rios	2,5
Desemprego	1,6
Poucos Vôos	1,1
Marginalidade/Drogas	1,1
Tudo	0,5
Agitação da Cidade	0,2
Não-Existência de Vôo Comercial p/Parnaíba	0,2
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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 11 a 17/02/2004, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 813 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 janeiro (alta estação) que consta em todas as tabelas deste trabalho.