

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

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

**Teresina – Piauí  
Setembro de 2002**

---

**Estado do Piauí**

**Secretaria Estadual do Planejamento**

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais**

**Departamento de Estudos Sócio-Econômicos**

**Diretora:** Rosário de Fátima F. Bacelar

**Divisão de Estudos e Pesquisas**

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

**Divisão de Publicações**

Almir Cassimiro Queiroga

**ELABORAÇÃO**

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

**ENTREVISTADORES**

Carlos Ferreira Lima  
Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira  
Ellene Mendes de Carvalho  
Galdino Gomes da Silva Neto  
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  
Vera Lúcia Sousa Araújo

**PROGRAMADOR**

Eduyges Martins da Silva

**DIGITAÇÃO**

Marina Pereira de Melo

**REVISÃO**

Almir Cassimiro Queiroga

**CHECAGEM DA REVISÃO**

Almir Cassimiro Queiroga

**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 Fundação CEPRO, através desta Pesquisa de "Demanda Turística em Teresina (PI)", apresenta à comunidade desse setor terciário o resultado de sete dias de coleta de dados, realizada no período de 25 a 31.07.02, correspondente à temporada de alta estação.

No referido trabalho, o leitor tem à sua disposição uma diversidade de informações que, além de permitir conhecer o potencial do setor, contribuirá para formar um juízo de valor positivo acerca do estágio, sempre crescente, do turismo no Estado do Piauí.

Agatângelo Neiva Luz  
Superintendente

Teresina, setembro de 2002

## 1. Procedência dos Turistas

De acordo com dados coletados em julho de 2002, os turistas que se destinaram a Teresina eram, predominantemente, de nacionalidade brasileira, com uma representatividade de 97,3%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu apenas a 2,7%.

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

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

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Estados Unidos, Bolívia, Suíça, Itália e Alemanha .

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

País de Origem	(%)
Estados Unidos	21,8
Bolívia	17,5
Suíça	13,0
Itália	8,8
Alemanha	8,8
Outros	30,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

De acordo com a tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores os estados do Piauí (23,0%); São Paulo (13,9%); Maranhão e o Distrito Federal ambos com 10,9%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para Teresina: a região Nordeste, com 56,4%; a região Sudeste, com 21,3%; a Centro-Oeste, com 13,9%.

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

<b>Regiões e Estados de Origem</b>	<b>(%)</b>
<b>Norte</b>	<b>6,1</b>
Acre	0,1
Amapá	0,5
Amazonas	0,6
Pará	3,8
Rondônia	0,2
Roraima	0,7
Tocantins	0,2
<b>Nordeste</b>	<b>56,4</b>
Alagoas	0,1
Bahia	1,7
Ceará	9,5
Maranhão	10,9
Paraíba	0,5
Pernambuco	9,2
Piauí	23,0
Rio Grande do Norte	1,0
Sergipe	0,5
<b>Sudeste</b>	<b>21,3</b>
Espírito Santo	0,4
Minas Gerais	3,5
Rio de Janeiro	3,5
São Paulo	13,9
<b>Centro-Oeste</b>	<b>13,9</b>
Distrito Federal	10,9
Goiás	2,4
Mato Grosso	0,1
Mato Grosso do Sul	0,5
<b>Sul</b>	<b>2,3</b>
Paraná	1,5
Rio Grande do Sul	0,4
Santa Catarina	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

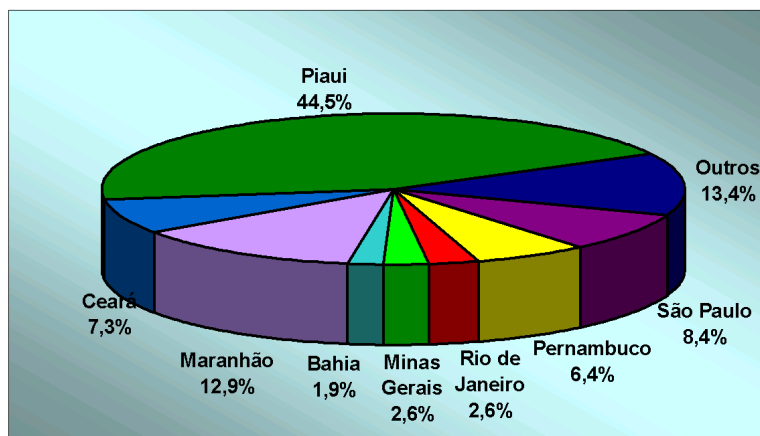
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a grande maioria nasceu no Piauí, correspondendo a 44,5%; seguido do Maranhão (12,9%); São Paulo (8,4%); Ceará (7,3%); e Pernambuco (6,4%).

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

Estados	(%)
Piauí	44,5
Maranhão	12,9
São Paulo	8,4
Ceará	7,3
Pernambuco	6,4
Rio de Janeiro	2,6
Minas Gerais	2,6
Bahia	1,9
Outros Estados	13,5
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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 56,9% no geral, e a 80,2% na rede hoteleira.

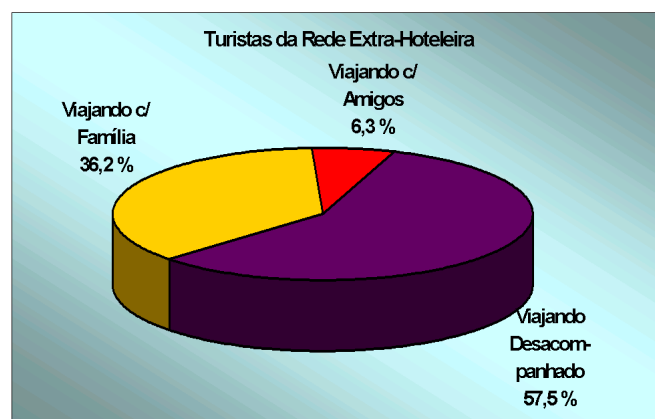
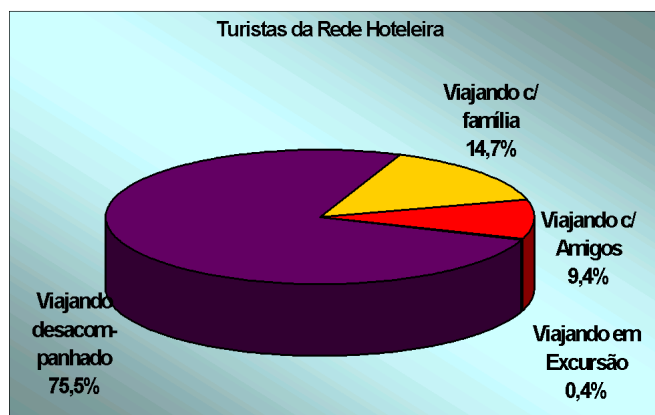
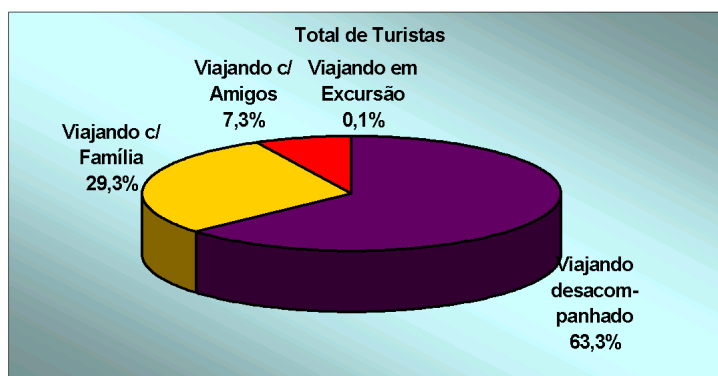
O percentual de turistas casados atingiu 56,0%. Dentre os entrevistados, 63,3% viajaram desacompanhados(sós) e 29,3%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 75,5% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 57,5%.

**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	80,2	45,9	56,9
Feminino	19,8	54,1	43,1
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Abaixo de 18 Anos	0,4	3,9	2,7
18 a 25 Anos	6,8	18,4	14,7
26 a 35 Anos	28,2	26,1	26,8
36 a 50 Anos	45,9	33,2	37,3
51 a 65 Anos	14,3	13,5	13,7
Acima de 65 Anos	4,5	4,9	4,8
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	5,78	17,7	13,9
Médio	18,2	34,3	29,2
Técnico	3,0	2,5	12,6
Superior	69,3	39,2	48,8
Outros	3,8	6,3	5,5
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Solteiro	21,9	39,9	34,2
Casado	67,5	50,6	56,0
Viúvo	3,0	4,2	3,8
Separado	5,7	3,9	4,4
Outros	1,9	1,4	1,6
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	75,5	57,5	63,3
Com Amigos	9,4	6,3	7,3
Com a Família	14,7	36,2	29,3
Em Excursão	0,4	-	0,1
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>



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



Verificou-se, ainda, que 10,0% dos entrevistados tiveram suas viagens organizadas por agências. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 17,0% dos entrevistados.

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

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	17,0	6,8	10,0
Não	83,0	93,2	90,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

De maneira geral, dentre as principais ocupações citadas aparecem: funcionário público, com 15,5%; donas de casa 8,6%; estudantes 8,5%; vendedor, 7,2%; aposentado, 6,6% e engenheiro, 5,3%.

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

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Professor	3,0	2,8	2,9
. Do Lar	3,4	11,1	8,6
.Funcionário Público	7,5	19,3	15,5
. Comerciante	3,0	4,9	4,3
. Estudante	1,1	12,0	8,5
. Engenheiro	12,0	2,1	5,3
. Aposentado	3,4	8,1	6,6
. Vendedor	15,0	3,5	7,2
. Advogado	5,6	2,5	3,5
. Empresário	3,7	1,6	2,3
. Bancário	0,7	1,6	1,3
. Contador (Auditor)	2,2	0,7	1,2
. Militar	-	3,2	2,2
. Artista	2,6	0,7	1,3
. Administrador	6,0	1,2	2,7
. Médico	1,1	1,6	1,4
. Dentista	1,5	0,7	1,0
. Técnico de Nível Médio	2,6	0,9	1,4
. Comerciante	3,4	1,1	1,8
. Empregado em escritório	0,4	1,2	1,0
. Religioso	-	1,4	1,1
. Analista de Sistemas	3,0	0,4	1,2
. Programador	0,4	0,2	0,2
. Outras	18,4	17,2	17,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

## 2.2. Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram em Teresina, no mês de julho, permaneceram em média 8,9 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram em média 11,7 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,5 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 356,14, correspondendo a R\$ 39,97 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 390,39, cerca de R\$ 111,66 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	3,5	11,4	8,9
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	534,14	572,71	565,64
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,4	1,6	1,6
Gasto per Capita (R\$)	390,39	344,44	342,85
Gasto per Capita/Dia (R\$)	111,66	29,99	39,97
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3120,32	1605,94	2140,88

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram compras (27,9%), alimentação (18,6%) e hospedagem (14,5%).

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

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Hospedagem	41,7	1,2	14,5
. Alimentação	16,2	19,7	18,6
. Transporte	10,3	8,2	8,9
. Compras	15,4	34,9	27,9
. Diversões / Passeios	6,9	15,5	12,3
. Outros	9,5	20,5	17,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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>6,0</b>	<b>9,2</b>	<b>479,67</b>	<b>52,16</b>
Acre	0,1	2,0	90,00	45,00
Amapá	0,5	7,3	650,00	89,66
Amazonas	0,6	16,0	280,00	17,50
Pará	3,7	6,2	251,96	40,89
Rondônia	0,2	14,0	1250,00	89,29
Roraima	0,7	14,8	1395,69	94,09
Tocantins	0,2	25,0	555,00	22,20
<b>Nordeste</b>	<b>54,9</b>	<b>7,0</b>	<b>259,16</b>	<b>37,16</b>
Alagoas	0,1	2,0	220,00	110,00
Bahia	1,7	6,6	417,50	63,53
Ceará	9,3	4,7	283,78	60,48
Maranhão	10,6	9,9	188,78	19,3
Paraíba	0,5	6,5	145,00	22,31
Pernambuco	8,9	6,9	464,53	66,87
Piauí	22,3	6,7	178,34	26,46
Rio Grande do Norte	1,0	4,9	390,00	80,00
Sergipe	0,5	5,5	527,50	95,91
<b>Sudeste</b>	<b>20,7</b>	<b>9,9</b>	<b>407,39</b>	<b>41,19</b>
Espírito Santo	0,4	19,3	1000,00	51,72
Minas Gerais	3,4	7,8	305,68	39,05
Rio de Janeiro	3,4	12,9	479,48	37,28
São Paulo	13,5	9,4	406,25	43,19
<b>Centro-Oeste</b>	<b>13,6</b>	<b>13,9</b>	<b>406,12</b>	<b>29,32</b>
Distrito Federal	10,6	14,8	392,67	26,62
Goiás	2,4	10,6	511,26	48,46
Mato Grosso	0,1	30,0	333,33	11,11
Mato Grosso do Sul	0,5	6,3	121,00	19,36
<b>Sul</b>	<b>2,2</b>	<b>9,7</b>	<b>364,44</b>	<b>37,70</b>
Paraná	1,4	10,8	375,83	34,69
Rio Grande do Sul	0,4	11,7	183,33	15,71
Santa Catarina	0,4	3,0	500,00	166,67
<b>Internacional</b>	<b>2,6</b>	<b>14,5</b>	<b>1046,03</b>	<b>72,25</b>
Estados Unidos	0,6	15,2	1244,44	81,87
Bolívia	0,5	7,8	352,78	45,52
Suíça	0,4	20,7	1700,00	62,96
Itália	0,2	14,0	1500,00	107,14
Alemanha	0,2	20,5	250,00	12,20
Outros	0,7	76,0	5900,00	888,41
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>8,9</b>	<b>356,14</b>	<b>39,97</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de 9,2 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 52,16;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de 7,0 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 37,16;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de 9,9 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 41,19;

d) A região Centro–Oeste revela uma permanência média de 13,9 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 29,32;

e) A região Sul aponta uma permanência média de 9,7 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 37,70.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de 14,5 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 72,25.

### 3. Meios de Transporte e Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em Teresina no mês de julho, 55,7% utilizaram como principal meio de transporte o avião, vindo em seguida o ônibus (37,4%) e o automóvel (6,2%).

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

Tipos de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	17,7	46,6	37,4
Automóvel	6,8	6,0	6,2
Avião	75,1	46,6	55,7
Outros	0,4	0,8	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Os turistas que visitaram Teresina utilizaram, principalmente, a rede extra-hoteleira (68,3%), com destaque para hospedagem na casa de parentes/ amigos (62,3%), aparecendo em seguida a rede hoteleira (31,7%).

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

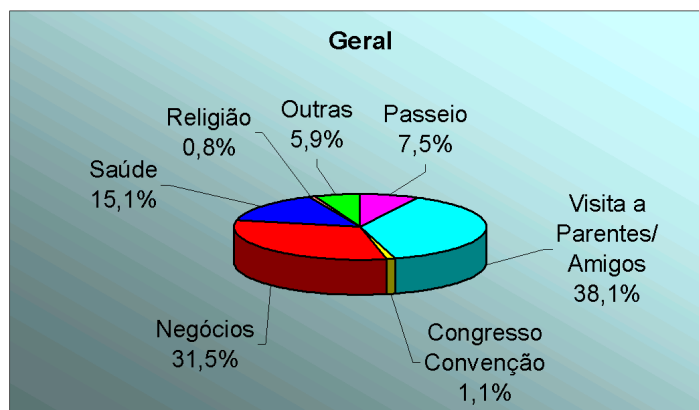
Hospedagem	Geral
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>31,7</b>
Hotel	27,9
Flat / Apart-Hotel	0,7
Pousada	0,4
Pensão / Hospedaria	2,7
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>68,3</b>
Casa / Apart de Aluguel	0,4
Casa Própria	2,3
Casa Parentes/Amigos	62,3
Outros	3,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

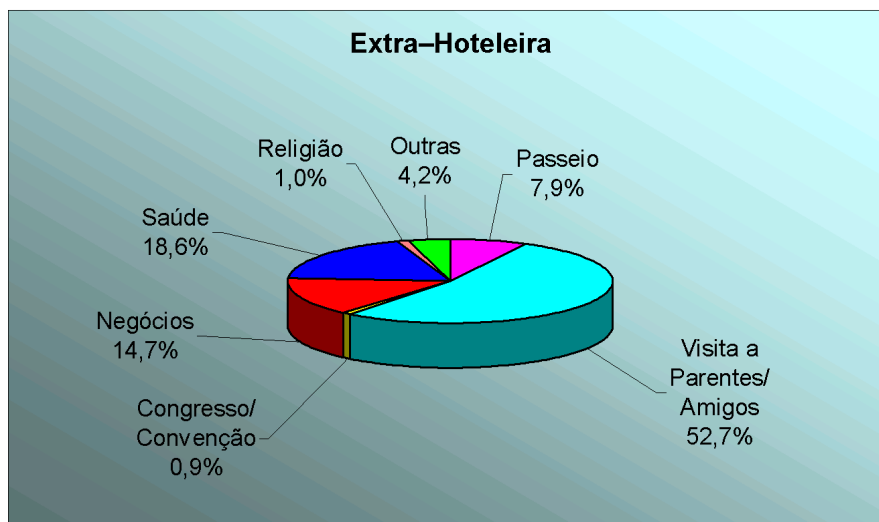
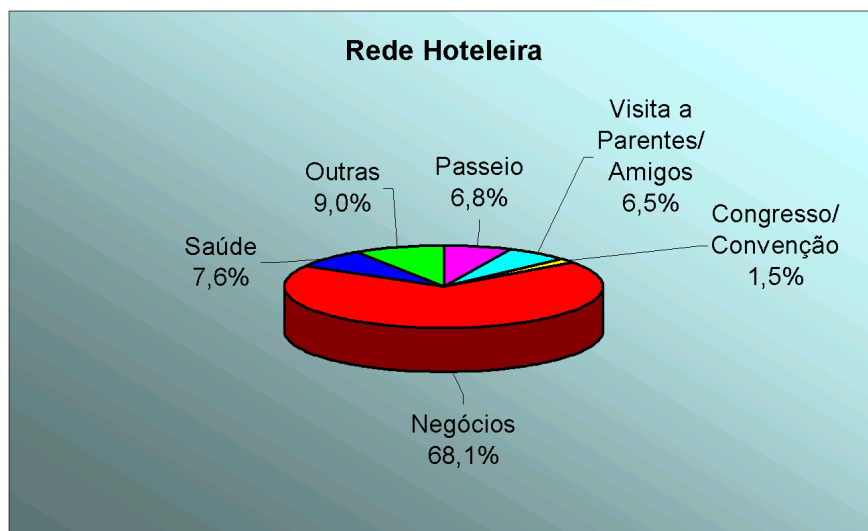
Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

#### 4. Motivações e Atrativos da Viagem

O principal motivo da viagem, de acordo com as informações contidas nos gráficos seguintes, foi visitas a parentes e amigos, com 38,1%, vindo em seguida a realização de negócios, com 31,5%, e tratamento de saúde, 15,1%. Já para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios respondeu por 68,1%, enquanto que, para os turistas extra-hoteleiros, a visita a parentes/amigos foi o principal motivo, com 52,7%.

**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 75,4%. Os atrativos naturais aparecem como a segunda maior opção (23,0%).

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

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	16,3	38,9	23,0
Patrimônio Histórico	-	-	-
Manifestações Populares	2,3	-	1,6
Outros	81,4	61,1	75,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Comentários de parentes/amigos (35,6%) e outros motivos alcançando também 35,6% foram os meios determinantes da 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	31,3	37,2	35,6
Já Conhecia Local	18,8	30,2	27,1
Propaganda/Publicidade	-	-	-
Internet	6,3	-	1,7
Outros	43,0	32,6	35,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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(%)**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
<b>Visita a Teresina</b>			
Primeira Vez	24,8	11,8	16,0
Mais de Uma Vez	75,2	88,2	84,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Pretende Voltar a Teresina</b>			
Sim	97,7	98,1	98,0
Não	2,3	1,9	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Dos turistas consultados, apenas 16,0% declararam ser a primeira vez que visitam Teresina, enquanto 84,0% já a visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 98,0% demonstraram pretensão de voltar a esta capital, sendo que, destes, 50,7% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer do corrente ano (2002).

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

<b>Previsão de Retorno</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Em 2002	56,9	47,7	50,7
Em 2003	11,9	23,2	19,6
Outros	1,2	5,3	4,0
Sem Previsão	30,0	23,8	25,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

## 5. Aspectos Espaciais

Além de Teresina, destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Parnaíba (29,6%), Luís Correia (11,6%) — cidades litorâneas do Estado—seguidos de Floriano (6,5%), Piracuruca (5,4%) e Campo Maior (4,3%).

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados Além de Teresina (Continua)**

<b>Municípios Visitados</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência Média (dias)</b>
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>53,5</b>	<b>2,8</b>
Piripiri	2,5	2,4
Esperantina	1,8	1,8
Pedro II	1,1	2,0
Piracuruca	5,4	3,3
Batalha	0,4	1,0
Barras	1,1	1,7
Luís Correia	11,6	4,6
Parnaíba	29,6	5,4
<b>Pólo de Teresina- Eventos e Negócios</b>	<b>9,4</b>	<b>2,7</b>
Altos	2,2	2,5
Campo Maior	4,3	2,5
Monsenhor Gil	1,1	2,0
José de Freitas	1,1	1,0
Castelo do Piauí	0,7	5,5
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>1,9</b>	<b>2,3</b>
Uruçuí	0,4	2,0
Cristino Castro	1,1	3,0
Bom Jesus	0,4	2,0
<b>Pólo Histórico–Cultural</b>	<b>9,0</b>	<b>4,6</b>
Amarante	1,4	6,0
Floriano	6,5	5,2
Oeiras	1,1	2,7
<b>Pólo das Origens</b>	<b>1,4</b>	<b>2,0</b>
São Raimundo Nonato	1,4	2,0
<b>Outros</b>	<b>24,8</b>	<b>5,6</b>
Guadalupe	1,1	3,3
Alegrete	0,4	2,0
Água Branca	0,4	3,0
Angical do Piauí	0,4	0,6
Aroazes	0,4	2,0

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

<b>Outros</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência média (dias)</b>
Canto do Buriti	1,3	4,0
Brejo do Piauí	0,4	5,0
Cocal	0,4	20,0
Conceição do Canindé	0,4	2,0
Caldeirão Grande do Piauí	0,4	1,0
Demerval Lobão	1,3	6,8
Corrente	0,4	2,0
Picos	5,7	2,9
Elesbão Veloso	0,4	2,0
Francinópolis	1,1	6,3
Inhuma	0,4	3,0
Lagoa Alegre	0,7	10,0
Miguel Alves	0,3	1,0
Monsenhor Hipólito	0,4	10,0
Palmeirais	0,4	0,6
Pimenteiras	0,4	7,0
Joaquim Pires	0,4	7,0
Simplício Mendes	0,4	1,0
Rio Grande do Piauí	0,4	2,0
Santa Filomena	0,4	9,0
São João do Piauí	0,4	7,0
Tanque do Piauí	0,4	2,0
Várzea Grande	0,4	3,0
União	1,7	10,4
São Pedro do Piauí	1,1	7,7
São Miguel do Tapuio	0,4	6,0
São José do Divino	0,4	15,0
Valença do Piauí	1,3	6,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>4,5</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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	18,6	61,5	16,9	2,2	0,8	60,2
Patrimônios Históricos	15,3	60,5	19,4	3,7	1,0	51,7
Manifestações Populares	25,3	51,8	16,5	3,5	2,9	54,2
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	14,2	56,0	25,8	3,5	0,6	40,3
Passeios Oferecidos	8,7	43,5	39,8	6,2	1,9	4,3
Serviços Receptivos/Empresas	19,1	44,3	25,2	7,0	4,3	26,9
Hospitalidade do Povo (*)	45,6	47,2	6,2	0,5	0,5	85,6
Informação Turística	5,2	35,2	25,9	24,4	9,3	-19,2
Sinalização Turística	3,5	28,6	34,2	26,8	6,9	-35,8
Guias de Turismo	7,3	27,7	24,8	28,5	11,7	-30,0
Meios de Hospedagem	29,6	57,6	11,5	0,7	0,7	74,3
Bares e Restaurantes	18,8	62,1	16,4	2,3	0,4	61,8
Comércio/Compras	13,5	63,7	20,2	2,5	0,2	54,3
Diversões Noturnas	21,3	53,4	21,6	3,3	0,3	49,5
Serviços de Táxis	17,2	68,9	11,5	0,9	1,5	72,2
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações Correios/Fone	12,0	69,7	14,3	12,2	1,8	63,4
Sinalização Urbana	5,8	50,4	32,4	9,3	2,1	12,4
Segurança Pública	4,4	39,9	40,9	11,2	3,6	-11,4
Limpeza Pública	8,3	48,9	32,3	8,4	2,0	14,5
Ônibus Urbano	2,1	54,8	34,0	6,4	2,7	13,8
Terminal Marítimo/Fluvial	2,9	48,6	40,0	5,7	2,9	2,9
Terminal Rodoviário	2,2	58,7	26,7	6,5	6,0	21,7
Aeroporto	3,9	57,3	23,3	12,6	2,9	22,4

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

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

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de doze itens avaliados, obteve um índice de avaliação 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, 63,4%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-35,8%), guias de turismo (-30,0%), informação turística (-19,2%) e segurança pública (-11,4); terminal marítimo/fluviál (2,9%); passeios oferecidos (4,3%).

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

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
. Baixos	7,6	9,7	9,0
. Razoáveis	74,9	64,1	67,6
. Elevados	15,6	24,4	21,6
. Exorbitantes	1,9	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 67,6% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 23,4 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: a hospitalidade do teresinense (23,3%), rever amigos e familiares (9,2%), comércio (8,7%), serviço de saúde (7,4%) 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>6,7</b>
.Limpeza da Cidade	3,6
.Clima	1,7
.Belezas Naturais	1,4
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>13,4</b>
.Tranqüilidade da Cidade	4,9
.Beleza das Avenidas	0,6
.Crescimento da Cidade	0,2
.Paisagismo/Aspecto Urbanístico	4,2
.Conservação das Praças	0,8
.Sinalização Urbana	0,4
.Centro da Cidade	0,8
.Transporte Coletivo	0,2
.Segurança Pública	0,8
.Trânsito Moderado	0,5
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>14,7</b>
.Lazer	2,9
.Diversão Noturna	3,4
.Meios de Hospedagem	2,1
.Restaurantes e Bares	1,3
.Serviço do Hotel	0,6
.Alimentação/Culinária	4,4
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>35,6</b>
.Hospitalidade do Povo	23,3
.Rever Amigos e Familiares	9,2
.Aspecto Cultural/Histórico	0,8
.Educação Formal	0,2
.Meios de Comunicação	0,2
.Festas Populares	1,9

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

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>23,2</b>
.Táxi	0,8
.Shopping Centers	6,1
.Artesanato	0,2
.Comércio	8,7
.Serviços de Saúde	7,4
<b>Outros</b>	<b>6,4</b>
. Tudo (cidade em geral)	6,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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>
. Falta de Arborização	0,4
. Clima	33,5
. Poluição dos Rios	2,4
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>27,0</b>
.Limpeza Pública (falta)	4,2
.Falta de Saneamento Básico	4,6
.Congestionamento no Trânsito	0,8
.Falta de Estacionamento	0,8
.Avenidas Longas com Poucos Retornos	0,4
.Falta de Conservação da Rodoviária	2,0
.Falta de Segurança	7,2
.Calçamento Péssimo	0,4
.Bairros Distantes do Centro	0,4
.Sinalização Urbana Precária	0,4
.Estrutura do Aeroporto	3,8
.Má Conservação das Paradas de Ônibus	0,4
.Iluminação Pública	0,8
.Vias Urbanas	0,8
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>4,0</b>
.Falta de Opção de Lazer	0,8
.Poucas Opções de Restaurantes	1,2
.Lanchonete do Aeroporto Pequena e Sem Conforto	0,4
.Culinária	0,4
.Receptivo de Empresas Turísticas	0,4
.Serviço do Hotel	0,4
.Sinalização Turística	0,4
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>10,4</b>
. Serviço de Comunicação	1,2
. Falta de Divulgação dos Eventos da Cidade	0,4
. Falta de Informação Turística	2,3
. Falta de Qualificação dos Motoristas de Táxi	0,4
. População Não Preparada para Lidar com o Turista	1,2
. Atendimento no Aeroporto	2,9
. Falta de Educação no Trânsito	1,2
. Falta de Hospitalidade	0,8
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>8,0</b>
. Preços Elevados	1,2
. Serviços de Saúde	1,6
. Serviço Bancário Deficiente	0,4
. Não Aceitação de Cheques de Turistas no Comércio	0,4



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

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
. Preço Elevado do Transporte Coletivo	0,4
. Falta de Farmácia no Aeroporto	0,4
. Cobrança de Taxa para Acompanhantes (Rodoviária)	0,4
. Comércio Fraco	0,8
. Não Aceitação de Cartão de Crédito nos Bares	0,4
. Transporte Coletivo	2,0
<b>Outros</b>	<b>14,3</b>
. Abandono do Centro da Cidade à Noite	0,4
. Má Administração Pública	0,4
. Número Reduzido de Vôos para São Paulo	2,0
. Alimentação/Preços Elevados	0,8
. Desemprego	0,8
. Pobreza/Medicância	2,1
. Acesso ao Litoral	0,8
. Má Conservação das Rodovias	4,2
. Fumantes no Aeroporto	0,8
. Pernilongos	0,4
. Agitação da Cidade	0,4
. Sabor da Água	0,8
. Prostituição Infantil	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho 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 25 a 31 de julho de 2002, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 842 turistas receptivos.