

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística no Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)
Novembro 2003**

**Teresina - Piauí
Maio 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

Presidente: Marcelino de Oliveira Fonteles

Gerência de Estudos e Pesquisas Sócio-Econômicas

Carlos Ferreira Lima

Coordenação de Estudos Sócio-Econômicos e Pesquisa

Rosário de Fátima F. Bacelar

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

COORDENADOR

Lúcia Maria Said Adad

ELABORAÇÃO

Dulcinéa Maria Carvalho L. Ferreira

João Ferreira Neto

Lúcia Maria Said Adad

REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga

Luciana Maura Sales de Sousa

CHECAGEM DA REVISÃO

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Veras e Silva

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

CAPA

Lis Melo

ENTREVISTADORES

Claudete Nascimento da Silva

Elissandra Souza Nunes

Francisco das Chagas Alves

Gabriela Queiroz do Rêgo

Laís Ribeiro Caldas

Marcos Vinícius Evangelista Chaves

Maria de Jesus Lima de Souza

Rosilene Pereira Góes

Sônia Maria Silva Coêlho

Vera Lúcia Sousa Araújo

DIGITAÇÃO

Celso Gomes da Silva

Paulo de Társo Pereira da Silva

DIAGRAMAÇÃO E GRÁFICOS

Alcides Luís Gomes

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.....	19

APRESENTAÇÃO

A pesquisa sobre **Demanda Turística** pode ser indicada, dentre outras do gênero, como uma importante publicação referente à realidade turística do Litoral Piauiense (Parnaíba e Luís Correia).

Tal afirmativa apóia-se no interesse crescente demonstrado pelo público envolvido com o setor de turismo, destacando-se de modo substancial os estudantes e professores universitários, e sendo um referencial de consulta para os empresários desse segmento econômico.

O conjunto diversificado de informações aqui contempladas favorecem um traçado bem delineado do turista que visita Teresina, considerando-se as investigações pertinentes ao local de nascimento e de residência, ocupação, nível de instrução, motivo da visita, impressões sobre a cidade, dentre outros.

Espera-se, assim, estar contribuindo quantitativa e qualitativamente para o desenvolvimento de um setor, com grande potencial no Estado do Piauí.

MARCELINO FONTELES
Presidente da Fundação CEPRO

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em novembro de 2003, os turistas que visitaram o litoral do Piauí eram quase na totalidade de nacionalidade brasileira (99,2%). Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu apenas a 0,8%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	99,2
Exterior	0,8
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Os pólos emissores nesta pesquisa em nível internacional foram: Alemanha, Espanha, com 50,0% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Alemanha	50,0
Espanha	50,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (49,6%), Ceará (15,3%), Maranhão (11,2%) e o Distrito Federal e Pará, com 7,2% e 4,5%, respectivamente. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o litoral do Piauí: a região Nordeste, com 79,8%; a Centro-Oeste, 8,6%, e a Norte, com 6,5%.

Tabela 3
Procedência dos Turistas

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	6,5
Pará	4,5
Amapá	0,5
Amazonas	0,5
Roraima	0,5
Tocantins	0,5
Nordeste	79,8
Piauí	49,6
Ceará	15,3
Maranhão	11,2
Pernambuco	1,4
Bahia	1,4
Paraíba	0,9
Sudeste	4,1
Rio de Janeiro	1,8
São Paulo	1,4
Minas Gerais	0,9
Centro-Oeste	8,6
Distrito Federal	7,2
Mato Grosso do Sul	0,9
Goiás	0,5
Sul	1,0
Rio Grande do Sul	0,5
Santa Catarina	0,5
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

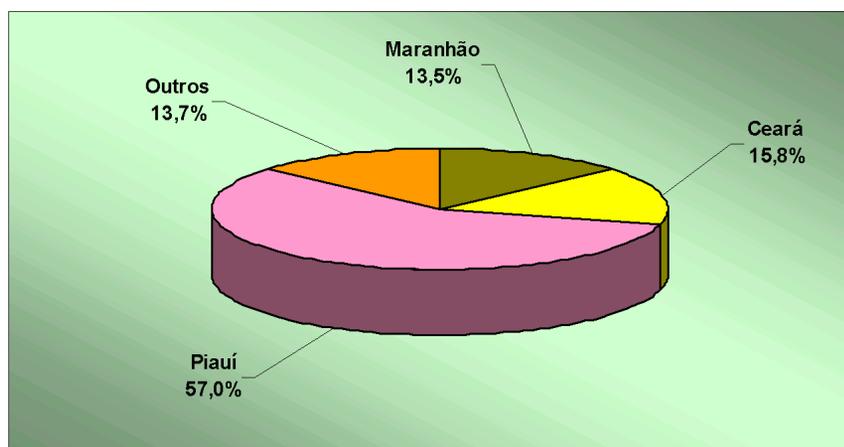
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciaram-se os Estados do Piauí, com um percentual de 57,0%, Ceará (15,8%) e Maranhão (13,5%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	57,0
Ceará	15,8
Maranhão	13,5
Pará	2,3
Paraíba	1,8
Rio de Janeiro	1,8
Pernambuco	1,4
Distrito Federal	0,9
Bahia	0,9
Outros	4,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas Entrevistados

2.1 Aspectos Pessoais

Observando-se a Tabela 5, percebe-se que entre os turistas que estiveram no litoral do Piauí predominaram aqueles do sexo masculino, o qual corresponde a 66,5% no geral e a 73,4% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 39,9%.

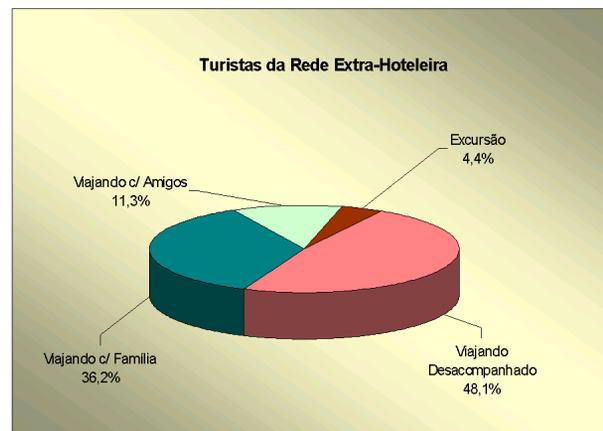
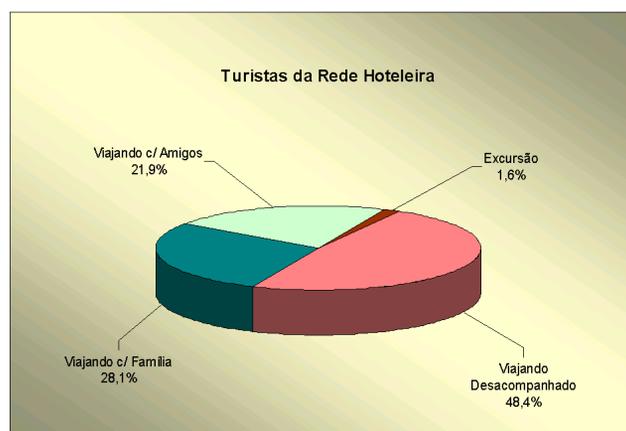
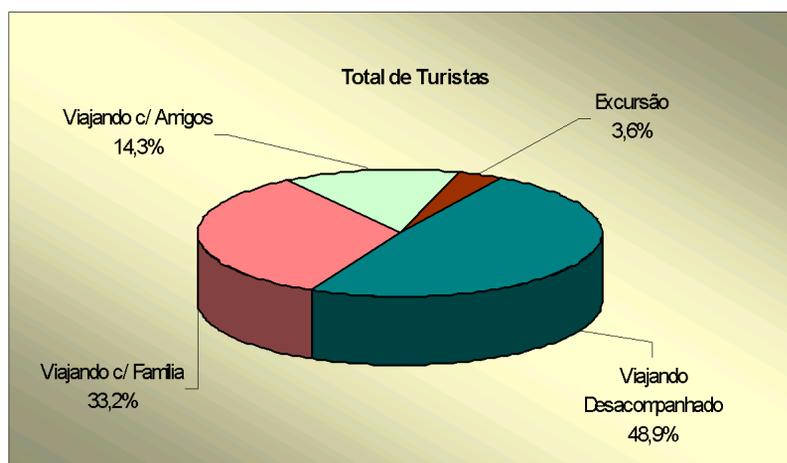
O percentual de turistas casados atingiu 57,6%. Dentre os entrevistados, 48,9% viajavam sozinhos. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 48,4% viajam sós, entre os de hospedagem extra-hoteleira mais uma vez sobressaem aqueles que viajavam desacompanhados, correspondendo a 48,1%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	73,4	63,7	66,5
Feminino	26,6	36,3	33,5
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	1,3	0,9
18 a 25 Anos	19,0	13,7	15,2
26 a 35 Anos	34,9	32,5	33,2
36 a 50 Anos	38,2	37,5	37,7
51 a 65 Anos	6,3	12,5	10,8
Acima de 65 Anos	1,6	2,5	2,2
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	4,8	23,8	18,4
Médio	34,9	40,0	38,6
Técnico	1,6	2,5	2,2
Superior	57,1	33,1	39,9
Outros	1,6	0,6	0,9
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	51,5	60,0	57,6
Solteiro	37,5	31,3	33,0
Separado	6,3	5,6	5,8
Viúvo	3,1	2,5	2,7
Outros	1,6	0,6	0,9
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	48,4	48,1	48,9
Com a Família	28,1	36,2	33,2
Com Amigos	21,9	11,3	14,3
Em Excursão	1,6	4,4	3,6
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,9	4,1	3,5

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 8,1% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já os turistas que utilizaram a rede hoteleira tiveram sua viagem organizada por agência (6,3%); e a rede extra-hoteleira em 8,8%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência(%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	6,3	8,8	8,1
Não	93,7	91,2	91,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o funcionário público (17,4%), vendedor (8,5%), comerciante (8,0%) e o estudante (7,1%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas(%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	21,9	15,6	17,4
Vendedor	12,5	6,9	8,5
Comerciante	3,1	10,0	8,0
Estudante	10,9	5,6	7,1
Aposentado	4,7	4,4	4,5
Empresário	6,3	3,1	4,0
Dona-de-Casa	-	5,0	3,6
Advogado	4,7	2,5	3,1
Professor	-	3,8	2,7
Militar	3,1	1,9	2,2
Engenheiro	3,1	1,3	1,8
Administrador	-	2,5	1,8
Bancário	-	1,9	1,3
Técnico Nível Médio	-	1,9	1,3
Secretário	1,6	1,3	1,3
Outros	28,1	32,3	31,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram no litoral do Piauí no mês de novembro permaneceram, em média, 8,6 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 8,8 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 8,1 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$173,83, correspondendo a R\$20,14 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$194,57, cerca de R\$24,03 por dia, por estar incluída nestes gastos 1,7 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	8,1	8,8	8,6
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	337,45	339,63	339,00
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,7	2,0	2,0
Gasto per Capita (R\$)	194,57	166,63	173,83
Gasto per Capita/Dia (R\$)	24,03	18,84	20,14
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	1.929,22	1.263,55	1.462,57

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: diversões/passeios (31,0%), alimentação (23,6%), compras (15,4%), hospedagem (13,8%) e transporte (10,6%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas(%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	24,5	34,6	31,0
Alimentação	17,8	26,9	23,6
Compras	10,7	18,0	15,4
Hospedagem	34,6	2,2	13,8
Transporte	8,4	11,8	10,6
Outros	4,0	6,5	5,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

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	6,3	27,6	446,15	16,18
Pará	4,7	32,8	441,18	13,45
Amapá	0,4	4,0	140,00	35,00
Amazonas	0,4	25,0	400,00	16,00
Roraima	0,4	19,0	1000,00	52,63
Tocantins	0,4	10,0	1000,00	100,00
Nordeste	79,6	5,7	119,34	21,08
Maranhão	11,2	5,4	126,66	23,63
Piauí	49,7	6,0	107,56	17,98
Ceará	15,2	5,4	146,09	26,85
Paraíba	0,9	4,0	174,16	43,54
Pernambuco	1,3	2,7	136,67	51,25
Bahia	1,3	1,5	112,14	74,76
Sudeste	4,0	8,8	467,14	53,22
Minas Gerais	0,9	6,0	300,00	50,00
Rio de Janeiro	1,8	14,0	872,50	62,32
São Paulo	1,3	3,7	312,50	85,23
Centro-Oeste	8,5	22,4	367,69	16,40
Goiás	0,4	6,0	200,00	33,33
Mato Grosso do Sul	0,9	11,5	383,33	33,33
Distrito Federal	7,2	24,8	379,91	15,31
Sul	0,8	4,5	226,67	59,26
Santa Catarina	0,4	7,0	200,00	28,57
Rio Grande do Sul	0,4	2,0	400,00	200,00
Internacional	0,8	11,5	115,00	10,00
Alemanha	0,4	21,0	200,00	9,52
Espanha	0,4	2,0	30,00	15,00
Total	100,0	8,6	173,83	20,14

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **27,6** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 16,18**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **5,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 21,08**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **8,8** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 53,22**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **22,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 16,40**;

e) A região Sul aponta uma permanência média de **4,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 59,26**.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **11,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 10,00**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no litoral do Piauí no mês de novembro, 73,2% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (26,8%) .

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	62,5	77,5	73,2
Automóvel	37,5	22,5	26,8
Avião	-	-	-
Outros	-	-	-
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 71,4%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 52,2% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 28,6%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

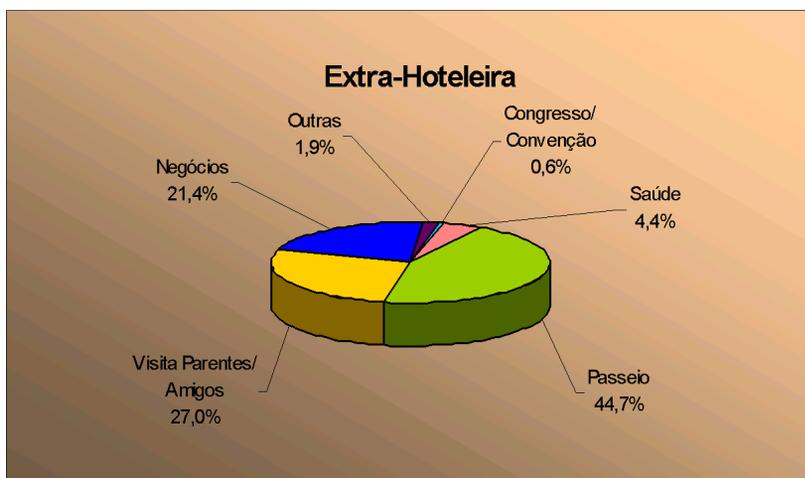
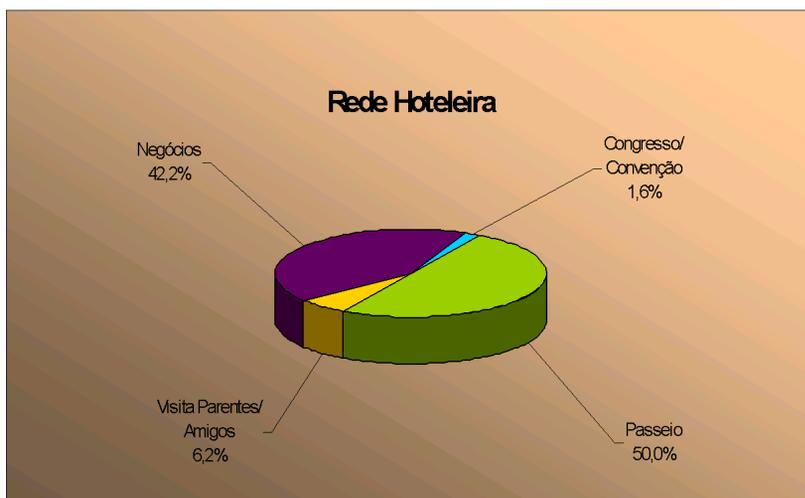
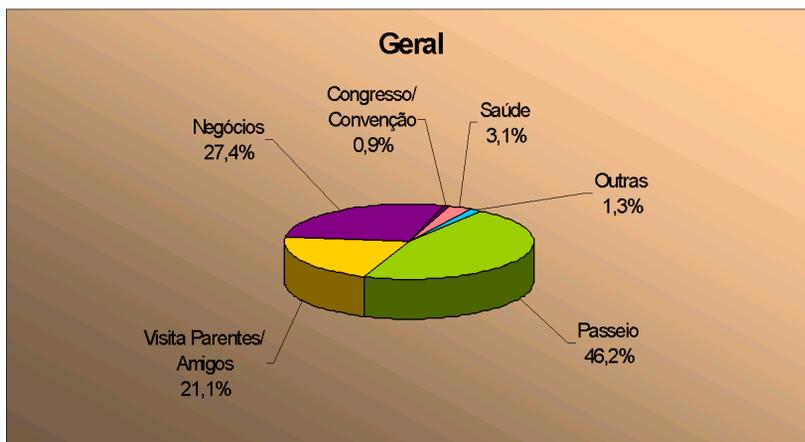
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	28,6
Hotel	17,0
Flat/Apart-Hotel	-
Pousada	11,2
Pensão/Hospedaria	0,4
Rede Extra-Hoteleira	71,4
Casa / Apart. de Aluguel	4,0
Casa Própria	9,4
Casa Parentes/Amigos	52,2
Camping/Albergue	-
Outros	5,8
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

4 Motivações e Atrativos da Viagem

De modo geral, por se tratar de uma região litorânea e de período de baixa temporada, o principal motivo da viagem foi passeio (46,2%) , vindo em seguida negócios (27,4%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa maior relevância, com 50,0%, destaca-se, ainda, a participação no motivo negócio, com 42,2%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio e visita a parentes/amigos sobressaíram, correspondendo a 44,7% e 27,0%, respectivamente.

Figura 3 – Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem ao litoral (motivada pelo passeio) teve nos atrativos naturais um estímulo de 94,2%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	90,6	95,8	94,2
Patrimônio Histórico	3,1	1,4	1,9
Compras	-	1,4	1,0
Outros	6,3	1,4	2,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

O conhecimento prévio do local (64,7%) e os comentários de parentes/amigos (26,5%) foram os fatores determinantes da decisão quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	28,1	25,8	26,5
Já Conhecia o Local	53,1	70,0	64,7
Propaganda/Publicidade	6,3	1,4	2,9
Agência de Viagem	3,1	-	1,0
Internet	-	1,4	1,0
Outros	9,4	1,4	3,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

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 ao litoral; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser a primeira vez que visitavam o litoral. 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 ao Litoral(%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Visita ao Litoral			
Primeira Vez	25,8	13,5	17,0
Mais de Uma Vez	74,2	86,5	83,0
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	90,6	95,6	94,2
Não	9,4	4,4	5,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Dos turistas consultados, apenas 17,0% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 83,0% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 94,2% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 17,6% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer deste ano (2003).

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2003	22,8	15,5	17,6
Em 2004	59,6	54,0	55,6
Em 2005	-	4,1	2,9
Em 2006	-	0,7	0,5
Em 2007	1,8	-	0,5
Sem Previsão	15,8	25,7	22,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Teresina (31,4%), Piri-piri (18,8%), Buriti dos Lopes e Cocal (12,5%), cada.

Tabela 17
Principais Municípios Visitados, Além do Litoral (*)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	31,2	1,5
Piri-piri	18,8	1,5
Cajueiro da Praia	6,2	1,0
Barras	6,2	2,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	31,4	11,3
Teresina	31,4	11,3
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	-	-
São Raimundo Nonato	-	-
Pólo Histórico-Cultural	-	-
Florianópolis	-	-
Oeiras	-	-
Pólo do Agronegócio	-	-
Uruçuí	-	-
Outros	37,4	1,8
Buriti dos Lopes	12,5	2,5
Cocal	12,5	1,5
Cocal de Telha	6,2	1,0
Luzilândia	6,2	2,0
Total	100,0	4,9

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

(*) Parnaíba e Luís Correia.

6 Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 18 mostra a avaliação do produto turístico consumido pelo visitante.

Tabela 18
Litoral do Piauí – Avaliação Geral dos Turistas(%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais (*)	41,1	50,2	7,2	0,5	1,0	82,6
Patrimônios Históricos	13,2	42,5	37,7	5,7	0,9	11,4
Manifestações Populares	7,0	35,1	42,1	15,8	0,0	-15,8
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	3,3	52,1	36,4	6,6	1,7	10,7
Passeios Oferecidos	11,8	61,4	22,0	3,1	1,6	46,5
Serviços Receptivos/Empresas	7,2	62,7	21,7	4,2	4,2	39,8
Hospitalidade do Povo (*)	31,4	60,1	5,8	1,3	1,3	83,1
Informação Turística	6,3	38,9	40,0	11,6	3,2	-9,6
Sinalização Turística	2,7	29,3	40,8	20,4	6,8	-36,0
Guias de Turismo	8,9	35,7	30,4	19,6	5,4	-10,8
Meios de Hospedagem	10,2	71,6	15,9	1,1	1,1	63,7
Bares e Restaurantes	7,0	60,8	23,6	4,5	4,0	35,7
Comércio/Compras	3,6	42,8	37,7	13,0	2,9	-7,2
Diversões Noturnas	5,3	44,2	29,2	15,0	6,2	-0,9
Serviços de Táxis	3,3	51,7	35,0	5,0	5,0	10,0
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	7,0	63,4	23,8	5,2	0,6	40,8
Sinalização Urbana	3,1	40,3	34,2	16,8	5,6	-13,2
Segurança Pública	4,3	38,8	35,1	14,9	6,9	-13,8
Limpeza Pública	6,1	33,0	39,6	12,7	8,5	-21,7
Ônibus Urbano	6,3	43,8	33,3	10,4	6,3	0,1
Terminal Marítimo/Fluvial	10,0	50,0	20,0	10,0	10,0	20,0
Terminal Rodoviário	2,6	41,9	38,7	12,9	3,9	-11,0
Aeroporto	20,0	20,0	20,0	40,0	0,0	-20,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (82,6%).

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 80,0%. No aspecto de Infra-Estrutura do Litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone – 40,8%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-36,0%), seguidos de limpeza pública (-21,7%) e aeroporto(-20,0%), e ainda segurança pública e sinalização urbana (-13,8% e -13,2%, respectivamente).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos(%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	6,3	2,5	3,6
Razoáveis	45,3	59,3	55,3
Elevados	45,3	34,4	37,5
Exorbitantes	3,1	3,8	3,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 41,1% dos entrevistados consideraram os preços elevados e exorbitantes, enquanto 55,3 % dos turistas acharam os preços razoáveis.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral, aparecem: praias (32,0%), clima (28,9%) e hospitalidade do povo piauiense (8,6%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	74,5
Beleza das Praias	32,0
Clima	28,9
Belezas Naturais	7,5
Lagoa do Portinho	3,3
Delta do Parnaíba	2,8
Infra-Estrutura Urbana	3,9
Tranqüilidade da Cidade	1,9
Infra-Estrutura	0,3
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	0,3
Serviço de Transporte	0,3
Beleza da Cidade	1,1
Infra-Estrutura Turística	9,2
Culinária	4,4
Lazer	0,3
Passeios	1,1
Restaurantes/Bares	1,4
Diversão Noturna	0,8
Aspectos Cultural/Histórico	0,6
Meios de Hospedagem	0,6
Educação, Informação e Comunicação	9,2
Hospitalidade do Povo	8,6
Amigos e Familiares	0,6
Comércio e Serviços	1,7
Comércio	0,6
Artesanato	0,8
Serviço de Saúde	0,3
Outros	1,5
Administração Pública	0,9
Tudo (cidade em geral)	0,6
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: preços elevados (17,7%), falta de limpeza pública (10,3%), falta de opção de lazer (8,7%) e sinalização urbana precária (8,0%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	5,2
Sujeira da Praia	2,3
Clima	2,3
Poluição Geral	0,6
Infra-Estrutura Urbana	29,8
Falta de Conservação das Rodovias	6,3
Transporte Coletivo Deficiente	1,7
Infra-Estrutura da Cidade	4,0
Falta de Segurança	6,3
Sinalização Urbana Precária	8,0
Falta de Conservação da Rodoviária	0,6
Calçamento Péssimo	2,3
Transporte Coletivo (preços)	0,6
Infra-Estrutura Turística	15,7
Falta de Opção de Lazer	8,7
Sinalização Turística	2,3
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	1,2
Poucas Opções de Restaurantes	0,6
Falta de Infra-Estrutura nas Praias	1,8
Falta de Investimento	1,1
Educação, Informação e Comunicação	9,8
Falta de Informações Turísticas	2,3
Despreparo no Relacionamento com o Turista	4,6
Falta de Hospitalidade	2,9
Comércio e Serviços	23,4
Preços Elevados	17,7
Atendimento nos Restaurantes	2,3
Comércio	2,2
Serviços de Transporte	1,2
Outros	16,1
Má-Administração Pública	1,2
Maus Tratos com Crianças	0,6
Desemprego (falta indústria)	2,9
Limpeza Pública	10,3
Marginalidade e Drogas	1,1
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2003.

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística no Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia) foi efetuada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do litoral, tais como: Rodoviárias, BRs e PIs. O levantamento de campo foi realizado no período de 24 a 30.11.2003, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 224 turistas receptivos.