

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística no Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)
Julho 2005**

Governo do Estado do Piauí**Governador:** José Wellington Barroso de Araújo Dias**Secretaria Estadual do Planejamento**

Secretário: Merlong Solano Nogueira

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí - CEPRO

Presidente: Oscar de Barros Sousa

Gerência de Estudos e Pesquisas Sócio-Econômicas

Carlos Ferreira Lima

Coordenação de Contas Regionais

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

Coordenação de Avaliação de Autarquias

Francisco Carvalho Chaves

Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Supervisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

Equipe Central de Elaboração**ELABORAÇÃO**

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

COORDENAÇÃO DE CAMPO

Vera Lúcia Sousa Araújo

SUPERVISÃO DE CAMPO

Sônia Maria Fernandes Soares

COLABORAÇÃO

Carlos Ferreira Lima

Lucia Maria Said Adad

Rosário de Fátima F. Bacelar

REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga

Luciana Maura Sales de Sousa

CHECAGEM DA REVISÃO

Eva Maria Evangelista Leal

Ilma Araújo Veras

Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

ENTREVISTADORES

Amparo Gardenha Guerra de Macêdo

Claudete Nascimento da Silva

Laércio Amorim Mendes

Lília Maria Pereira Cardoso

Luís Alberto Silva Ferreira

Maria da Cruz Silva

Maria de Jesus Lima de Souza

Maryanne de Macêdo Linhares

Muridan Silva Ferreira

Maria Luzirene

DIGITAÇÃO

Lucia Maria Said Adad

Paulo de Tarsio Pereira da Silva

DIAGRAMAÇÃO E GRÁFICOS

Alcides Luís Gomes da Silva

PROGRAMADOR

Eduyges Martins da Silva

SUMÁRIO

Apresentação

1	Procedência dos Turistas.....	05
2	Perfil dos Turistas	08
2.1	Aspectos pessoais.....	08
2.2	Aspectos econômico-financeiros	11
3	Meios de Transporte e de Hospedagem.....	13
4	Motivações e Atrativos da Viagem.....	14
5	Aspectos Espaciais.....	18
6	Avaliação Geral dos Turistas.....	19

APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

OSCAR DE BARROS SOUSA
Presidente da Fundação CEPRO

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em julho de 2005, os turistas que visitaram o Litoral do Piauí eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 98,4%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu a 1,6%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Origem	Geral (%)
Brasil	98,4
Exterior	1,6
Total	100,0

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

Os pólos emissores mais expressivos nesta pesquisa em nível internacional foram Espanha e Guiana Francesa, com 25,0% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Espanha	25,0
Guiana Francesa	25,0
Holanda	12,5
Israel	12,5
Suíça	12,5
França	12,5
Total	100,0

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

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (66,7%), Maranhão (9,4%), Distrito Federal (7,3%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o Litoral do Piauí: a região Nordeste, com 83,8%; a Centro-Oeste, 8,5%, e a Sudeste, com 5,1%.

Tabela 3
Residência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	2,2
Roraima	0,2
Pará	1,6
Amazonas	0,2
Tocantins	0,2
Nordeste	83,8
Piauí	66,7
Ceará	6,9
Maranhão	9,4
Bahia	0,2
Pernambuco	0,2
Rio Grande do Norte	0,4
Sudeste	5,1
São Paulo	3,3
Rio de Janeiro	1,2
Minas Gerais	0,6
Centro-Oeste	8,5
Distrito Federal	7,3
Goiás	1,2
Sul	0,4
Rio Grande do Sul	0,4
Total	100,0

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

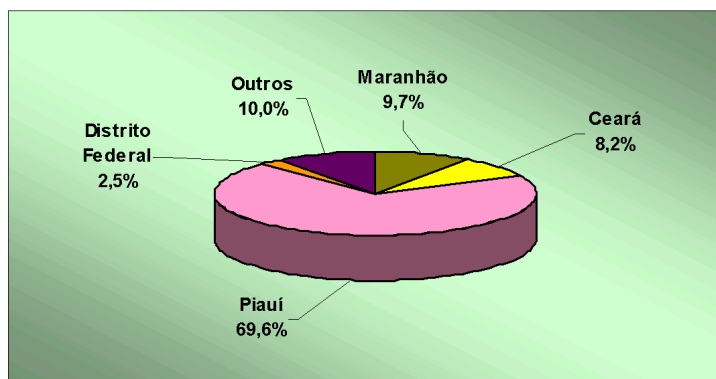
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 69,6%, seguido dos nascidos no Maranhão (9,7%) e Ceará (8,2%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	69,6
Maranhão	9,7
Ceará	8,2
Distrito Federal	2,5
São Paulo	1,8
Pará	1,6
Goiás	1,6
Minas Gerais	1,0
Rio de Janeiro	1,2
Outros	2,8
Total	100,0

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

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas

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, correspondendo a 61,6% no geral e a 69,5% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 51,7%.

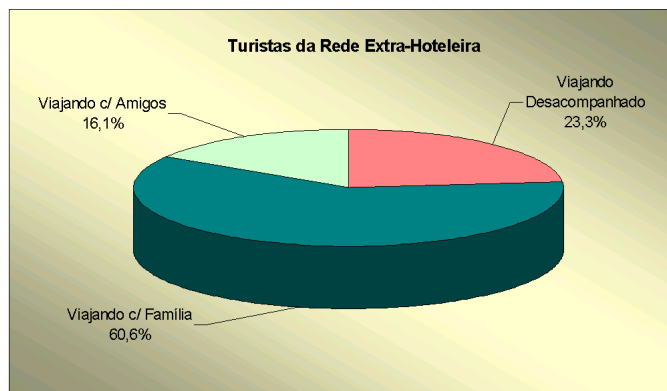
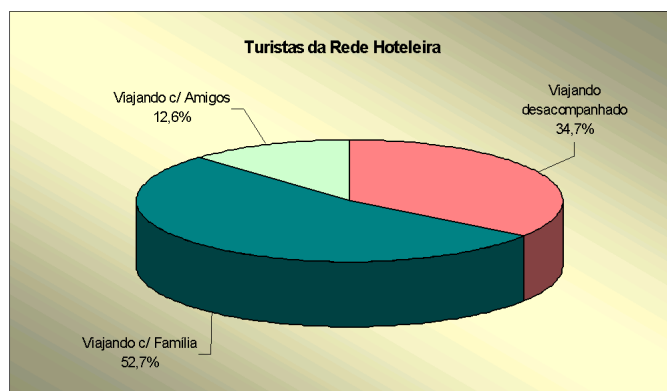
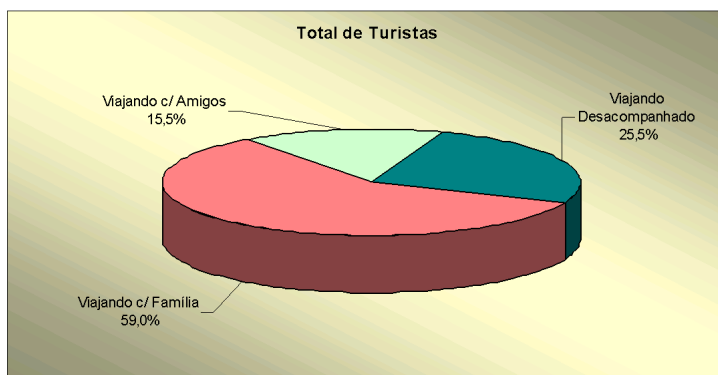
O percentual de turistas casados atingiu 51,2%. Dentre os entrevistados, 59,0% viajavam com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 52,7% viajam com família, entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaem aqueles que viajavam com a família, correspondendo a 60,6%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	69,5	59,8	61,6
Feminino	30,5	40,2	38,4
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	3,2	2,5	2,6
18 a 25 Anos	12,6	22,8	20,9
26 a 35 Anos	33,7	24,1	25,9
36 a 50 Anos	40,0	34,7	35,8
51 a 65 Anos	9,5	12,9	12,2
Acima de 65 Anos	1,0	3,0	2,6
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	7,4	7,9	7,8
Médio	26,3	38,5	36,1
Técnico	1,1	1,7	1,6
Superior	52,6	44,0	45,7
Pós graduação	12,6	4,4	6,0
Outros	-	3,5	2,8
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	49,4	51,5	51,2
Solteiro	42,1	41,7	41,8
Separado	4,2	3,2	3,4
Viúvo	3,2	1,0	1,4
Outros	1,1	2,6	2,2
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	34,7	23,3	25,5
Com a Família	52,7	60,6	59,0
Com Amigos	12,6	16,1	15,5
Em Excursão	-	-	-
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,6	3,2	3,1

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

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 1,4% dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência. Dos turistas que utilizaram a rede hoteleira 6,3% tiveram sua viagem organizada por agência; dos da rede extra-hoteleira apenas 0,2%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	6,3	0,2	1,4
Não	93,7	99,8	98,6
Total	100,0	100,0	100,0

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o funcionário público (18,3%), estudante (17,9%), comerciante (7,8%) e professor (7,2%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas(%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	20,0	17,9	18,3
Estudante	10,5	19,6	17,9
Comerciante	4,2	8,7	7,8
Professor	8,4	7,0	7,2
Aposentado	4,2	7,7	7,0
Rep. Comercial/Vendedor	7,4	3,7	4,4
Engenheiro	3,2	2,5	2,6
Empresário	5,3	2,0	2,6
Advogado	2,1	2,2	2,2
Técnico Nível Médio	3,2	2,0	2,2
Autônomo	2,1	2,0	2,0
Médico	1,1	2,2	2,0
Dona-de-Casa	1,1	1,7	1,6
Militar	1,1	1,7	1,6
Enfermeiro	1,1	1,7	1,6
Contador/Auditor	1,1	0,5	1,5
Empregada Doméstica	1,1	1,5	1,4
Bancário	-	1,5	1,2
Administrador	2,1	0,7	1,0
Outras	20,7	13,2	13,9
Total	100,0	100,0	100,0

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

2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram no Litoral do Piauí no mês de julho permaneceram, em média, 7,3 dias. Os turistas extra-hoteleiros, em média, 7,7 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 5,6 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 232,26, correspondendo a R\$ 31,82 per capita/dia, estando incluídas nestes gastos 2,7 pessoas.

Em relação aos turistas da rede extra-hoteleira a média de gastos foi de R\$ 228,63, correspondendo a R\$ 29,69 per capita/dia, incluídas 2,7 pessoas nestes gastos.

Para os turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 279,13, cerca de R\$ 49,84 per capita/dia, por estarem incluídas nestes gastos 2,4 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	5,6	7,7	7,3
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	669,90	617,31	627,10
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,4	2,7	2,7
Gasto per Capita (R\$)	279,13	228,63	232,26
Gasto per Capita/Dia (R\$)	49,84	29,69	31,82
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	3.036,18	2.504,87	2.614,30

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: hospedagem (20,7%) e alimentação(16,8%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas(%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	17,4	16,6	16,5
Alimentação	14,5	17,7	16,8
Compras	14,0	17,1	16,5
Hospedagem	25,0	18,7	20,7
Transporte	11,5	9,7	9,8
Outros	17,6	20,2	19,7
Total	100,0	100,0	100,0

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

A Tabela 10 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional				
Norte	2,2	7,3	454,69	62,29
Pará	1,6	9,1	318,75	35,02
Amazonas	0,2	10,0	800,00	80,00
Tocantins	0,2	7,0	500,00	71,43
Roraima	0,2	3,0	200,00	66,67
Nordeste	82,4	11,5	921,06	80,09
Maranhão	9,2	6,7	661,30	98,70
Piauí	65,6	6,7	506,83	75,64
Ceará	6,8	7,9	658,24	83,32
Pernambuco	0,2	10,0	1.200,00	120,00
Bahia	0,2	30,0	1.000,00	33,33
Rio Grande do Norte	0,4	7,5	1.500,00	200,00
Sudeste	5,0	7,0	900,55	128,65
Rio de Janeiro	1,2	10,5	998,33	95,08
São Paulo	3,2	6,9	960,00	139,13
Minas Gerais	0,6	3,7	743,33	200,90
Centro-Oeste	8,4	15,0	1.353,47	90,23
Goiás	1,2	17,0	1.745,00	102,65
Distrito Federal	7,2	12,9	961,94	74,56
Sul	0,4	8,0	801,00	100,13
Rio Grande do Sul	0,4	8,0	801,00	100,13
Internacional	1,6	2,2	308,8	140,36
Espanha	0,4	1,5	23,50	15,67
França	0,2	3,0	150,00	50,00
Guiana Francesa	0,4	1,5	325,00	216,67
Holanda	0,2	2,0	450,00	225,00
Israel	0,2	3,0	145,00	48,33
Suíça	0,2	2,0	755,00	377,50
Total	100,0	7,3	232,26	31,82

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

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **7,3** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 62,29**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **11,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 80,09**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **7,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 128,65**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **15,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 90,23**;

e) A região Sul revela uma permanência média de **8,0** dias e um gasto per capita/dia de **R\$ 100,13**.

3 Meio de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no Litoral do Piauí no mês de julho, 50,4% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (48,0%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	51,5	50,2	50,4
Automóvel	45,3	48,6	48,0
Avião	2,1	1,2	1,4
Outros	1,1	-	0,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 80,2%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 51,5% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 19,8%.

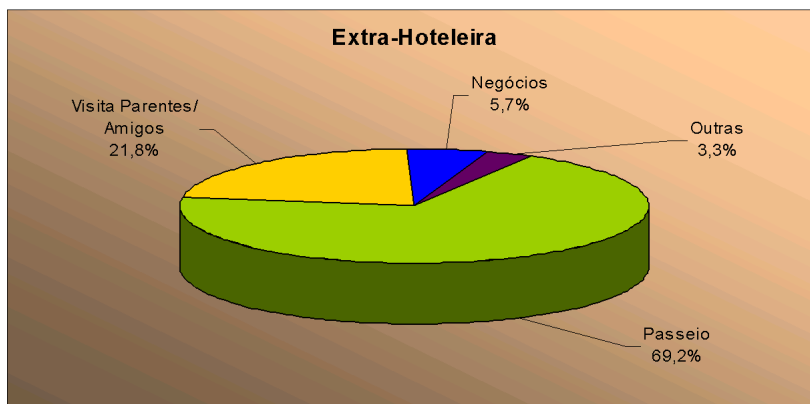
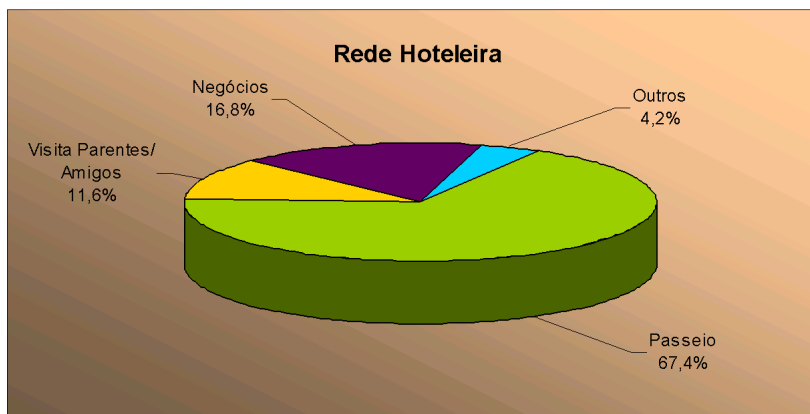
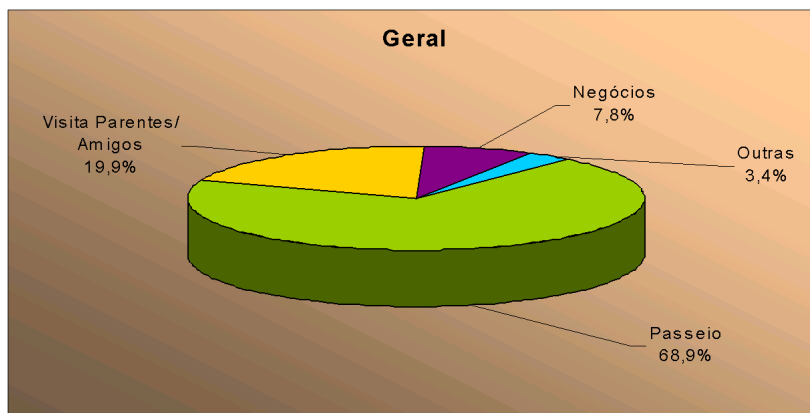
Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	19,8
Hotel	10,4
Flat / Apart-Hotel	-
Pousada	9,2
Pensão / Hospedaria	0,2
Rede Extra-Hoteleira	80,2
Casa / Apart. de Aluguel	2,2
Casa Própria	24,5
Casa Parentes/Amigos	51,5
Camping/Albergue	-
Outras	2,0
Total	100,0

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

4 Motivações e Atrativos da Viagem

De modo geral, por se tratar de uma região litorânea e de período de alta temporada, o principal motivo da viagem foi passeio (68,9%) , vindo em seguida visita parentes/amigos (19,9%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa maior relevância (67,4%), destaca-se, ainda, a participação no motivo negócio, com 16,8%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeios e visita a parentes/amigos sobressaíram, correspondendo a 69,2% e 21,8%, 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 93,3%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	95,3	92,8	93,3
Manifestações Populares	-	0,7	0,6
Patrimônio Histórico-Cultural	3,1	-	0,6
Compras	1,6	-	0,3
Outros	-	6,5	5,2
Total	100,0	100,0	100,0

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

O conhecimento prévio do local (75,8%) e os comentários de parentes/amigos (14,3%) 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	21,9	12,5	14,3
Já Conhecia o Local	56,2	80,3	75,8
Propaganda/Publicidade	7,8	0,7	2,0
Agência de Viagem	3,1	-	0,6
Internet	4,7	0,4	1,2
Outros	6,3	6,1	6,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar 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	35,8	9,2	14,3
Mais de Uma Vez	64,2	90,8	85,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	96,8	98,3	98,0
Não	3,2	1,7	2,0
Total	100,0	100,0	100,0

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

Dos turistas consultados, apenas 14,3% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 85,7% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 98,0% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 46,1% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer deste ano (2005).

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	33,7	48,8	46,1
Em 2006	27,2	30,6	29,9
Em 2007	2,2	2,3	2,3
Outras	1,1	0,6	0,6
Sem Previsão	35,8	17,7	21,1
Total	100,0	100,0	100,0

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

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destacam-se como ponto de atração para o visitante outro município do Estado, tais como: Piracuruca (23,4%) e Piriipiri (15,4%), Teresina (13,8%) e Campo Maior (12,3%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Litoral (*)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	40,3	3,9
Piracuruca	23,4	5,6
Pedro II	1,5	3,0
Piriipiri	15,4	3,2
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	26,1	3,0
Teresina	13,8	2,8
Campo Maior	12,3	3,1
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	7,7	4,0
São Raimundo Nonato	7,7	4,0
Pólo Histórico-Cultural	15,3	5,7
Amarante	1,5	7,0
Floriano	9,2	5,5
Oeiras	4,6	4,7
Pólo do Agronegócio	1,5	3,0
Bom Jesus	1,5	3,0
Outros	9,1	4,8
Água Branca	1,5	4,0
Brejo	4,6	5,0
Capitão de Campos	1,5	3,0
Luzilândia	1,5	7,0
Total	100,0	4,1

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

(*)Litoral igual a 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 (*)	52,2	40,2	4,8	0,2	0,0	87,3
Patrimônios Históricos	7,4	19,5	14,1	0,4	0,6	11,8
Manifestações Populares	2,8	9,6	4,6	1,4	1,4	5,0
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	3,2	13,3	12,4	5,8	2,4	-4,2
Passeios Oferecidos	6,4	22,9	15,9	3,0	2,6	7,8
Serviços Receptivos/Empresas	5,8	17,7	7,8	1,0	1,0	13,7
Hospitalidade do Povo	31,5	52,2	8,4	1,4	1,2	72,7
Informação Turística	5,2	12,7	15,3	7,0	3,0	-7,4
Sinalização Turística	4,4	16,1	28,7	11,6	7,6	-27,5
Guias de Turismo	1,6	6,8	8,6	4,2	4,2	-8,6
Meios de Hospedagem	5,2	20,3	4,2	0,4	1,4	19,5
Bares e Restaurantes	10,0	44,8	26,5	6,0	4,8	17,5
Comércio/Compras	6,4	39,6	17,3	2,4	1,6	24,7
Diversões Noturnas	9,2	22,2	20,5	6,6	4,0	0,2
Serviços de Táxis	2,4	9,0	6,0	1,8	2,6	1,0
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	18,1	50,0	8,6	0,8	1,0	57,6
Sinalização Urbana	6,6	42,8	28,1	5,2	4,2	11,8
Segurança Pública	16,9	52,4	19,1	4,0	3,8	42,4
Limpeza Pública	9,4	40,8	30,3	7,2	8,6	4,0
Ônibus Urbano	0,8	5,2	4,2	2,6	3,0	-3,8
Terminal Rodoviário	2,4	28,1	21,3	2,2	2,2	4,8
Aeroporto	0,2	1,4	0,8	0,0	0,4	0,4

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

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (87,3%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, nenhum item, de um total de 12 avaliados, obteve um índice de avaliação superior a 80,0%, mesmo o item hospitalidade do povo; atingiu apenas 72,7%. No aspecto de Infra-Estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone 57,6%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: Sinalização Turística (-27,5%), seguidos de Guias de Turismo (-8,6%), Informação Turística (-7,4%); e ainda Equipamentos de Lazer e Ônibus (-4,2% e -3,2%), de grande importância para o desenvolvimento do turismo.

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos(%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	7,4	1,7	2,8
Razoáveis	58,9	57,6	57,9
Elevados	23,2	28,5	27,5
Exorbitantes	10,5	12,5	11,8
Total	100,0	100,0	100,0

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 57,9% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 39,3 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: belezas naturais (45,2%), clima (16,1%) e hospitalidade do povo piauiense (8,0%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	65,7
Belezas Naturais	45,2
Clima	16,1
Lagoa do Portinho	2,5
Delta do Parnaíba	1,9
Infra-Estrutura Urbana	6,3
Tranqüilidade da Cidade	2,9
Paisagismo/Aspectos Urbanístico	1,0
Serviço de Transporte	0,5
Segurança Pública	1,9
Infra-Estrutura Turística	10,6
Culinária	2,2
Artesanato	0,3
Restaurantes/Bares	1,3
Diversão Noturna	4,1
Aspectos Cultural-Histórico	2,2
Meios de Hospedagem	0,5
Educação, Informação e Comunicação	12,0
Hospitalidade do Povo	8,0
Beleza Piauiense	1,4
Amigos e Familiares	2,6
Comércio e Serviços	2,1
Comércio	2,1
Outros	3,3
Administração Pública	2,1
Tudo (cidade em geral)	1,2
Total	100,0

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

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: falta de limpeza pública (14,6%); preços elevados (12,2%); sujeira nas praias (6,8%) e a falta de segurança (5,0%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	8,8
Sujeira da Praia	6,8
Clima	2,0
Infra-Estrutura Urbana	19,4
Falta de Conservação das Rodovias	5,4
Acesso ao Litoral	0,2
Infra-Estrutura da Cidade	2,6
Falta de Segurança	5,0
Sinalização Urbana Precária	2,0
Falta de Conservação da Rodoviária	0,2
Transporte Coletivo(preços)	4,0
Infra-Estrutura Turística	21,8
Falta de Opção de Lazer	6,0
Sinalização Turística	5,6
Falta de Investimento	2,4
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	7,2
Poucas Opções de Restaurantes	0,2
Guias de Turismo	0,4
Educação, Informação e Comunicação	2,6
Tradição Cultural	0,4
Despreparo no Relacionamento com o Turista	1,6
Educação no Trânsito	0,6
Comércio e Serviços	28,6
Preços Elevados	12,2
Atendimento nos Restaurantes	6,2
Comércio	2,2
Infra-estrutura – água – luz	5,8
Vôos	0,6
Serviço de Hotéis	0,8
Saúde	0,8
Outros	18,8
Pobreza (esmola)	0,6
Poluição Sonora	1,0
Desemprego(falta indústria)	0,2
Limpeza Pública	14,6
Mau Atendimento Geral	2,0
Administração Pública	0,6
Total	100,0

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

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 25 a 31 de julho de 2005, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 498 turistas receptivos.