

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

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

Vera Lúcia Sousa Araújo

**ELABORAÇÃO**

Dulcinéa Maria Carvalho L. Ferreira

Lúcia Maria Said Adad

**REVISÃO**

Almir Cassimiro Queiroga

Luciana Maura Sales de Sousa

**CHECAGEM DA REVISÃO**

Ilma Araújo Vêras e Silva

**CAPA**

Lis Melo

**ENTREVISTADORES**

Claudete Nascimento da Silva

Elissandra Souza Nunes

Francisco das Chagas Alves

Gabriela Queiroz do Rêgo

João Ferreira Neto

Laís Ribeiro Caldas

Luciana Ripardo

Luís Alberto Silva Ferreira

Maria de Jesus Lima de Souza

Sônia Maria Silva Coêlho

**DIGITAÇÃO**

Lúcia Maria Said Adad

**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.

Tal afirmativa apoia-se no interesse crescente demonstrado pelo público envolvido com o setor de turismo, destacando-se de modo substancial os estudantes e professores universitários.

O conjunto diversificado de informações aqui contempladas favorecem um traçado bem delineado do turista que visita o Litoral do Piauí, 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 julho de 2004, os turistas que visitaram o litoral do Piauí eram na totalidade de nacionalidade brasileira (100,0%).

**Tabela 1**  
**Procedência dos Turistas**

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Conforme a Tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (69,4%), Distrito Federal (8,8%), Maranhão (7,1%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o litoral do Piauí: a região Nordeste, com 84,2%; a Centro Oeste 10,6% e a Sudeste, com 2,6%.

**Tabela 3**  
**Procedência dos Turistas**

Regiões e Estados de Origem	(%)
<b>Norte</b>	<b>2,4</b>
Pará	2,0
Amapá	0,4
<b>Nordeste</b>	<b>84,2</b>
Piauí	69,4
Ceará	4,9
Maranhão	7,1
Bahia	0,6
Pernambuco	1,6
Rio Grande do Norte	0,2
Paraíba	0,2
Alagoas	0,2
<b>Sudeste</b>	<b>2,6</b>
São Paulo	0,8
Rio de Janeiro	1,2
Minas Gerais	0,6
<b>Centro-Oeste</b>	<b>10,6</b>
Distrito Federal	8,8
Goiás	1,8
<b>Sul</b>	<b>0,2</b>
Rio Grande do Sul	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2004.

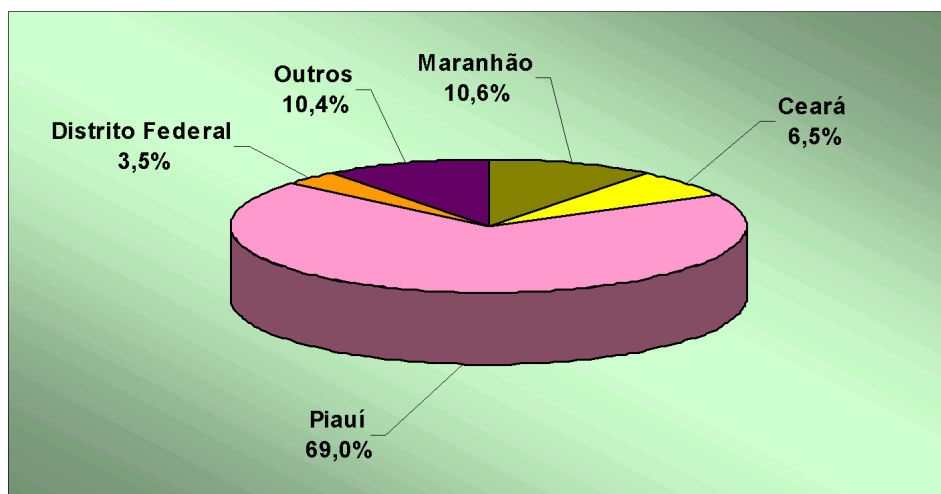
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 69,0%, seguido dos nascidos no Maranhão (10,6%) e Ceará (6,5%).

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

<b>Estados</b>	<b>(%)</b>
Piauí	69,0
Maranhão	10,6
Ceará	6,5
Distrito Federal	3,5
Pará	1,8
Pernambuco	1,2
Bahia	1,0
Minas Gerais	1,0
Rio de Janeiro	1,0
Outros	4,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2004.

**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 66,4% no geral e a 79,3% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 52,9%.

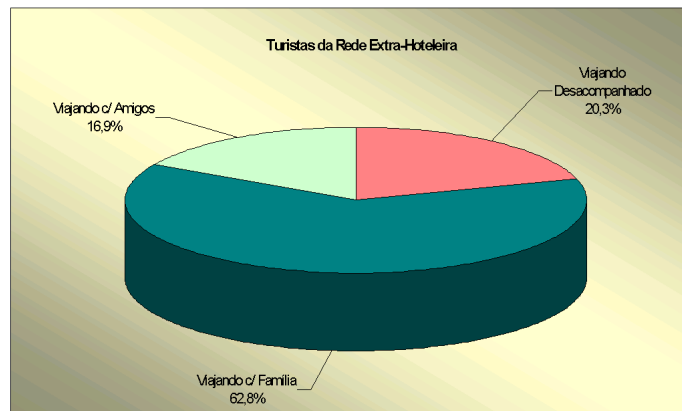
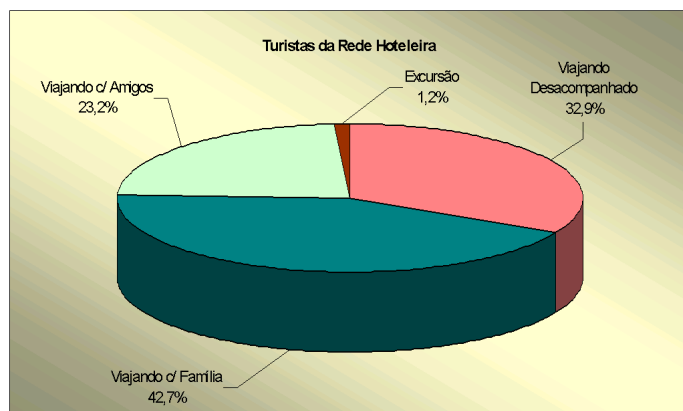
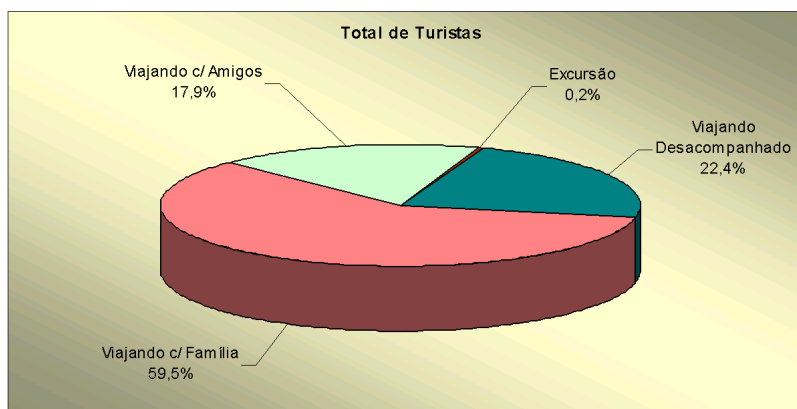
O percentual de turistas casados atingiu 57,7%. Dentre os entrevistados, 59,7% viajavam com família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 42,7% viajam com família, entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaem aqueles que viajavam com a família, correspondendo a 62,8%.

**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	79,3	64,0	66,4
Feminino	20,7	36,0	33,6
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Abaixo de 18 Anos	1,2	1,0	1,0
18 a 25 Anos	20,7	17,0	17,6
26 a 35 Anos	26,8	27,2	27,0
36 a 50 Anos	45,2	43,7	44,1
51 a 65 Anos	3,7	8,6	7,8
Acima de 65 Anos	2,4	2,5	2,5
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	3,7	7,6	6,9
Médio	34,1	36,9	36,5
Técnico	4,9	2,7	3,1
Superior	57,3	52,1	52,9
Outros	-	0,7	0,6
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Casado	52,4	58,8	57,7
Solteiro	37,8	34,6	35,2
Separado	3,7	3,4	3,5
Viúvo	2,4	2,7	2,6
Outros	3,7	0,5	1,0
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	32,9	20,3	22,4
Com a Família	42,7	62,8	59,7
Com Amigos	23,2	16,9	17,9
Em Excursão	1,2	-	-
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>3,1</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2004.

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



Verificou-se, ainda, que 1,6% dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência. Já os turistas que utilizaram a rede hoteleira (2,4%), tiveram sua viagem organizada por agência; e a rede extra-hoteleira em 1,5%.

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

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	2,4	1,5	1,6
Não	97,6	98,5	98,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.



De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o funcionário público (26,7%), estudante (12,8%) e aposentado (7,9%).

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

<b>Ocupação / Profissão</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Funcionário Público	24,4	27,2	26,7
Comerciante	3,7	6,6	6,3
Estudante	11,0	13,2	12,8
Aposentado	2,4	9,1	7,9
Advogado	2,4	2,5	2,4
Técnico nível médio	2,4	0,7	1,0
Autônomo	1,2	7,1	6,1
Rep. comercial/vendedor	19,5	5,1	7,6
Dona de casa	-	4,7	4,0
Engenheiro	1,2	1,5	1,4
Médico	1,2	1,5	1,4
Empresário	6,1	2,9	3,5
Professor	4,9	3,2	3,5
Secretário	-	2,1	1,8
Empregado de escritório	-	2,1	1,8
Bancário	-	2,9	1,4
Militar	3,7	2,5	2,6
Empregada doméstica	-	2,0	1,6
Outros	15,9	12,0	12,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

## 2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram no litoral do Piauí no mês de julho permaneceram, em média, 7,2 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 7,9 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,2 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$201,19, correspondendo a R\$ 27,80 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 236,18, cerca de R\$ 56,46 por dia, por estarem incluídas nestes gastos 2,5 pessoas.

**Tabela 8**  
**Informações Econômico-Financeiras**

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,2	7,9	7,2
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	596,21	584,87	585,99
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,5	3,0	2,9
Gasto per Capita (R\$)	236,18	195,19	201,19
Gasto per Capita/Dia (R\$)	56,46	24,88	27,80
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2234,65	1966,41	2007,06

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: diversões/passeios (30,1%), alimentação (24,0%), compras (16,7%) hospedagem (7,2%) e transporte (6,4%).

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

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	22,3	31,7	30,1
Alimentação	14,9	25,9	24,0
Compras	6,5	18,8	16,7
Hospedagem	38,2	0,9	7,2
Transporte	3,6	7,0	6,4
Outros	14,5	15,7	15,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

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

**Tabela 10**  
**Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores**

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto per Capita(R\$)	Gasto per Capita / Dia(R\$)
<b>Nacional</b>				
<b>Norte</b>	<b>2,4</b>	<b>23,5</b>	<b>451,79</b>	<b>19,22</b>
Pará	2,0	13,0	217,83	16,76
Amapá	0,4	76,0	2.333,33	30,70
<b>Nordeste</b>	<b>83,6</b>	<b>6,0</b>	<b>184,27</b>	<b>30,66</b>
Maranhão	7,1	6,7	228,55	34,19
Piauí	68,8	6,1	173,52	28,98
Ceará	4,9	4,5	256,09	57,44
Pernambuco	1,6	5,6	227,65	40,47
Bahia	0,6	4,7	222,22	47,62
Rio Grande do Norte	0,2	3,0	700,00	233,33
Alagoas	0,2	13,0	150,00	11,54
Paraíba	0,2	7,0	100,00	14,24
<b>Sudeste</b>	<b>2,8</b>	<b>8,1</b>	<b>187,50</b>	<b>23,03</b>
Rio de Janeiro	1,2	6,7	205,83	30,88
São Paulo	1,0	12,2	209,29	17,15
Minas Gerais	0,6	4,3	100,00	23,08
<b>Centro-Oeste</b>	<b>11,0</b>	<b>11,2</b>	<b>296,24</b>	<b>26,40</b>
Goiás	1,8	7,3	301,92	41,17
Distrito Federal	9,1	12,0	294,96	24,58
<b>Sul</b>	<b>0,2</b>	<b>90,0</b>	<b>600,00</b>	<b>6,67</b>
Rio Grande do Sul	0,2	90,0	600,00	6,67
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>7,2</b>	<b>201,19</b>	<b>27,80</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **23,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 19,22**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **6,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 30,66**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **8,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 23,03**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **11,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 26,40**;

e) A região Sul revela uma permanência média de **90,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 6,67**.

### 3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no litoral do Piauí no mês de julho, 51,1% utilizaram como principal meio de transporte o automóvel, vindo em seguida o (48,7%) .

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

<b>Meio de Transporte</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Ônibus	54,9	47,3	48,7
Automóvel	45,1	52,5	51,1
Avião	-	0,2	0,2
Outros	-	-	-
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 83,3%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 48,7% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 16,7%.

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

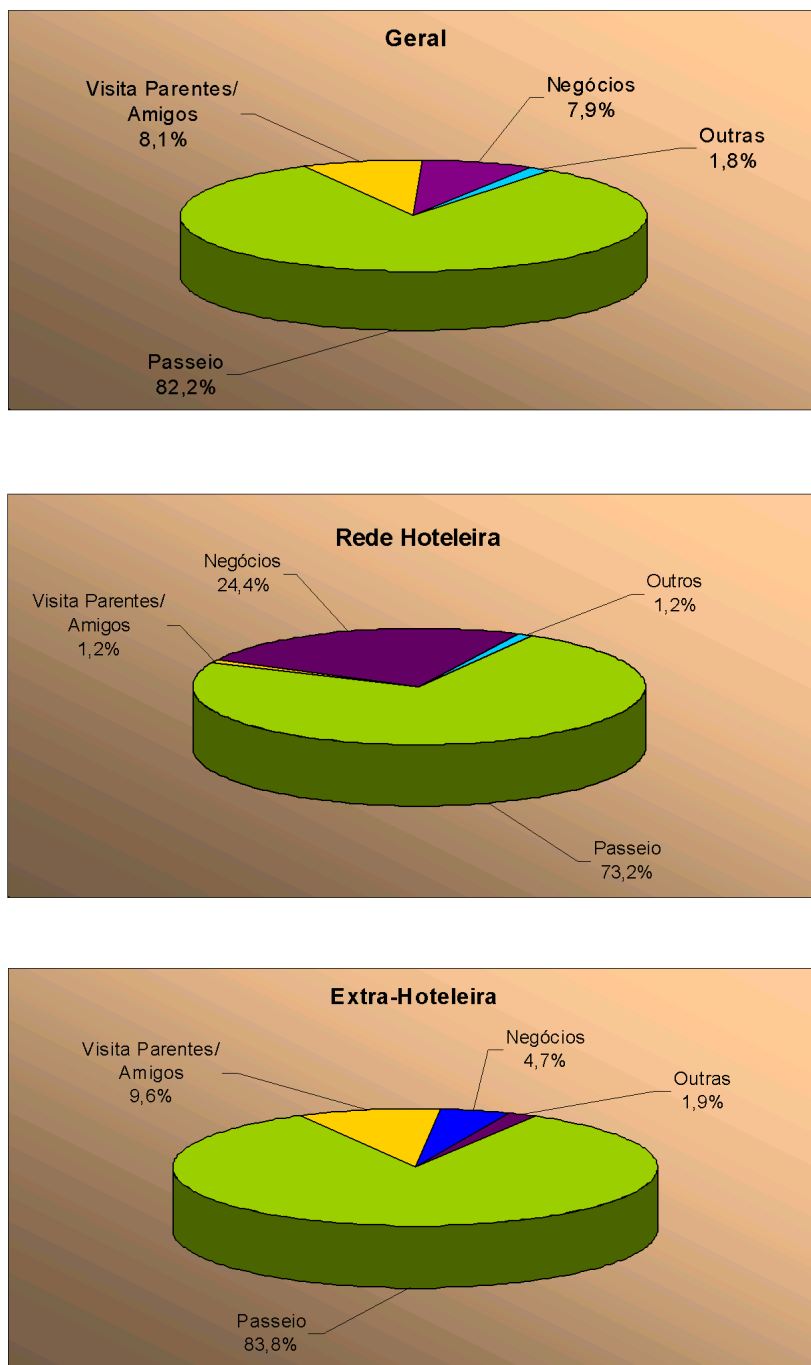
<b>Hospedagem</b>	<b>Geral</b>
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>16,7</b>
Hotel	8,8
Flat / Apart-Hotel	-
Pousada	7,1
Pensão / Hospedaria	0,8
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>83,3</b>
Casa / Apart. de Aluguel	1,6
Casa Própria	28,3
Casa Parentes/Amigos	48,7
Camping/Albergue	0,2
Outros	4,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004

#### **4 Motivações e Atrativos da Viagem**

De um modo geral, por se tratar de uma região litorânea e de período de alta temporada, o principal motivo da viagem foi passeio ( 82,2%) , vindo em seguida visita parentes/amigos (8,1%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa maior relevância, com (73,2%) destaca-se, ainda, a participação no motivo negócio, com 24,4%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeios e visita a parentes/amigos sobressaíram correspondendo a 83,8% e 9,6%, 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 91,0%.

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

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	96,6	90,0	91,0
Manifestações Populares	3,4	7,9	7,2
Outros	-	2,1	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

O conhecimento prévio do local (77,9%) e os comentários de parentes/amigos (15,6%) 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	22,0	14,5	15,6
Já Conhecia o Local	67,8	79,6	77,9
Propaganda/Publicidade	5,1	2,1	2,5
Agência de viagem	1,7	0,3	0,5
Internet	3,4	0,3	0,8
Outros	-	3,2	2,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar 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(%)**

<b>Especificação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
<b>Visita ao Litoral</b>			
Primeira Vez	21,5	11,3	13,0
Mais de Uma Vez	78,5	88,7	87,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Pretende Voltar ao Litoral</b>			
Sim	95,1	96,3	96,1
Não	4,9	3,7	3,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Dos turistas consultados, apenas 13,0% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 87,0% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,1% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 34,6% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer deste ano (2004).

**Tabela 16**  
**Quando Pretendem Voltar ao Litoral(%)**

<b>Previsão de Retorno</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Em 2004	34,7	34,9	34,6
Em 2005	26,9	37,8	36,2
Em 2006	5,1	3,5	3,8
Em 2007	-	0,5	0,4
Sem Previsão	33,3	23,3	25,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.



## 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: Cajueiro da Praia(16,7%).

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

<b>Municípios Visitados</b>	<b>Geral (%)</b>	<b>Permanência Média (dias)</b>
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>41,6</b>	<b>9,1</b>
Piracuruca	8,3	22,7
Cajueiro da Praia	16,7	1,7
Esperantina	2,8	15,0
Piripiri	8,3	10,7
Barras	5,5	5,5
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>16,7</b>	<b>3,8</b>
Teresina	11,1	5,3
Altos	2,8	1,0
Campo Maior	2,8	1,0
<b>Pólo das Origens – Turismo Arqueológico</b>	<b>2,8</b>	<b>2,0</b>
São Raimundo Nonato	2,8	2,0
<b>Pólo Histórico – Cultural</b>	<b>8,3</b>	<b>11,0</b>
Amarante	2,8	1,0
Floriano	5,5	16,0
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Uruçuí	-	-
<b>Outros</b>	<b>30,6</b>	<b>28,6</b>
Água Branca	2,8	2,0
Cocal	2,8	2,0
Guadalupe	2,8	90,0
Lagoa do Sítio	2,8	2,0
Monte Alegre do Piauí	5,5	1,0
Nossa Senhora do Nazaré	2,8	2,0
Picos	11,1	46,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

(\*)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
<b>Atrativos</b>						
Naturais (*)	30,8	57,3	11,3	0,4	0,2	76,2
Patrimônios Históricos	6,1	40,5	41,9	6,1	5,4	-6,8
Manifestações Populares	5,7	33,0	41,5	11,3	8,5	-22,6
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	6,2	49,0	33,0	10,3	1,5	10,4
Passeios Oferecidos	3,5	58,4	31,7	4,9	1,5	23,8
Serviços Receptivos/Empresas	8,3	42,7	33,8	12,1	3,1	2,0
Hospitalidade do Povo	20,1	67,1	9,2	2,2	1,4	74,4
Informação Turística	4,7	29,0	30,8	21,5	14,0	-32,6
Sinalização Turística	2,8	34,2	41,5	12,3	9,2	-26,0
Guias de Turismo	2,9	28,6	28,6	24,3	15,7	-37,1
Meios de Hospedagem	16,5	61,2	17,4	2,5	2,5	55,3
Bares e Restaurantes	4,5	44,5	39,4	6,6	4,9	-1,9
Comércio/Compras	2,6	40,4	43,3	7,6	6,1	-14,0
Diversões Noturnas	9,1	29,8	38,1	13,2	9,8	-22,2
Serviços de Táxis	5,5	30,8	40,7	17,6	5,5	-27,5
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações Correios/Fone	5,3	68,5	19,0	5,6	1,6	47,6
Sinalização Urbana	1,5	45,8	40,0	8,8	4,6	-6,1
Segurança Pública	3,4	49,8	33,4	9,9	3,4	6,5
Limpeza Pública	2,0	33,3	40,2	12,0	12,2	-29,1
Ônibus Urbano	3,9	32,4	37,3	20,6	5,9	-27,5
Terminal Marítimo/Fluvial	9,1	18,2	54,5	18,2	0,0	-45,4
Terminal Rodoviário	3,1	35,9	44,3	11,5	5,3	-22,1
Aeroporto	12,5	12,5	50,0	25,0	0,0	-50,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004

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

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (76,2%).

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; obteve apenas (74,4%). No aspecto de Infra-Estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone 47,6%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Os itens com os menores índices de avaliação foram: Aeroporto (-50,0%), seguidos de Terminal Marítimo/Fluvial (-45,4%) e Guias de Turismo(-37,1%);e ainda Limpeza Pública e ônibus (-29,1%)e (-27,5%) respectivamente.

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

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Baixos	3,6	1,2	1,6
Razoáveis	51,2	42,9	44,2
Elevados	35,4	46,8	45,0
Exorbitantes	9,8	9,1	9,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO- julho de 2004

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 54,2% dos entrevistados consideraram os preços elevados e exorbitantes, enquanto 44,2 % dos turistas acharam os preços razoáveis.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: praias (51,7%) clima (18,8%), belezas naturais (6,2%) e hospitalidade do povo piauiense (4,3%).

**Tabela 20**  
**Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>80,5</b>
Beleza das Praias	51,7
Clima	18,8
Belezas Naturais	6,2
Lagoa do Portinho	2,7
Delta do Parnaíba	1,1
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>5,3</b>
Tranqüilidade da Cidade	4,0
Paisagismo/aspectos urbanístico	0,5
Serviço de Transporte	0,2
Segurança Pública	0,6
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>5,7</b>
Culinária	1,7
Artesanato	0,5
Restaurantes/Bares	1,2
Diversão Noturna	1,0
Aspectos cultural/histórico	0,9
Meios de Hospedagem	0,4
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>6,6</b>
Hospitalidade do Povo	4,3
Beleza Piauiense	0,5
Amigos e Familiares	1,8
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>0,7</b>
Comércio	0,7
<b>Outros</b>	<b>1,2</b>
Administração pública	1,0
Tudo (cidade em geral)	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: falta de limpeza pública (20,0%); preços elevados(8,3%); falta de conservação das rodovias; sujeira nas praias e segurança com 6,1% cada um.

**Tabela 21**  
**Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas**

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>6,4</b>
Sujeira da Praia	6,1
Trânsito na praia	0,3
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>28,6</b>
Falta de Conservação das Rodovias	5,1
Acesso ao litoral	1,3
Infra-Estrutura da Cidade	5,4
Falta de Segurança	6,1
Sinalização Urbana Precária	2,2
Falta de Conservação da Rodoviária	4,1
Transporte coletivo(preços)	4,4
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>16,1</b>
Falta de Opção de Lazer	6,1
Sinalização Turística	3,8
Falta de Investimento	1,6
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	0,9
Poucas opções de restaurantes	2,5
Guias de Turismo	0,6
Culinária	0,6
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>1,2</b>
Tradição Cultural	0,3
Despreparo no Relacionamento com o Turista	0,3
Educação no Trânsito	0,3
Serviço comunicação	0,3
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>18,8</b>
Preços Elevados	8,3
Atendimento nos Restaurantes	5,7
Comércio	0,3
Saúde	2,9
Serviços de transporte	1,3
Serviço de hotéis	0,3
<b>Outros</b>	<b>28,9</b>
Pobreza (esmola)	1,3
Poluição Sonora	0,3
Desemprego(falta industria)	0,3
Limpeza Pública	20,0
Mal Atendimento Geral	2,9
Administração Pública	1,3
Tudo	2,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2004.

---

## 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 2004, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 493 turistas receptivos.