

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística no Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)
Janeiro 2004**

**Teresina - Piauí
Julho de 2004**

Governo do Estado do Piauí**Governador:** José Wellington Barroso de Araújo Dias**Secretaria Estadual do Planejamento****Secretário:** Merlong Solano Nogueira**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí - CEPRO****Presidente:** Marcelino de Oliveira Fonteles**Gerência de Estudos e Pesquisas Sócio-Econômicas****Carlos Ferreira Lima****Coordenação de Estudos Sócio-Econômicos e Pesquisa****João Ferreira Neto****Supervisão de Conjuntura e Pesquisa Turística****Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira****Supervisão de Publicações****Almir Cassimiro Queiroga****COORDENADORA****Dulcinéa Maria Carvalho L. Ferreira****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
Francisco das Chagas Alves
Gabriela Queiroz do Rêgo
Gisele Pereira Cardoso
Luciana Ripardo Alves
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

O presente Relatório da Pesquisa **Demanda Turística**, versão do litoral, abrangendo os Municípios de Parnaíba e Luís Correia, vem somar-se aos outros publicados, anteriormente, que, nesta etapa, está relacionado ao período de alta estação.

Nesta pesquisa algumas situações identificadas em campo são reveladoras para mostrar o que de mais importante ou não foi constatado, a fim de levar a informação ao público consumidor, quais sejam, empresários, comunidade acadêmica e estudantil, o governo e a população em geral.

Portanto, com relação à parte positiva, os turistas afirmaram a beleza dos atrativos naturais, embora contando com poucos serviços de infra-estrutura; em relação à situação contrária, observável na tabela 18, os visitantes apontaram uma avaliação abaixo da que foi verificada na pesquisa passada, o que pode servir de parâmetros de análise aos setores do trade turístico a necessidade de levar a efeito um programa de investimentos neste importante segmento da economia piauiense.

MARCELINO FONTELES
Presidente da Fundação CEPRO

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em janeiro de 2004, 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 – janeiro de 2004.

Os pólos emissores nesta pesquisa em nível internacional foram Argentina e Israel, com 50,0% cada.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Argentina	50,0
Israel	50,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Conforme a tabela 3, destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais os Estados Piauí (69,2%), Ceará (10,9%), Maranhão (8,3%) e o Distrito Federal e Pará, com 4,3% e 1,8%, respectivamente. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram, quanto ao fluxo de turistas para o litoral do Piauí: a região Nordeste, com 89,9%; a Centro-Oeste, 4,7%, e a Sudeste, com 3,2%.

Tabela 3
Procedência dos Turistas Nacionais

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	2,2
Pará	1,8
Rondônia	0,4
Nordeste	89,9
Piauí	69,2
Ceará	10,9
Maranhão	8,3
Bahia	0,7
Pernambuco	0,4
Rio Grande do Norte	0,4
Sudeste	3,2
São Paulo	2,5
Rio de Janeiro	0,7
Centro-Oeste	4,7
Distrito Federal	4,3
Goiás	0,4
Sul	-
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

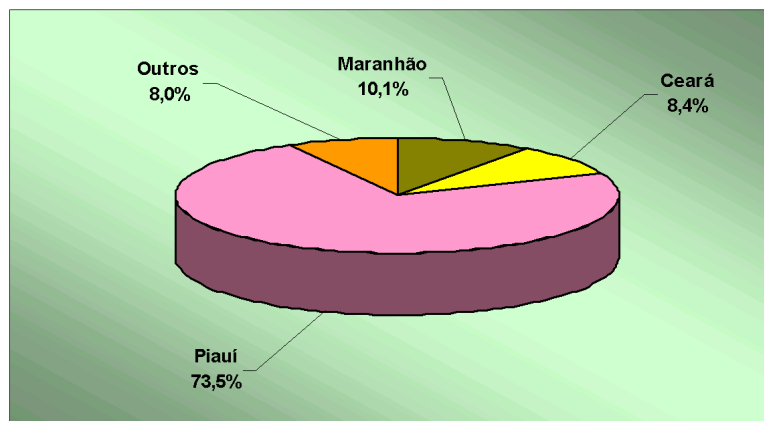
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 73,5%, seguido dos nascidos no Maranhão (10,1%) e Ceará (8,4%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
Piauí	73,5
Maranhão	10,1
Ceará	8,4
Distrito Federal	1,8
São Paulo	1,8
Pernambuco	1,1
Rio de Janeiro	1,1
Outros	2,2
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2 Perfil dos Turistas Entrevistados

2.1 Aspectos Pessoais

Observando-se a tabela 5, percebe-se que, entre os turistas que estiveram no litoral do Piauí, predominaram aqueles do sexo masculino, correspondendo a 61,5% no geral e a 81,8% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 53,4%.

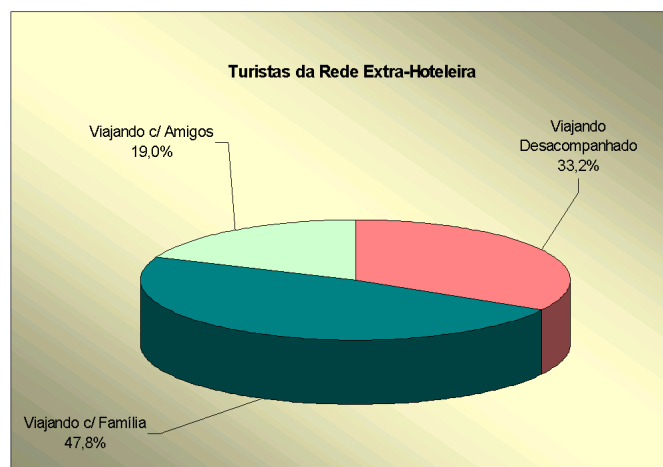
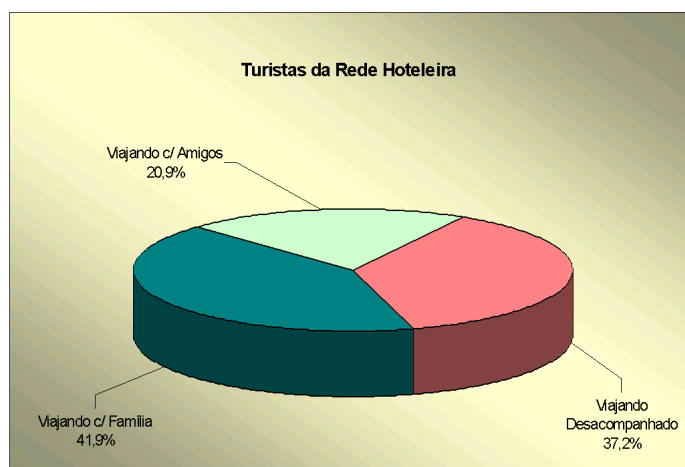
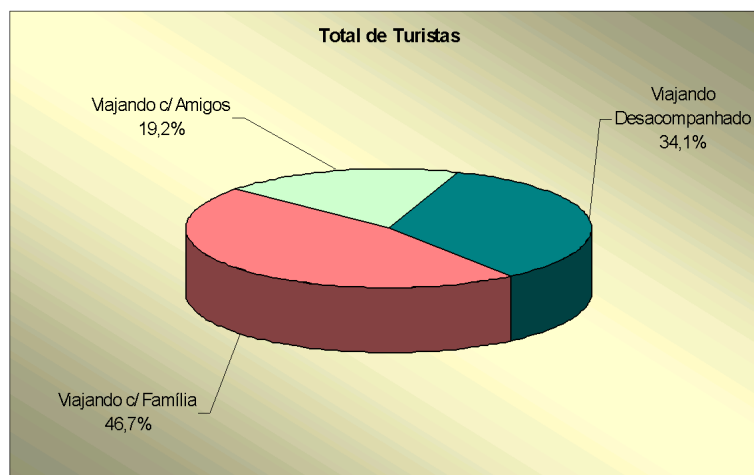
O percentual de turistas casados atingiu 61,6%. Dentre os entrevistados, 46,7% viajavam com família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 41,9% viajam com família, e entre os de hospedagem extra-hoteleira, sobressaem aqueles que viajavam com a família, correspondendo a 47,8%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	81,8	57,5	61,5
Feminino	18,2	42,5	38,5
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	1,7	1,4
18 a 25 Anos	7,1	9,4	9,1
26 a 35 Anos	38,1	32,2	33,3
36 a 50 Anos	50,0	46,4	46,7
51 a 65 Anos	4,8	6,4	6,2
Acima de 65 Anos	-	3,9	3,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	2,3	9,4	8,7
Médio	32,6	30,5	30,7
Técnico	2,3	7,3	6,5
Superior	62,8	51,9	53,4
Outros	-	0,9	0,7
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	58,1	62,1	61,6
Solteiro	34,9	34,1	34,1
Separado	4,7	3,0	3,3
Viúvo	-	0,8	0,7
Outros	2,3	-	0,3
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	37,2	33,2	34,1
Com a Família	41,9	47,8	46,7
Com Amigos	20,9	19,0	19,2
Em Excursão	-	-	-
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	2,4	2,7	2,7

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

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, 2,3% tiveram sua viagem organizada por agência; e a rede extra-hoteleira, em 0,9%.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência (%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	2,3	0,9	1,4
Não	97,7	99,1	98,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem funcionário público (18,4%), comerciante (8,3%), estudante (7,6%) e aposentado (6,5%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas (%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	14,0	19,3	18,4
Comerciante	4,7	9,0	8,3
Estudante	2,3	8,6	7,6
Aposentado	2,3	7,3	6,5
Rep. comercial/vendedor	14,0	5,2	6,5
Advogado	9,3	4,7	5,4
Técnico nível médio	9,3	3,9	4,7
Autônomo	-	4,7	4,7
Dona-de-casa	-	4,7	4,0
Engenheiro	7,0	3,0	3,6
Médico	4,7	3,0	3,2
Empresário	2,3	1,7	1,8
Professor	2,3	1,7	1,8
Secretário	-	2,1	1,8
Empregado de escritório	-	2,1	1,8
Bancário	2,3	1,3	1,4
Enfermeiro	-	1,7	1,4
Contador/auditor	2,3	1,3	1,4
Militar	-	1,7	1,4
Outros	23,2	13,0	14,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram no litoral do Piauí no mês de janeiro permaneceram, em média, 8,6 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 9,5 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,6 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$157,85, correspondendo a R\$18,40 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$203,21, cerca de R\$57,11 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	3,6	9,5	8,6
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	505,53	408,87	424,03
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,5	2,7	2,7
Gasto per Capita (R\$)	203,21	149,81	157,85
Gasto per Capita/Dia (R\$)	57,11	15,72	18,40
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2063,68	1575,61	1649,32

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: diversões/passeios (36,8%), alimentação (22,7%), compras (18,8%), hospedagem (8,4%) e transporte (7,0%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas (%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	29,5	38,8	36,8
Alimentação	14,0	25,0	22,7
Compras	11,9	20,5	18,8
Hospedagem	32,5	2,3	8,4
Transporte	8,4	6,7	7,0
Outros	3,7	6,7	6,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

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

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto Per Capita (R\$)	Gasto per Capita / Dia (R\$)
Nacional				
Norte	2,2	13,5	224,00	16,59
Pará	1,8	15,6	240,00	13,38
Rondônia	0,4	3,0	80,00	26,67
Nordeste	89,1	7,9	155,71	19,71
Maranhão	8,3	5,9	161,01	27,29
Piauí	68,5	8,2	154,67	18,86
Ceará	10,8	7,7	170,33	22,12
Pernambuco	0,4	4,0	250,00	62,50
Bahia	0,7	2,5	94,00	37,60
Rio Grande do Norte	0,4	4,0	100,00	25,00
Sudeste	3,2	12,9	198,55	15,39
Rio de Janeiro	0,7	5,0	175,00	35,00
São Paulo	2,5	15,1	203,00	13,44
Centro-Oeste	4,7	17,1	149,06	8,72
Goiás	0,4	3,0	100,00	33,33
Distrito Federal	4,3	18,3	156,07	8,53
Sul	0,0	0,0	0,0	0,00
Internacional	0,8	6,0	25,00	4,17
Argentina	0,4	10,0	0,00	0,00
Israel	0,4	2,0	25,00	12,50
Total	100,0	8,6	157,85	18,35

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **13,5** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$16,59**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **7,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$19,71**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **12,9** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$15,39**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **17,1** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 8,72**;

e) A região Sul não apresentou turista nesta pesquisa.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de **6,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$4,17**.

3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no litoral do Piauí no mês de janeiro, 52,0% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (48,0%) .

Tabela 11
Demanda Turística por Meios de Transporte (%)

Meios de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	37,2	54,5	52,0
Automóvel	62,8	45,5	48,0
Avião	-	-	-
Outros	-	-	-
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 84,4%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 63,4% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 15,6%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem (%)

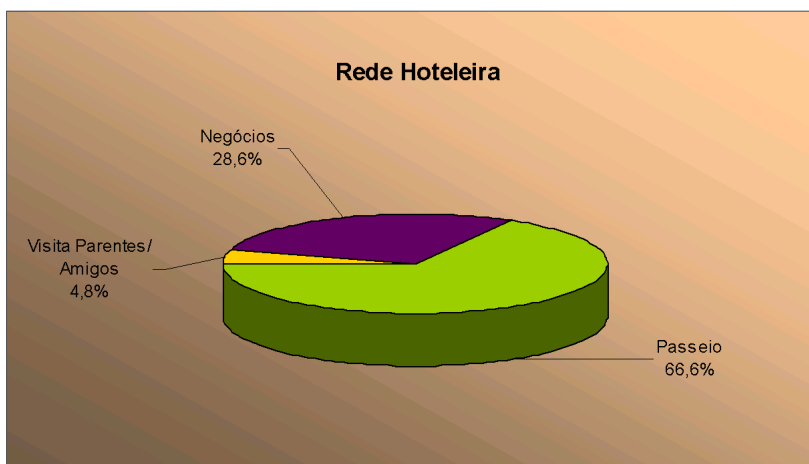
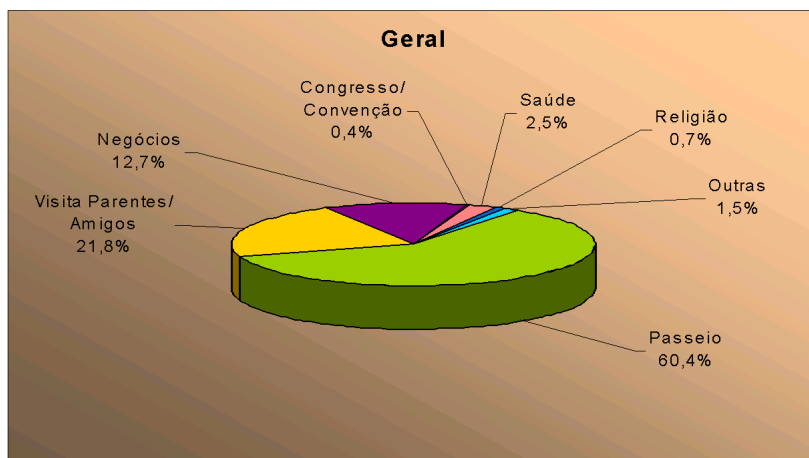
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	15,6
Hotel	5,8
Flat / Apart-Hotel	1,1
Pousada	8,3
Pensão / Hospedaria	0,4
Rede Extra-Hoteleira	84,4
Casa / Apart. de Aluguel	1,8
Casa Própria	15,9
Casa Parentes/Amigos	63,4
Camping/Albergue	0,4
Outros	2,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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 (60,4%) , vindo em seguida visita parentes/amigos (21,8%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa maior relevância, com 66,6%, destaca-se, ainda, a participação no motivo negócio, com 28,6%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como passeio e visita a parentes/amigos sobressaíram, correspondendo a 59,5% e 25,0%, 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 77,5%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio (%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	88,5	75,4	77,5
Manifestações Populares	11,5	21,0	19,5
Patrimônio Histórico	-	0,7	0,6
Outros	-	2,9	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

O conhecimento prévio do local (73,4%) e os comentários de parentes/amigos (22,8%) 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	15,4	24,2	22,8
Já Conhecia o Local	69,3	74,3	73,4
Propaganda/Publicidade	11,5	-	1,9
Agência de viagem	3,8	-	0,6
Internet	-	-	-
Outros	-	1,5	1,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar 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	16,7	3,1	5,3
Mais de Uma Vez	83,3	96,9	94,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	95,2	96,1	96,0
Não	4,8	3,9	4,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Dos turistas consultados, apenas 5,3% declararam ser a primeira vez que visitaram o litoral, enquanto 94,7% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 96,0% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 56,2% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer deste ano (2004).

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral (%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2004	56,4	56,1	56,2
Em 2005	15,4	18,4	17,9
Em 2006	-	-	-
Em 2007	-	0,4	0,4
Em 2008	-	0,4	0,4
Sem Previsão	28,2	24,7	25,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destaca-se como ponto de atração para o visitante outro município do Estado: Cajueiro da Praia (30,0%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Litoral (*)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	50,0	2,9
Cajueiro da Praia	30,0	1,7
Piracuruca	10,0	2,0
Esperantina	10,0	5,0
Pólo de Teresina – Eventos e Negócios	10,0	2,0
Teresina	10,0	2,0
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	-	-
São Raimundo Nonato	-	-
Pólo Histórico-Cultural	10,0	2,0
Amarante	10,0	2,0
Oeiras	-	-
Pólo do Agronegócio	-	-
Uruçuí	-	-
Outros	30,0	3,6
Barro Duro	10,0	2,0
Palmeirais	10,0	2,0
Regeneração	10,0	7,0
Total	100,0	2,6

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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
Atrativos						
Naturais (*)	50,9	42,7	5,2	1,1	0,0	87,3
Patrimônios Históricos	7,5	50,0	35,8	3,8	2,8	15,1
Manifestações Populares	3,4	50,6	33,3	11,5	1,1	8,1
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	1,6	57,6	29,6	6,4	4,8	18,4
Passeios Oferecidos	5,3	58,0	27,2	2,4	2,4	31,3
Serviços Receptivos/Empresas	4,7	38,3	35,9	10,9	10,2	-14,0
Hospitalidade do Povo	18,2	62,8	15,0	1,8	2,2	62,0
Informações Turísticas	1,6	19,7	31,1	32,8	14,8	-57,4
Sinalização Turística	0,7	15,1	44,7	27,0	12,5	-68,4
Guias de Turismo	0,0	28,5	20,5	10,3	48,7	-51,0
Meios de Hospedagem	14,3	60,7	16,1	5,4	3,6	49,9
Bares e Restaurantes	2,0	43,6	30,0	10,4	14,0	-8,8
Comércio/Compras	2,3	34,2	40,6	11,0	11,9	-27,0
Diversões Noturnas	7,9	31,7	34,8	16,5	9,1	-20,8
Serviços de Táxis	10,3	43,6	28,2	5,1	12,8	7,8
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	7,1	61,3	24,9	4,4	2,2	36,9
Sinalização Urbana	1,4	26,1	50,0	14,7	7,8	-45,0
Segurança Pública	6,5	30,9	42,7	15,3	4,6	-25,2
Limpeza Pública	1,9	21,6	36,1	25,3	15,2	-53,1
Ônibus Urbano	2,3	18,2	40,9	29,5	9,1	-59,0
Terminal Marítimo/Fluvial	0,0	25,0	37,5	12,5	25,0	-50,0
Terminal Rodoviário	0,7	28,4	42,6	14,9	13,5	-41,9
Aeroporto	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

(*) 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 (87,7%).

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 62,0%. No aspecto de Infra-Estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone 36,8%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-68,4%), seguida de ônibus urbano (-59,0%) e informações turísticas (-57,4%); e ainda limpeza pública e guias de turismo (-53,1% e -51,0% respectivamente).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos (%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Baixos	2,3	2,2	2,2
Razoáveis	55,8	49,3	50,2
Elevados	27,9	38,5	37,1
Exorbitantes	14,0	10,0	10,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO– janeiro de 2004.

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 47,6% dos entrevistados consideraram os preços elevados e exorbitantes, enquanto 50,2 % dos turistas acharam os preços razoáveis.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: praias (33,6%), clima (26,9%) e hospitalidade do povo piauiense (9,8%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	71,8
Beleza das Praias	33,6
Clima	26,9
Belezas Naturais	8,1
Delta do Parnaíba	2,1
Lagoa do Portinho	1,1
Infra-Estrutura Urbana	4,9
Tranqüilidade da Cidade	2,9
Segurança Pública	1,1
Sinalização Urbana	0,3
Paisagismo/Aspectos Urbanísticos	0,3
Serviço de Transporte	0,3
Infra-Estrutura Turística	8,5
Aspectos Cultural-Histórico	3,8
Culinária	1,4
Diversão Noturna	1,3
Pontos Turísticos	0,6
Restaurantes/Bares	0,6
Meios de Hospedagem	0,5
Passeios	0,3
Educação, Informação e Comunicação	11,7
Hospitalidade do Povo	9,8
Beleza Piauiense	1,4
Amigos e Familiares	0,5
Comércio e Serviços	1,4
Comércio	1,1
Serviços de Saúde	0,3
Outros	1,7
Administração Pública	1,4
Tudo (cidade em geral)	0,3
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro de 2004.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: falta de limpeza pública (18,8%), falta de conservação das rodovias (16,5%) e sujeira nas praias (8,6%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	9,8
Sujeira da Praia	8,6
Clima	0,8
Orla Marítima	0,4
Infra-Estrutura Urbana	29,8
Falta de Conservação das Rodovias	16,1
Falta de Segurança	3,9
Falta de Conservação da Rodoviária	2,4
Infra-Estrutura da Cidade	2,3
Sinalização Urbana Precária	1,9
Transporte Coletivo (preços)	1,6
Acesso ao Litoral	0,8
Calçamento Péssimo	0,8
Infra-Estrutura Turística	15,8
Falta de Opção de Lazer	6,7
Sinalização Turística	3,9
Exploração Turística	1,6
Falta de Investimentos	1,6
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	1,2
Poucas Opções de Restaurantes	0,8
Educação, Informação e Comunicação	2,0
Despreparo no Relacionamento com o Turista	0,8
Falta vôos para Parnaíba	0,4
Falta de Hospitalidade	0,4
Serviços de Comunicação	0,4
Comércio e Serviços	15,6
Preços Elevados	8,2
Atendimento nos Restaurantes	2,7
Saúde	2,3
Comércio	1,2
Serviços de Transporte	1,2
Outros	27,0
Limpeza Pública	18,8
Pernilongo	3,5
Mal Atendimento em Geral	2,7
Falta Divulgação do Artesanato	0,8
Pobreza (esmola)	0,4
Maus Tratos com Crianças	0,4
Desemprego (falta industria)	0,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – janeiro 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 14 a 20.02.2004 , tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 278 turistas receptivos.

Entretanto, para efeito de base de compreensão entre o período da pesquisa, que tem uma data certa para ser realizada, foi levado em consideração o mês de janeiro (alta estação) que consta em todas as tabelas deste trabalho.