

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

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística no Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)
Novembro 2002**

**Teresina - Piauí
Março de 2003**

Governo do Estado do Piauí
José Wellington Barroso de Araújo Dias

Secretaria Estadual do Planejamento

Secretário: Merlong Solano Nogueira

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí

Superintendente: Marcelino de Oliveira Fonteles

Departamento de Estudos Sócio-Econômicos

Carlos Ferreira Lima

Divisão de Contas Regionais

Joana D'arc Fortes Portela Barbosa

Divisão de Estudos e Pesquisas*

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Divisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

ELABORAÇÃO*

Carlos Ferreira Lima
Dulcinéa Maria Carvalho L. Ferreira
Gerson Portela Lima
Irismar Rosa da Silva N. Pantaleão
José Alcion de Oliveira Costa
Lúcia Maria Said Adad
Rosário de Fátima F. Bacelar
Vera Lúcia Sousa Araújo

ENTREVISTADORES

Claudete Nascimento da Silva
Conceição de Maria Veras Cardoso
Gabriela Queiroz do Rêgo
Giselle Pereira Cardoso
Josilene da Costa Carvalho
Liliana Madeira Carvalho
Luciana Ripardo Alves
Maria de Jesus Lima de Souza
Rosilene Pereira Góes
Sônia Maria Silva Coêlho

REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga

DIGITAÇÃO

Celso Gomes da Silva

CHECAGEM DA REVISÃO

Ilma Araújo Veras e Silva
Sandra Maria de Pádua Napoleão do Rego
Teresa Cristina Moura Araújo Nunes
Eva Maria Evangelista Leal

DIAGRAMAÇÃO E GRÁFICOS

Alcides Luís Gomes

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.....	17
6	Avaliação Geral dos Turistas.....	19

APRESENTAÇÃO

A Pesquisa "Demanda Turística" para os Municípios de Parnaíba e Luís Correia, através do presente relatório, tem o propósito de dar uma visão, a mais ampla possível, da situação em que se encontra a atividade turística no Litoral do Estado.

A Fundação CEPRO, com esta divulgação referente ao 2º relatório para a etapa de baixa estação, cujos dados foram obtidos no período de 30.11 a 06.12.2002, coloca à disposição da sociedade piauiense este manancial de informação turística que contribuirá para elevar o nível de conhecimento da população de tão importante setor da economia do Estado.

Marcelino de Oliveira Fonteles
Superintendente

Teresina, Março de 2003

1 Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em novembro de 2002, os turistas que visitaram o litoral do Piauí eram quase na totalidade de nacionalidade brasileira (97,6%). Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu apenas a 2,4%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	97,6
Exterior	2,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Os principais pólos emissores em nível internacional são: França, Itália e Espanha.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
França	58,0
Itália	21,0
Espanha	21,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De acordo com a Tabela 3 destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (41,1%), Ceará (16,9%), Maranhão (15,9%) e o Distrito Federal e Pará, ambos com 5,8%. No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para o litoral do Piauí: a região Nordeste, com 80,6%; a Norte, com 6,8%; e a Sudeste, com 4,7%.

Tabela 3
Procedência dos Turistas

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	6,8
Rondônia	-
Acre	-
Amazonas	-
Roraima	-
Pará	5,8
Amapá	1,0
Tocantins	-
Nordeste	80,6
Maranhão	15,9
Piauí	41,1
Ceará	16,9
Rio Grande do Norte	1,0
Paraíba	1,4
Pernambuco	2,4
Alagoas	0,5
Sergipe	-
Bahia	1,4
Sudeste	4,7
Minas Gerais	1,4
Espírito Santo	-
Rio de Janeiro	1,4
São Paulo	1,9
Centro-Oeste	6,3
Mato Grosso do Sul	-
Mato Grosso	-
Goiás	0,5
Distrito Federal	5,8
Sul	1,4
Paraná	1,4
Santa Catarina	-
Rio Grande do Sul	-
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - novembro de 2002.

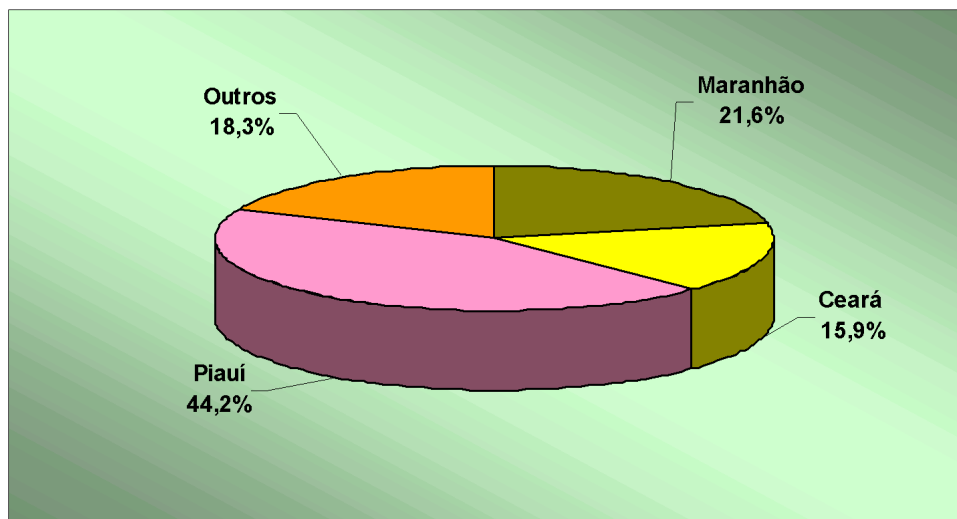
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciaram-se os Estados do Piauí, com um percentual de 44,2%; Maranhão (21,6%); Ceará (15,9); e Pará (4,8).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
. Piauí	44,2
. Maranhão	21,6
. Ceará	15,9
. Pará	4,8
. Pernambuco	2,4
. Minas Gerais	2,4
. São Paulo	1,9
. Rio de Janeiro	1,4
. Distrito Federal	1,0
. Outros	4,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - novembro de 2002.

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 65,1% no geral e a 76,4% na rede hoteleira.

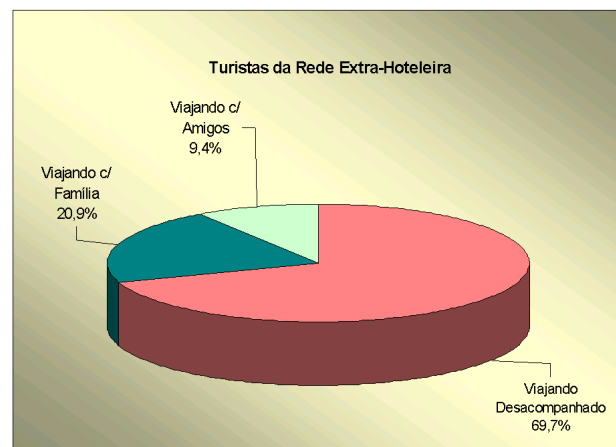
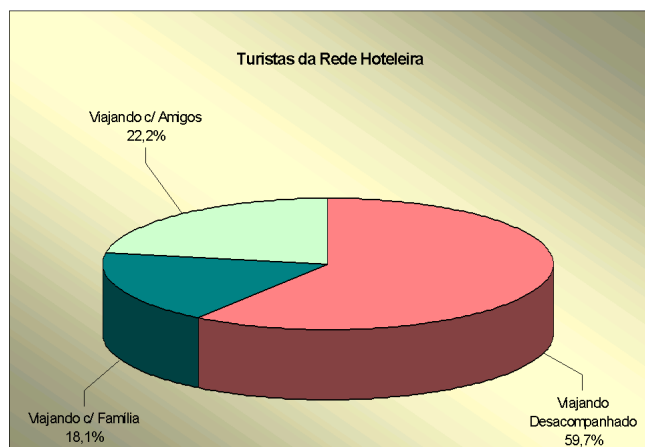
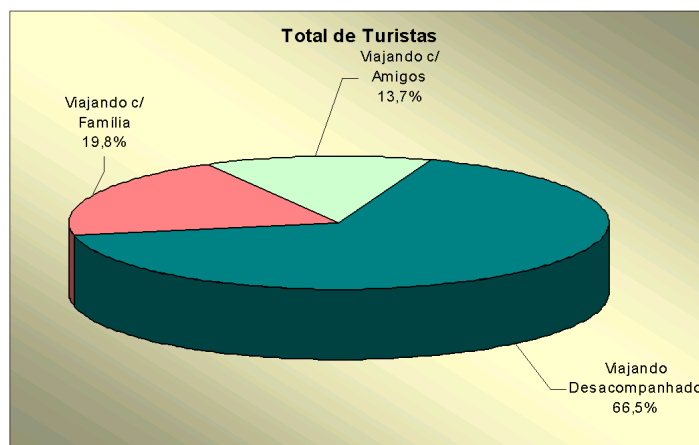
O percentual de turistas casados atingiu 46,2%. Dentre os entrevistados, 66,5% viajam desacompanhados e 19,8%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 59,7% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra-hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 69,7%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	76,4	59,0	65,1
Feminino	23,6	41,0	34,9
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	1,4	0,9
18 a 25 Anos	22,5	29,5	27,0
26 a 35 Anos	23,9	25,9	25,1
36 a 50 Anos	42,3	25,2	31,4
51 a 65 Anos	8,5	14,4	12,3
Acima de 65 Anos	2,8	3,6	3,3
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	12,5	23,7	19,8
Médio	41,6	49,0	46,2
Técnico	4,2	1,4	2,4
Superior	41,7	25,2	31,1
Outros	-	0,7	0,5
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Casado	48,6	44,6	46,2
Solteiro	45,8	44,6	44,8
Separado	5,6	5,8	5,7
Viúvo	-	5,0	3,3
Outros	-	-	-
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	59,7	69,7	66,5
Com a Família	18,1	9,4	19,8
Com Amigos	22,2	9,4	13,7
Em Excursão	-	-	-
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	1,6	1,4	1,5

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - novembro de 2002.

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 1,4% dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 2,8% dos entrevistados.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência(%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	2,8	0,7	1,4
Não	97,2	99,3	98,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o funcionário público (20,9%); o vendedor (14,7%) e o estudante (13,3%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas(%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Funcionário Público	29,2	16,7	20,9
. Vendedor	22,2	10,9	14,7
. Estudante	8,3	15,9	13,3
. Aposentado	2,8	12,3	9,0
. Comerciante	6,9	3,9	4,7
. Empresário	2,8	3,6	3,3
. Professor	1,4	2,2	2,4
. Comerciante	1,4	2,9	2,4
. Do Lar	-	2,9	1,9
. Técnico de Nível Médio	-	2,9	1,9
. Advogado	1,4	0,7	0,9
. Engenheiro	1,4	-	0,5
. Administrador	-	0,7	0,5
. Mecânico	-	0,7	0,5
. Outros	-	24,0	23,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

2.2 Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram no litoral do Piauí, no mês de novembro, permaneceram em média 8,2 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram em média 8,3 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 8,1 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$192,78, correspondendo a R\$ 23,49 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 199,12, cerca de R\$ 24,72 por dia, por estar incluída nestes gastos 1,5 pessoas

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	8,1	8,3	8,2
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	304,21	257,41	272,81
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,5	1,4	1,4
Gasto per Capita (R\$)	199,12	189,31	192,78
Gasto per Capita/Dia (R\$)	24,72	22,72	23,49
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2232,03	1317,66	1644,01

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: alimentação (21,4%), diversões/passeios (19,3%), hospedagem (18,6%), compras (14,2%) e transporte (7,5%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas(%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Alimentação	15,7	24,9	21,4
. Diversões / Passeios	8,3	26,3	19,3
. Hospedagem	41,1	4,2	18,6
. Compras	4,7	20,3	14,2
. Transporte	8,7	6,8	7,5
. Outros	21,2	17,5	19,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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\$)
Nacional				
Norte	6,6	9,4	318,58	33,79
Rondônia	-	-	-	-
Acre	-	-	-	-
Amazonas	-	-	-	-
Roraima	-	-	-	-
Pará	5,7	8,3	363,1	43,57
Amapá	0,9	16,0	120,00	7,50
Tocantins	-	-	-	-
Nordeste	78,8	7,6	159,76	21,03
Maranhão	15,6	6,7	123,00	18,28
Piauí	40,1	7,2	185,47	25,68
Ceará	16,5	4,2	126,84	30,20
Rio Grande do Norte	0,9	76,0	77,50	1,02
Paraíba	1,4	30,7	132,50	4,32
Pernambuco	2,4	2,5	170,75	68,30
Alagoas	0,5	1,0	45,00	45,00
Sergipe	-	-	-	-
Bahia	1,4	7,7	528,33	68,91
Sudeste	4,7	8,3	195,31	23,53
Minas Gerais	1,4	5,7	406,25	71,69
Espírito Santo	-	-	-	-
Rio de Janeiro	1,4	16,7	240,00	14,40
São Paulo	1,9	4,0	86,67	21,67
Centro-Oeste	6,1	17,8	415,67	23,29
Mato Grosso do Sul	-	-	-	-
Mato Grosso	-	-	-	-
Goiás	0,5	10,0	320,00	32,00
Distrito Federal	5,6	18,5	422,50	-
Sul	1,4	2,3	166,67	71,43
Paraná	1,4	2,3	166,67	71,43
Santa Catarina	-	-	-	-
Rio Grande do Sul	-	-	-	-
Internacional	2,4	3,4	552,00	162,35
França	1,4	4,3	816,67	188,46
Itália	0,5	3,0	300,00	100,00
Espanha	0,5	1,0	10,00	10,00
Outros	0,6	11,0	779,00	469,00
Total	100,0	8,2	192,78	23,49

a) A região Norte apresenta uma permanência média de 9,4 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 33,79;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de 7,6 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 21,03;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de 8,3 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 23,53;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de 17,8 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 23,29;

e) A região Sul aponta uma permanência média de 2,3 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 71,43;

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de 3,4 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 162,35.

3 Meios de Transporte e Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no litoral do Piauí no mês de novembro, 83,9% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (15,6%) .

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	72,2	89,9	83,9
Automóvel	26,4	10,1	15,6
Avião	-	-	-
Outros	1,4	-	0,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 66,0%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem, com 56,6% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 34,0%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

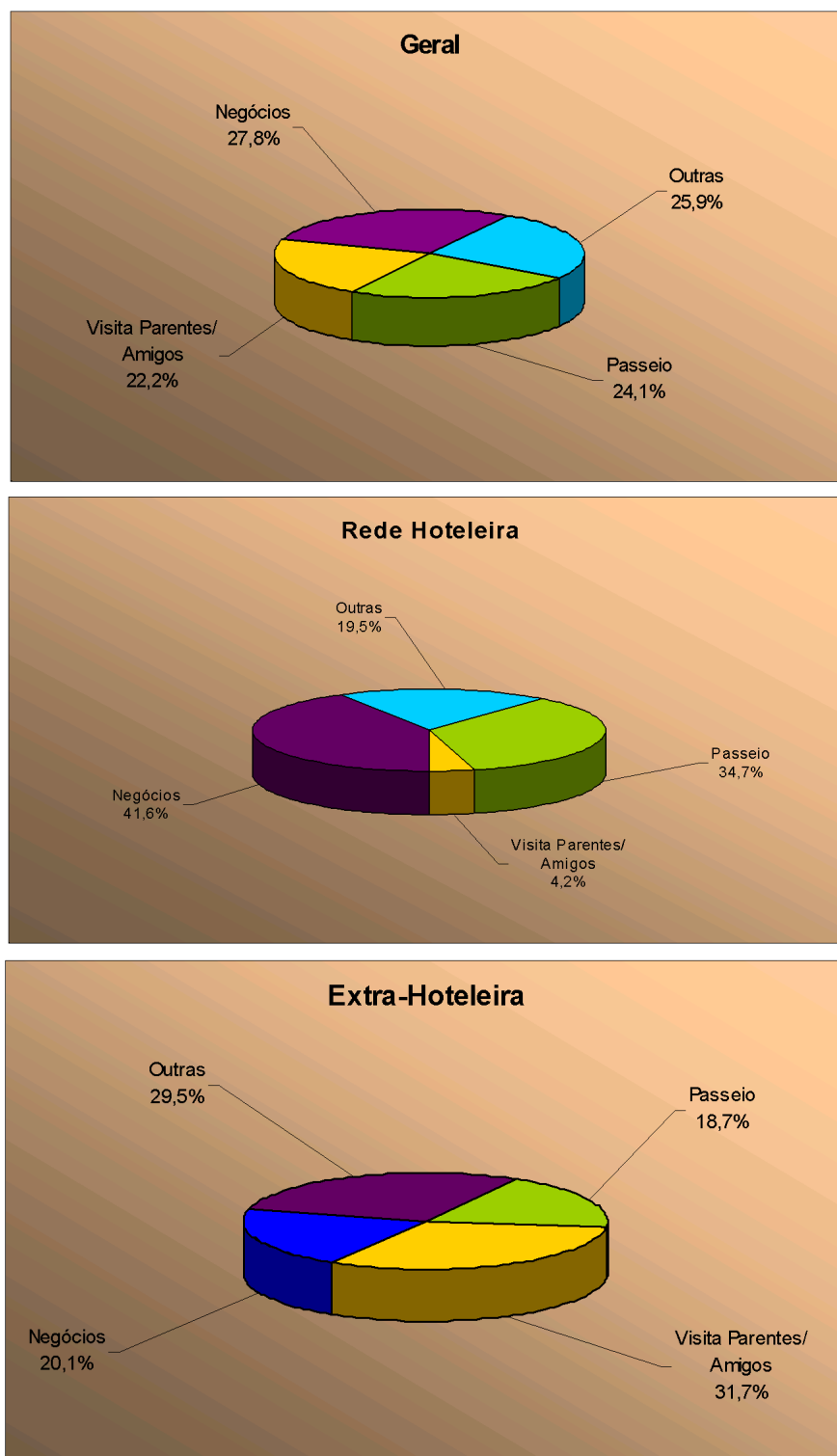
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	34,0
Hotel	14,2
Flat / Apart-Hotel	0,5
Pousada	19,3
Pensão / Hospedaria	-
Rede Extra-Hoteleira	66,0
Casa / Apart de Aluguel	0,9
Casa Própria	6,1
Casa Parentes/Amigos	56,6
Camping/Albergue	0,5
Outros	1,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002

4 Motivações e Atrativos da Viagem

De um modo geral, por se tratar de uma região litorânea e de período de baixa temporada, o principal motivo da viagem foi negócios (27,8%) , vindo em seguida de passeio (24,1%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo negócios também foi significativo (41,6%). Em se tratando dos turistas extra-hoteleiro, a motivação visitas a parentes / amigos e negócios sobressaíram correspondendo a (31,7%) e (20,1%), 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 94,0%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	88,0	100,0	94,0
Patrimônio Histórico	4,0	-	2,0
Manifestações Populares	4,0	-	2,0
Outros	4,0	-	2,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

O conhecimento prévio do local (72,5%) e os comentários de parentes/amigos (17,6%) 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	24,0	11,5	17,6
Já Conhecia o Local	60,0	84,7	72,5
Propaganda/Publicidade	8,0	3,8	5,9
Internet	4,0	-	2,0
Outros	4,0	-	2,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro 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 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	20,8	7,9	12,3
Mais de Uma Vez	79,2	92,1	87,7
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	90,3	97,0	95,3
Não	9,7	3,0	4,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Dos turistas consultados, apenas 12,3% declararam ser a primeira vez que visitam o litoral, enquanto 87,7% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 95,3% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 57,1% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer do próximo ano (2003).

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2002	9,1	16,2	13,8
Em 2003	59,1	55,9	57,1
Outros	1,5	0,7	1,0
Sem Previsão	30,3	27,2	28,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

5 Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Piri-piri(20,8%), Piracuruca (14,6%), Picos (10,4%) e Teresina (8,3%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Litoral (*)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	47,9	3,5
Piri-piri	20,8	9,9
Piracuruca	14,6	5,7
Esperantina	6,2	4,7
Pedro II	4,2	3,5
Barras	2,1	1,5
Pólo de Teresina– Eventos e Negócios	16,6	4,4
Teresina	8,3	5,4
Campo Maior	6,2	3,2
Altos	2,1	6,0
Pólo das Origens – Turismo Arqueológico	2,1	3,2
São Raimundo Nonato	2,1	3,5
Pólo Histórico - Cultural	8,3	5,8
Floriano	6,2	8,7
Oeiras	2,1	3,0
Pólo do Agronegócio	1,3	22,0
Uruçuí	2,1	2,0
Outros	25,1	8,5
Picos	10,4	9,4
Agricolândia	4,2	2,0
Boqueirão do Piauí	2,1	30,0
Alto Longá	2,1	10,0
Capitão de Campos	2,1	4,1
União	2,1	5,0
Total	100,0	6,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

(*)Litoral igual a Parnaíba e Luís Correia.

6 Avaliação Geral dos Turistas

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

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

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais (*)	23,9	66,2	8,0	1,4	0,5	80,2
Patrimônios Históricos	7,5	55,2	30,6	6,7	0,0	25,4
Manifestações Populares	1,8	54,5	23,6	12,7	7,3	12,7
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	8,1	57,0	31,4	2,3	1,2	30,2
Passeios Oferecidos	12,5	58,7	26,0	1,9	1,0	43,3
Serviços Receptivos/Empresas	9,6	49,3	30,8	6,2	4,1	17,8
Hospitalidade do Povo	29,5	59,8	8,1	1,7	0,9	78,6
Informação Turística	4,4	71,1	13,3	8,9	2,2	51,1
Sinalização Turística	1,4	40,8	31,0	19,7	7,0	-15,5
Guias de Turismo	0,0	82,1	10,7	3,6	3,6	64,2
Meios de Hospedagem	15,3	61,2	18,8	3,5	1,2	53,0
Bares e Restaurantes	6,9	54,2	29,6	6,9	2,5	22,1
Comércio/Compras	4,3	51,2	35,2	8,0	1,2	11,1
Diversões Noturnas	9,7	44,7	35,0	7,8	2,9	8,7
Serviços de Táxis	8,2	60,2	23,5	5,1	3,1	36,7
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	3,6	76,4	15,2	3,6	1,2	60,0
Sinalização Urbana	4,5	43,2	42,6	4,5	5,2	-4,6
Segurança Pública	1,9	44,0	37,0	10,2	6,9	-8,2
Limpeza Pública	2,1	49,2	35,7	7,1	5,9	2,6
Ônibus Urbano	3,2	52,7	29,0	8,6	6,5	11,8
Terminal Marítimo/Fluvial	0,0	68,8	21,9	9,4	0,0	37,5
Terminal Rodoviário	3,3	46,0	39,9	7,5	3,3	-1,4
Aeroporto	0,0	75,0	12,5	12,5	0,0	50,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002

(*) 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 (80,2%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de doze itens avaliados, obteve um índice de avaliação próximo a 80,0% (78,6%). No aspecto de infra-estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0% (no caso, 60,0%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: sinalização turística (-15,5%), segurança pública (-8,2%), sinalização urbana (-4,7%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos(%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Baixos	1,4	0,7	0,9
. Razoáveis	72,2	61,6	65,0
. Elevados	25,0	29,7	28,4
. Exorbitantes	1,4	8,0	5,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO– novembro de 2002

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 65,0% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 34,1 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: clima (28,6%), praias (27,3%) e hospitalidade do povo piauiense (12,8%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (continua)

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	63,2
. Clima	28,6
. Beleza das Praias	27,3
. Belezas Naturais	4,1
. Lagoa do Portinho	1,8
. Delta do Parnaíba	1,4
Infra-Estrutura Urbana	12,5
. Tranqüilidade da Cidade	5,0
. Infra-Estrutura	2,2
. Paisagismo	1,8
. Porto das Barcas	0,5
. Ruas Largas	0,5
. Aspectos Urbanístico	0,5
. Serviço Transporte	0,5
. Limpeza da Cidade	0,5
. Beira Rio	0,5
. Crescimento da Cidade	0,5
Infra-Estrutura Turística	6,0
. Restaurantes/Bares	2,3
. Culinária	1,4
. Diversão Noturna	0,9
. Lazer	0,9
. Meios de Hospedagem	0,5
Educação, Informação e Comunicação	13,3
. Hospitalidade do Povo	12,8
. Amigos e Familiares	0,5
Comércio e Serviços	2,3
. Comércio	2,3

Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (conclusão)

Aspectos Positivos	(%)
Outros	2,7
. Tudo (cidade em geral)	2,7
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: falta de limpeza pública (14,3%), falta de segurança (12,2%), transporte coletivo, preços elevados e atendimento nos restaurantes (6,1% cada).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (continua)

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	4,0
. Clima	2,0
. Sujeira da Praia	1,0
. Poluição Sonora	1,0
Infra-Estrutura Urbana	47,7
. Falta de Limpeza Pública	14,3
. Falta de Segurança	12,2
. Transporte Coletivo Deficiente	6,1
. Sinalização Urbana Precária	4,1
. Falta de Conservação das Rodovias	3,0
. Mercado/Feira	2,0
. Falta de Conservação da Rodoviária	2,0
. Calçamento Péssimo	1,0
. Estrutura do Aeroporto	1,0
. Iluminação Pública	1,0
. Atendimento na Rodoviária	1,0
Infra-Estrutura Turística	14,1
. Falta de Opção de Lazer	5,1
. Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	3,0
. Serviço dos Hotéis	2,0
. Sinalização Turística	2,0
. Pontos Turísticos	1,0
. Meios de Hospedagem	1,0

Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (conclusão)

Aspectos Negativos	(%)
Educação, Informação e Comunicação	9,1
. Falta de Solidariedade das Pessoas	5,1
. Falta de Informações Turísticas	2,0
. Despreparo no Relacionamento com o Turista	2,0
. Serviço de Comunicação	0,8
Comércio e Serviços	17,3
. Preços Elevados	6,1
. Atendimento nos Restaurantes	6,1
. Atendimento Bancário	3,1
. Serviços de Saúde	1,0
. Serviço de Mototáxi	1,0
Outros	7,8
. Tudo	2,8
. Pernilongos	2,0
. Pobreza / Mendicância (esmolas)	1,0
. Má Administração Pública	1,0
. Diferença social	1,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – novembro de 2002.

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística no Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia) foi realizada 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 31.11 a 06.12. 2002, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, o total de 254 turistas receptivos.