

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

**Relatório de Pesquisa  
Demanda Turística de São Raimundo  
Nonato/PI  
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**  
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**

**COORDENADOR**  
Gerson Portela Lima

**SUPERVISORA**  
Sônia Maria Ribeiro Feitosa

**ELABORAÇÃO**  
Dulcinéa Maria Carvalho L. Ferreira  
Lucia Maria Said Adad

**REVISÃO**  
Almir Cassimiro Queiroga  
Luciana Maura Sales de Sousa

**CHECAGEM DA REVISÃO**  
Eva Maria Evangelista Leal  
Ilma Araújo Vêras e Silva  
Teresa Cristina Moura Araújo Nunes

**ENTREVISTADORES**  
Ana Alice Alves Paes  
Élida Maria F. de Carvalho (PIEMTUR)  
Francinaldo Pereira dos Santos  
Laurenice da Mata Lima Oliveira  
Mário Ribeiro dos Santos Filho  
Neiva Ribeiro dos Santos  
Rogéria Pereira Vasconcelos de Sousa

**DIGITAÇÃO**  
Lucia Maria Said Adad  
Paulo de Társio 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.....	17
6	Avaliação Geral dos Turistas.....	18

---

## 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 São Raimundo Nonato eram, predominantemente, de origem brasileira, com representatividade de 99,1%. Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice foi inexpressivo, correspondendo apenas a 0,9%.

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

<b>Origem</b>	<b>Geral (%)</b>
Brasil	99,1
Exterior	0,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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

O pólo emissor nesta pesquisa em nível internacional foi a Holanda, com 100%.

**Tabela 2**  
**Residência dos Turistas Internacionais**

<b>Países</b>	<b>(%)</b>
Holanda	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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 (57,4%), São Paulo (17,6%) e Distrito Federal (9,3%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para São Raimundo Nonato: a região Nordeste, com 68,3%, e a região Sudeste, com 18,9%.

**Tabela 3**  
**Residência dos Turistas Nacionais**

<b>Regiões e Estados de Origem</b>	<b>(%)</b>
<b>Norte</b>	<b>0,4</b>
Pará	0,4
<b>Nordeste</b>	<b>68,3</b>
Piauí	57,4
Ceará	2,6
Maranhão	1,8
Bahia	3,1
Pernambuco	2,6
Rio Grande do Norte	0,4
Paraíba	0,4
<b>Sudeste</b>	<b>18,9</b>
São Paulo	17,6
Rio de Janeiro	0,4
Minas Gerais	0,9
<b>Centro-Oeste</b>	<b>11,1</b>
Distrito Federal	9,3
Goiás	1,8
<b>Sul</b>	<b>1,3</b>
Rio Grande do Sul	1,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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

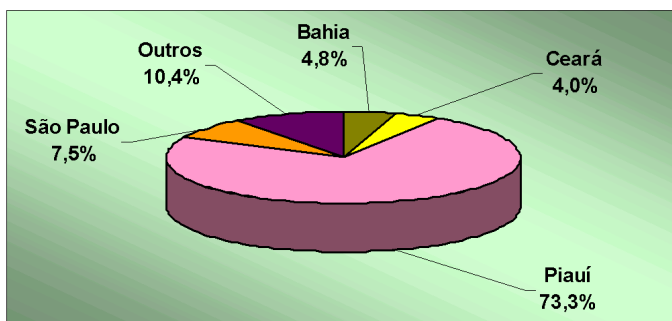
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciou-se que a maioria é piauiense, com um percentual de 73,3%, seguido dos nascidos em São Paulo (7,5%), Bahia (4,8%) e Ceará (4,0%).

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

Estados	(%)
Piauí	73,3
Maranhão	2,6
Ceará	4,0
Bahia	4,8
São Paulo	7,5
Paraná	0,9
Pernambuco	2,2
Minas Gerais	0,9
Rio de Janeiro	0,9
Rio Grande do Sul	0,9
Outros	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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 em São Raimundo Nonato, predominaram aqueles do sexo masculino, o que corresponde a 59,0% no geral e a 65,5% na rede hoteleira. Os turistas portadores de curso superior representam 48,9%.

O percentual de turistas casados atingiu 49,8%. Dentre os entrevistados, 34,9% viajavam desacompanhados. Dos entrevistados que utilizaram a rede hoteleira, 38,8% viajavam em excursão; entre os de hospedagem extra-hoteleira sobressaíram aqueles que viajavam desacompanhados, correspondendo a 42,5%.

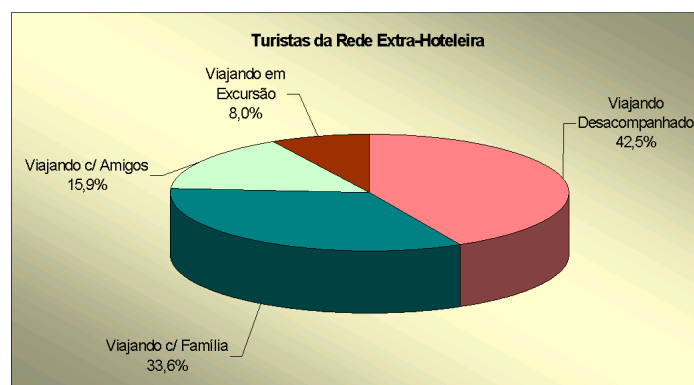
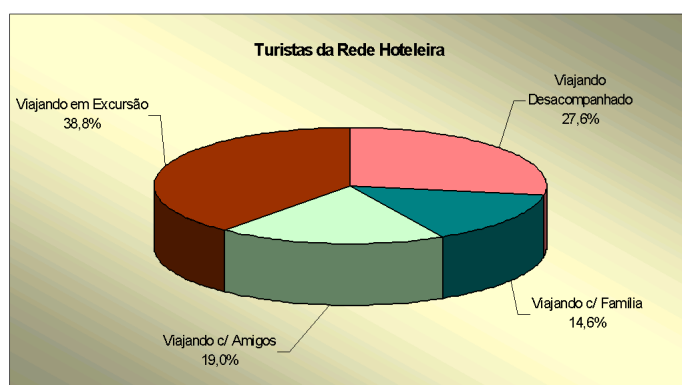
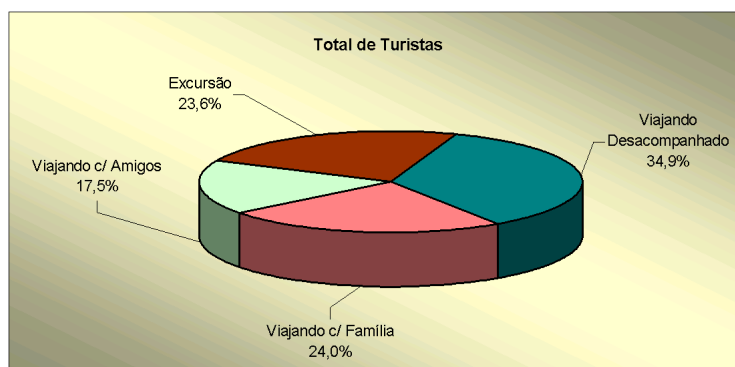
**Tabela 5**  
**Perfil dos Turistas (%)**

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Masculino	65,5	52,2	59,0
Feminino	34,5	47,8	41,0
<b>Faixa Etária</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Abaixo de 18 Anos	0,9	5,3	3,1
18 a 25 Anos	23,3	35,4	29,3
26 a 35 Anos	30,2	20,4	25,3
36 a 50 Anos	35,2	27,4	31,4
51 a 65 Anos	9,5	8,8	9,2
Acima de 65 Anos	0,9	2,7	1,7
<b>Nível de Escolaridade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Fundamental	8,6	26,5	17,5
Médio	23,3	39,0	31,0
Técnico	0,9	0,9	0,9
Superior	57,6	27,4	42,8
(Pós-graduação)	8,7	3,5	6,1
Outros	0,9	2,7	1,7
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Casado	44,8	54,8	49,8
Solteiro	44,8	38,9	41,9
Separado	6,0	2,7	4,4
Viúvo	3,4	2,7	3,0
Outros	1,0	0,9	0,9
<b>Nível de Sociabilidade</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Viajando Desacompanhado	27,6	42,5	34,9
Com a Família	14,6	33,6	24,0
Com Amigos	19,0	15,9	17,5
Em Excursão	38,8	8,0	23,6
<b>Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado</b>	<b>11,0</b>	<b>5,4</b>	<b>8,2</b>

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



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



Verificou-se, ainda, que 4,4% dos entrevistados tiveram sua viagem organizada por agência. Já os turistas que utilizaram a rede hoteleira (6,0%), tiveram sua viagem organizada por agência e os da rede extra-hoteleira em 2,7%.

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

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	6,0	2,7	4,4
Não	94,0	97,3	95,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o estudante (20,3%), professor (14,0%), representante comercial/vendedor (10,5%) e funcionário público (8,3%).

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

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Funcionário Público	8,6	8,0	8,3
Comerciante	1,7	7,1	4,4
Estudante	21,6	18,6	20,3
Aposentado	0,0	3,5	1,7
Advogado	3,4	2,2	1,7
Autônomo	0,9	2,7	1,7
Rep. Comercial/Vendedor	16,3	4,5	10,5
Dona-de-Casa	1,7	3,5	2,6
Engenheiro	5,2	0,0	2,6
Médico	1,1	2,2	2,0
Motorista	1,7	6,2	3,9
Professor	14,7	13,3	14,0
Fazendeiro	1,7	0,9	1,3
Comerciário	1,7	0,9	1,3
Empregada Doméstica	0,0	4,4	2,2
Outras	20,8	26,4	23,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

## 2.2 Aspectos econômico-financeiros

Os turistas que estiveram em São Raimundo Nonato no mês de julho permaneceram, em média, 8,6 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram, em média, 13,6 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 3,7 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$ 201,24, correspondendo a R\$ 23,40 por dia, incluída nestes gastos 1,42 pessoa.

Na rede extra-hoteleira, a média destes gastos foi de R\$ 196,33 por turista, equivalendo a R\$ 13,56 per capita/dia, incluída 1,53 pessoa.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 206,20, cerca de R\$ 55,73 per capita/dia, por estarem incluídas nestes gastos 1,32 pessoa.

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

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	3,70	13,6	8,60
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	272,17	300,39	285,76
Pessoas Incluídas nos Gastos	1,32	1,53	1,42
Gasto per Capita (R\$)	206,20	196,33	201,24
Gasto per Capita/Dia (R\$)	55,73	14,43	23,40
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.485,11	1.082,81	1.779,61

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

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: compras (20,0%), transportes (19,5%) e diversões (15,2%).

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

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Diversões / Passeios	13,3	17,9	15,2
Alimentação	10,6	19,2	14,0
Compras	21,4	20,4	20,0
Hospedagem	17,2	5,3	15,0
Transporte	23,3	18,3	19,5
Outros	14,2	18,9	16,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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\$)
<b>Nacional</b>	<b>99,1</b>			
<b>Norte</b>	<b>0,4</b>	<b>15,0</b>	<b>25,0</b>	<b>1,67</b>
Pará	0,4	15,0	25,0	1,67
<b>Nordeste</b>	<b>67,7</b>	<b>4,2</b>	<b>282,19</b>	<b>67,19</b>
Maranhão	1,7	3,3	647,50	196,21
Piauí	56,9	7,5	199,92	26,66
Ceará	2,6	2,2	246,83	112,20
Pernambuco	2,6	2,7	298,67	110,61
Bahia	3,1	2,4	237,43	98,93
Rio Grande do Norte	0,4	1,0	45,00	45,00
Paraíba	0,4	10,0	300,00	30,00
<b>Sudeste</b>	<b>18,8</b>	<b>9,7</b>	<b>343,85</b>	<b>35,45</b>
Rio de Janeiro	0,4	15,0	500,00	33,33
São Paulo	17,5	11,0	426,55	38,78
Minas Gerais	0,9	3,0	105,00	35,00
<b>Centro-Oeste</b>	<b>10,9</b>	<b>14,4</b>	<b>414,85</b>	<b>28,61</b>
Goiás	1,7	10,0	432,50	43,25
Distrito Federal	9,2	18,9	397,19	21,06
<b>Sul</b>	<b>1,3</b>	<b>3,0</b>	<b>271,67</b>	<b>90,56</b>
Rio Grande do Sul	1,3	3,0	271,67	90,56
<b>Internacional</b>	<b>0,9</b>	<b>2,0</b>	<b>162,00</b>	<b>81,00</b>
Holanda	0,9	2,0	162,00	81,00
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>8,6</b>	<b>201,24</b>	<b>23,40</b>

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

a) A região Norte apresenta uma permanência média de **15,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 1,67**;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de **4,2** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 67,19**;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de **9,7** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 35,45**;

d) A região Centro-Oeste revela uma permanência média de **14,4** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 28,61**;

e) A região Sul revela uma permanência média de **3,0** dias e um gasto *per capita*/dia de **R\$ 90,56**.

### 3 Meios de Transporte e de Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram em São Raimundo Nonato no mês de julho, 69,9% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (24,0%).

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

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	57,7	82,3	69,9
Automóvel	32,8	15,0	24,0
Avião	0,9	-	0,4
Outros	8,6	2,7	5,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

Neste município, sobressai-se a rede hoteleira (51,5%) como o principal meio de hospedagem dos turistas especialmente os hotéis (41,1%). Em seguida, observa-se que a rede extra-hoteleira participa com um percentual de 48,5 % no qual a casa de parentes/amigos representa 34,9% da preferência.

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

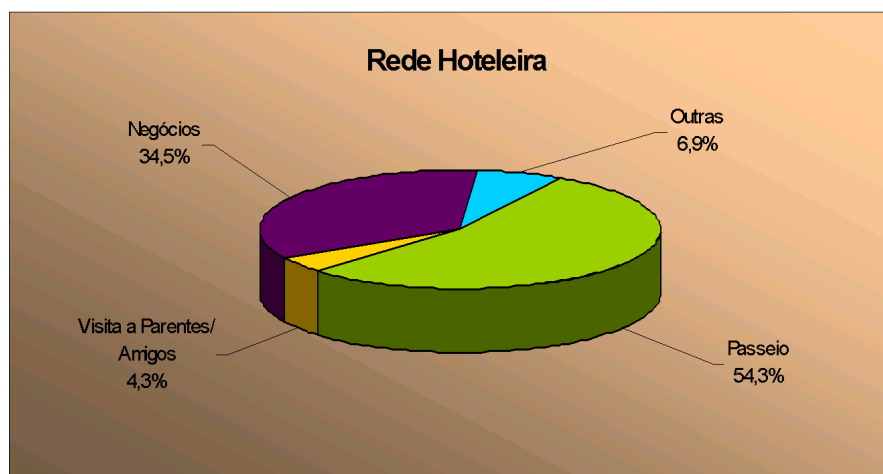
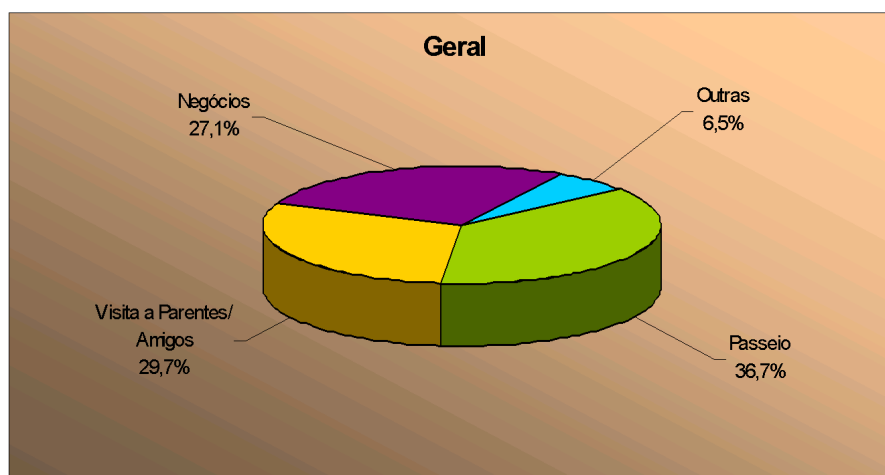
Hospedagem	Geral
<b>Rede Hoteleira</b>	<b>51,5</b>
Hotel	41,1
Flat / Apart-Hotel	-
Pousada	10,0
Pensão / Hospedaria	0,4
<b>Rede Extra-Hoteleira</b>	<b>48,5</b>
Casa / Apart. de Aluguel	1,7
Casa Própria	3,1
Casa Parentes/Amigos	34,9
Camping/Albergue	1,8
Outros	7,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

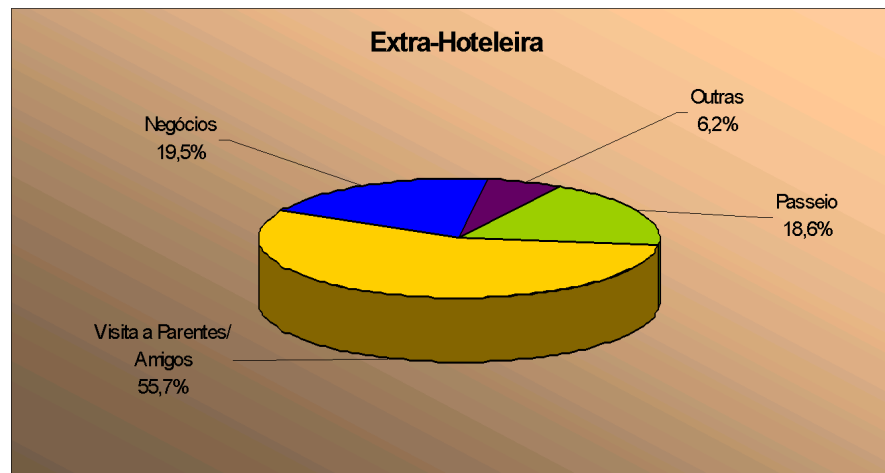
Fonte: Fundação CEPRO / Pesquisa Direta – julho de 2005.

## 4 Motivações e Atrativos da Viagem

De modo geral, por sediar um Patrimônio Histórico Cultural e se tratar de um período de alta temporada, o principal motivo da viagem foi passeio (36,7%), seguido de visita a parentes/amigos (29,7%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeio ocupa maior relevância (54,3%). Destaca-se, ainda, a participação no motivo negócio, com 34,5%. Em se tratando do turista extra-hoteleiro, as motivações identificadas como visita a parentes/amigos e negócios sobressaíram correspondendo a 55,7% e 19,5%, respectivamente.

**Figura 3**  
**Motivações para a Viagem**





É importante ressaltar que o turismo a São Raimundo Nonato teve no Patrimônio Histórico-Cultural um estímulo de 73,8%, justificado pelo Parque Nacional da Serra da Capivara e o Museu do Homem Americano, localizados na região compreendida pelos Municípios de São Raimundo Nonato e Coronel José Dias.

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

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	7,9	14,3	9,5
Manifestações Populares	-	9,5	2,4
Patrimônio Histórico-Cultural	81,0	52,4	73,8
Outros	11,1	23,8	14,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

Os comentários de parentes/amigos (40,4%) e a propaganda/publicidade (11,9%) foram os fatores determinantes para a escolha do local neste período.

**Tabela 14**  
**Influência da Viagem – Motivo Passeio (%)**

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	39,7	42,8	40,4
Já Conhecia o Local	4,8	28,6	10,7
Propaganda/Publicidade	12,7	9,5	11,9
Agência de Viagem	6,3	-	4,8
Internet	-	4,8	1,2
Outros	36,5	14,3	31,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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 São Raimundo Nonato. 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 a São Raimundo Nonato (%)**

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
<b>Visita a São Raimundo Nonato</b>			
Primeira Vez	56,0	15,0	35,8
Mais de Uma Vez	44,0	85,0	64,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Pretende Voltar ao Local</b>			
Sim	87,9	95,6	91,7
Não	12,1	4,4	8,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

Dos turistas consultados, 35,8% declararam ser a primeira vez que visitaram o local, enquanto 64,2% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 91,7% demonstraram pretensão de voltar à cidade, sendo que destes, 42,9% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer deste ano (2005).

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

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2005	41,2	44,5	42,9
Em 2006	24,5	33,3	29,0
Em 2007	7,8	11,1	9,5
Outros	7,9	2,8	5,3
Sem Previsão	18,6	8,3	13,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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



## 5 Aspectos Espaciais

Além do berço das origens (São Raimundo Nonato), destacam-se como ponto de atração para o visitante outros municípios do Estado, tais como: Caracol, São João do Piauí e Anísio de Abreu, todos com 7,5%.

**Tabela 17**  
**Principais Municípios Visitados Além do Berço das Origens (\*)**

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
<b>Pólo Costa do Delta – Ecoturismo</b>	<b>16,7</b>	<b>2,3</b>
Parnaíba	4,2	2,8
Pedro II	0,8	2,0
Piripiri	2,5	1,7
Piracuruca	3,4	1,3
Luís Correia	2,5	1,7
Esperantina	2,5	1,7
Barras	0,8	3,0
<b>Pólo de Teresina – Eventos e Negócios</b>	<b>5,9</b>	<b>3,2</b>
Teresina	5,1	5,3
Santa Cruz dos Milagres	0,8	1,0
<b>Pólo das Origens – Turismo Arqueológico</b>	<b>7,5</b>	<b>4,4</b>
Caracol	7,5	4,4
<b>Pólo Histórico – Cultural</b>	<b>9,2</b>	<b>3,2</b>
Floriano	4,2	2,4
Oeiras	5,0	4,0
<b>Pólo do Agronegócio</b>	<b>4,2</b>	<b>4,7</b>
Bom Jesus	3,4	8,3
Cristino Castro	0,8	1,0
<b>Outros</b>	<b>55,0</b>	<b>3,7</b>
Dirceu Arcoverde	3,4	3,3
Dom Inocêncio	3,4	3,0
Picos	3,4	3,8
Coronel José Dias	1,7	14,0
São João do Piauí	7,6	1,6
Anísio de Abreu	7,6	2,3
Canto do Buriti	6,7	2,9
Corrente	2,5	1,7
Água Branca	0,8	2,0
Bonfim do Piauí	2,5	1,7
São Braz do Piauí	1,7	2,0
São Lourenço	2,5	7,7
Outros	11,2	2,2
<b>Total</b>	<b>98,5</b>	<b>21,5</b>

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

(\*) Berço das origens igual a São Raimundo Nonato

## 6 Avaliação Geral dos Turistas

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

**Tabela 18**  
**Berço das Origens – Avaliação Geral dos Turistas (%)**

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
<b>Atrativos</b>						
Patrimônios Históricos/Naturais*	61,3	34,0	4,7	00	00	90,6
Manifestações Populares	5,2	10,0	4,8	00	00	10,5
<b>Equipamentos e Serviços Turísticos</b>						
Equipamentos de Lazer	0,4	3,1	6,6	1,7	2,6	- 7,4
Passeios Oferecidos	13,5	23,6	8,7	3,9	0,9	23,6
Serviços Receptivos/Empresas	12,7	39,3	15,3	2,2	00	34,5
Hospitalidade do Povo	39,7	45,9	7,0	1,3	00	77,3
Informação Turística	7,9	28,4	15,3	8,3	4,8	7,9
Sinalização Turística	8,7	22,3	20,1	7,1	3,9	- 0,9
Guias de Turismo	20,1	22,3	4,8	0,9	0,4	36,2
Meios de Hospedagem	8,7	35,4	13,1	0,4	00	30,6
Bares e Restaurantes	8,7	29,7	18,8	3,9	1,7	14,0
Comércio/Compras	10,0	40,2	17,5	2,6	00	30,1
Diversões Noturnas	8,3	13,5	13,5	3,5	3,5	1,3
Serviços de Táxis	3,1	11,8	7,9	1,7	1,3	3,9
<b>Infra-Estrutura</b>						
Comunicações Correios/Fone	7,4	43,7	11,8	5,2	3,5	30,6
Sinalização Urbana	1,3	18,3	36,7	14,0	17,0	- 48,0
Segurança Pública	1,7	21,0	27,1	12,7	8,3	- 25,3
Limpeza Pública	0,9	14,8	24,5	27,1	26,2	- 62,0
Ônibus Urbano	00	1,7	0,4	00	00	1,3
Terminal Rodoviário	00	2,6	10,0	11,8	43,2	- 62,4

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

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

Os atrativos de patrimônios históricos/naturais em São Raimundo Nonato receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (90,6%).

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 77,3%. No aspecto de Infra-Estrutura de São Raimundo Nonato, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone 30,6%), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%.

Vale ressaltar que os itens com os menores índices de avaliação foram: Terminal Rodoviário (-62,4%), seguidos de Limpeza Pública (-62,0%), Sinalização Urbana (-48,0%), Segurança Pública (-25,03%), Equipamentos de Lazer (-7,4%), Sinalização Turística (-0,9%), Diversões Noturnas (1,3%) e Ônibus Urbanos (1,3%).

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

<b>Avaliação</b>	<b>Rede Hoteleira</b>	<b>R. Extra-Hoteleira</b>	<b>Geral</b>
Baixos	5,2	3,5	4,4
Razoáveis	74,1	59,4	66,8
Elevados	18,1	32,7	25,3
Exorbitantes	2,6	4,4	3,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 66,8% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 28,8% dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: hospitalidade do povo piauiense (22,9%), seguida pelo Museu do Homem Americano e o Parque Nacional da Serra da Capivara, com 22,5% juntos.

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

<b>Aspectos Positivos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>17,8</b>
Belezas Naturais	3,9
Clima	13,9
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>7,1</b>
Tranqüilidade da Cidade	3,6
Paisagismo/Aspecto Urbanístico	2,6
Serviço de Transporte	0,9
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>39,2</b>
Culinária	2,2
Artesanato	1,1
Restaurantes/Bares	2,2
Diversão Noturna	2,5
Aspecto Cultural/Histórico	5,0
Meios de Hospedagem	0,6
Parque Nacional da Serra da Capivara	11,9
Pontos Turísticos	3,1
Museu do Homem Americano	10,6
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>29,5</b>
Hospitalidade do Povo	22,9
Beleza Piauiense	0,8
Amigos e Familiares	5,8
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>4,7</b>
Comércio	4,7
<b>Outros</b>	<b>1,7</b>
Administração Pública	0,6
Tudo (cidade em geral)	1,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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

Em geral, os itens que mais desagradaram na opinião dos entrevistados foram os seguintes: falta de infra-estrutura (21,1%); administração pública e falta da conservação das rodovias, com 14,5 % cada um.

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

<b>Aspectos Negativos</b>	<b>(%)</b>
<b>Condições Ambientais</b>	<b>17</b>
Poluição Sonora	1,7
<b>Infra-Estrutura Urbana</b>	<b>31,3</b>
Infra-Estrutura da Cidade (traçado das ruas)	1,0
Falta de Segurança	1,0
Sinalização Urbana Precária	2,6
Falta de Conservação da Rodoviária	8,9
Transporte Coletivo (preços)	1,0
Aeroportos (falta de estrutura)	2,3
Administração Pública (limpeza)	14,5
<b>Infra-Estrutura Turística</b>	<b>6,2</b>
Falta de Opção de Lazer	0,7
Informação Turística	2,0
Empresa Turística	0,3
Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	0,6
Poucas Opções de Restaurantes	2,0
Guias de Turismo (poliglota)	0,3
Atendimento nos Restaurantes (opções de lazer)	0,3
<b>Educação, Informação e Comunicação</b>	<b>1,7</b>
Tradição Cultural	0,7
Hospitalidade	1,0
<b>Comércio e Serviços</b>	<b>27,8</b>
Preços Elevados	2,0
Comércio (feira/mercado)	1,7
Infra-Estrutura	21,1
Falta de Hotéis	1,7
Saúde	1,3
<b>Outros</b>	<b>31,3</b>
Pobreza (esmola)	0,3
Politicagem	0,3
Cidade Parada	2,3
Agitação na Cidade	3,3
Falta de Conservação das Rodovias (asfalto)	14,5
Nada	10,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

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

---

## **Nota Metodológica**

A Pesquisa da Demanda Turística de São Raimundo Nonato 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: Rodoviária, BRs, PIs e o Museu do Homem Americano. O levantamento de campo foi realizado no período de 26 de julho a 01 de agosto de 2005, tendo sido entrevistado, efetivamente, nesse período, um total de 229 turistas receptivos.