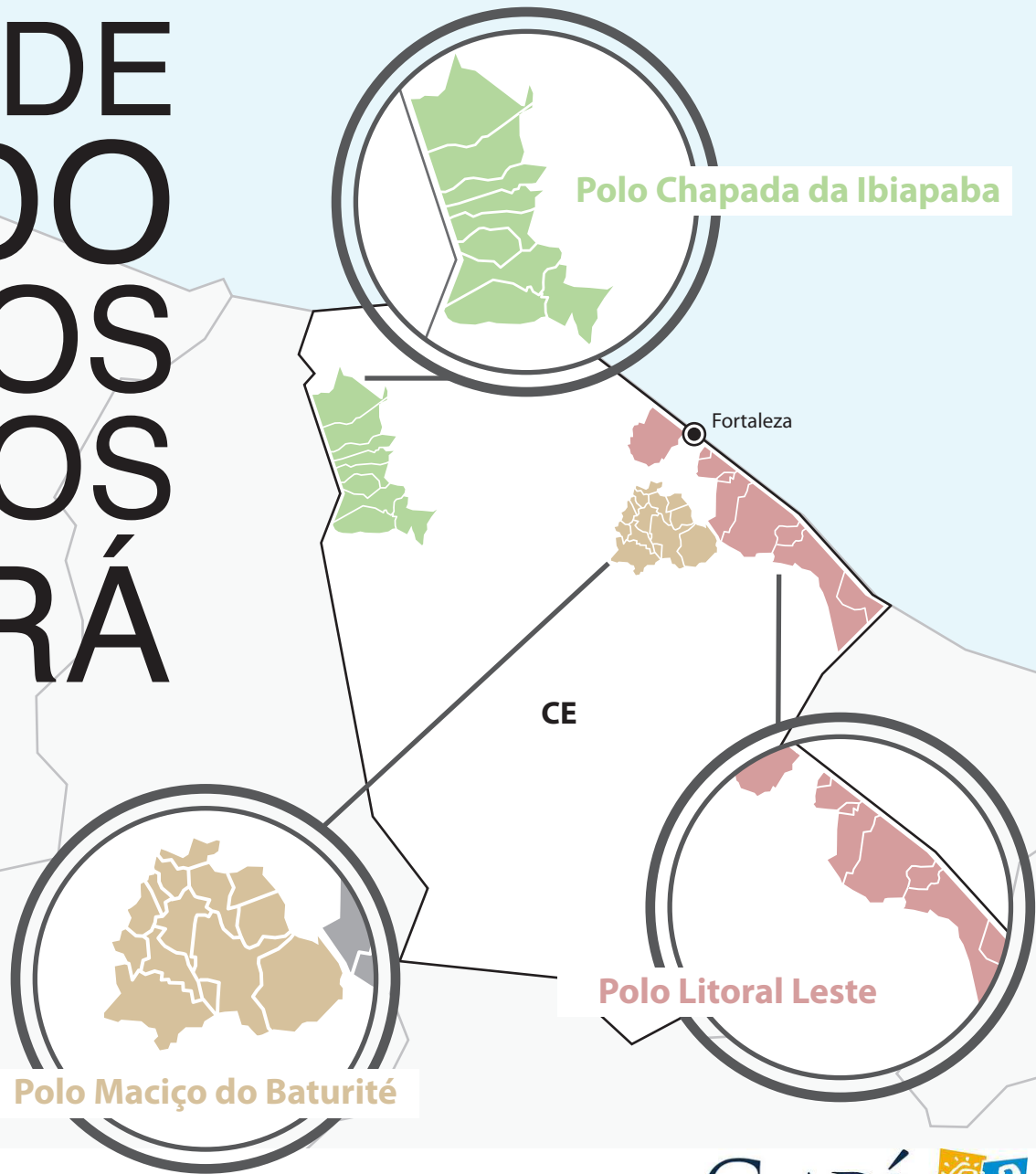
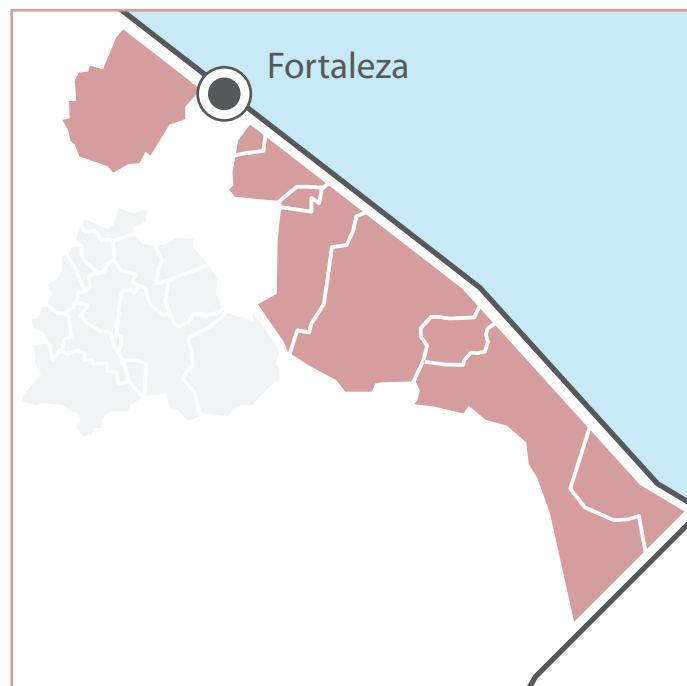


ESTUDOS DE MERCADO DOS POLOS TURÍSTICOS DO CEARÁ



APRESENTAÇÃO

O Estudo de Mercado dos Polos Turísticos do Estado do Ceará é parte componente do PRODETUR Ceará, tendo abarcado os três polos que fazem parte do programa: Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité. Executado durante o ano de 2011, o estudo é pioneiro no mercado turístico brasileiro, abarcando pesquisas e estudos junto a diferentes atores do setor de turismo: operadores, demanda atual, demanda potencial, oferta turística e concorrência. A pesquisa de demanda potencial, que utilizou o método de preferências declaradas, é inédita no setor de turismo brasileiro. O resultado das pesquisas e estudos forneceu as bases para a elaboração de um estudo de compatibilização entre oferta e demanda turística, que permitiu a seleção dos destinos e investimentos prioritários em cada um dos polos. Os principais resultados dos Estudos de Mercado são apresentados na sequência.



POLO LITORAL LESTE*

O que leva os visitantes ao Polo Litoral Leste hoje?

O Polo Litoral Leste tem atualmente grande inserção na carteira de produto dos operadores nacionais e internacionais.

Os visitantes do Polo são atraídos principalmente por sol e praia (mais de 55% dos entrevistados).

O banho de sol e de mar são as principais atividades realizadas durante as visitas aos destinos do Polo. Atividades complementares ainda são escassas.

* O município de Caucaia foi incluído no âmbito deste estudo por indicação do Prodetur Nacional.

Quem é o turista recebido pelo Polo Litoral Leste hoje?*

Perfil das viagens

O público doméstico normalmente utiliza avião e viaja com família, amigos ou em casais, em grupos de até quatro pessoas.

O público internacional utiliza avião e viaja em grupos de amigos e família ou sozinho, normalmente em grupos menores, com até três pessoas.

Mais de 40% do público é excursionista, ou seja, apenas passa o dia no Polo.

Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados no Polo (mais de 65% dos visitantes).

A maior parte das viagens é independente. 40% dos visitantes domésticos e 20% dos internacionais utilizam serviços de agências de viagem.



Principais emissores

- Doméstico: **São Paulo (23%)**
- Internacional: **Itália (39%)**



Duração das viagens

- **4,17 dias (média)**

* Pesquisa realizada com 1.248 indivíduos, durante os meses de junho a agosto de 2011.

Quem é o turista recebido pelo Polo Litoral Leste hoje?



Gasto médio do público visitante
(diário e per capita)

- R\$ 115,99

Conhecimento do destino

A taxa de retorno ao Polo Litoral Leste é significativa:

- **Mais de 64% dos turistas domésticos já tinham visitado o Polo.**
- **Mais de 50% dos turistas internacionais já tinham visitado o Polo.**

A indicação de amigos e parentes e o conhecimento prévio do destino são as principais formas de obter informação sobre o Polo Litoral Leste.

Quem é e o que busca o turista internacional potencial do Polo Litoral Leste?*

- É relativamente pouco sensível ao preço das viagens de sol e praia, mas é sensível ao preço de uma viagem complementar para um destino de ecoturismo e aventura.
- Não tem preferência por serviços e estruturas de categoria luxo. Ao contrário, prefere serviços de categoria confortável, porém, rústicos.
- Prefere se hospedar em resorts ou vilas, em detrimento a cidades ou destinos isolados.
- Sente-se mais atraído por destinos famosos.
- Não se sente particularmente atraído por paisagens de praias com falésias. Praias com coqueiros estão entre as preferidas e devem ser potencializadas para este público.
- Dá grande valor a deslocamentos curtos para chegar aos principais atrativos do destino.
- Tem grande interesse por atrativos culturais e um nível médio de interesse por vida noturna e atrativos de ecoturismo e turismo de aventura.
- É indiferente entre pacotes de viagem e viagens independentes.
- É indiferente entre realizar ou não viagens secundárias para destinos de ecoturismo e turismo de aventura.

* Pesquisa realizada com 834 indivíduos, em Milão (Itália) e Lisboa (Portugal), durante os meses de maio e junho de 2011.

Quem é e o que busca o turista doméstico potencial do Polo Litoral Leste?*

- É relativamente pouco sensível ao preço das viagens de sol e praia, e também aos preços de uma viagem complementar para um destino de ecoturismo e aventura.
- Não tem preferência por serviços e estruturas de categoria simples. Ao contrário, prefere serviços de categoria confortável.
- Prefere se hospedar em resorts ou vilas, em detrimento a cidades ou destinos isolados. Os resorts constituem o tipo de hospedagem preferido deste público.
- É indiferente a destinos famosos.
- Não se sente particularmente atraído por paisagens de praias com falésias. Praias com dunas estão entre as preferidas e devem ser potencializadas para este público.
- Valoriza os deslocamentos curtos para chegar aos principais atrativos do destino.
- Tem grande interesse por parques temáticos/aquáticos e um nível médio de interesse por atrativos históricos e culturais.
- É indiferente entre pacotes de viagem e viagens independentes.
- É indiferente entre realizar ou não viagens secundárias para destinos de ecoturismo e turismo de aventura.

* Pesquisa realizada com 934 indivíduos, em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, durante os meses de maio e junho de 2011.

Quem é e o que busca o turista regional potencial do Polo Litoral Leste?*



Ipeturís, 2011

- É relativamente sensível ao preço.

- Tem preferência por serviços e estruturas de categoria confortável.

- Prefere se hospedar em resorts ou, em segundo lugar, cidades, em detrimento a vilas ou destinos isolados.

- Sente-se atraído por paisagens de praias com falésias, dunas e coqueirais, em níveis parecidos.

- É indiferente ao tempo gasto com o deslocamento até o destino e com o deslocamento do destino até os atrativos.

- Tem grande interesse por festas populares e eventos culturais e um interesse de nível médio por vida noturna e parques temáticos/aquáticos.

- É indiferente entre pacotes de viagem e viagens independentes.

* Pesquisa realizada com 634 indivíduos, nas cidades de Fortaleza, Juazeiro do Norte e Recife, durante os meses de maio e junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Litoral Leste hoje?*

As praias constituem os atrativos mais relevantes do Polo Litoral Leste.

Predominam as praias com falésias, as quais são mais valorizadas pelo público regional.

Também há praias extensas e praias com dunas, as quais devem ser potencializadas para o público nacional e internacional.

O Polo possui destinos com relevância nacional e internacional.

Alguns destinos têm grande reconhecimento no mercado turístico nacional e internacional.

Muitas áreas têm potencial, mas ainda são desconhecidas do mercado.



* Pesquisa de campo realizada em todos os municípios do Polo Litoral Leste, durante o mês de junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Litoral Leste hoje?

Predomínio de banho de sol e mar como atividades nas praias da região.

- Há poucas atividades complementares disponíveis para os visitantes. A visita hoje é fundamentada em “ficar na praia”, mas os visitantes querem opções de atividades.
- A prática de windsurfe e kitesurf já existe em algumas praias.
- O Beach Park tem um papel fundamental no desenvolvimento do Polo.
- O turismo histórico-cultural ainda tem alcance reduzido na região, apesar dos importantes centros históricos presentes em sua área.

O excursionismo é uma característica marcante do turismo no Polo.

- Há uma forte interdependência entre Fortaleza (oferta técnica) e as praias do Polo (atrações).

Poucas praias têm estrutura de apoio (destinos de uma praia só).

- No geral, apenas uma praia do município concentra a estrutura de apoio e os fluxos turísticos.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Litoral Leste hoje?

A oferta de meios de hospedagem ou serviços de alimentação de médio conforto ou simples é considerável, mas faltam equipamentos de categoria luxo.

- À exceção da Praia de Canoa Quebrada, quanto mais longe de Fortaleza, menor é o número de meios de hospedagem e de alimentação.
- Os resorts têm papel fundamental na permanência dos visitantes no Polo.
- Há muitas barracas de praia, mas faltam restaurantes.
- Há escassez de estruturas de hospedagem diferenciadas, do tipo pousadas de charme.



Ipeturis, 2011

As condições de infraestrutura e serviços básicos dos municípios, no geral, necessitam atenção.

- Elementos relacionados à infraestrutura e serviços básicos geralmente são aqueles que recebem as piores avaliações pelos turistas do Polo.
- O acesso às praias do Polo é facilitado pela existência da CE-040, que apresenta boas condições de tráfego.
- A proximidade do aeroporto é muito importante para a competitividade do Polo.

POLO CHAPADA DA IBIAPABA

O que leva os visitantes ao Polo Chapada da Ibiapaba hoje?

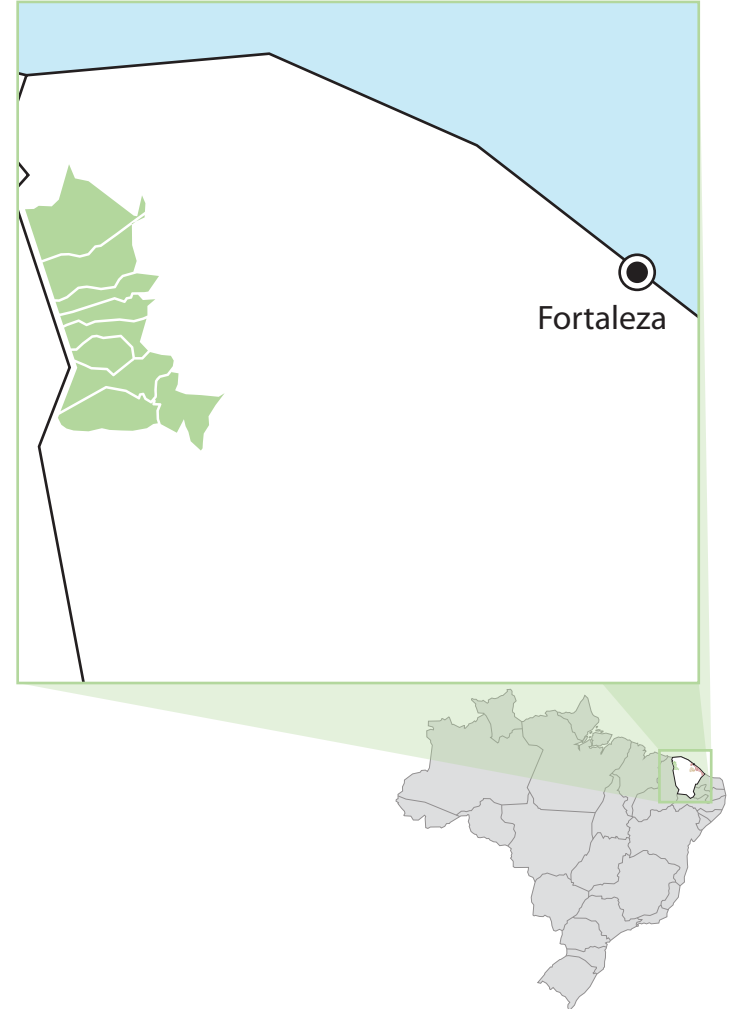
O Polo Chapada da Ibiapaba possui pequena presença na carteira de produtos dos operadores.

Os visitantes do Polo Chapada da Ibiapaba (72,7%) são atraídos principalmente pela natureza e por atividades de aventura e ecoturismo.



Principais emissores

- Fortaleza: (38%)
- Sobral: (10%)
- Teresina: (09%)



Quem é o turista recebido pelo Polo Chapada da Ibiapaba hoje?*

Perfil das viagens

No geral as viagens são feitas com uso de carro próprio, com família, amigos ou em casais, em grupos de duas a quatro pessoas.

A maior parte do público (73,4%) é formada por turistas, ou seja, indivíduos que pernoitam no Polo.

Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados no Polo (65% dos visitantes).

A maior parte das viagens é independente. Menos de 20% dos turistas utilizam agências de viagem.



Duração das viagens

- 1,2 dias, em média (viagens de final de semana)



Gasto médio do público (diário e per capita)

- R\$ 144,9

Conhecimento do destino

A taxa de retorno ao Polo Chapada da Ibiapaba é significativa. Mais de 52% dos turistas já tinham visitado o Polo.

A indicação de amigos e parentes e o conhecimento prévio do destino são as principais formas de obter informação sobre o destino.

* Pesquisa realizada com 399 indivíduos, durante os meses de junho e julho de 2011.

Quem é e o que busca o turista potencial do Polo Chapada da Ibiapaba?*

- É relativamente sensível ao preço.
- Tem preferência por serviços de categoria luxo e, em segundo lugar, confortável.
- É fortemente atraído por banhos de rio, cachoeira ou açude. Imagens com água têm grande poder de atração sobre esse público.
- Prefere paisagens dominadas por elementos hidrográficos e não se sente atraído por formações rochosas.
- É indiferente ao tempo gasto com o deslocamento até o destino e com o deslocamento do destino até os atrativos.
- É indiferente entre pacotes de viagem e viagens independentes.



Ipeturis, 2011

* Pesquisa realizada com 409 indivíduos, nas cidades de Fortaleza, Sobral e Teresina, durante os meses de maio e junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Chapada da Ibiapaba hoje?*



Ipeturis, 2011

Os recursos naturais formam os principais atrativos do Polo.

Apresenta destaque o Parque Nacional de Ubajara; em especial seu bondinho, grande motivador de fluxos para a região.

O patrimônio histórico-cultural tem importância fundamental como oferta complementar.

Há pouca variedade de atrativos em cada município.

Há certa similaridade entre os atrativos dos municípios.

É fundamental o trabalho conjunto entre os destinos da região. Ênfase nas viagens multidestinos.

* Pesquisa de campo realizada em todos os municípios do Polo Chapada da Ibiapaba, durante o mês de junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Chapada da Ibiapaba hoje?

Os destinos do Polo têm relevância regional.

- Potencial para atrair público regional.
- Em menor escala, destino complementar de viagens ao Polo Litoral Oeste.

Os serviços de receptivo do Polo são escassos.

- Há uma única empresa com esse foco no polo, ainda em estágio embrionário.
- As características dos atrativos, que requerem maior acompanhamento, tornam fundamental a existência deste tipo de empresa na região.

A oferta de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação do Polo é simples.

- Oferta de pequeno porte, indiferenciada e com pouca qualificação da mão de obra.
- Não há estabelecimentos com nível de sofisticação médio ou alto no Polo.

As condições de infraestrutura e serviços básicos dos municípios, no geral, necessitam atenção.

- Distância até os principais polos emissores é inibidor.
- Acesso até o Polo é dificultado pelas condições de conservação ruins das rodovias, bem como pela sinalização deficiente.
- Elementos relacionados à infraestrutura e serviços básicos geralmente são aqueles que recebem as piores avaliações pelos turistas do Polo.

POLO MACIÇO DO BATURITÉ

O que leva os visitantes ao Polo Maciço do Baturité hoje?

O Polo Maciço do Baturité possui pequena presença na carteira de produtos dos operadores.

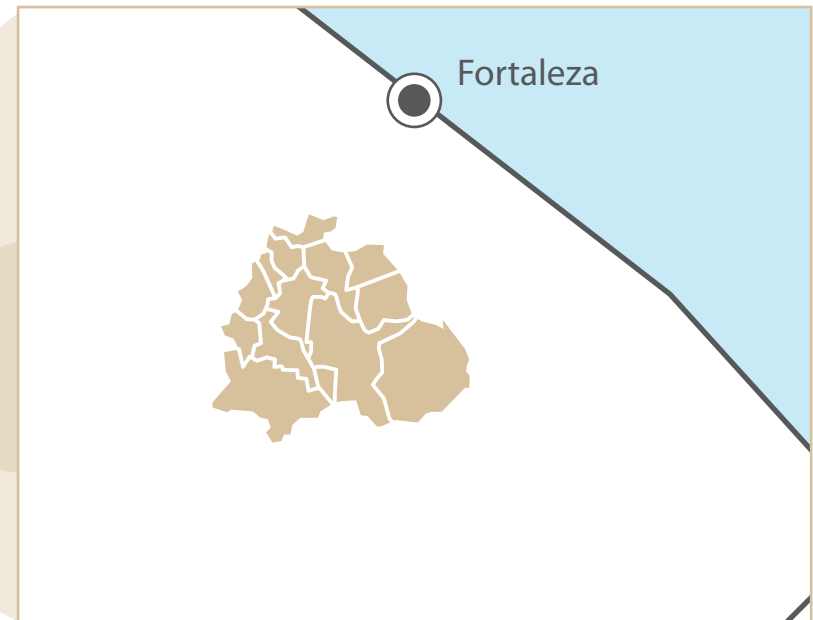
Os visitantes do Polo Maciço do Baturité são atraídos por natureza, aventura e atividades de ecoturismo (47%).

Esses visitantes também são atraídos pela possibilidade de descanso (43%).



Principal emissor

- Fortaleza: (84%)



Quem é o turista recebido pelo Polo Maciço do Baturité hoje?*

Perfil das viagens

Geralmente feitas com uso de carro próprio, com família, amigos ou em casais, em grupos de duas a quatro pessoas.

A maior parte do público (93%) é formada por turistas, ou seja, indivíduos que pernoitam no Polo.

Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados no Polo (75% dos visitantes).

A maior parte das viagens é independente. Menos de 20% dos turistas utilizam agências de viagem.



Duração das viagens

- **1,8 dias**, em média (viagens de final de semana)



Gasto médio do público (diário e per capita)

- **R\$ 124,5**

Conhecimento do destino

A taxa de retorno ao Polo Maciço do Baturité é muito significativa. Mais de 78% dos turistas já tinham visitado o Polo.

A indicação de amigos e parentes e o conhecimento prévio do destino são as principais formas de obter informação sobre o destino.

* Pesquisa realizada com 416 indivíduos, durante os meses de junho e julho de 2011.

Quem é e o que busca o turista potencial do Polo Maciço do Baturité?*

- É relativamente sensível ao preço.
- Tem preferência por serviços de categoria luxo e, em segundo lugar, confortável.
- É fortemente atraído por banhos de rio, cachoeira ou açude. Imagens com água têm grande poder de atração sobre esse público.
- Prefere paisagens dominadas por elementos hidrográficos e não se sente atraído por formações rochosas.
- É indiferente ao tempo gasto com o deslocamento até o destino e com o deslocamento do destino até os atrativos.
- É indiferente entre pacotes de viagem e viagens independentes.



Ipetuíris, 2011

* Pesquisa realizada com 409 indivíduos, nas cidades de Fortaleza, Sobral e Teresina, durante os meses de maio e junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Maciço do Baturité hoje?*



Ipeturís, 2011

Os principais elementos que motivam o deslocamento dos visitantes ao Polo estão relacionados a características típicas de cidades serranas.

O clima ameno e a vida noturna são fatores determinantes para a visitação do Polo, atualmente.

Há pouca variedade de atrativos em cada município.

Os atrativos dos municípios do Polo são similares.

Há poucos atrativos com grande potencial turístico na região.

O trabalho conjunto entre os destinos da região é fundamental. Ênfase nas viagens multidestinos.

*Pesquisa de campo realizada em todos os municípios do Polo Maciço do Baturité, durante o mês de junho de 2011.

O que estamos oferecendo aos turistas do Polo Maciço do Baturité hoje?

Os destinos do Polo têm relevância regional.

- Potencial para captação de público regional.
- Destino complementar de viagens ao Litoral Leste e a Fortaleza.

A oferta de serviços turísticos na região é simples e pequena.

- Oferta composta por estabelecimentos de pequeno porte, que oferecem serviços simples e sem grandes diferenciais, com baixo nível de qualificação.
- Guaramiranga apresenta a melhor oferta técnica da região e pratica preços bastante elevados.

Serviços de receptivo são inexistentes no Polo.

- As características dos atrativos, que requerem maior acompanhamento, tornam fundamental a existência deste tipo de empresa na região.

As condições de infraestrutura e serviços básicos das cidades são, de modo geral, ruins e com pouca disponibilidade, necessitando de atenção.

- Elementos relacionados a infraestrutura e serviços básicos geralmente são aqueles que recebem as piores avaliações pelos turistas do Polo.
- A principal rodovia de acesso é a CE-060, que possui boas condições de conservação e segurança.

Quais destinos devemos priorizar no estado do Ceará?

POLO	DESTINO	MICROPOLO (ÁREA DE INFLUÊNCIA)
Litoral Leste	Porto das Dunas (Aquiraz)	Prainha e Praia do Iguape (Aquiraz)
	Canoa Quebrada (Aracati)	Praia de Majorlândia, Praia de Quixaba e centro histórico de Aracati (Aracati) Praia do Canto da Barra (Fortim)
	Morro Branco/Praia das Fontes (Beberibe)	
	Caponga (Cascavel)	Praia de Águas Belas (Cascavel)
	Redonda/Ponta Grossa (Icapuí)	Faixa litorânea de Icapuí
	Cumbuco (Caucaia)	
Chapada da Ibiapaba	Ubajara	Viçosa do Ceará, São Benedito e Tianguá
Maciço do Baturité	Guaramiranga	Baturité, Mulungu e Pacoti

Que investimentos devem ser feitos nos destinos priorizados do Ceará?

COMPONENTE PRODETUR	INVESTIMENTO	DESTINO FOCO DO INVESTIMENTO	
Estratégia de produto turístico	Fomento à criação de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Caponga Redonda/Ponta Grossa
Estratégia de produto turístico	Requalificação de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação existentes	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Capacitação, em nível gerencial e operacional, para os setores de hotelaria e alimentação	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Instituição de programa de regularização de empresas de turismo	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Fomento ao desenvolvimento de atividades complementares nos destinos turísticos	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Ubajara Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Realocação de barracas de praia	Canoa Quebrada	
Estratégia de produto turístico	Requalificação de edifícios históricos para aproveitamento turístico	Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	
Estratégia de produto turístico	Produção de conteúdo e material interpretativo para atrativos histórico culturais	Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	
Estratégia de produto turístico	Fomento ao uso de edificações históricas para fins turísticos	Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	

Que investimentos devem ser feitos nos destinos priorizados do Ceará?

COMPONENTE PRODETUR	INVESTIMENTO	DESTINO FOCO DO INVESTIMENTO	
Estratégia de produto turístico	Ações de apoio e valorização à cultura regional	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Caponga Redonda/Ponta Grossa Cumbuco
Estratégia de produto turístico	Incentivo à execução, criação e atração de eventos culturais	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Caponga Redonda/Ponta Grossa Cumbuco
Estratégia de produto turístico	Estruturação de atrativos turísticos	Ubajara	Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Capacitação para formatação de roteiros e produtos turísticos	Ubajara	
Estratégia de produto turístico	Sensibilização do trade turístico sobre a importância dos serviços de receptivo	Caponga Redonda/Ponta Grossa	Guaramiranga
Estratégia de produto turístico	Criação de programas de qualificação profissional - Guia/monitor - Gestão de em presas - Formatação de de turismo roteiros turísticos - Atendimento ao cliente - Idiomas - Produção artesanal	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Promoção e comercialização	Promoção de meios de hospedagem locais	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Ubajara Guaramiranga
Promoção e comercialização	Criação de programas de divulgação e promoção dos destinos	Fortaleza Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Fortalecimento institucional	Ações de incentivo à interrelação e cooperação entre os destinos	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Fortalecimento institucional	Criação de programas de conscientização e valorização das comunidades locais	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga

Que investimentos devem ser feitos nos destinos priorizados do Ceará?

COMPONENTE PRODETUR	INVESTIMENTO	DESTINO FOCO DO INVESTIMENTO	
Gestão ambiental	Criação de mecanismos de acompanhamento dos impactos socioambientais nos destinos	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Gestão ambiental	Criação de programas de educação ambiental	Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Melhoria no estado de conservação das vias locais	Caponga Redonda/Ponta Grossa	Guaramiranga
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Padronização e implantação de sinalização turística	Caponga Redonda/Ponta Grossa	Guaramiranga
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Expansão da cobertura do sistema de abastecimento de água	Porto das Dunas (Praia do Iguape e Barro Preto)	Morro Branco/Praia das Fontes Guaramiranga (Guaramiranga)
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Expansão da cobertura do sistema de esgotamento sanitário	Porto das Dunas (Praia do Iguape e Barro Preto) Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga (Baturité e Mulungu)
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Expansão do sistema de coleta de resíduos	Ubajara	
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Implantação de aterros sanitários	Aracati Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Ubajara Guaramiranga
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Melhoria da condição das rodovias de acesso ao polo e de ligação dos municípios do polo	Ubajara	
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Ações de contenção do avanço do mar	Canoa Quebrada (Quixaba) Caponga (Caponga)	



**GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ**
Secretaria do Turismo

CeARÁ 
Viva essa alegria