

EVOLUÇÃO RECENTE DO TURISMO NO CEARÁ 2006/16

1. Introdução

O Estado do Ceará, localizado na Região Nordeste do Brasil, tem uma área de 146.000 Km², com 573 km de costa litorânea, com temperatura média de 28° C, ventos constantes e apresentando 2.800 horas de sol por ano. No âmbito fisiográfico apresenta três macros ecossistemas compreendidos pelo litoral, serra e sertão, que garantem a diversidade ambiental e o diferencial para os produtos turísticos.

A localização geográfica estratégica, equidistante da América do Norte, da Europa, da África e dos países do Cone Sul, a seis horas e meia de voo para os principais destinos do hemisfério norte e a uma média de cinco horas para as principais capitais da América do Sul, coloca o Ceará como portão de entrada do Nordeste para o turismo internacional.

Entretanto, todas essas características físicas e geográficas, não teriam nenhuma serventia, caso a imagem do estado não fosse modificada. A visão de abertura do Ceará para o Turismo começou no final da década de 1980, com ascensão de grupo de empresários ao Governo do Estado, o foco de políticas de desenvolvimento volta-se para a modernização do território cearense, com ênfase na industrialização e no setor de serviços, com destaque para o turismo. De forma que as políticas públicas tiveram que trabalhar em duas linhas, na criação de uma infraestrutura disponível e acolhedora, para que investidores tivessem assim, interesse no Ceará, e ainda, criando através do endomarketing uma nova visão a população, ou seja, uma sensibilização, transformando-a em um local com possibilidades de crescimento socioeconômico, criando assim, a disponibilidade do Ceará para o Turismo.

O início da década de 1990 marca a primeira iniciativa concreta de fomento ao turismo, com a implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará – PRODETURIS, que antecede o programa federal de turismo para o Nordeste, e, assim, apresenta os estudos básicos para implantação do turismo e de suporte ao PRODETUR.

O Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE) concebeu-se pelas gestões de Governadores do Nordeste juntamente com Banco do Nordeste (BNB), Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e Comissão de Turismo Integrado do Nordeste (CTI/NE), conscientes da importância do turismo no desenvolvimento da região Nordeste do Brasil. O PRODETUR tem por agentes financeiros externos Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), como órgão executor o Banco do Nordeste (BNB) e subtomadores de empréstimo estados nordestinos.

Em 1995, elabora-se o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Estado do Ceará, com o turismo em destaque como atividade econômica de maior dinamismo na formação do

PIB do Estado (CEARÁ, 1995). Para planejamento de atividades turísticas, neste mesmo ano, cria-se a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – SETUR-CE, com um plano para período de longo prazo (1995 a 2020). O governo tem consciência de que transformar uma região seca, pobre e agrícola, em moderno e industrializado, sobretudo turístico, levaria anos, daí a projeção para 2020. A missão governamental passou a ser transformar o Ceará em destino turístico consolidado, mediante reestruturação econômica, marketing promocional, implantação de infraestrutura urbana e turística – especialmente - qualificação de mão de obra e captação de negócios e de investimentos turísticos para o Estado, sendo a SETUR órgão coordenador e executor do PRODETUR no Ceará.

A importância do turismo é traduzida pela dinamização que exerce através de diversos setores da economia. Podem-se enumerar várias atividades integrantes da cadeia produtiva do turismo que absorvem diretamente os efeitos multiplicadores do turismo, como por exemplo: alojamento, alimentação, transporte, entretenimento, agenciamento, locação de veículos, câmbio de moedas, aquisição de produtos de conveniência e souvenirs, recepção, organização de eventos, intérprete e tradução simultânea, serviço de guia, informações turísticas, planejamento e consultoria turística, entre outros. Observa-se, assim, que é imensa a malha multissetorial que o setor turístico envolve, contando, inclusive, com a movimentação de um grande número de pequenas e médias empresas formais e informais.

2. Agregados do Turismo no Ceará

Para fazer Fortaleza destino turístico, realizaram-se investimentos em obras, com estruturas urbanas melhoradas e turísticas. O litoral é reordenado em atividades turísticas, inserido na lógica de ocupação moderna. O planejamento em desenvolvimento pelo governo transforma o Ceará em espaço turístico.

Os investimentos houveram êxito, visto que, no início do século XXI, a Capital recebe mais de um milhão de turistas, com geração de renda e emprego. Prova de efetividade de ações é a fala do secretário de Turismo de Fortaleza, em 2012:

“A ocorrência de um crescimento expressivo do fluxo turístico via Fortaleza, no período de 1995/2011, quando a taxa média de crescimento foi de 8% ao ano. Fortaleza saltou de 762 mil em 1995 para mais 2 milhões e oitocentos mil turistas em 2011. (...) O aumento do fluxo turístico demandou que fizéssemos investimentos também em mão de obra qualificada e infraestrutura. Para isso, em parceria com o Ministério do Turismo, a Prefeitura qualificou mais de sete mil profissionais envolvidos com a cadeia produtiva e fez de Fortaleza a primeira cidade a dar ordem de serviço para as obras do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR). A orla de Fortaleza, nosso mais destacado corredor turístico, foi a contemplada com as primeiras intervenções”. (Moacir Soares, Secretário do Turismo de Fortaleza, artigo publicado em 07-12-2012 no *O Povo Online*).

A capital concentra o maior fluxo turístico do Estado, de acordo com a SETUR/CE (2013) e em consequência, maior receita, mas, diferente do que se pensa, a demanda do interior tem aumentado bastante, sobretudo em municípios litorâneos em condições de receber adequadamente fluxos. A transformação ocorre pelas políticas de investimentos públicos no interior para desafogo de concentração da capital, interiorização do turismo, divisão de receitas de demanda turística.

As políticas públicas direcionam a cidade de Fortaleza ao mar, com construção de calçadões e polos de lazer para atender habitantes e demanda externa com incorporação gradativa da atividade turística, exigindo reurbanização das praias de Iracema, Meireles, construção do calçadão da Avenida Beira-Mar e da praia do Futuro. O advento de vias urbanas e linhas de ônibus servem preferencialmente residentes, principais consumidores. Desta maneira, “os amantes da praia, não satisfeitos com o estado das zonas de praia fortalezense – poluídas ou ocupadas por atores indesejáveis - podem, após a chegada do carro, utilizar as vias de circulação para se deslocar às praias distantes de Fortaleza” (DANTAS, 2002, p. 77). Quadro 10: informações entre 2000 e 2012, com forte evolução, com rebatimento sobre a realidade econômica.

O turismo no Ceará cresceu significativamente nos últimos anos contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. No período 2006/2016 o fluxo turístico via Fortaleza saltou 2.062.493 para 3.243.501 visitantes, cuja variação foi de 57,3%, ou seja, cresceu na base de 4,6% ao ano. O fluxo internacional no período caiu de 268.124 para 265.154 turistas, apresentando uma variação de -1,1%, sendo a taxa anual de crescimento na ordem de -0,1%. O nível de empregos nos setores produtores de bens e serviços de consumo turístico (atividades características do turismo) no Estado cresceu de 8,0% ao ano. A participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto da economia (PIB) passou de 9,4% para 11,7%.

Quadro 1
Agregados Turísticos do Ceará – 2006/2016

Agregados	Período		Variações(%)	
	2006	2016	Total	Anual
Demanda Turística Via Fortaleza	2.062.493	3.243.501	57,3	4,6
. Nacional	1.794.369	2.978.347	66,0	5,2
. Internacional	268.124	265.154	(1,1)	(0,1)
Demanda Hoteleira de Fortaleza	1.082.274	1.788.778	65,3	5,2
Taxa de ocupação hoteleira (%)	57,4	69,6	21,3	1,9
Gastos percapitas (R\$)	1.214,63	2.310,38	90,2	6,6
Receita Turística Direta (R\$ milhões)	2.496,9	7.493,72	200,1	11,6
Renda Gerada (R\$ milhões)	4.369,6	13.114,01	200,1	11,6
. Impacto sobre o PIB (%)	9,4	11,7	24,6	2,2

. Impacto no Setor Serviços (PIB)	13,9	16,5	18,8	1,7
Oferta Hoteleira no Ceará (UHs)	24.294	29.465	21,3	1,9
Empregos nas Atividades do Turismo	36.113	77.902	115,7	8,0
Movimento no Aeroporto (mil Pax)	2.950	5.655	91,7	6,7

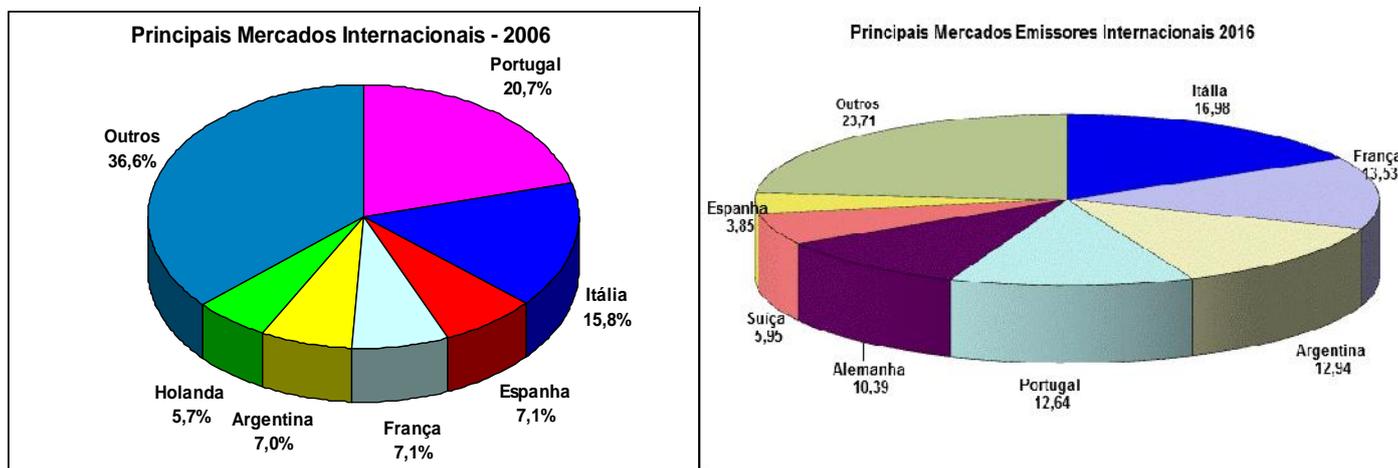
Fonte: SETUR/CE

Nota: a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística e o PIB; b) A receita é obtida pelo produto entre gasto percapita e demanda turística via Fortaleza; e c) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi 1,75

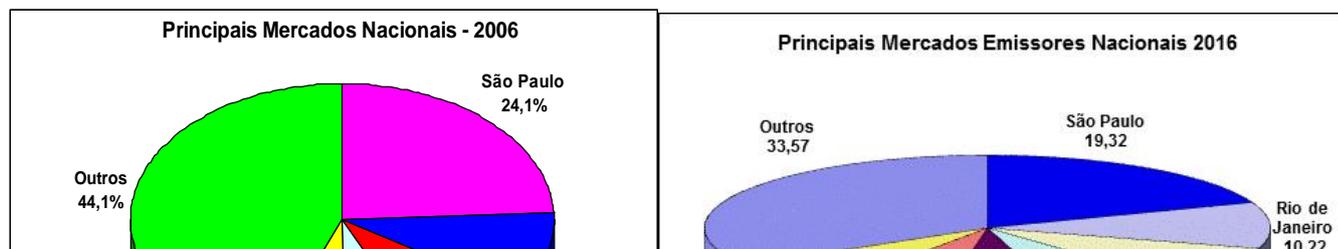
No mesmo período, a demanda hoteleira de Fortaleza passou de 1.082.274 para 1.788.778 hóspedes, apresentando uma variação de 65,3%, cujo crescimento anual de foi de 5,2%. A oferta da rede hoteleira de Fortaleza, medida pela capacidade instalada em termos de Uhs aumentou de 24.294 em dezembro de 2006, para 29.405, verificando-se uma variação de 21,3%. No mesmo período a taxa de ocupação média anual da rede hoteleira de Fortaleza oscilou entre 57,4% e 69,6, cuja média foi de 21,3%.

3. Principais Mercados emissores para o Ceará–2006/16

De acordo com dados das pesquisas e da Polícia Federal (delegacia de imigração), os turistas internacionais que se destinaram ao Ceará eram predominantemente residentes na Europa. Entre os países a Itália destacou-se como principal emissor respondendo por 16,98%, em segundo lugar Portugal 13,53%, em terceiro lugar a Argentina 12,94% e em quarto lugar Portugal com 12,64%. Analisando os dados de 2006, observa-se que Portugal (20,7%) pareceu em primeiro lugar, seguido por Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).



Analisando os principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, identifica ligeira predominância dos residentes na região Sudeste. Entre os brasileiros o estado de São Paulo destacou-se como principal emissor respondendo por 19,32%, em segundo lugar Rio de Janeiro 10,22%, em terceiro lugar o Pernambuco 8,68% e em quarto lugar Minas Gerais com 7,27%. Analisando os dados de 2006, observa-se que São Paulo (24,1%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro com (9,3%).



4. Sazonalidade da Demanda

A análise do fluxo turístico, também retrata um fenômeno que se manifesta com certa regularidade, ou seja, a sazonalidade da demanda. Com base na série anual gerada pela SETUR/CE, é possível fazer algumas inferências a respeito da sazonalidade inserida no comportamento do fluxo turístico para o Ceará via Fortaleza.

De acordo com o Quadro abaixo, a distribuição anual da demanda turística mostra que os períodos de pico ocorrem nos meses de férias de janeiro, julho e dezembro. O mês de janeiro concentra 13,01% da demanda anual, mês de julho 10,56% e o mês de dezembro 10,29%. Os meses de outubro e novembro mostram também uma relativa concentração, aglutinando percentuais médios entre 8,53% e 9,40% da demanda anual. Abril, maio e junho são os meses que apresentam os menores movimentos turísticos em termos agregados, ainda que isso não seja observado de maneira uniforme entre eles ao longo do tempo.

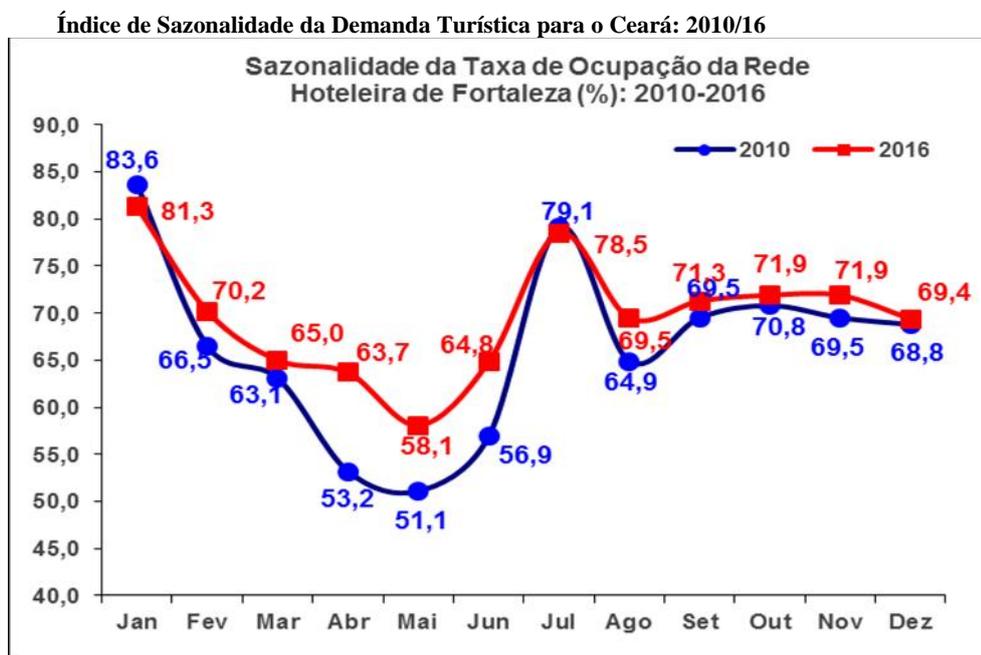
Quadro 5
Índice de Sazonalidade da Demanda Turística no Ceará – 2006/13

Meses	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Média
Jan	83,60	84,50	86,80	88,90	89,10	89,30	81,30	75,44
Fev	66,50	67,10	68,90	71,30	72,10	72,90	70,20	61,13
Mar	63,10	63,60	64,20	67,30	67,70	67,90	65,00	57,35
Abr	53,20	55,60	58,40	65,40	65,60	66,00	63,70	53,49
Mai	51,10	54,20	56,20	59,00	59,10	60,00	58,10	49,71
Jun	56,90	58,70	59,50	62,60	66,20	66,90	64,80	54,45
Jul	79,10	81,20	82,40	80,30	86,30	87,00	78,50	71,85
Ago	64,90	66,10	67,90	68,70	69,30	71,00	69,50	59,68
Set	69,50	69,80	70,10	73,20	74,50	75,00	71,30	62,93
Out	70,80	71,00	72,30	74,20	74,30	74,70	71,90	63,65
Nov	69,50	69,00	70,10	72,50	72,60	73,00	71,90	62,33
Dez	68,80	65,20	68,30	69,10	69,60	70,50	69,40	60,11
Total	66,42	67,17	68,76	71,04	72,20	72,85	69,63	61,01

Fonte: SETUR/CE

A sazonalidade da demanda turística se considerada fenômeno regular em todos os destinos turísticos. De acordo com o Gráfico abaixo, a distribuição anual da demanda turística mostra que os

períodos de pico ocorrem nos meses de férias, janeiro, julho e dezembro. O acumulado da média geral é de 61,01% e, para 2016, o índice de ocupação de 69,63%. O Ceará de agora, possui alta estação o ano todo. Notadamente, pela a recente inauguração do novo Centro de Eventos do Ceará.



Fonte: SETUR/CE.

O calendário do turismo refere-se aos meses de maior fluxo e verifica-se é que, fora dos períodos de alta, há aumento no percentual de entrada, em datas de grandes eventos. A pesquisa da SETUR/CE (2016) destaca que os eventos diminuem os efeitos da sazonalidade, ampliam a quantidade de emprego, com diminuição da instabilidade do mercado turístico.

A imagem de paisagem tropical é a grande referência do turismo do Ceará, ciente de que não basta segmento, a Secretaria de Turismo do Estado construiu o equipamento do Centro de Eventos do Ceará para megaeventos, criando e fortalecendo o turismo de negócios, com possibilidades de atrair maiores e novas demandas.

6. Interiorização do turismo

A capital cearense concentra notadamente o fluxo turístico do Estado e, por consequência, a maior receita gerada pelo setor. No entanto, a cada ano, cresce a demanda para o interior do Ceará, sobretudo nos municípios localizados nas regiões litorâneas. Este cenário é decorrente das políticas e investimentos públicos voltados para interiorização do turismo que visa desconcentrar os impactos da receita gerada pelos turistas para as demais regiões cearenses, bem como ampliar o tempo de permanência de visitantes no Estado. Na tabela abaixo se observa os resultados referentes à movimentação turística no Ceará no período de 2010 a 2016, envolvendo os fluxos de origem nacional, internacional e intra-estadual na capital e em 85 municípios turísticos do Ceará.

A SETUR/CE quer interiorizar o turismo, ação que aumenta o tempo de permanência do turista no Estado. Assim, empreendem-se esforços para que turistas visitem cidades e comunidades fora da capital. O Quadro 7 ressalva resultados da movimentação turística, no período de 2010 a 2016, envolvendo fluxos nacional, internacional e intraestadual na Capital e em 85 municípios turísticos.

Quadro 6
Movimentação Turística no Ceará - 2010/2016

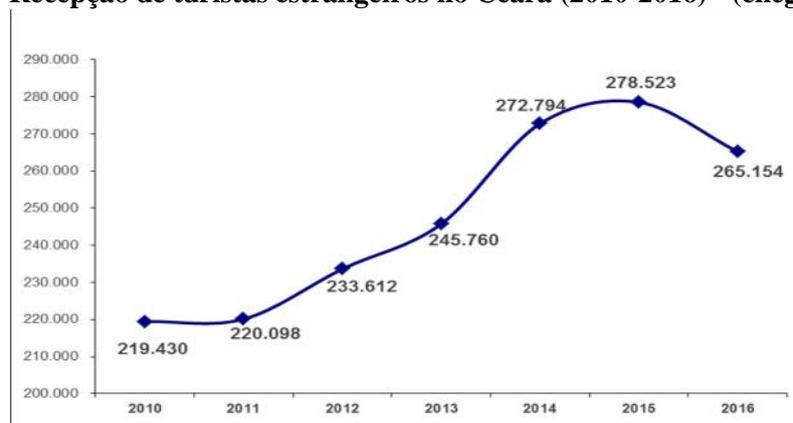
Anos	Movimentação Turística				
	Capital	(%)	Interior	(%)	Total
2010	2.691.729	21,4	10.008.271	78,6	12.595.005
2011	2.848.459	21,3	10.554.992	78,7	13.403.451
2012	2.995.024	21,1	11.199.231	78,9	14.194.255
2013	3.141.406	22,4	10.859.050	77,6	14.000.456
2014	3.262.259	22,5	11.209.850	77,5	14.472.109
2015	3.343.815	23,0	11.181.226	77,0	14.525.041
2016	3.243.501	22,8	10.976.397	77,2	14.219.898

Fonte: SETUR/CE (pesquisa mensal no período de 2010 a 2016)

Nota: a) Total de 85 municípios turísticos e b) movimentação turística envolve os fluxos de origem nacional, internacional e intra-estadual.

O Ceará registra evolução da atividade turística nos últimos anos – notadamente no turismo internacional. Dados da Secretaria de Turismo mostram que, entre 2010 e 2016, a demanda via Fortaleza mais do que dobrou de 219.430 para 265.154 com crescimento médio da ordem de 3,2% ao ano.

Recepção de turistas estrangeiros no Ceará (2010-2016) - (chegadas)



Fonte: Secretaria de Turismo – Estado do Ceará.

Turistas estrangeiros, em visita ao Brasil, desembolsam, em média, US\$ 65,6 dólares por dia. No entanto os gastos variam consideravelmente dependendo do motivo da viagem: com finalidade de visitar parentes e amigos ou de estudo inclusive, desembolsam-se, em média, US\$ 46,6 por dia, e por motivo de lazer gastam-se cerca de US\$ 73,4 por dia.

Turista de negócios, participantes de congressos, feiras e exposições comerciais despendem US\$ 112,9 por dia, em detalhe, o perfil do turista estrangeiro em visita ao Brasil. Este último constitui o grupo com maior poder de geração de receitas e benefícios econômicos: é o que mais gasta; são empresários brasileiros que realizam negócios com informações e experiências que alavancam a atividade empresarial; turistas que, atendidas as expectativas, voltam com família e/ou amigos em viagem de lazer; o ano inteiro, não apenas em época de férias; pessoas mais bem informadas por formadores de opinião, que influenciam a decisão de viajar de outrem. Por outro lado, é um grupo mais exigente em qualidade de serviços e atendimentos e requer atenção especial.

Para a SETUR/CE a interiorização do turismo visa, entre outros objetivos, desconcentrar espacialmente os impactos da receita gerada pelos turistas que se destinam a Fortaleza, bem como aumentar seu tempo de permanência no Estado. O reflexo dos esforços, neste sentido, pode ser percebido no percentual de turistas que visitaram cidades e localidades fora da capital (interior).

O litoral é o maior potencial turístico, pelas praias limpas e balneárias, associadas ao clima tropical influenciado pelas brisas marinhas, encontram-se elementos capazes de desenvolvimento da atividade turística, pela abundância de recursos hídricos, lagoas e barra de rios, para prática de esportes náuticos. Em serras úmidas de maiores elevações, tem-se como atrativo clima ameno, paisagem de vales e formações florestais, com pontos de visitação turística pela beleza das formações rochosas do relevo.

Na região da Ibiapaba, destaca-se o conjunto natural o horto florestal, “habitat” de densa fauna, com formação singular do relevo formando a Gruta de Ubajara e quedas d’água: Cachoeira do Frade, Bica do Ipú e Parque Nacional de Ubajara. Na Chapada do Araripe, os recursos naturais de maior importância são mananciais que jorram das serras, sendo os mais conhecidos nas imediações do triângulo Crato-Juazeiro-Barbalha. No sertão, os recursos são reduzidos devido à aridez, contudo aproveitados para implantação de equipamentos de lazer.

Fortaleza é o núcleo receptor e porta de entrada a destinos de sol e praia. No entanto, equipar apenas a capital é pouco para absorção da quantidade da demanda a receber, com opção pelo turismo como atividade primordial da economia. Assim, o turismo é interiorizado, com fluxos sistemáticos para interior e cidades sertanejas e serranas.

Do total de turistas que se destinaram a Fortaleza no período 2006/2012, cerca de 70,0% visitaram outras localidades do Estado. Essa taxa de interiorização oscilou entre 65,1% e 70,0%, no período citado. Todavia, de um modo geral, cerca de 84,6% das preferências dos turistas foram marcadamente direcionadas para as localidades litorâneas, 10,90% para as serras e 7,30% para o sertão, conforme quadro abaixo. Importante destacar que a movimentação no Ceará no período analisado cresceu 21,19%, sendo litoral com 27,54%, Serra com 4,43% e Sertão com -8,62%.

Quadro 7
Interiorização da demanda turística segundo as áreas mais visitadas

Local	2010			2016			Variação (%)
	Turistas	(%)	Perm.	Turistas	(%)	Perm.	
Litoral	1.506.015	80,39	3,10	1.920.801	84,60	8,50	27,54
Serra	106.530	5,69	5,60	111.252	4,90	10,90	4,43
Sertão	260.898	13,93	4,70	238.397	10,50	7,30	(8,62)
Total	1.873.443	100,00	4,50	2.270.451	100,00	8,90	21,19

Fonte: SETUR/CE. 2017

Os principais destinos na preferência dos turistas em 2016, excluindo o litoral de Fortaleza, são: Caucaia, Aquiraz, Aracati, Beberibe, Jijoca de Jericoacoara, Paracuru e Paraipaba.

Quadro 8
Destinos Preferidos pelos Turistas – 2016

Discriminação	Percentual na Demanda (%)		Turistas	Permanência (Dias)
	Interior	Total		
1 Caucaia	18,31	11,14	415.671	5,70
2 Aquiraz	16,81	10,23	381.771	7,30
3 Aracati	13,76	8,37	312.358	6,50
4 Beberibe	10,70	6,51	242.945	5,20
5 Jijoca Jericoacoara	9,63	5,86	218.732	6,40
6 Paracuru	3,31	2,01	75.063	7,40
7 Paraipaba	3,16	1,93	71.834	6,80
8 Icapuí	1,56	0,95	35.514	6,30
9 Trairi	1,56	0,95	35.514	7,00
10 Cascavel	1,49	0,91	33.899	8,50
11 Sobral	1,07	0,65	24.214	6,00
12 São Gonçalo	1,03	0,63	23.407	5,90
13 Guaramiranga	0,75	0,45	16.950	4,30
14 Maranguape	0,71	0,43	16.143	6,80
15 Juazeiro	0,71	0,43	16.143	9,70
16 Ubajara	0,68	0,41	15.335	5,00
17 Tianguá	0,64	0,39	14.528	8,30
18 São Benedito	0,57	0,35	12.914	5,20
19 Quixadá	0,53	0,32	12.107	6,30
20 Outros	9,01	0,26	204.568	4,7
Subtotal	96,0	53,2	2.179.610	6,5
Outras localidades	4,0	16,9	90.841	2,8
Total Interiorização	100,0	70,1	2.270.451	9,3

Fonte: SETUR/CE (dados preliminares).

7. Produtos e Destinos Turísticos

Os produtos turísticos ofertados nas regiões turísticas contêm características diversificadas, que possibilitam a criação e o desenvolvimento de uma variada tipologia de atividades e roteiros turísticos, permitindo a atração de diferentes segmentos e nichos de mercado, como os mencionados a seguir:

- Sol e Praia;
- Turismo de Esporte/Aventura;
- Turismo de Negócios e Eventos.
- Turismo Ecológico;
- Turismo Científico e Cultural;
- Turismo Religioso;
- Turismo Rural;

Do ponto de vista econômico, o turismo é um produto composto e diversificado que se torna cada vez mais enriquecido, divisível ou segmentado. Na verdade, cada destino tende a ofertar um conjunto de combinações específicas de bens e serviços, destinados a segmentos cada vez mais identificados. Tais combinações de produtos ofertados dependem das potencialidades naturais e da capacidade de formatar o produto composto. No caso específico do Ceará, essa combinação está estilizada no quadro a seguir:

Quadro 11
Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará

SEGMENTOS		DESTINOS	
C U L T U R A L	Sol e Praia	C O M P R A S	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza e entorno • Canoa Quebrada • Jericoacoara e Camocim • Outros
	Eventos e Negócios		<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza • Crato e Juazeiro • Iguatu • Pplos Agrícolas e Industriais Interior • Guaramiranga • Outros
	Visita Parentes/Amigos		<ul style="list-style-type: none"> • Litoral • Serras • Sertão
	Religioso		<ul style="list-style-type: none"> • Canindé • Juazeiro do Norte • Outros
	Outros		<ul style="list-style-type: none"> • Santana do Cariri: Arqueológico • Ubajara: Espeleologia • Litoral, Serras e Sertão: Esportes/Aventuras e Ecológicos/Rural.

Obs: Na associação dos segmentos com os destinos, tomou-se como referência o documento SETUR/CE .

De acordo com estudos e pesquisas desenvolvidos pela SETUR, verifica-se que o produto turístico do Ceará tem como componentes predominantes os segmentos sol e praia,

eventos e negócios, visitas a parentes/amigos e religioso. Os componentes cultura e compras devem ser considerados de cunho transversal ou complementar. No caso da questão cultural, por razões de natureza histórica e sócio-econômica, ainda não exerce um poder de atração marcante. As demais motivações como o ecológico, a arqueologia e esportes de aventura também ainda é pouca a representatividade.

Assim sendo, cada destino específico define combinações próprias na formatação de seus produtos. No caso de Jericoacoara e Camocim, por exemplo, o produto ofertado é fundamentado pelos segmentos sol e praia, ecológico e esporte de aventura, tendo como envoltório os segmentos cultura, compras e gastronomia.

8. Segmentação e Produto

A segmentação de mercado consiste na sua divisão em grupos de demanda com características homogêneas. É um importante instrumento como guia no processo de desenvolvimento da oferta turística. Existe uma diversidade de critérios a serem utilizados na segmentação do mercado turístico¹. Para esta pesquisa, utilizaram-se como critérios de segmentação as motivações das viagens e o elemento geográfico, visando caracterizar o espectro dos produtos ofertados pelo destino turístico Ceará. De acordo com o Quadro 12, o principal motivo da viagem para o Ceará via Fortaleza é lazer/passeio (44,9%), vindo em seguida negócios/trabalho (17,5%), visita a parente/amigos (20,1%) e congressos/eventos com 11,2%.

Quadro 12
Demanda turística via Fortaleza segundo a motivação – 2016

Motivação	Turistas		Perm. (dias)	Gastos (R\$)		Receita Turística		Impacto no PIB(%)
	Total	(%)		Percapita	Percapita/Dia	R\$ Milhões	(%)	
Lazer/Passeio	1.456.332	44,9	11,1	2.248,65	202,58	3.274,8	44,8	5,3
Visita Parente/Amigo	651.944	20,1	9,3	1.831,10	196,89	1.193,8	16,3	1,9
Negócios/Trabalho	567.613	17,5	5,7	2.321,18	407,22	1.317,5	18,0	2,1
Congressos/Eventos	363.272	11,2	5,2	2.358,98	453,65	857,0	11,7	1,4
Outros	204.341	6,3	8,2	1.670,78	203,75	189,7	2,6	0,3
Total	3.243.501	100,0	10,0	2.310,38	231,04	7.493,7	93,4	11,7

Nota: a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística Total (Direta e Indireta) e o PIB; b) A Receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Percapita e Demanda Turística via Fortaleza; c) Receita Turística Total (Direta+Indireta) ou Renda Gerada, decorre do processo iterativo dos gastos dos turistas na economia via propensão marginal a consumir (efeito multiplicador); d) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi de 1996=1,34, 1997=1,43, 1998=1,53, 1999=1,64 e 2000 a 2004=1,75 (in Ferreira, Assuéro e Oliveira, Aécio – Estruturação da Matriz de Insumo - Produto do Turismo do Ceará, Fortaleza, março de 1996); e e) PIB cf(2016) estimativa do IPECE/CE.

A receita gerada pela atividade turística na economia cearense em 2016 foi de 7,5 bilhões de reais. Segundo levantamento da Secretaria de Turismo do Ceará (Setur), os maiores gastos médios dos visitantes se concentram em compras (23,2%), alimentação (18,1%) e hospedagem (15,8%).

¹ Explicações sobre motivação e segmentação no turismo veja: TOVAR (1995) e MONTEJANO (1998).

O segmento negócios/trabalho + congressos/eventos corresponde a 28,7%, ou seja, 930.885 turistas e impacta aproximadamente 3,5% do PIB. A cada R\$ 1,00 gasto em Promoção e Marketing o Ceará recebe R\$ 3,59.

Apesar do passeio ainda ser a maior motivação do turista que visita o Ceará (44,9%), o turismo de eventos e negócio tem uma participação extremamente importante na atividade turística no Estado, com 28,7% do fluxo total. Esse cenário é corroborado pelo crescente número de feiras e congressos realizados em Fortaleza após a inauguração do Centro de Eventos do Ceará. Somente em 2016, foram realizados 128 eventos (69 locais, 14 regionais, 38 nacionais e 7 internacionais) no CEC.

O turismo de eventos no estado prevê o incremento de 1% sobre o PIB cearense com a construção do novo Centro de Eventos do Ceará, inaugurado em Fortaleza no segundo semestre de 2012. O novo equipamento deve gerar cerca de 90 mil empregos diretos na cadeia produtiva do turismo e injetar R\$ 318 milhões na economia do Estado.

Como pode ser observado, os principais segmentos que compõem o fluxo turístico apresentam as características a seguir.

- **Passeio/Lazer:** Este segmento representou 44,9% do fluxo turístico, verificado em 2016, e cerca de 44,8% da receita turística. Os turistas que compõem esse segmento apresentaram um gasto percapita/dia de R\$ 202,58 e uma permanência média de 11,1 dias.
- **Visita a parentes e amigos:** Este segmento representa 20,1% do fluxo e, é responsável por 16,3% da receita turística. O gasto percapita/dia foi de R\$ 196,89 e a permanência média de 9,3 dias.
- **Negócios/trabalho e eventos/congressos:** Este segmento correspondeu a 28,3% do fluxo turístico e a 29,7% da receita turística total gerada pelo turismo no Estado. O gasto percapita/dia foi de R\$ 429,37 e a permanência média de 5,5 dias.

É importante ressaltar que as viagens ao Ceará motivadas por negócios e eventos, têm nos atrativos naturais seu principal estímulo, o que revela seu forte poder de atração turística, principalmente de suas praias e clima. Entre os fatores que influenciam as viagens, os comentários de parentes e amigos têm sido o principal fator de influência, com 42,8%, em média. O segundo fator em ordem de importância foi o conhecimento do local com 36,9%.

Quadro 13
Fatores de Influência na Demanda por Negócios/Eventos

Fatores de Influência	2010		2016	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Comentários Parentes	1.090.689	40,5	1.387.620	42,8
Já conhecia Ceará	966.062	35,9	1.197.176	36,9

Internet	178.462	6,6	299.098	9,2
Propaganda/Mídia	173.078	6,4	222.829	6,9
Agências de Viagens	124.627	4,6	121.307	3,7
Outros	158.812	5,9	15.471	0,5
Total Geral	2.691.729	100,0	3.243.501	100,0

Fonte: SETUR/CE

Assim, pode-se resumir que os atrativos naturais, as visitas a parentes/amigos e os negócios são os principais motivadores da demanda. Os comentários de parentes/amigos e o conhecimento prévio do local são os meios determinantes na decisão, quando a motivação é passeio, correspondendo a mais de 70%. Quando se analisam os fatores que influenciam a visita a passeio, os componentes comentários de parentes e amigos e já conheciam o local são determinantes na escolha do destino, podendo significar que as ações institucionais de marketing ainda são pouco eficazes no processo de comercialização do produto junto aos mercados emissores.

A respeito observa-se, ainda, que, entre os demais fatores de influência, a Mídia e as Agências de viagens, principalmente, têm mais representatividade nas capitais, com maior participação no fluxo total. Pode-se concluir que, além da necessidade de melhorar a qualidade e a consolidação dos produtos turísticos entre as capitais, é necessária a implementação de uma Política de Comercialização do Turismo, de forma mais intensiva em tecnologia da informação e de relacionamento, fundamentada em pesquisas e estudos de mercados. Em outras palavras, que as ações de marketing sejam mais técnicas e menos empíricas, no sentido de tornar os produtos mais atraentes e diversificados, ou seja, mais competitivos.

Quadro 14
Estrutura dos Gastos dos Turistas

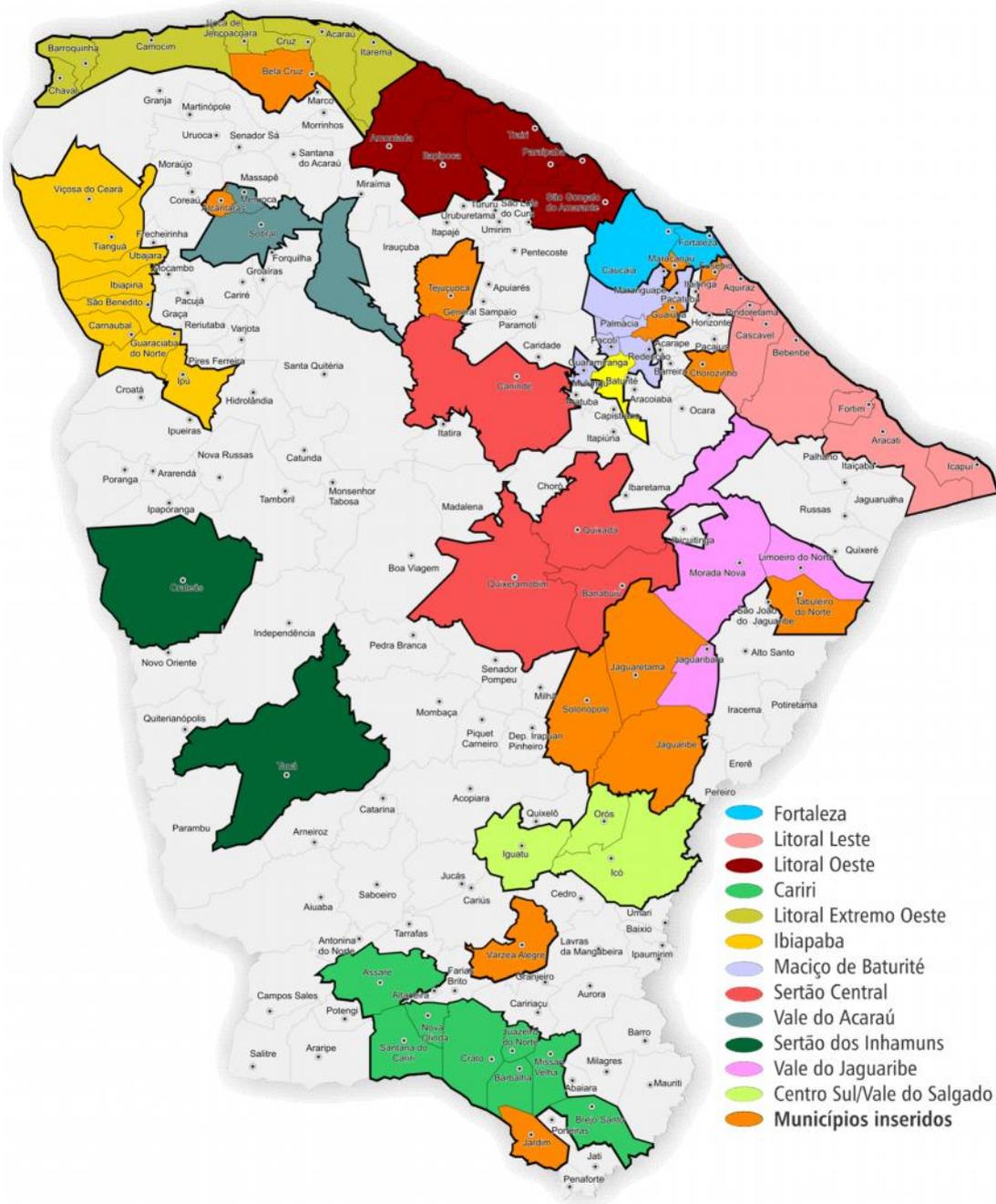
ESTRUTURA E DISTRIBUIÇÃO DOS GASTOS TURÍSTICOS - 2010/15															
Estrutura dos Gastos	Períodos							Média (%)	Receita (R\$ milhões)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hospedagem	18,7	20,6	19,6	19,9	20,0	18,8	19,6	19,6	760,2	946,1	1.004,0	1.094,2	1.256,2	1.375,0	1.467,1
Alimentação	20,1	20,3	20,0	20,0	20,1	21,9	20,7	20,4	817,1	932,4	1.024,4	1.099,7	1.260,4	1.601,7	1.548,7
Transportes	10,4	11,0	10,6	10,7	10,8	11,6	11,0	10,9	422,8	505,2	543,0	586,5	674,4	848,4	824,9
Compras	28,1	28,9	29,2	28,7	28,9	26,3	28,0	28,3	1.142,3	1.327,3	1.495,7	1.579,9	1.815,0	1.923,5	2.097,7
Diversão/Passeio	17,7	16,1	16,9	16,9	16,6	15,7	16,4	16,6	719,6	739,5	865,7	929,2	1.043,0	1.148,2	1.229,8
Outros	5,0	3,1	3,7	3,8	3,5	5,7	4,3	4,2	203,3	142,4	189,5	208,9	221,6	416,9	325,6
Total	100,0	4.065,3	4.592,9	5.122,2	5.498,4	6.270,6	7.313,6	7.493,7							

Fonte: SETUR/CE

Nota: a) A Receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Percapita e Demanda Turística via Fortaleza

9. Regiões e Destinos Turísticos

Do ponto de vista espacial, as potencialidades turísticas do estado estão demarcadas em macrorregiões turísticas, especializadas em Pólos e Roteiros Turísticos, na perspectiva da geração de oportunidades de empregos e negócios para o desenvolvimento do Ceará, ao tempo em que procura resgatar e preservar o patrimônio histórico, cultural e ambiental. As regiões e pólos turísticos prioritários são visualizados na figura e definidos da seguinte forma:



A região turística principal é Fortaleza acolhe o turista como cidade balneária conhecida como de verdes mares. A temperatura de clima tropical é de 25° a 27°, clima perfeito para mergulho nas águas mornas da Praia do Futuro e da região metropolitana.

No litoral leste, têm-se atrativos com destaque para falésias e dunas da Costa do Sol Nascente, onde se localiza a praia de Canoa Quebrada, destino indutor do turismo. Próximo, há praias de Majorlândia, Lagoa do Mato e Quixaba; Morro Branco em Beberibe, com labirinto de falésias; e praias de Ponta Grossa e Redonda, no município de Icapuí.

No litoral oeste, um dos principais atrativos é a praia de Jericoacoara com uma das pedras mais preciosas da natureza, à beira-mar. A pedra furada, no conjunto de rochas, forma cenário deslumbrante, assim como praias de Cumbuco, Taíba, Lagoinha, Flecheiras e Camocim.

- O Turismo impacta em 52 setores da economia. Além das atividades características do turismo como hospedagem, alimentação, agências de viagens, locadoras de veículos, organizadoras e promotoras de eventos, taxistas etc, impacta também na indústria têxtil, construção civil, serviços gráficos, área de saúde, instituições de fomento, academias etc);
- O impacto do turismo sobre PIB do Ceará saltou de 9,4% para 11,7% representando 16,3% de crescimento no período;
- A renda gerada pelo turismo na economia saltou de 4,5 para 9,6 bilhões com crescimento de 120,2% no período de 2006/2016;
- Somente em 2016, foram realizados 108 eventos no novo Centro de Eventos do Ceará;
- O novo Centro de Eventos do Ceará vai impactar em 1% do PIB estadual, gerar 87,6 mil empregos diretos na cadeia produtiva do turismo e um aumento de 318,3 milhões na massa salarial do Ceará;
- Foram capacitados 10,9 mil profissionais e empresários do setor turístico;
- A movimentação no Aeroporto Internacional Pinto Martins saltou de 2.950 para 5.953 mil passageiros com crescimento de 101,8%,