



ESTUDOS DE MERCADO DOS POLOS TURÍSTICOS DO PRODETUR NACIONAL NO ESTADO DO CEARÁ

Produto 7 – Consolidação dos Estudos

Versão Final

São Paulo, 10 de Outubro de 2011

Equipe Técnica

Coordenador Geral: Paulo Renato Gaudenzi Dantas

Assistente de Coordenação: Gabriela Scuta Fagliari

Especialista em Economia do Turismo: Luiz Renato Ignarra

Analistas de Turismo:

Ana Christina Sogabe

Gabriela Scuta Fagliari

Gleice Regina Guerra

Juliana Vicente Bettini

Sumário

1	INTRODUÇÃO	1
2	PRODUTO 2: ESTUDO COM OPERADORAS DE TURISMO	3
2.1	O turismo no Ceará hoje	3
2.2	Polo Litoral Leste	5
2.3	Polo Chapada da Ibiapaba	7
2.4	Polo Maciço do Baturité	8
3	PRODUTO 3: ESTUDO DE DEMANDA ATUAL.....	11
3.1	Polo Litoral Leste	12
3.1.1	<i>Segmento regional</i>	<i>12</i>
3.1.2	<i>Segmento nacional.....</i>	<i>13</i>
3.1.3	<i>Segmento internacional.....</i>	<i>15</i>
3.2	Polo Chapada da Ibiapaba.....	16
3.3	Polo Maciço do Baturité.....	18
3.4	Dados consolidados da demanda atual dos polos turísticos.....	19
4	PRODUTO 3: PROJEÇÕES DA DEMANDA TURÍSTICA DOS POLOS	33
5	PRODUTO 4: ESTUDO DE DEMANDA POTENCIAL.....	40
5.1	Resultados para o segmento internacional.....	44
5.1.1	<i>Preferências quanto ao destino principal da viagem.....</i>	<i>44</i>
5.1.2	<i>Preferências quanto ao destino secundário da viagem</i>	<i>46</i>
5.2	Resultados para o segmento nacional	47
5.2.1	<i>Preferências quanto ao destino principal da viagem.....</i>	<i>47</i>
5.2.2	<i>Preferências quanto ao destino secundário da viagem</i>	<i>49</i>
5.3	Resultados para o segmento regional de sol e praia	50
5.4	Resultados para o segmento regional de ecoturismo e turismo de aventura	52
6	PRODUTO 5: ESTUDO DA OFERTA TURÍSTICA	55
6.1	Polo Litoral Leste	56
6.2	Polo Chapada da Ibiapaba	73
6.3	Polo Maciço do Baturité.....	82
7	PRODUTO 5: ESTUDO DA CONCORRÊNCIA	94
7.1	Polo Litoral Leste	95
7.2	Polo Chapada da Ibiapaba	101
7.3	Polo Maciço do Baturité.....	107
8	PRODUTO 6: ESTUDO DE COMPATIBILIZAÇÃO ENTRE OFERTA E DEMANDA	114
8.1	Polo Litoral Leste	115
8.1.1	<i>Porto das Dunas</i>	<i>118</i>
8.1.2	<i>Canoa Quebrada.....</i>	<i>119</i>

8.1.3	<i>Morro Branco/Praia das Fontes</i>	121
8.1.4	<i>Caponga</i>	122
8.1.5	<i>Redonda/Ponta Grossa</i>	123
8.1.6	<i>Cumbuco</i>	124
8.2	Polo Chapada da Ibiapaba	125
8.2.1	<i>Ubajara</i>	126
8.3	Polo Maciço do Baturité	128
8.3.1	<i>Guaramiranga</i>	129
8.4	Características desejáveis da oferta turística	131
8.5	Investimentos prioritários	133

Lista de Tabelas

Tabela 1. Amostra final do Estudo com Operadoras de Turismo	3
Tabela 2. Amostra final do Estudo de Demanda Atual	11
Tabela 3. Perfil sócio demográfico dos visitantes	19
Tabela 4. Duração e gasto das viagens	21
Tabela 5. Caracterização da viagem	22
Tabela 6. Atividades realizadas pelos turistas	24
Tabela 7. Informação e distribuição	25
Tabela 8. Influência de aspectos gerais na tomada de decisão de viajar	26
Tabela 9. Avaliação da importância de aspectos turísticos e gerais em viagens a lazer	27
Tabela 10. Satisfação com a viagem	29
Tabela 11. Avaliação de aspectos turísticos e gerais dos principais destinos visitados	30
Tabela 12. Hábitos de viagens dos entrevistados	32
Tabela 13. Fluxo turístico receptivo (em milhares)	33
Tabela 14. Teste Dickey-Fuller para raiz unitária	36
Tabela 15. Projeções dos fluxos turísticos (em milhares de turistas).....	37
Tabela 16. Distribuição da amostra efetiva	42
Tabela 17. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino principal da viagem - segmento internacional.....	44
Tabela 18. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino secundário da viagem - segmento internacional.....	46
Tabela 19. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino principal da viagem - segmento nacional	48
Tabela 20. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino secundário da viagem - segmento nacional	49
Tabela 21. Estimativas do modelo de preferências para o segmento regional de sol e praia	51
Tabela 22. Estimativas do modelo de preferências para o segmento regional de ecoturismo e turismo de aventura	53
Tabela 23. Avaliação geral da concorrência – Polo Litoral Leste.....	96
Tabela 24. Avaliação geral da concorrência – Polo Chapada da Ibiapaba.....	102
Tabela 25. Avaliação geral da concorrência – Polo Maciço do Baturité.....	108
Tabela 26. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Litoral Leste .	115
Tabela 27. Destinos priorizados no Polo Litoral Leste	118
Tabela 28. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Chapada da Ibiapaba	125
Tabela 29. Destino priorizado no Polo Chapada da Ibiapaba	126
Tabela 30. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Maciço do Baturité.....	128

Tabela 31. Destinos priorizados no Polo Maciço do Baturité.....	129
Tabela 32. Características desejáveis da oferta – acesso ao atrativo.....	131
Tabela 33. Características desejáveis da oferta – paisagem, atividades complementar e serviços turísticos.....	132
Tabela 34. Investimentos prioritários nos destinos turísticos, por componente do Prodetur	134

Lista de Figuras

Figura 1. Fluxo turístico receptivo	34
Figura 2. Projeção de fluxo turístico para o Polo Litoral Leste	38
Figura 3. Projeção de fluxo turístico para o Polo Chapada da Ibiapaba	38
Figura 4. Projeção de fluxo turístico para o Polo Maciço do Baturité	39
Figura 5. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Litoral Leste	56
Figura 6. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Litoral Leste	59
Figura 7. Distribuição dos parques temáticos do Polo Litoral Leste	63
Figura 8. Distribuição dos atrativos histórico culturais do Polo Litoral Leste	65
Figura 9. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Litoral Leste	68
Figura 10. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Litoral Leste	69
Figura 11. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Chapada da Ibiapaba	73
Figura 12. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Chapada da Ibiapaba	75
Figura 13. Distribuição dos atrativos histórico culturais do Polo Chapada da Ibiapaba	76
Figura 14. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Chapada da Ibiapaba	78
Figura 15. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Chapada da Ibiapaba	79
Figura 16. Distribuição dos operadores de receptivo do Polo Chapada da Ibiapaba	80
Figura 17. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Maciço do Baturité	82
Figura 18. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Maciço do Baturité	85
Figura 19. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Maciço do Baturité	88
Figura 20. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Maciço do Baturité	89
Figura 21. Distribuição dos operadores de receptivo do Polo Maciço do Baturité	90
Figura 22. Localização dos concorrentes do Polo Litoral Leste	97
Figura 23. Localização dos concorrentes do Polo Chapada da Ibiapaba	103
Figura 24. Localização dos concorrentes do Polo Maciço do Baturité	109
Figura 25. Mapa de localização do destino Porto das Dunas e sua área de influência	118
Figura 26. Mapa de localização do destino Canoa Quebrada e sua área de influência	119
Figura 27. Mapa de localização do destino Morro Branco/Praia das Fontes	121
Figura 28. Mapa de localização do destino Caponga e sua área de influência	122
Figura 29. Mapa de localização do destino Redonda/Ponta Grossa e sua área de influência	123
Figura 30. Mapa de localização do destino Cumbuco	124
Figura 31. Mapa de localização do destino Ubajara e sua área de influência	126
Figura 32. Mapa de localização do destino Guaramiranga e sua área de influência	129

1 Introdução

O presente documento é parte integrante do projeto intitulado “Estudo de Mercado dos Polos Turístico do Prodetur Nacional no Estado do Ceará”. Este sétimo e último produto da contratação constitui-se na Consolidação do Estudo de Mercado para os polos turísticos contemplados pelo projeto, quais sejam: Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité.

O Estudo de Mercado foi executado durante o período de maio a outubro de 2011 e teve os seguintes objetivos, conforme especificado em termo de referência:

- Melhorar o conhecimento da demanda turística existente e potencial para os três pólos.
- Entender a situação atual e o desempenho da oferta turística.
- Avaliar a compatibilidade entre a oferta e a demanda no que se refere à quantidade e qualidade dos serviços prestados e identificar investimentos necessários para solucionar eventuais lacunas detectadas.
- Avaliar destinos concorrentes.
- Apontar cinco destinos que devem ser beneficiados pelo PRODETUR mediante o estabelecimento de critérios objetivos.

A fim de atingir os objetivos propostos, o Estudo de Mercado englobou a elaboração de cinco diferentes estudos: Estudo com Operadoras de Turismo, Estudo de Demanda Atual, Estudo de Demanda Potencial, Estudo da Oferta Turística, Estudo da Concorrência. A partir dos resultados destes estudos, procedeu-se então à elaboração do Estudo de Compatibilização entre Oferta e Demanda Turística.

A partir do Estudo de Compatibilização, de acordo com definições do termo de referência, se avaliou de forma sistemática a capacidade da oferta em satisfazer as expectativas e exigências da demanda atual e potencial, em função cada mercado/segmento/produto consumido na qualidade e quantidade desejadas. A compatibilização forneceu as bases necessárias para a seleção dos cinco destinos a serem priorizados, bem como para definição dos investimentos necessários em cada área.

Neste último produto são consolidados todos os estudos previamente realizados no âmbito do projeto, por meio de uma síntese dos resultados mais importantes de cada um deles, dando origem a um documento conclusivo final. Vale ressaltar que tanto a definição dos cinco

destinos quanto dos investimentos necessários, prevista em plano de trabalho para compor este produto, foi feita no Produto 6, conforme explicado em detalhes naquele documento.

Deste modo, na sequência são apresentados os principais resultados de cada um dos produtos que compuseram essa contratação. Breves explicações acerca dos procedimentos metodológicos utilizados também são feitas ao início de cada capítulo, os quais estão organizados por estudo realizado.

2 Produto 2: Estudo com Operadoras de Turismo

O Estudo com Operadoras de Turismo constituiu-se no primeiro estudo realizado no âmbito deste projeto. Seu objetivo foi conhecer a opinião de operadores a respeito do estado do Ceará e de seus três polos turísticos, no que diz respeito ao desenvolvimento da atividade turística. As operadoras são grandes conhecedoras do mercado turístico; nesse sentido, suas opiniões são relevantes no que diz respeito à avaliação das condições atuais e do potencial de destinos turísticos, de suas atrações e equipamentos, e também de seus concorrentes.

As entrevistas junto às operadoras foram realizadas com uso da técnica qualitativa de entrevista em profundidade, que prevê a utilização de um roteiro base para a condução das entrevistas, porém no qual se conta com a interação entre entrevistado e entrevistador para que seja possível o levantamento de informações detalhadas. Todas as entrevistas foram realizadas por meio telefônico, através de softwares com tecnologia VOIP (Voice Over IP).

Para realização do estudo, os operadores de turismo foram divididos em quatro categorias, quais sejam: operadores emissivos internacional (Itália, Portugal e França), operadores emissivos nacional, operadores emissivos regional e operadores receptivos regional. O pressuposto para a participação na pesquisa foi a venda de produtos turísticos que abarcassem ao menos um dos polos turísticos englobados pelo presente estudo, quais sejam: Polo Litoral Leste, Polo Chapada da Ibiapaba e Polo Maciço do Baturité.

O Estudo com Operadoras de Turismo baseou-se numa amostra final de 60 entrevistas, divididas por categoria conforme tabela que segue:

Tabela 1. Amostra final do Estudo com Operadoras de Turismo

Tipo de empresa	Nº entrevistas
Operadores emissivos internacionais	11
Operadores emissivos nacionais	16
Operadores emissivos regionais	27
Operadores receptivos regionais	6
Total de entrevistas	60

Fonte: Ipeturis, 2011

2.1 O turismo no Ceará hoje

A atividade turística desenvolvida no estado do Ceará apresenta imagem extremamente atrelada ao segmento de sol e praia, sendo esta a paisagem estadual estabelecida e vendida na mídia de modo contínuo, inclusive de forma espontânea. Esta imagem de praia é o ponto de

partida para todo o trabalho da grande maioria dos operadores consultados. A frase “o Ceará é praia” é dita como designação das características do estado por diversos operadores.

Mesmo as empresas que têm como foco de atuação os polos Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité possuem esta visão da força do conceito da praia ligada ao Ceará, conforme explicita um entrevistado:

“O turista que procura o Ceará [hoje], procura praia, e não serra”.

Apesar do grande foco no segmento de sol e praia e, conseqüentemente, na comercialização de destinos de praia, os operadores afirmam existir uma grande variedade de atrativos turísticos no estado. Ressaltam que os destinos cearenses possuem características capazes de atender públicos diversos, mas que o estado ainda não aproveita esse potencial. Os dois principais segmentos passíveis de aproveitamento, na opinião desses atores, são o ecoturismo/turismo de aventura e o turismo cultural.

Um ponto importante destacado pelos entrevistados no que diz respeito à dinâmica da atividade turística no estado do Ceará é o fato de Fortaleza servir como ponto de apoio para os visitantes, em geral. O aeroporto da capital é o principal portão de entrada de turistas no estado, tanto daqueles provenientes de localidades brasileiras, como estrangeiras. Por este motivo, o município acaba sendo utilizado como ponto de apoio para a realização de visitas pelo estado do Ceará, seja em viagens independentes, seja em viagens organizadas.

Há quatro destinos que se destacam de forma mais incisiva na visão dos operadores de turismo. O primeiro deles é Jericoacoara, no município de Jijoca de Jericoacoara, citado pela maioria dos operadores como um dos principais destinos do estado. A praia de Canoa Quebrada, no município de Aracati, é considerada um destino tradicional cearense. Outro destaque é o município de Aquiraz, por vezes apresentado como Porto das Dunas ou Beach Park, por sediar o referido parque. O destino é destacado pela proximidade de Fortaleza, sendo inclusive citado por alguns operadores como um destino que deveria estar inserido em um polo juntamente com Fortaleza, e não com o Litoral Leste. Outro destino destacado é Beberibe, sendo que as praias de Morro Branco e Praia das Fontes são consideradas as principais áreas atrativas do local.

A capital Fortaleza também é muito citada entre os destinos de destaque. Em geral, o município está incluído nos pacotes de emissivo nacional e internacional e trata-se da cidade base do turismo no Ceará, especialmente por sediar o Aeroporto Internacional Pinto Martins.

2.2 Polo Litoral Leste

O Polo Litoral Leste possui grande inserção na carteira de produtos das operadoras. Ele está inserido na carteira de produtos de todo o conjunto de operadores emissivos internacionais, emissivos nacionais e emissivos regionais consultados.

Este polo demonstra ter boa inserção enquanto produto principalmente por sua proximidade da capital Fortaleza, por sua oferta diferencial, baseada no segmento sol e praia – o principal segmento turístico do estado, de acordo com os operadores –, e pela extensa infraestrutura turística já instalada na região, principalmente nos municípios de Aquiraz, Beberibe e Aracati.

O segmento prioritário para exploração no polo é sol e praia; no entanto, os operadores também percebem potencial para trabalhar com esportes náuticos e turismo histórico cultural. Atualmente, no entanto, o Polo Litoral Leste caracteriza-se pela escassez de atividades complementares à praia, conforme menciona um operador:

“Normalmente Litoral Leste é só praia, não tem atividades que não seja aproveitar o sol e a praia”.

O Polo Litoral Leste possui três localidades que se destacam sobremaneira na região como destinos turísticos. A primeira delas é a Praia de Canoa Quebrada, em Aracati, um destino já tradicional no estado, com um fluxo turístico que remonta a algumas décadas. Aquiraz também possui grande destaque no polo, principalmente para o turismo doméstico, e geralmente associado ao Beach Park. Em terceiro lugar está Beberibe, representado por suas duas praias mais famosas: Morro Branco e Praia das Fontes.

As empresas do grupo emissivo internacional têm no segmento de sol e praia seu principal foco no Litoral Leste, para dois tipos de públicos distintos. Um grupo é composto por homens com mais de 25 anos de idade, que viajam desacompanhados ou em grupo e têm como principal objetivo o desfrute de sol e praia, sem a realização de grandes deslocamentos. O segundo grupo é formado por turistas em busca de um contato mais próximo com a localidade visitada e de uma experiência de maior rusticidade, porém, em busca de uma oferta de hospedagem confortável.

As empresas de emissivo nacional e regional também têm no segmento de sol e praia seu maior destaque, porém, o foco destas empresas está no turismo baseado na utilização de resorts, motivo pelo qual o município de Aquiraz tem grande destaque.

O ponto forte do Polo Litoral Leste está ligado principalmente às características intrínsecas de sua oferta diferencial. Os operadores são unânimes ao mencionar os atrativos e a beleza natural das praias. A proximidade com a capital e, por consequência, com o aeroporto internacional, também aparece destacada como um ponto positivo do polo.

Para os operadores nacionais, adicionalmente, a existência de uma oferta técnica de qualidade e do próprio Beach Park constituem pontos fortes do polo. A hotelaria se destaca na percepção destes atores, tanto pela presença dos resorts, como pela grande variedade de pousadas.

Os aspectos negativos, por sua vez, estão refletidos para os operadores na pouca divulgação do polo, principalmente no que tange aos destinos menos tradicionais. As condições de acesso ao destino, principalmente no que diz respeito à qualidade das rodovias, é um ponto que merece melhorias na opinião destes atores, apesar de haver a percepção de alguma evolução nesse sentido ao longo dos últimos anos.

Lacunas de infraestrutura básica e de serviços de apoio, principalmente saneamento, transporte público e condições de segurança, precisam ser sanadas para aumentar a competitividade do polo no mercado turístico.

No que diz respeito aos equipamentos turísticos, faltam meios de hospedagem diferenciados – principalmente hotelaria de charme – e restaurantes qualificados, principalmente na percepção dos operadores internacionais. A falta de capacitação profissional é outro ponto indicado, atingindo tanto os trabalhadores de hotéis e restaurantes, como as pessoas que trabalham com serviços, como passeios de bugue e esportes de aventura.

A proximidade com a Europa é um aspecto que facilita a comercialização dos destinos do Polo Litoral Leste para o público internacional; aliado a isso, tem-se a facilidade de acesso ao aeroporto de Fortaleza, já mencionada, que potencializa tanto a comercialização para este público quanto para os visitantes domésticos. No entanto, o alto preço das passagens dificulta a comercialização do destino para este último público, de acordo com os operadores emissores nacionais. Ainda no que diz respeito à comercialização, os preços praticados são considerados inadequados ao custo-benefício oferecido pelo destino, diminuindo a competitividade do polo no mercado turístico.

Como principais concorrentes, os entrevistados citam, em geral, localidades com alguma semelhança de oferta diferencial com a oferta do Polo Litoral Leste, ou seja, localidades com

belas praias e infraestrutura hoteleira razoavelmente estabelecida. Os cinco principais destinos concorrentes do Polo Litoral Leste, de acordo com os operadores, são:

- Jericoacoara (CE)
- Natal e Praia da Pipa (RN)
- Costa Verde, Praia do Forte e Salvador (BA)
- Recife e Porto de Galinhas (PE)
- Fortaleza e Praia do Futuro (CE)

2.3 Polo Chapada da Ibiapaba

O Polo da Chapada da Ibiapaba apresenta fraca representatividade como produto junto aos operadores. Mesmo as empresas que oferecem destinos deste polo como produto têm pouquíssima demanda para eles. O maior fluxo de turistas para este polo é regional, conforme evidencia um dos entrevistados:

“Ainda é um turismo local, bem regional, Fortaleza e da região ali, até de alguns estados até do próprio Nordeste, talvez Rio Grande do Norte, alguma coisa do Piauí, mas bem regional”.

O Polo Chapada da Ibiapaba é associado ao turismo de natureza e ao ecoturismo. O turismo de aventura também está fortemente presente nas menções dos operadores, em geral como complementar ao ecoturismo. Este segmento está relacionado, no polo, à prática de esportes como rapel, trekking e cicloturismo. Dentre os segmentos indicados, porém, com menor representatividade, figuram o turismo cultural, o turismo de eventos (culturais) e o turismo climático.

Dois destinos destacam-se no polo, na opinião dos operadores consultados: Ubajara e Viçosa do Ceará. Estes dois destinos são os mais citados pelos entrevistados principalmente por possuírem uma estrutura para receber turistas mais desenvolvida do que a encontrada nos demais municípios do polo.

Ubajara tem como atrativo marcante o bondinho, como cita diversas vezes o entrevistado de uma operadora receptiva. No entanto, esta atração sofre com a falta de manutenção e a impossibilidade de funcionamento durante o ano todo. O Parque Nacional de Ubajara e suas grutas também são lembrados de forma constante pelos operadores. Viçosa do Ceará é citada majoritariamente por seus atrativos culturais, porém, cabe mencionar que as citações para os destaques do município são pulverizadas. Outros dois destinos mencionados no polo foram

Tianguá, citada por seu clima frio, e São Benedito, localidade de atratividade relacionada ao turismo religioso.

Algumas empresas indicaram a possibilidade de trabalhar roteiros que englobem o Litoral Oeste, notadamente Jericoacoara, e a Chapada da Ibiapaba. De acordo com estes operadores, há um potencial de desenvolvimento ainda não explorado na região, que consiste em aproveitar o público visitante do Litoral Oeste em viagens integradas entre esta região e a Chapada da Ibiapaba, aproveitando as vias de acesso que ligam as duas áreas.

Os pontos fortes do polo estão ligados principalmente às características intrínsecas de sua oferta diferencial, ainda que esta não tenha um nível de aproveitamento ótimo no momento atual. As menções associadas à natureza têm notável destaque, indicando a importância deste como elemento identificador e positivo do polo.

Entre os pontos negativos citados pelos operadores, observa-se algum destaque para a divulgação, considerada inexistente. A falta de estrutura e conservação nos atrativos também é unanimemente considerada um ponto negativo do polo; sendo este mesmo elemento o principal ponto forte dos destinos da região, é evidente a necessidade de ações emergenciais.

A distância dos destinos do polo em relação à capital Fortaleza e ao litoral do estado, bem como sua distância em relação ao aeroporto internacional (em Fortaleza), também figuram como aspecto negativo, assim como a baixa qualificação para atendimento ao turista, mencionada por todos os operadores.

As más condições de conservação das rodovias, em especial, é um aspecto que dificulta a comercialização do polo para os operadores. Já os preços praticados no Polo Chapada da Ibiapaba, mais baratos que os praticados na região litorânea, constituem o principal elemento facilitador de sua comercialização.

Foi unânime entre os entrevistados a percepção de que o Polo Maciço do Baturité, também no Ceará, é o principal concorrente do Polo Chapada da Ibiapaba. Aquele polo foi mencionado tanto nominalmente, como através da citação das cidades de Baturité e Guaramiranga. Além deste polo, foram mencionados como concorrentes: Parque Nacional das Sete Cidades (PI), litoral cearense e Fortaleza.

2.4 Polo Maciço do Baturité

As empresas que oferecem o Polo Maciço do Baturité em sua carteira de produtos têm essa região, em geral, como secundária em seu rol de produtos. No entanto, a importância dos

destinos deste polo é mais destacada que a dos destinos da Chapada da Ibiapaba, segundo os operadores consultados. O principal motivo para esta maior importância é o fato do Maciço do Baturité estar mais próximo da região litorânea do Ceará e da capital Fortaleza, facilitando assim o deslocamento de turistas de uma região a outra.

Tais elementos facilitam a comercialização do polo, contudo, não se traduzem necessariamente num grande fluxo de turistas para a região. Isto porque o litoral ainda é o maior foco dos operadores e a região que atrai a maior demanda de turistas. Adicionalmente, faltam estruturas adequadas ao atendimento do turista no polo, como cita um dos operadores regionais:

“Falta hotelaria, falta receptivo, hotelaria tem o problema é a cidade que não tem, às vezes é esgoto a céu aberto”.

Junte-se a tal cenário o desconhecimento dos turistas sobre a região e a falta de ações para divulgá-la entre operadores emissivos nacionais e internacionais, que atualmente não atuam na região.

Não existe no Polo Maciço do Baturité um segmento que se sobressaia aos demais; no entanto, quatro segmentos distintos foram citados de modo igualitário pelas empresas consultadas, quais sejam: o de natureza e ecoturismo, o de aventura, o cultural e o de eventos (culturais). De qualquer modo, há uma percepção de que o turismo do polo esteja mais estreitamente relacionado às características naturais da região e à sua beleza paisagística. Os segmentos de turismo cultural e eventos são reconhecidos como potenciais ainda não explorados.

O principal destino do polo, de acordo com os entrevistados, é o município de Guaramiranga, citado por todos como o mais bem estruturado do polo em termos de oferta hoteleira, disponibilidade de restaurantes e equipamentos para atender ao turista. Outros destinos destacados foram Baturité e Pacoti.

Os pontos fortes do polo estão ligados principalmente às características intrínsecas de sua oferta diferencial. Clima e beleza natural foram menções constantes entre os operadores.

A hotelaria figura entre os pontos fracos indicados pelos entrevistados, por se tratar de uma oferta que não atende à demanda do polo como um todo e, em muitos casos, não apresenta padrões de qualidade aceitáveis. Outro ponto fraco mencionado é a distância do Maciço do Baturité em relação à Fortaleza, o que dificulta as operações das empresas, principalmente

quando se pensam em passeios que unem litoral e Maciço. O preço alto ocasionado pela dificuldade de negociação com os empreendedores locais também é um problema, como cita um dos operadores:

“O empresário da serra de Guaramiranga ele tem uma visão totalmente diferenciada do agente de viagens, eles detestam comissionar agência de viagens.”

Citou-se ainda a qualidade da infraestrutura dos atrativos que, de modo geral, não atende de maneira adequada aos turistas. O acesso à região e aos seus atrativos, que não apresenta boa qualidade para operações turísticas, prejudica a comercialização do polo.

Ainda, a necessidade de capacitação do *trade* turístico é considerada fundamental para o desenvolvimento turístico do polo.

Os principais concorrentes do Polo Maciço do Baturité indicados pelos entrevistados estão localizados no próprio estado do Ceará, sendo eles: litoral cearense, Chapada da Ibiapaba (Ubajara e Tianguá) e Quixadá.

3 Produto 3: Estudo de Demanda Atual

O terceiro produto do Estudo de Mercado constituiu-se no Estudo de Demanda Atual, que teve como objetivo ampliar o entendimento sobre os fatores determinantes, características e comportamento do consumo da demanda atual dos três polos turísticos englobados pelo contrato: Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité.

Para tanto, procedeu-se à realização de uma pesquisa quantitativa de aplicação direta (pessoal) junto à demanda de turistas dos três polos turísticos. O período de aplicação da pesquisa foi restringido pelo cronograma do contrato. Em função do prazo global de execução do projeto, não foi possível fazer aplicações segmentadas para baixa, média e alta temporada, tendo sido necessário concentrar a aplicação da pesquisa nos meses de junho e julho de 2011. No caso do público internacional do Polo Litoral Leste, foi necessário dar continuidade à pesquisa durante o mês de agosto, para atingir a amostra planejada.

Os locais de aplicação da pesquisa de demanda atual nos polos Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité foram selecionados com base nos pontos de pesquisa utilizados pela SETUR-CE para a realização de sua pesquisa de demanda turística permanente. No caso do Polo Litoral Leste, foi excluído o município de Icapuí em função dos baixos fluxos turísticos identificados no local durante o período de realização da pesquisa.

A pesquisa de demanda atual teve uma amostra total de 2.063 questionários, conforme tabela abaixo, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 3% para o Polo Litoral Leste, e de 5% para os Polos Maciço do Baturité e Chapada da Ibiapaba.

Tabela 2. Amostra final do Estudo de Demanda Atual

Polo	Nº entrevistas
Litoral Leste	1.248
Chapada da Ibiapaba	416
Maciço do Baturité	399
Total de entrevistas	2.063

Fonte: Ipeturis, 2011

Os itens que seguem destacam os principais resultados da pesquisa para cada um dos polos. No caso do Polo Litoral Leste, são apresentados resultados segmentados para os públicos regional, nacional e internacional, em função das diferenças no perfil de cada um deles. Em seguida aos resultados de cada polo, são apresentados os resultados consolidados para os três polos turísticos.

3.1 Polo Litoral Leste

3.1.1 Segmento regional

A pesquisa de demanda atual junto ao segmento regional do Polo Litoral Leste apresentou os seguintes resultados, no que diz respeito ao perfil deste público:

- O principal elemento de atração do público regional para o Polo Litoral Leste são as praias.
 - As principais atividades praticadas durante as viagens são banho de sol e de mar e diversão noturna, mencionadas por 93% e 33% dos entrevistados, respectivamente.
- Há um predomínio de viagens com pernoites de até dois dias, fornecendo indicativo de um público que busca esses destinos para passeios de um dia ou viagens de final de semana.
 - A distância curta entre os principais emissores e o destino cearense permite “bate-volta” às praias, sem realização de pernoites em parte significativa das visitas à região.
 - Do total de turistas, 86% se hospedam e permanecem em uma única localidade, sem visitar outros destinos da região.
- Aracati (Canoa Quebrada) e Beberibe (Morro Branco/Praia das Fontes) foram os principais destinos visitados durante a viagem ao Polo Litoral Leste cearense.
 - A facilidade de acesso por Fortaleza e a diversidade de oferta turística, em termos de preço e qualidade, são os principais direcionadores de fluxo turístico a esses destinos.
- As viagens normalmente são feitas de carro, com família, amigos ou em casais, em grupos com duas a quatro pessoas.
- Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados durante as viagens pelo polo.
- Há um predomínio de viagens independentes, tanto entre turistas quanto entre excursionistas.
 - Apenas 12% dos entrevistados utilizaram agência de viagem para compra de um pacote ou de serviços avulsos.

- Compra direta é a principal forma utilizada pelos visitantes (65%) para adquirir os serviços utilizados em suas viagens. A Internet também é um canal de compra importante (24% dos entrevistados a utilizaram).
- A indicação de parentes e amigos e o conhecimento prévio do local são principais formas de obter informação sobre o destino.
 - 74% dos entrevistados afirmaram ter visitado o destino anteriormente.
- Os itens mais bem avaliados no polo são: acesso aos destinos, acesso aos atrativos, praias e hospitalidade.
 - A facilidade de acesso aos destinos do polo foi considerado um item de extrema importância na tomada de decisão de viajar ao polo.
 - Praias e hospitalidade são itens importantes nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Os itens com piores avaliações foram: preços praticados, telecomunicações, segurança e limpeza pública.
 - Segurança e limpeza pública são itens importantes nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Cerca de ¼ dos visitantes não tiveram suas expectativas com a viagem plenamente atendidas.
- O gasto médio total dos visitantes durante sua viagem pelo Polo Litoral Leste é de R\$ 227 por pessoa.
 - A média de consumo diário individual dos turistas (R\$ 147) é 86% superior à registrada para os excursionistas (R\$ 79).
- Se não tivessem viajado ao Polo Litoral Leste, 67% dos entrevistados teriam optado por outro destino cearense.

3.1.2 Segmento nacional

A pesquisa de demanda atual junto ao segmento nacional do Polo Litoral Leste apresentou os seguintes resultados, no que diz respeito ao perfil deste público:

- O principal elemento de atração do público nacional para o Polo Litoral Leste são as praias.
 - As principais atividades praticadas durante as viagens são banho de sol e de mar, passeios de bugue e visita a parque aquático, mencionadas por 90%, 56% e 41% dos visitantes, respectivamente.

- Há um predomínio de excursionistas hospedados em Fortaleza, fornecendo o indicativo de um público que busca passeios de um dia pela região.
 - A distância curta entre Fortaleza e esses destinos permite “bate-volta” às praias, sem realização de pernoites na própria região.
 - A média de pernoites em Fortaleza é de sete dias.
- Aquiraz é o principal destino visitado por este público durante a viagem ao Polo Litoral Leste cearense.
 - A proximidade e atratividade de Aquiraz, onde está o principal parque aquático brasileiro, são os principais elementos que direcionam o fluxo de visitantes para esse destino.
 - Quase metade dos entrevistados visitou as praias de Beberibe, Caucaia e Aracati.
- As viagens normalmente são feitas em avião, com família, amigos ou em casais, em grupos de até quatro pessoas.
- Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados durante as viagens pelo polo.
- Compras de serviços turísticos em agências de viagem são mais frequentes (44%), porém, compra direta e uso da Internet também são comuns.
- A indicação de parentes e amigos e o conhecimento prévio do local são principais formas de obter informação sobre o destino.
 - 39% dos respondentes já tinham visitado o Polo Litoral Leste anteriormente.
 - A indicação de amigos e parentes foi considerado um item de grande influência na tomada de decisão de viajar ao polo.
- Os itens mais bem avaliados no polo são: praias, hospitalidade, serviços de alimentação e acesso aos atrativos.
 - Hospitalidade e serviços de alimentação são itens importantes nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Os itens com piores avaliações foram: preços praticados, segurança e limpeza pública.
 - A segurança pública é um item de grande importância na escolha de destinos de viagens a lazer deste público, no geral.
- Cerca de 20% dos visitantes não tiveram suas expectativas com a viagem plenamente atendidas.

- O gasto médio total dos visitantes durante sua viagem pelo Polo Litoral Leste é de R\$ 754 por pessoa.
 - A média de consumo diário individual dos turistas (R\$ 271) é 87% superior à registrada para os excursionistas (R\$ 145).
- Se não tivessem viajado ao Polo Litoral Leste, 62% dos entrevistados teriam optado por outro destino do Nordeste brasileiro, fora do Ceará.

3.1.3 Segmento internacional

A pesquisa de demanda atual junto ao segmento internacional do Polo Litoral Leste apresentou os seguintes resultados, no que diz respeito ao perfil deste público:

- O principal elemento de atração do público internacional para o Polo Litoral Leste são as praias.
 - As principais atividades praticadas durante as viagens são: banho de sol e de mar, passeios de bugue e diversão noturna, mencionadas por 91%, 49% e 34% dos visitantes, respectivamente.
- Há um predomínio de turistas em viagens com mais de sete pernoites.
 - As viagens realizadas pelo público internacional para o Polo Litoral Leste tendem a concentrar a hospedagem em um único município, com a realização de passeios de excursionismo para outros destinos da região.
- Caucaia (Cumbuco) e Aracati (Canoa Quebrada) foram os principais destinos visitados durante a viagem ao Polo Litoral Leste cearense.
 - A facilidade de acesso por Fortaleza e a diversidade de oferta turística, em termos de preço e qualidade, são os principais direcionadores de fluxo turístico a esses destinos.
- As viagens normalmente são feitas de avião, com família ou amigos, em grupos pequenos, com uma média de duas pessoas.
- Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados durante as viagens pelo polo.
- Há um predomínio de viagens independentes.
 - Apenas 20% dos entrevistados utilizaram agência de viagem para compra de um pacote ou de serviços avulsos.
- Compra direta é a principal forma utilizada pelos visitantes (67%) para adquirir os serviços utilizados em suas viagens.

- A indicação de parentes e amigos e o conhecimento prévio do local são principais formas de obter informação sobre o destino.
 - 51% dos entrevistados afirmaram já ter visitado o destino anteriormente, o que se constitui num percentual bastante elevado, considerando-se um público de abrangência internacional.
 - A indicação de amigos e parentes foi considerado um item de extrema importância na tomada de decisão de viajar ao polo.
- Os itens mais bem avaliados no polo são: hospitalidade, praias e serviços de alimentação.
 - Praias, hospitalidade e serviços de alimentação são itens importantes nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Itens com piores avaliações foram: atrativos histórico culturais, preços praticados e limpeza pública.
- 19% dos visitantes não tiveram suas expectativas com a viagem plenamente atendidas, e 2% deles se decepcionaram com a viagem ao Polo Litoral Leste.
- Para 70% dos entrevistados o gasto total – de turistas e excursionistas – em viagens pelo Polo Litoral Leste é de até R\$ 840 por pessoa, excetuando-se os gastos com transporte aéreo.
- Se não tivessem viajado ao Polo Litoral Leste, apenas 16% dos entrevistados teriam optado por outro destino cearense.

3.2 Polo Chapada da Ibiapaba

A pesquisa de demanda atual junto ao público visitante do Polo Chapada da Ibiapaba apresentou os seguintes resultados, no que diz respeito ao perfil deste público:

- Há um predomínio de turistas atraídos pela natureza, por atividades de ecoturismo e de aventura.
 - As principais atividades praticadas durante as viagens são observação da paisagem e caminhada, mencionadas por 79% e 61% dos visitantes, respectivamente.
- Há um predomínio de público regional, em viagens com até dois pernites.
 - Indicativo de um público que busca os destinos do Polo Chapada da Ibiapaba para viagens de final de semana.
 - Fortaleza, Sobral e Teresina são os principais emissores para o polo.

- Ubajara e Tianguá foram os principais destinos visitados durante a viagem ao Polo Chapada da Ibiapaba.
- As viagens geralmente são feitas em carro próprio/de terceiros ou em excursão, com família, amigos ou em casais, geralmente em grupos com duas a cinco pessoas.
- Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados, porém o uso de casa de amigos e parentes também é comum neste polo.
- Há um predomínio de viagens independentes.
 - Apenas 13% dos entrevistados utilizaram serviços de agência de viagem para compra de um pacote ou de serviços avulsos.
- A indicação de parentes e amigos e conhecimento prévio do local são principais formas de obter informação sobre o destino.
 - A indicação de amigos e parentes foi um item considerado de extrema importância na tomada de decisão de viajar ao Polo Chapada da Ibiapaba.
 - Mais da metade dos entrevistados (53%) tinham visitado o destino anteriormente.
- Os itens mais bem avaliados no polo são: hospitalidade, serviços de alimentação e atividades de ecoturismo e aventura.
 - Hospitalidade e serviços de alimentação são itens importantes nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Os itens com piores avaliações foram: telecomunicações, preços praticados, condições de acesso ao destino e vida noturna.
 - A adequação dos preços praticados no destino ao orçamento deste público foi considerado um item de extrema importância na tomada de decisão de viajar ao Polo Chapada da Ibiapaba.
- Cerca de 15% dos visitantes não tiveram suas expectativas com a viagem plenamente atendidas.
- O gasto médio total dos visitantes durante sua viagem pelo Polo Chapada da Ibiapaba é de R\$ 247 por pessoa.
 - A média de consumo diário individual dos turistas (R\$ 422) é 264% superior à registrada pelos excursionistas (R\$ 113).
- Se não tivessem viajado ao Polo Chapada da Ibiapaba, 68% dos entrevistados teriam optado por outro destino cearense.

3.3 Polo Maciço do Baturité

A pesquisa de demanda atual junto ao público visitante do Polo Maciço do Baturité apresentou os seguintes resultados, no que diz respeito ao perfil deste público:

- Há um predomínio de turistas atraídos pela natureza, por atividades de ecoturismo e de aventura. Parte dos respondentes também afirmou ser atraído pela possibilidade de descanso.
 - As principais atividades praticadas durante as viagens são descanso, observação da paisagem e caminhada, mencionadas, cada uma, por mais da metade dos visitantes.
- Há um predomínio de público regional, em viagens com até dois pernoites.
 - Indicativo de um público que busca os destinos do Polo Maciço do Baturité para viagens de final de semana, com presença reduzida de excursionistas.
 - Fortaleza é o principal mercado emissor (responsável pela emissão de 84% dos entrevistados).
- A cidade de Guaramiranga é visitada por praticamente todos os visitantes durante a viagem ao Polo Maciço do Baturité. Os demais destinos do polo apresentam níveis de visitação muito baixos.
- As viagens são feitas em carro próprio/de terceiros, com família, amigos ou em casais, geralmente em grupos com duas a cinco pessoas.
- Hotéis e pousadas são os principais meios de hospedagem utilizados, porém o uso de casa de amigos e parentes também é comum neste polo.
- Há um predomínio de viagens independentes.
 - Apenas 3% dos entrevistados utilizaram serviços de agência de viagem para compra de um pacote ou de serviços avulsos.
- A indicação de parentes e amigos e conhecimento prévio do local são principais formas de obter informação sobre o destino.
 - A indicação de amigos e parentes foi um item considerado de extrema importância na tomada de decisão de viajar ao Polo Maciço do Baturité.
 - 79% dos respondentes tinham visitado o destino anteriormente.
- Os itens mais bem avaliados no polo são: hospitalidade, serviços de alimentação e limpeza pública.

- Hospitalidade é um item considerado importante nas viagens a lazer deste público, no geral.
- Os itens com piores avaliações foram: telecomunicações e preços praticados.
- Cerca de 15% dos visitantes não tiveram suas expectativas com a viagem plenamente atendidas.
- O gasto médio total dos visitantes durante sua viagem ao Polo Maciço do Baturité é de R\$ 237 por pessoa.
- Se não tivessem viajado ao Polo Maciço do Baturité, 95% dos entrevistados teriam optado por outro destino cearense.

3.4 Dados consolidados da demanda atual dos polos turísticos

Os resultados da pesquisa de demanda turística real dos três polos são apresentados de forma conjunta a seguir. Essa reapresentação dos resultados visa facilitar a análise comparativa entre os polos. Para tanto, foram também estimados resultados agregados para o Polo Litoral Leste, reunindo os fluxos regional, nacional e internacional. O cálculo dos resultados agregados, nesse caso, foi realizado com o uso de pesos para ponderar os diferentes fluxos turísticos de acordo com suas respectivas participações no fluxo turístico receptivo total. Os fluxos regional e nacional foram agregados na categoria fluxo doméstico.

A tabela que segue mostra dados relativos ao perfil sócio demográfico dos visitantes dos três polos turísticos do estado:

Tabela 3. Perfil sócio demográfico dos visitantes

Perfil sócio demográfico dos visitantes	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom. ¹	Int. ²	Total		
Faixa de idade (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
18 a 24 anos	17,6	11,0	17,1	17,5	10,7
25 a 40 anos	51,3	46,7	50,9	44,6	46,4
41 a 60 anos	27,5	37,2	28,3	31,8	36,7
Mais de 60 anos	3,6	5,1	3,7	6,0	6,3
Gênero (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Masculino	43,3	63,3	44,9	45,4	52,2
Feminino	56,7	36,7	55,1	54,6	47,8

¹ Fluxo doméstico (inclui turistas regionais e nacionais).

² Fluxo internacional.

Perfil sócio demográfico dos visitantes	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom. ¹	Int. ²	Total		
Grau de instrução (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sem grau de instrução formal	0,0	0,2	0,0	2,1	1,0
Ensino Fundamental completo	6,6	2,4	6,3	7,9	3,4
Ensino Médio completo	40,3	31,1	39,5	54,1	32,5
Ensino Superior completo	40,7	35,9	40,3	31,3	45,9
Pós-graduação	12,4	30,6	13,9	6,7	18,2
Ocupação (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aposentado ou pensionista	4,2	2,4	4,1	7,5	4,3
Assalariado ou funcionário público	50,9	52,4	51,0	48,9	48,7
Desempregado	0,3	2,7	0,5	1,8	0,5
Dona de casa	5,2	3,4	5,1	5,0	3,8
Empresário	8,6	12,1	8,9	8,0	15,8
Estudante	8,2	7,0	8,1	7,5	7,4
Profissional liberal ou autônomo	20,5	19,9	20,5	20,6	18,7
Outra	2,1	0,0	1,9	0,8	0,7
Renda familiar mensal em salários mínimos (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Até 1	18,3	1,4	16,9	27,8	11,2
Mais de 1 a 2	22,9	3,9	21,3	31,6	21,9
Mais de 2 a 4	26,6	19,0	26,0	22,4	25,7
Mais de 4 a 10	25,8	52,2	27,9	16,6	33,9
Mais de 10 a 15	4,0	11,2	4,6	1,3	3,6
Mais de 15	2,4	12,3	3,2	0,3	3,8
Renda familiar média (R\$)	1631,7	3.251	1.764	1.079	2.010

Fonte: Ipeturis, 2011

De acordo com os dados da tabela, pode-se notar que os conjuntos de turistas que visitam os três polos não diferem substancialmente em termos de estrutura etária. Já com relação ao gênero dos turistas, há uma pequena predominância de homens no Polo Maciço do Baturité, ao passo que nos dois outros polos as mulheres predominam. O Polo Chapada da Ibiapaba atrai turistas com um nível de escolaridade ligeiramente inferior aos dois demais, fato que se pode notar nas frequências relativas ao Ensino Superior e Pós-Graduação. Os turistas dos três polos não apresentam diferenças relevantes em termos de ocupação profissional. Por fim, a renda familiar média é mais alta junto aos visitantes do Polo Maciço do Baturité (R\$ 2.010) e

mais baixa no Polo Chapada da Ibiapaba (R\$ 1.079). O Polo Litoral Leste atrai turistas com renda familiar intermediária, estando, contudo, mais próxima do limite superior (R\$ 1.764).

Tabela 4. Duração e gasto das viagens

Duração e gasto	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Duração da viagem (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
0	20,3	1,0	18,7	26,8	7,7
1	18,6	1,2	17,2	40,2	23,1
2	20,6	2,4	19,1	17,0	47,7
3 a 4	8,6	3,2	8,1	7,2	12,8
5 a 8	4,8	2,4	4,6	1,8	5,1
8 a 16	3,2	4,4	3,3	1,5	1,4
17 ou mais	2,8	5,1	3,0	0,8	0,2
Duração média da viagem (dias)	2,3	13,6	3,2	1,2	1,7
Gasto total per capita (R\$)	296,3	539	316,0	173,9	211,8
Gasto diário per capita dos turistas (R\$)	149,1	144	148,7	276,9	116,8
Gasto diário per capita dos excursionistas (R\$)	70,0	134	75,2	87,0	70,9

Fonte: Ipeturis, 2011

A duração média das viagens com destino ao Polo Litoral Leste (3,2 dias) é substancialmente superior a dos dois outros polos (1,2 e 1,7 dias nos polos Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité, respectivamente). Esse é um claro indicativo de que os polos do interior do estado destinam-se mais a viagens de final de semana, enquanto o Litoral Leste tem mais potencial para se configurar como um destino de feriado e férias.

Como resultado natural da permanência média em cada polo, o gasto médio dos turistas no Litoral Leste também é superior (R\$ 316 contra R\$ 174 e R\$ 212). No entanto, o gasto médio diário no Polo Litoral Leste é inferior ao do Polo Chapada da Ibiapaba (R\$ 148,70 contra R\$ 276,90). Essa ordem também se mantém quando analisados os gastos dos excursionistas, de forma que o Polo Chapada da Ibiapaba apresenta o maior valor (R\$ 87) e o Polo Maciço do Baturité o menor (R\$ 70,90).

Tabela 5. Caracterização da viagem

Caracterização da viagem	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Tipo de visitante (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Turista	59,0	59,7	59,0	73,4	93,0
Excursionista	41,0	40,3	41,0	26,6	7,0
Principal elemento de atração (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Cultura e história	1,0	0,5	0,9	2,5	3,6
Descanso	16,4	5,1	15,5	10,0	43,0
Eventos e festas	2,9	1,0	2,8	1,5	0,7
Natureza, ecoturismo e aventura	10,8	16,1	11,3	72,7	47,4
Parques temáticos e aquáticos	3,5	2,7	3,4	1,3	0,0
Prática de esportes por lazer	0,3	6,8	0,8	0,5	0,0
Resorts, hotéis ou spas	2,8	0,5	2,6	0,3	0,7
Sol e praia	55,2	52,0	55,0	0,5	0,0
Visitar amigos e parentes por motivos de lazer	4,7	13,4	5,4	9,3	1,7
Outros	2,3	2,0	2,3	1,5	2,9
Grupo de viagem (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Casal com filhos	10,0	4,6	9,6	7,8	10,6
Casal sem filhos	25,6	16,5	24,9	15,0	25,0
Colegas de trabalho	0,7	0,2	0,6	2,0	0,7
Família	34,8	22,6	33,8	34,6	42,5
Grupo de amigos	21,9	32,8	22,8	24,8	17,3
Grupo de excursão	2,1	1,0	2,0	12,0	2,4
Sozinho	4,6	22,3	6,0	3,8	1,0
Outros	0,3	0,0	0,3	0,0	0,5
Número de pessoas no grupo de viagem (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
0	4,6	22,3	6,0	6,0	3,8
1	39,9	34,9	39,5	17,4	31,1
2	12,3	15,5	12,6	13,0	11,9
3	15,5	15,5	15,5	16,5	15,9
4	8,6	5,2	8,3	12,7	12,6
5	6,5	2,2	6,2	6,0	5,6
6	2,0	1,0	2,0	4,5	2,8
Mais de 6	10,5	3,4	10,0	23,9	16,2
Principal meio de transporte (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Caracterização da viagem	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Avião	26,7	98,1	32,5	1,0	0,7
Carro alugado	1,8	0,5	1,7	3,0	2,4
Carro próprio ou de terceiros	51,0	1,2	46,9	56,4	83,2
Ônibus de excursão	10,0	0,0	9,2	27,3	4,3
Ônibus de linha	8,5	0,2	7,9	7,0	6,3
Outro	2,0	0,0	1,8	5,3	3,1
Principal meio de hospedagem (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Hotel/pousada categoria luxo	14,2	4,9	13,4	5,0	9,2
Hotel/pousada categoria confortável	25,2	23,2	25,0	19,0	41,6
Hotel/pousada categoria simples	6,5	10,5	6,8	23,3	18,9
Casa de amigos ou parentes	7,9	10,8	8,2	18,5	12,1
Casa/apartamento própria(o)	3,9	4,9	3,9	0,5	7,0
Casa/apartamento alugada(o)	1,3	4,4	1,6	0,3	2,4
Outro	0,2	0,7	0,3	6,3	1,7
Não utilizou meio de hospedagem	40,8	40,6	40,8	27,1	7,0

Fonte: Ipeturis, 2011

O excursionismo é uma característica presente fundamentalmente no fluxo de visitantes do Polo Litoral Leste. Cerca de 40% do total de visitantes deste polo são excursionistas. Já no Polo Chapada da Ibiapaba essa frequência é de 26,6%. Por fim, no Polo Maciço do Baturité a incidência de excursionistas é relativamente pequena, representando apenas 7% do fluxo total de visitantes.

Com respeito à motivação, o Polo Litoral Leste obviamente se diferencia dos demais por apresentar uma frequência de turistas com motivação de sol e praia bastante alta (55%). Nos outros dois polos o principal elemento de atração de turistas é a natureza, ecoturismo e aventura. Cabe destacar que descanso constitui um elemento relevante especialmente para o Polo Maciço do Baturité (43%).

Os turistas dos três polos não se diferenciam de maneira relevante com relação ao tipo de grupo de viagem e tampouco quanto ao tamanho desses grupos. O principal meio de transporte nos três polos estudados é o automóvel particular. O avião ocupa uma posição de destaque no Polo Litoral Leste, ao passo que o ônibus de excursão é relevante no Polo Chapada da Ibiapaba. Quanto ao meio de hospedagem, hotéis de luxo destacam-se como

alternativa no Polo Litoral Leste, enquanto casas de amigos e parentes representa uma categoria importante no Polo Chapada da Ibiapaba.

Tabela 6. Atividades realizadas pelos turistas

Atividades realizadas	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Atividades realizadas (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ficar na praia	54,9	43,5	54,0	*	*
Sair à noite	17,7	16,4	17,6	*	*
Passeio de bugue	12,2	23,4	13,1	*	*
Visita a parque aquático	10,1	5,2	9,7	*	*
Prática de esportes náuticos	1,6	6,6	2,0	*	*
Observação da paisagem	*	*	*	27,1	23,6
Caminhada	*	*	*	21,1	19,7
Descanso	*	*	*	13,3	25,1
Passeio de bondinho / teleférico	*	*	*	12,0	0,0
Banho de rio, açude ou cachoeira	*	*	*	10,2	10,1
Cavernas / Espeleologia	*	*	*	8,1	0,4
Visita a atrações históricas e culturais	*	*	*	6,7	15,2
Rapel e tirolesa	*	*	*	0,5	2,6
Passeios a cavalo ou em bicicleta	*	*	*	0,4	1,6
Outras	3,5	4,9	3,6	0,6	1,8

* dados não coletados

Fonte: Ipeturis, 2011

A principal atividade realizada pelos turistas no Polo Litoral Leste é naturalmente a fruição das praias. Passeios noturnos e de bugue também representam atividades relevantes, além de visitas a parques aquáticos. Já nos polos Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité, as principais atividades são a observação da paisagem, a caminhada e o descanso. No Polo Chapada da Ibiapaba destaca-se também o passeio de bondinho. Já no Polo Maciço do Baturité destaca-se a visita a atrações históricas e culturais.

Tabela 7. Informação e distribuição

Informação e distribuição	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Conhecimento do destino (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Primeira vez no destino	35,7	49,3	36,8	47,3	21,3
Já tinha visitado o destino antes	64,3	50,7	63,2	52,7	78,7
Forma da tomada de conhecimento do destino (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Agências de viagem	5,7	5,8	5,7	1,0	0,3
Feiras e eventos	1,6	0,2	1,5	0,6	1,9
Folhetos promocionais	4,0	3,1	4,0	0,4	0,5
Grupo religioso	5,3	0,0	4,9	1,0	0,7
Guias turísticos impressos	6,8	3,8	6,5	4,2	0,5
Indicação de amigos e parentes	27,7	38,6	28,6	50,8	29,3
Internet	13,5	12,7	13,4	9,4	10,5
Já conhecia	28,5	32,6	28,8	20,0	47,2
Local de trabalho	1,8	0,9	1,7	1,6	0,9
Revistas e jornais especializados	1,2	1,3	1,2	2,0	0,7
TV e rádio	3,9	0,9	3,6	3,2	1,5
Canais de compra (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compra direta	54,1	66,1	55,1	78,0	74,9
Internet	22,3	9,4	21,3	6,1	20,3
Agência de viagens – serviços avulsos	10,9	10,1	10,8	6,5	2,4
Agência de viagens – pacote	9,8	10,1	9,9	5,3	0,8
Outro	2,9	4,3	3,0	4,1	1,6

Fonte: Ipeturis, 2011

O Polo Chapada da Ibiapaba é substancialmente visitado por turistas que vão pela primeira vez ao destino. Essa característica também é relativamente importante no Polo Litoral Leste, ao passo que no Polo Maciço do Baturité a grande maioria visita o destino de forma repetida. Essa realidade tem grande influência sobre a forma de tomada de conhecimento do destino, sendo que no Polo Maciço do Baturité quase metade dos turistas afirmou já conhecer o destino anteriormente. No Polo Chapada da Ibiapaba mostra-se de grande relevância a indicação de amigos e parentes, meio de comunicação não desprezível nos dois outros polos. Por fim, a Internet apresenta uma relevância ainda relativamente incipiente nos polos estudados, sendo que apenas cerca de 10% dos turistas indicam ter tomado conhecimento do destino através deste meio de comunicação.

Tabela 8. Influência de aspectos gerais na tomada de decisão de viajar

Influência de aspectos gerais na tomada de decisão de viajar	Polo Litoral Leste										Polo Chapada da Ibiapaba (%)					Polo Maciço do Baturité (%)									
	Doméstico (%)					Internacional (%)					Total (%)														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
Facilidade de acesso ao destino	8,1	6,4	16,9	27,1	41,5	10,6	6,8	23,9	28,6	30,1	8,3	6,4	17,5	27,2	40,6	9,4	4,1	18,7	30,9	37,0	6,7	3,1	13,5	29,2	47,5
Indicação de amigos e parentes	16,0	5,7	14,9	24,3	39,1	11,8	4,0	14,3	21,5	48,3	15,7	5,6	14,9	24,0	39,9	8,4	3,6	9,5	21,7	56,8	14,4	3,5	6,7	22,8	52,7
Preços adequados ao seu orçamento	8,9	8,6	24,4	25,6	32,5	10,6	9,6	26,7	25,4	27,7	9,0	8,7	24,6	25,6	32,1	6,1	5,9	16,1	30,4	41,4	9,9	5,3	16,2	32,4	36,2
Divulgação do destino na mídia	16,3	8,5	18,5	23,7	33,0	33,1	8,2	16,1	19,6	22,9	17,6	8,5	18,3	23,4	32,1	15,3	9,2	14,6	24,0	36,8	24,9	13,1	14,3	21,4	26,4
Distância entre destino e local de residência	14,4	8,6	23,9	26,1	27,0	27,9	12,3	22,9	18,7	18,2	15,5	8,9	23,8	25,5	26,3	9,6	7,4	23,6	29,4	29,9	9,0	3,9	16,7	31,5	39,0
Recomendação de agentes de viagem	33,1	8,4	19,0	15,6	23,9	29,8	9,4	14,0	22,8	24,0	32,8	8,4	18,6	16,2	23,9	42,8	7,8	7,8	15,0	26,6	54,0	5,5	6,8	14,2	19,4

Fonte: Ipeturis, 2011

A facilidade de acesso é um aspecto de grande relevância para a tomada de decisão de viagem dentre os turistas dos polos estudados. Esse fator é especialmente relevante para os turistas do Polo Maciço do Baturité. A indicação de amigos e parentes também é muito relevante, especialmente para os dois polos do interior. Preços, apesar de relevante em todos os casos, apresentam um grau de importância comparativamente reduzido para os turistas do Polo Litoral Leste. Os demais itens apresentam grau de importância relativamente menor, ainda que suas influências sobre as escolhas dos turistas devam ser cuidadosamente observadas.

Tabela 9. Avaliação da importância de aspectos turísticos e gerais em viagens a lazer

Avaliação da importância de aspectos turísticos e gerais em viagens a lazer	Doméstico (%)					Polo Litoral Leste Internacional (%)					Total (%)					Polo Chapada da Ibiapaba (%)					Polo Maciço do Baturité (%)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Acesso ao destino	1	2	13	33	52	2	3	19	36	40	1	2	13	33	51	4	4	16	30	45	2	2	15	30
Acesso aos atrativos	1	2	12	33	52	4	4	24	32	36	1	2	13	33	51	*	*	*	*	*	2	2	15	30	50
Acesso a pé aos atrativos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	4	4	16	30	45	*	*	*	*	*
Acesso de veículo aos atrativos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	3	16	27	52	0	1	5	32	62	
Atividades de ecoturismo e aventura	7	8	21	33	31	6	10	25	29	30	7	8	21	33	31	4	4	13	27	52	4	9	18	32	38
Atrativos históricos e culturais	5	3	23	36	33	3	9	27	35	26	5	4	23	36	33	2	2	14	27	55	1	5	19	34	41
Custo-benefício do destino, no geral	1	3	13	31	52	1	2	17	41	41	1	3	14	32	51	1	4	11	27	57	0	0	7	24	69
Festas populares e eventos culturais	8	6	23	33	30	4	11	26	35	25	7	7	24	33	29	6	5	15	28	45	2	5	16	38	38
Hospitalidade	0	3	10	26	61	0	0	9	26	64	0	2	10	26	61	0	1	7	22	70	0	0	5	22	73
Limpeza pública	1	4	13	28	53	3	4	18	29	46	2	4	14	28	52	2	4	14	26	54	0	2	5	24	68
Meios de hospedagem	1	2	9	31	57	2	2	16	32	48	1	2	9	31	57	1	3	12	26	58	0	1	7	30	62

Avaliação da importância de aspectos turísticos e gerais em viagens a lazer	Polo Litoral Leste															Polo Chapada da Ibiapaba (%)					Polo Maciço do Baturité (%)				
	Doméstico (%)					Internacional (%)					Total (%)														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Parque temático/aquático	11	8	21	25	35	32	17	19	16	16	13	9	21	24	34	3	6	14	28	48	7	11	19	30	33
Praias	1	1	15	26	56	1	3	14	29	53	1	1	15	27	56	5	4	12	18	60	5	6	15	25	48
Preços praticados	1	3	18	32	46	2	4	21	33	40	1	3	18	32	46	2	5	16	28	48	0	2	9	27	62
Segurança pública	1	5	14	24	56	2	3	11	24	59	2	4	14	24	56	2	4	15	24	55	1	1	4	20	73
Serviços de alimentação	0	1	8	31	59	1	3	10	33	53	0	2	8	32	58	1	2	9	25	63	0	0	5	29	65
Telecomunicações	1	7	18	25	48	5	3	19	29	44	2	7	18	25	48	5	5	17	22	51	2	3	8	21	66
Vida noturna	6	7	19	28	40	8	11	19	29	33	6	7	19	28	40	7	9	18	21	45	3	7	10	31	48

* dados não coletados

Fonte: Ipeturis, 2011

Para os visitantes pesquisados, os aspectos turísticos de maior importância nas viagens a lazer são o acesso, o custo-benefício geral, a hospitalidade, a limpeza pública, os serviços de hospedagem e alimentação, as praias e a segurança pública. A importância desses itens é relativamente parecida para os turistas dos três polos pesquisados. Destaca-se, contudo, a importância das atividades de ecoturismo e aventura e dos atrativos históricos e culturais no Polo Chapada da Ibiapaba, e dos preços e telecomunicações no Polo Maciço do Baturité.

Tabela 10. Satisfação com a viagem

Satisfação com a viagem	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Grau de satisfação com a viagem (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Superou suas expectativas	28,8	34,7	29,3	35,9	28,8
Atendeu plenamente às suas expectativas	49,8	44,4	49,4	49,7	55,8
Atendeu parcialmente às suas expectativas	21,0	19,2	20,8	13,6	14,4
Decepcionou	0,4	1,7	0,5	0,8	1,0
Intenção de retorno (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sim	98,2	90,5	97,5	99,2	98,5
Não	1,8	9,5	2,5	0,8	1,5

Fonte: Ipeturis, 2011

O grau de satisfação nos três polos pesquisados é relativamente alto. Contudo, nota-se uma pequena superioridade no Polo Chapada da Ibiapaba, ao passo que o Polo Litoral Leste apresenta uma avaliação ligeiramente inferior. No caso deste último polo, é importante ter em conta que um quinto dos visitantes não teve suas expectativas plenamente atendidas, o que pode se constituir em uma diminuição na competitividade dos destinos deste polo no mercado turístico.

Tabela 11. Avaliação de aspectos turísticos e gerais dos principais destinos visitados

Avaliação de aspectos turísticos e gerais dos principais destinos visitados	Polo Litoral Leste															Polo Chapada da Ibiapaba (%)					Polo Maciço do Baturité (%)				
	Doméstico (%)					Internacional (%)					Total (%)														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Acesso ao destino	2	3	13	32	51	6	12	21	26	34	2	4	13	31	49	5	5	20	28	42	1	3	15	36	45
Acesso aos atrativos	2	3	14	35	46	8	8	26	30	28	2	4	15	35	44	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Acesso a pé aos atrativos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	7	14	33	41	3	7	16	32	42
Acesso de veículo aos atrativos	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	7	14	33	41	3	7	16	32	42
Atividades de ecoturismo e aventura	8	7	19	32	34	3	5	17	31	45	7	6	19	32	35	4	2	11	35	47	4	4	17	32	42
Atrativos históricos e culturais	6	4	23	33	33	14	16	27	23	20	7	5	23	32	32	6	5	12	32	46	2	8	18	31	42
Custo-benefício do município, em geral	2	5	20	39	34	2	7	28	37	26	2	5	21	39	33	1	5	15	35	43	0	2	15	41	42
Festas populares e eventos culturais	12	10	19	30	29	10	10	19	25	35	12	10	19	30	30	10	6	19	34	31	3	4	19	32	41
Hospitalidade	1	3	12	25	59	1	2	7	26	64	1	3	12	25	59	0	2	8	24	65	0	1	5	31	63
Limpeza pública	6	8	21	26	40	11	9	23	30	27	6	8	21	26	39	2	3	13	37	44	2	1	13	34	50
Meios de hospedagem	2	2	11	31	54	0	6	14	29	51	2	2	12	31	54	3	3	18	32	45	0	3	13	33	51
Parque temático / aquático	18	7	12	20	42	16	8	8	28	40	18	7	12	21	42	12	10	20	22	37	9	10	21	29	31

Avaliação de aspectos turísticos e gerais dos principais destinos visitados	Polo Litoral Leste															Polo Chapada da Ibiapaba (%)					Polo Maciço do Baturité (%)				
	Doméstico (%)					Internacional (%)					Total (%)														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
Praias	1	2	7	25	65	1	2	15	34	47	1	2	8	26	64	43	14	14	14	14	*	*	*	*	*
Preços praticados	7	9	29	34	21	11	16	34	24	14	7	10	29	33	21	2	7	26	33	32	4	8	27	36	25
Segurança pública	7	10	22	26	36	8	8	19	29	36	7	10	21	26	36	4	5	15	30	46	3	6	17	33	41
Serviços de alimentação	1	3	15	31	49	0	3	20	34	43	1	3	16	31	48	2	3	14	26	55	2	2	13	32	52
Telecomunicações	6	7	20	29	39	9	12	23	21	35	6	7	20	28	39	20	9	17	24	30	9	10	17	24	40
Vida noturna	8	8	17	24	44	6	9	23	25	38	8	8	17	24	43	13	9	20	23	35	3	5	16	31	45

* dados não coletados

Fonte: Ipeturis, 2011

O acesso do Polo Litoral Leste é comparativamente melhor avaliado que o dos demais polos. As atividades de ecoturismo e aventura no Polo Chapada da Ibiapaba são mais bem avaliadas que nos dois outros polos, assim como os atrativos históricos e culturais. O custo-benefício do Polo Litoral Leste foi declarado como ligeiramente inferior ao dos demais polos. Um ponto forte do Polo Maciço do Baturité são as festas populares e eventos culturais. O Polo Litoral Leste foi relativamente criticado pela limpeza pública, preços e segurança pública.

Tabela 12. Hábitos de viagens dos entrevistados

Hábitos de viagens dos entrevistados	Polo Litoral Leste			Polo Chapada da Ibiapaba	Polo Maciço do Baturité
	Dom.	Int.	Total		
Época mais provável de realização de viagem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fim de semana comum	24,3	3,0	22,5	12,6	24,7
Outro feriado prolongado	20,5	4,0	19,1	11,1	21,3
Férias de julho	24,0	68,1	27,6	43,2	30,1
Férias de dezembro/janeiro	14,6	13,4	14,5	23,7	18,1
Dias úteis	13,5	11,1	13,3	5,1	1,2
Carnaval	3,1	0,5	2,9	4,3	4,6
Frequência de realização de viagens a lazer	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Entre 1 e 2	36,8	69,2	39,5	45,5	20,2
Entre 3 e 5	38,2	25,7	37,2	32,4	39,9
Entre 6 e 10	16,1	3,2	15,1	12,8	21,6
Mais de 10	8,9	2,0	8,3	9,3	18,3

Fonte: Ipeturis, 2011

Por fim, no que diz respeito aos hábitos de viagens, em geral, dos visitantes dos polos turísticos do Ceará, nota-se que os turistas do Polo Chapada da Ibiapaba têm costume de viajar nas férias de julho com maior frequência que os turistas dos dois outros polos. Já os turistas do Polo Maciço do Baturité apresentam maior frequência de viagens em geral.

4 Produto 3: Projeções da Demanda Turística dos Polos

Como parte componente do terceiro produto do Estudo de Mercado (Estudo de Demanda Atual) e conforme previsto pelo Termo de Referência da presente contratação, foi feito o cálculo de evolução futura da demanda turística, com base em informações disponibilizadas pela Secretaria de Turismo do Ceará. A entidade disponibilizou algumas séries históricas, relativas aos fluxos turísticos estaduais, por polo, às quais foram aplicadas as técnicas econométricas necessárias, para tratamento dos dados e elaboração das projeções.

Dessa forma, foram elaboradas projeções de médio prazo da demanda turística de cada polo, a partir do uso do método econométrico de séries de tempo, conforme previsto pelo Termo de Referência deste estudo. Tais projeções foram desenvolvidas a partir das estatísticas oficiais dos fluxos turísticos disponibilizados pela SETUR-CE, conforme tabela a seguir.

Tabela 13. Fluxo turístico receptivo (em milhares)

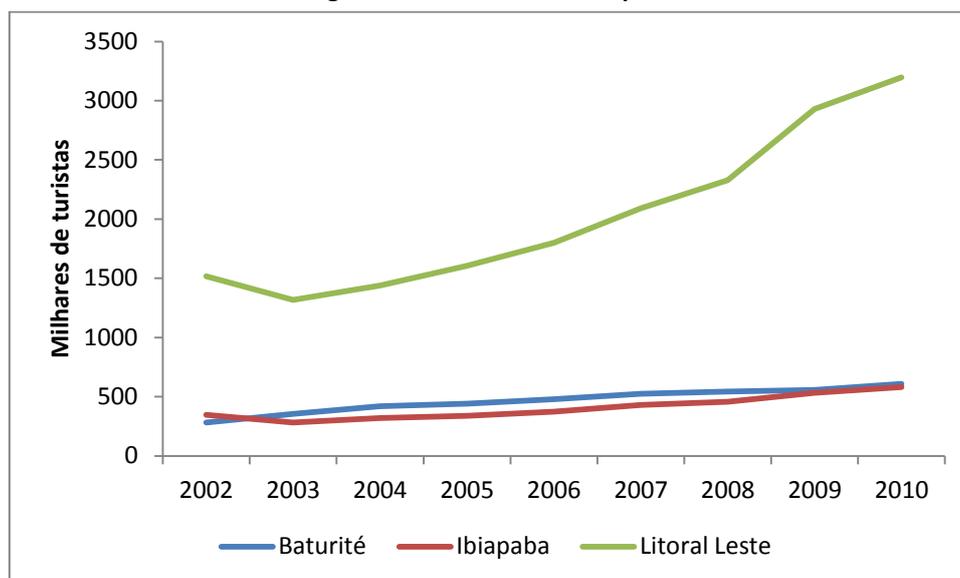
Ano	Litoral Leste	Chapada da Ibiapaba ³	Maciço do Baturité ⁴
2002	1518,2	345,5	281,3
2003	1318,5	281,1	354,1
2004	1439,5	319,5	419,3
2005	1606,7	337,9	441,9
2006	1801,0	374,1	478,6
2007	2090,0	429,4	524,5
2008	2327,3	456,4	544,4
2009	2928,6	533,3	557,8

Fonte: SETUR-CE. Agregados Turísticos do Interior, 2010

³ Os agregados turísticos da SETUR-CE são apresentados divididos pelos seguintes polos: Araripe/Cariri, Ibiapaba, Baturité, Litoral Leste, Litoral Oeste, Sertão Central. Para fins de elaboração das projeções, considerou-se que Polo Ibiapaba = Polo Chapada da Ibiapaba e Polo Baturité = Polo Maciço do Baturité.

⁴ Idem anterior.

Figura 1. Fluxo turístico receptivo



Fonte: Ipeturis, 2011

A extensão da série de tempo disponível teve grande impacto sobre a seleção do método econométrico específico. O trabalho com séries temporais usualmente requer um grande número de observações a fim de realizar previsões para um horizonte relativamente curto. No entanto, neste caso as condições encontradas são exatamente opostas. Dispõe-se de uma série temporal extremamente pequena (8 anos) e objetiva-se elaborar previsões para um horizonte relativamente grande (5 anos). Assim, as possibilidades de uso de técnicas econométricas avançadas se tornam bastante restritas, e a confiabilidade das previsões elaboradas é reduzida.

A análise multivariada de séries temporais foi descartada principalmente em razão da extensão da série temporal disponível. Uma vez que se dispõe de apenas oito observações para cada série, a estimação de parâmetros para cada potencial variável causal certamente levaria a um nível de confiança extremamente baixo. Além disso, dado que o fluxo turístico dos polos estudados é resultado das condições de inúmeros mercados emissores, seria difícil justificar a adoção de qualquer variável explicativa específica, já que tais condições podem não ser correlacionadas. A análise multivariada imporia, ainda, uma dificuldade relativa à obtenção de estimativas confiáveis das próprias variáveis explicativas. Por fim, a literatura científica tem mostrado que os métodos univariados de séries temporais apresentam *performance* consideravelmente superior aos modelos causais na obtenção de projeções acuradas. Assim, como resultado desses quatro argumentos principais, descartou-se a utilização da análise

multivariada e optou-se pela análise univariada de séries de tempo como método para a elaboração de projeções.

Dentre os diversos métodos de análise univariada de séries temporais, os métodos mais avançados tiveram de ser prontamente descartados em razão da pequena extensão das séries disponíveis. A seleção do método deu-se, portanto, apenas dentre os mais simples, os quais contam com um pequeno número de parâmetros e possibilitam a obtenção de estimativas significativas. A classe de modelos ARIMA (*Autoregressive Integrated Moving Average*) foi finalmente selecionada em razão de sua simplicidade e comprovada performance, conforme confirmam as revisões de Li et al (2005) e Song e Li (2008).

Modelos univariados de séries temporais sugerem que a variável dependente é uma função de seus próprios valores anteriores. Assim, o número de turistas em um determinado ano pode ser estimado como uma função do número de turistas nos anos anteriores. Tal função, no entanto, pode assumir diferentes formas. Dois tipos de relação particularmente comuns entre a variável explicada e seus valores passados são:

- Autoregressão (AR): a variável é uma função linear de seus valores passados, conforme descrito pela equação a seguir.

$$Y_t = \sum_{p=1}^P \alpha_p \cdot Y_{t-p} + \varepsilon_t$$

- Médias móveis (MA): a variável é uma função linear dos erros de estimativa cometidos pelo modelo em períodos passados, conforme descrito pela equação a seguir.

$$Y_t = \sum_{q=1}^Q \beta_q \cdot \varepsilon_{t-q} + \varepsilon_t$$

Quando reunidas em um único modelo, relações de autoregressão e médias móveis formam o chamado modelo ARMA, descrito a seguir.

$$Y_t = \theta + \sum_{p=1}^P \alpha_p \cdot Y_{t-p} + \sum_{q=1}^Q \beta_q \cdot \varepsilon_{t-q} + \varepsilon_t$$

Os modelos ARMA são adequados para modelar variáveis estacionárias, ou seja, variáveis com média e variância constantes ao longo do tempo. No entanto, frequentemente as séries temporais cuja modelagem é desejada são não-estacionárias. Uma solução frequentemente usada para esse problema é a diferenciação da série temporal. Diferenciando-se uma variável não-estacionária uma ou mais vezes no tempo, frequentemente pode-se obter variáveis

estacionárias. Assim, se Y_t for não estacionária, pode-se verificar a possibilidade de que $\Delta=Y_t-Y_{t-1}$ seja estacionária. Se Δ for uma série estacionária, diz-se que Y_t é uma variável integrada de ordem 1 (I(1)). Caso Δ não seja estacionária, pode-se realizar uma nova diferenciação no tempo e testar a hipótese de que a série seja integrada de ordem 2 (I(2)).

A classe de modelos ARIMA permite a modelagem de séries não-estacionárias quando elas se tornam estacionárias através da diferenciação. Assim, os modelos ARIMA são compostos por três relações entre a variável e seus valores passados: autoregressão, integração e médias móveis. Esses modelos são frequentemente descritos como ARIMA(p,d,q), onde p indica a quantidade de termos autoregressivos, d aponta a quantidade de integrações e q representa o número de termos de médias móveis.

O processo de projeção teve início pela estimativa do número de turistas de cada polo em 2010. No momento de realização deste projeto as estimativas da SETUR-CE para este ano (2010) referentes ao fluxo receptivo de cada polo ainda não estavam disponíveis, mas as estatísticas globais para o estado do Ceará já estavam publicadas. Assim, optou-se por replicar a taxa de crescimento do turismo no Estado entre 2009 e 2010 (9,1%) para cada um dos polos estudados.

O segundo passo foi a transformação logarítmica dos valores das três séries temporais. Transformações desse tipo são usuais em econometria, a fim de se trabalhar com variações percentuais e não em valores absolutos.

Para testar a estacionariedade das séries de tempo relativas ao número de turistas recebidos por cada polo do Ceará utilizou-se o teste Dickey-Fuller para raiz unitária. As estatísticas Dickey-Fuller (DF) e seus respectivos p-valores são apresentados na tabela a seguir.

Tabela 14. Teste Dickey-Fuller para raiz unitária

Polo	DF	p-valor
Maciço do Baturité	-2,30	0,17
Chapada da Ibiapaba	0,98	0,99
Litoral Leste	1,58	0,99

Fonte: Ipeturis, 2011

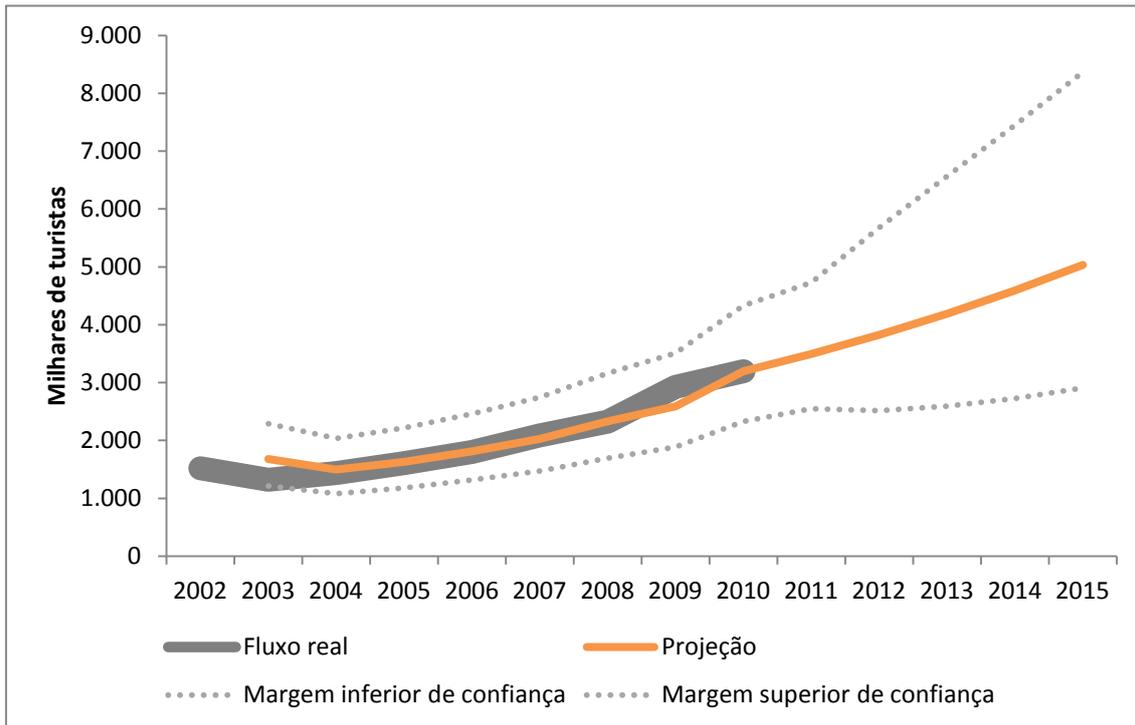
A partir desses resultados, pode-se comprovar a não-estacionariedade das três séries temporais. Assim, assumiu-se que todas as séries são I(1). Acrescentando-se um elemento autoregressivo e um elemento de média móvel aos modelos, chegou-se a um modelo econométrico final do tipo ARIMA(1,1,1). Os resultados dessa estimação são apresentados a seguir.

Tabela 15. Projeções dos fluxos turísticos (em milhares de turistas)

Ano	Litoral Leste				Chapada da Ibiapaba				Maciço do Baturité			
	Fluxo real	Projeção	Margem inferior	Margem superior	Fluxo real	Projeção	Margem inferior	Margem superior	Fluxo real	Projeção	Margem inferior	Margem superior
2002	1.518				345				281			
2003	1.319	1.682	1.216	2.292	281	377	252	551	354	314	254	385
2004	1.439	1.496	1.083	2.035	320	357	256	491	419	425	359	501
2005	1.607	1.631	1.182	2.215	338	332	238	456	442	470	402	547
2006	1.801	1.813	1.316	2.461	374	374	268	514	479	467	402	541
2007	2.090	2.025	1.471	2.746	429	401	287	551	525	542	468	625
2008	2.327	2.331	1.695	3.158	456	454	325	623	544	568	492	655
2009	2.929	2.590	1.885	3.507	533	503	360	690	558	578	501	665
2010	3.196	3.198	2.329	4.328	582	556	399	765	609	594	516	683
2011		3.496	2.548	4.730		633	453	870		691	601	793
2012		3.827	2.517	5.676		685	472	974		777	559	1.063
2013		4.192	2.591	6.564		743	467	1.147		872	545	1.351
2014		4.593	2.725	7.450		805	484	1.291		978	546	1.670
2015		5.035	2.906	8.364		872	494	1.473		1.097	556	2.032

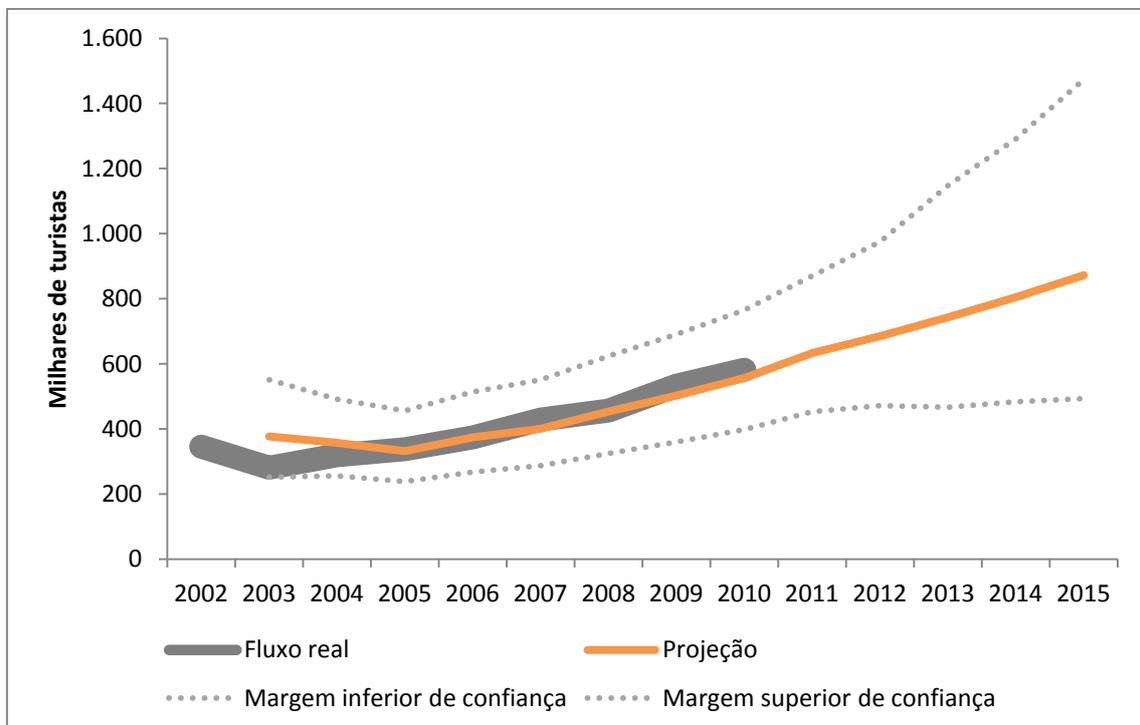
Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 2. Projeção de fluxo turístico para o Polo Litoral Leste



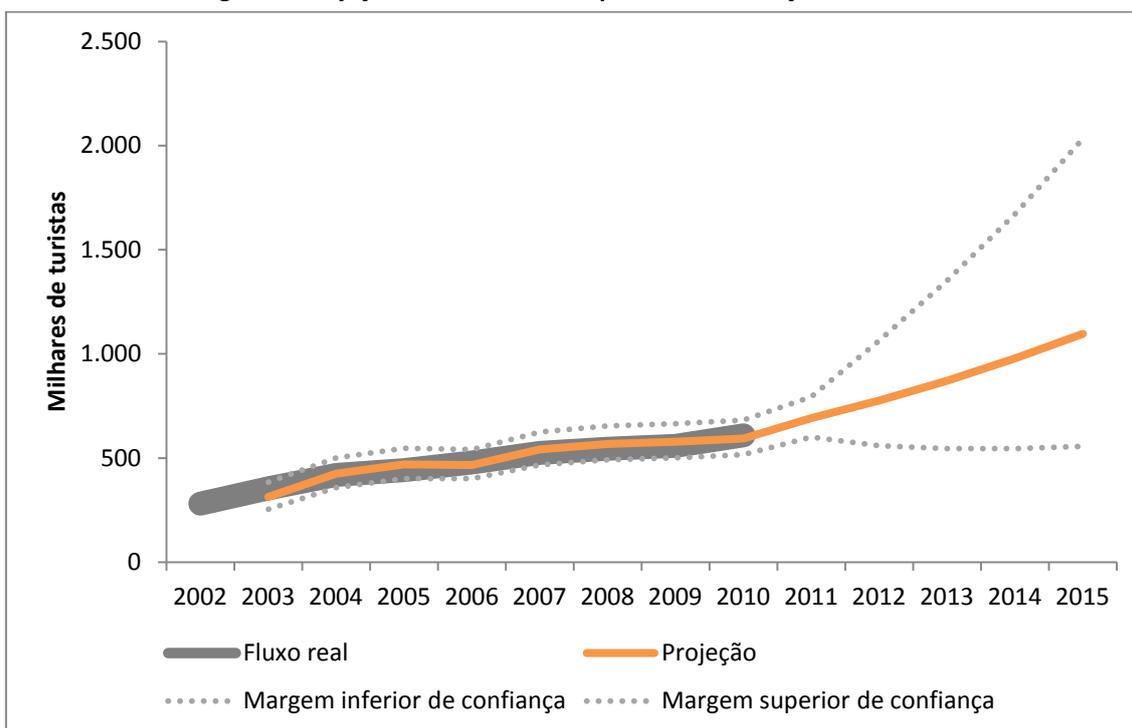
Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 3. Projeção de fluxo turístico para o Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 4. Projeção de fluxo turístico para o Polo Maciço do Baturité



Fonte: Ipeturis, 2011

As margens inferior e superior das projeções feitas levam em consideração um nível de confiança de 95%. Cabe destacar que essas margens se afastam uma da outra conforme o horizonte de projeção se amplia, em razão da natureza autoregressiva do processo estocástico de geração de fluxos turísticos. Assim, quanto mais distante no futuro estiver a projeção, maior é o grau de incerteza adjacente.

Além disso, ressalta-se que as projeções feitas através de métodos univariados de séries temporais pressupõem que as tendências passadas deverão se repetir no futuro. Assim, alterações estruturais relativas aos fluxos turísticos não podem ser previstas. Fatos relevantes, como grandes eventos e mudanças substanciais na oferta turística, não são contemplados por essas previsões.

Por fim, destaca-se que projeções dos fluxos turísticos segmentados por motivação da viagem ou qualquer outra variável relevante, bem como projeções das receitas turísticas, não foram realizadas em virtude da inexistência dos dados necessários, neste momento.

5 Produto 4: Estudo de Demanda Potencial

O quarto produto da contratação constituiu-se no Estudo da Demanda Potencial para os polos turísticos contemplados pelo projeto, quais sejam: Litoral Leste, Chapada de Ibiapaba e Maciço do Baturité.

O objetivo deste estudo foi descrever as preferências dos turistas potenciais dos polos turísticos do Ceará com relação a diferentes atributos dos destinos turísticos. Para tanto, foi utilizado o método da análise de preferências declaradas individuais. Desta forma, foram realizadas entrevistas com turistas potenciais nas quais conjuntos hipotéticos de viagens eram apresentadas. Os entrevistados foram solicitados a avaliar as alternativas disponíveis e declarar qual delas escolheria caso a situação de escolha fosse real. Esta foi a abordagem utilizada pelo presente estudo, tanto em razão de suas vantagens quanto em respeito ao termo de referência de contratação do projeto.

Além das escolhas feitas, foram registrados também os atributos dos destinos apresentados aos entrevistados, incluindo o destino escolhido e os destinos rejeitados. As relações entre atributos e escolhas foram avaliadas a partir de um modelo estatístico de escolhas discretas, conforme a abordagem teórica conhecida como Modelo de Utilidade Aleatória (RUM – Random Utility Model).

Foram analisadas as preferências dos turistas de três mercados emissores distintos: internacional, nacional e regional. Em cada mercado foram pesquisadas localidades representativas dos principais emissores. Para os mercados internacional e nacional, as preferências foram estudadas com relação a destinos primordialmente compostos por atrativos do segmento de Sol e Praia. Nestes casos, os destinos do segmento de Ecoturismo e Turismo de Aventura foram considerados como parte potencialmente integrante destas viagens. Já para o mercado regional, ambos os segmentos, Sol e Praia e Ecoturismo e Turismo de Aventura, foram considerados independentes, sendo realizadas pesquisas separadas para cada um deles.

Cabe destacar que esta pesquisa, ainda que trate da demanda potencial, não teve por objetivo identificar os mercados com maior ou menor potencial para consumo do produto turístico cearense. A ideia desta pesquisa, conforme preconiza o termo de referência deste projeto, é entender os fatores que afetam a demanda potencial dos três polos turísticos do estado e seus destinos associados. Assim, não se tem por objetivo principal identificar os mercados, mas sim

os aspectos que influenciam as escolhas do conjunto total de turistas potenciais existentes, e qual a importância de cada um desses aspectos.

O Estudo de Demanda Potencial foi realizado durante os meses de abril a junho de 2011. Os meses de abril e início de maio foram destinados ao planejamento da pesquisa, preparação, teste e refinamento de seus instrumentos. Durante os meses de maio a início de junho foi realizada a coleta de dados primários, por meio de pesquisa em campos regionais, nacionais e internacionais. No período de 19/05 a 15/06 foram realizadas pesquisas em 10 campos distintos, sendo 02 campos internacionais, 03 campos nacionais e 05 campos regionais.

A amostra prevista, segundo o plano de trabalho deste projeto, era de 2680 entrevistas. A amostra efetiva da pesquisa resultou em 2.811 questionários válidos aplicados, de acordo com a distribuição apresentada pela tabela que segue.

Tabela 16. Distribuição da amostra efetiva

Mercado emissor	Localidade	Faixa de renda								Total
		4 a 15 SM				Acima de 15 SM				
		Faixa etária				Faixa etária				
		Até de 25 anos	26 a 50 anos	Acima de 50 anos	Subtotal	Até de 25 anos	26 a 50 anos	Acima de 50 anos	Subtotal	
Internacional (*)	Milão	97	364	86	547					547
	Lisboa	61	167	59	287					287
	Subtotal	158	531	145	834					834
Nacional	São Paulo	75	254	69	398	17	94	27	138	536
	Brasília	25	89	18	132	7	33	8	48	180
	Rio de Janeiro	29	99	32	160	9	37	12	58	218
	Subtotal	129	442	119	690	33	164	47	244	934
Regional Sol e Praia	Fortaleza	59	181	40	280	13	54	15	82	362
	Juazeiro do Norte	4	18	3	25	2	6	2	10	35
	Recife	52	105	25	182	7	29	19	55	237
	Subtotal	115	304	68	487	22	89	36	147	634
Regional Ecoturismo	Fortaleza	40	139	29	208	12	43	14	69	277
	Sobral	4	23	1	28	1	3	4	8	36
	Teresina	17	45	8	70	4	20	2	26	96
	Subtotal	61	207	38	306	17	66	20	103	409
Total		463	1484	370	2317	72	319	103	494	2811

Fonte: Ipeturis, 2011

Os principais resultados da pesquisa, para cada tipo de público, são apresentados na sequência, de forma resumida. Para os mercados nacional e internacionais são apresentados os resultados relativos ao destino principal e ao destino complementar da viagem. A interpretação dos dados mostrados pelas tabelas deve ser feita conforme as explicações dadas nos próximos parágrafos.

A interpretação dos parâmetros estimados pelos modelos Logit pode ser feita de duas formas relativamente simples. A primeira é chamada de *Odds Ratio*. Odd é uma palavra inglesa que quer dizer: quantos sucessos para cada fracasso? Assim, ao estudar, por exemplo, a probabilidade de escolha de um destino turístico, o Odd indica quantos turistas potenciais irão escolher o destino em questão para cada turista que não irá escolher esse destino. Se 2 a cada 3 turistas escolher o destino estudado, então o Odd de escolha desse destino é 2 (2 escolhas para cada 1 não-escolha). O Odds Ratio é a razão entre dois Odds que estiverem sendo comparados. Se o Odd do destino utilizado no exemplo anterior subir de 2 para 3 em razão, digamos, da construção de um novo aeroporto, então teremos um Odds Ratio de $3 / 2 = 1,5$ para a variável construção do aeroporto. O Odds Ratio é calculado da seguinte forma:

$$Odds\ Ratio(r) = \frac{\frac{e^{\sum_{k=0, k \neq r}^K \beta_k f(X_{kni}) + \beta_{r.1}}}{\sum_{j=1}^J e^{\sum_{k=0}^K \beta_k f(X_{knj})}}}{\frac{e^{\sum_{k=0, k \neq r}^K \beta_k f(X_{kni}) + \beta_{r.0}}}{\sum_{j=1}^J e^{\sum_{k=0}^K \beta_k f(X_{knj})}}} = e^{\beta_r}$$

onde r é o índice relativo à variável em questão.

Outra forma de interpretação dos parâmetros estimados pelos modelos Logit se dá através do cálculo da disposição a pagar. Disposição a pagar é o valor que o indivíduo está disposto a desembolsar para obter algo. A possibilidade de cálculo dessa medida é uma das principais vantagens da metodologia utilizada neste estudo. Seu cálculo pode ser feito através da comparação do parâmetro relativo ao custo associado a cada alternativa e do parâmetro associado à variável em análise, conforme apresentado a seguir.

$$Disposi\c{c}\tilde{a}\tilde{o}\ a\ pagar(r) = -\frac{\frac{\partial U}{\partial r}}{\frac{\partial U}{\partial pre\c{c}o}} = -\frac{\beta_r}{\beta_{(pre\c{c}o)}}$$

Dessa forma, pode-se calcular a disposição a pagar pela variação de qualquer variável explicativa incluída no modelo desde que os parâmetros estimados sejam estatisticamente significantes. Em particular, se o parâmetro estimado referente ao custo da escolha não for

significante, o resultado é a impossibilidade de estimar qualquer medida de disposição a pagar em termos monetários. Uma vez satisfeitas essas condições, pode-se, por exemplo, calcular quanto um turista potencial estaria disposto a pagar a mais para viajar ao mesmo destino gastando uma hora a menos com o deslocamento. Outro exemplo seria a disposição adicional a pagar para hospedar-se em um hotel de luxo ao invés de um hotel simples.

5.1 Resultados para o segmento internacional

5.1.1 Preferências quanto ao destino principal da viagem

O modelo de utilidade aleatória do segmento internacional relativo ao destino principal da viagem, operacionalizado através de um modelo *Conditional Logit*, mostrou-se significativo. A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 561,8, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos turísticos intercontinentais de praia feitas pelo público pesquisado podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas. Cabe lembrar que os conceitos e definições referentes aos resultados aqui discutidos foram previamente apresentados neste relatório.

Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão e p-valores são apresentados na tabela que segue. A tabela apresenta também o Odds Ratio e a disposição a pagar referente a cada variável explicativa. Na linha inicial de cada conjunto de variáveis referentes a um mesmo tema, como categoria dos hotéis e restaurantes, por exemplo, a coluna do p-valor apresenta a significância global desse conjunto de variáveis explicativas. Em outras palavras, a estatística apresentada nesse caso indica a probabilidade de que todos os coeficientes β desse conjunto de variáveis explicativas sejam simultaneamente iguais a zero.

Tabela 17. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino principal da viagem - segmento internacional

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Preço total	-0,000124	0,0000222	0,000	0,9999	
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,001		
Luxo	-0,188	0,0723	0,009	0,829	-1517
Confortável	0,0297	0,0499	0,552	1,030	240
Simple*	0,000				
Duração total da viagem			0,000		
Expoente 1	0,160	0,0102	0,000	1,174	1292

Variável	Coeficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Expoente 2	-0,00462	0,000256	0,000	0,995	-37
Destino famoso					
Sim	0,174	0,0715	0,015	1,191	1408
Imagem					
			0,000		
Coqueiros	0,321	0,0748	0,000	1,378	2589
Caribe	0,297	0,0751	0,000	1,346	2400
Tailândia	0,347	0,0746	0,000	1,414	2797
Falésias*	0,000				
Tempo em veículo para chegar aos principais atrativos			0,000		
Expoente 1	-0,432	0,231	0,061	0,649	-3487
Expoente 2	0,0836	0,103	0,415	1,087	675
Atrações					
			0,000		
Festas populares e eventos culturais	-0,262	0,0828	0,002	0,770	-2111
Atividades de ecoturismo e aventura	-0,0628	0,0797	0,431	0,939	-507
Parque temático / aquático	-0,325	0,0838	0,000	0,723	-2620
Vida noturna	-0,0638	0,0804	0,428	0,938	-515
Atrativos históricos e culturais*	0,000				
Tipo de destino					
			0,003		
Vila	0,188	0,0903	0,038	1,206	1514
Resort	0,211	0,0896	0,018	1,235	1705
Destino isolado	-0,269	0,166	0,105	0,764	-2175
Cidade*	0,000				
Forma de organização					
Pacote turístico	-0,0340	0,0714	0,634	0,967	-275

* Caso de referência

Ipeturis, 2011

Em síntese, os turistas potenciais internacionais do Polo Litoral Leste:

- São relativamente pouco sensíveis ao preço.
- Não têm preferência por serviços de luxo.
- Sentem-se mais atraídos por destinos famosos.
- Não se sentem particularmente atraídos por paisagens de praias com falésias.

- Dão grande valor aos deslocamentos curtos para chegar aos principais atrativos do destino.
- Têm grande interesse por atrativos culturais e um nível médio de interesse por vida noturna e por atrativos de ecoturismo e turismo de aventura.
- Preferem se hospedar em resorts ou vilas, em detrimento a cidades de maior porte ou áreas isoladas.
- São, em média, indiferentes entre pacotes de viagem e viagens independentes.

5.1.2 Preferências quanto ao destino secundário da viagem

A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 106,4, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos turísticos secundários de ecoturismo e turismo de aventura feitas pelo público internacional podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas. Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão, p-valores, Odds ratio e disposição a pagar são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 18. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino secundário da viagem - segmento internacional

Variável	Coeficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Custo total	-0,00352	0,00151	0,020	0,996	
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,040		
Luxo	-0,107	0,235	0,648	0,898	-31
Confortável	-0,274	0,134	0,041	0,761	-78
Simples*	0,000				
Duração total da viagem	-0,016	0,0705	0,820	0,984	-5
Atividade principal			0,000		
Caminhada	-0,183	0,155	0,236	0,832	-52
Rapel e tirolesa	-0,219	0,158	0,166	0,803	-62
Passeio a cavalo e em bicicleta	0,397	0,142	0,005	1,487	113
Cavernas / Espeleologia	-0,111	0,155	0,472	0,895	-32
Banho de rio, açude ou cachoeira	0,599	0,135	0,000	1,821	170
Observação da paisagem*	0,000				
Imagem			0,001		
Caverna	0,0782	0,120	0,514	1,081	22
Água	0,391	0,114	0,001	1,478	111

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Formações rochosas	-0,0213	0,126	0,865	0,979	-6
Serra*	0,000				

Ipeturis, 2011

Em síntese, com relação aos destinos secundários de ecoturismo e turismo de aventura, os turistas potenciais internacionais:

- São, em média, indiferentes entre realizar ou não viagens secundárias para destinos de ecoturismo e turismo de aventura.
- São relativamente sensíveis ao preço.
- Têm preferência por serviços de categoria simples.
- Sentem-se mais atraídos por banhos de rios, cachoeiras e açudes, mas também são atraídos por passeios de bicicleta e cavalo. Por fim, observação da paisagem também apresenta algum poder de atração desses turistas.
- São atraídos por imagens relacionadas à água, ainda que cavernas e serras também tenham algum poder atrativo.

5.2 Resultados para o segmento nacional

5.2.1 Preferências quanto ao destino principal da viagem

O modelo de utilidade aleatória do segmento nacional relativo ao destino principal da viagem, operacionalizado através de um modelo *Conditional Logit*, mostrou-se significativo. A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 448,7, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos turísticos de praia no Nordeste feitas pelo público pesquisado podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas.

Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão e p-valores são apresentados na tabela que segue. A tabela apresenta também o Odds Ratio e a disposição a pagar referente a cada variável explicativa. Na linha inicial de cada conjunto de variáveis referentes a um mesmo tema, como categoria dos hotéis e restaurantes, por exemplo, a coluna do p-valor apresenta a significância global desse conjunto de variáveis explicativas. Em outras palavras, a estatística apresentada nesse caso indica a probabilidade de que todos os coeficientes β desse conjunto de variáveis explicativas sejam simultaneamente iguais a zero.

Tabela 19. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino principal da viagem - segmento nacional

Variável	Coeficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Preço total	-0,000240	0,0000358	0,000	0,99976	
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,000		
Luxo	0,508	0,0754	0,000	1,661	2115
Confortável	0,629	0,0508	0,000	1,876	2621
Simples*	0,000				
Duração total da viagem			0,000		
Expoente 1	0,261	0,0303	0,000	1,298	1086
Expoente 2	-0,0127	0,00147	0,000	0,987	-53
Destino famoso					
Sim	0,0985	0,0666	0,139	1,103	410
Imagem			0,000		
Coqueiros	0,564	0,0675	0,000	1,758	2352
Dunas	0,142	0,0732	0,053	1,152	590
Mata Atlântica	0,256	0,0715	0,000	1,292	1068
Falésias*	0,000				
Tempo em veículo para chegar aos principais atrativos			0,014		
Expoente 1	-0,0473	0,215	0,826	0,954	-197
Expoente 2	-0,0436	0,0950	0,646	0,957	-182
Atrações			0,489		
Festas populares e eventos culturais	-0,0568	0,0766	0,458	0,945	-237
Atividades de ecoturismo e aventura	-0,0343	0,0769	0,655	0,966	-143
Parque temático / aquático	0,0172	0,0756	0,820	1,017	72
Vida noturna	-0,112	0,0776	0,148	0,894	-468
Atrativos históricos e culturais*	0,000				
Tipo de destino			0,000		
Vila	0,164	0,0988	0,097	1,178	684
Resort	0,387	0,0942	0,000	1,473	1614
Destino isolado	0,0734	0,102	0,472	1,076	306
Cidade*	0,000				
Forma de organização					
Pacote turístico	-0,0146	0,0666	0,827	0,986	-61

* Caso de referência

lpeturis, 2011

Em síntese, os turistas potenciais nacionais do Polo Litoral Leste:

- São relativamente pouco sensíveis ao preço.
- Não têm preferência por serviços de categoria simples.
- São indiferentes a destinos famosos.
- Não se sentem particularmente atraídos por paisagens de praias com falésias, embora tenham alguma atração por dunas.
- Dão valor aos deslocamentos curtos para se chegar aos principais atrativos do destino.
- Têm grande interesse por parques temáticos/aquáticos e um nível médio de interesse por atrativos históricos e culturais.
- Preferem se hospedar em resorts ou vilas, em detrimento a cidades de maior porte ou destinos isolados.
- São, em média, indiferentes entre pacotes de viagem e viagens independentes.

5.2.2 Preferências quanto ao destino secundário da viagem

A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 112,2, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos turísticos secundários de ecoturismo e turismo de aventura feitas pelo público pesquisado podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas. Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão, p-valores e Odds ratio são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 20. Estimativas do modelo de preferências quanto ao destino secundário da viagem - segmento nacional

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio
Custo total	-0,000135	0,00132	0,919	0,9999
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,000	
Luxo	0,431	0,214	0,044	1,539
Confortável	0,518	0,124	0,000	1,679
Simples*	0,000			
Duração total da viagem	-0,0265	0,0662	0,689	0,974
Atividade principal			0,033	
Caminhada	0,0457	0,136	0,737	1,047
Rapel e tirolesa	0,142	0,133	0,288	1,152

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio
Passeio a cavalo e em bicicleta	0,120	0,130	0,359	1,127
Cavernas / Espeleologia	0,165	0,132	0,211	1,179
Banho de rio, açude ou cachoeira	0,414	0,128	0,001	1,512
Observação da paisagem*	0			
Imagem			0,000	
Caverna	0,188	0,105	0,074	1,207
Água	0,233	0,100	0,021	1,262
Formações rochosas	-0,425	0,117	0,000	0,654
Serra*	0,000			

Ipeturis, 2011

Em síntese, com relação aos destinos secundários de ecoturismo e turismo de aventura, os turistas potenciais nacionais:

- São, em média, indiferentes entre realizar ou não viagens secundárias para destinos de ecoturismo e turismo de aventura.
- São insensíveis ao preço.
- Não têm preferência por serviços de categoria simples.
- Sentem-se mais atraídos por banhos de rios, cachoeiras e açudes, enquanto caminhadas e observação da paisagem constituem as atividades menos apreciadas.
- São atraídos por imagens relacionadas à água e cavernas.

5.3 Resultados para o segmento regional de sol e praia

O modelo de utilidade aleatória do segmento regional de sol e praia, operacionalizado através de um modelo *Conditional Logit*, mostrou-se significativo. A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 296,2, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos turísticos de praia feitas pelo público pesquisado podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas.

Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão e p-valores, são apresentados na tabela seguinte. A tabela apresenta também o Odds Ratio e a disposição a pagar referente a cada variável explicativa. Na linha inicial de cada conjunto de variáveis referentes a um mesmo tema, como categoria dos hotéis e restaurantes, por exemplo, a coluna do p-valor apresenta a significância global desse conjunto de variáveis explicativas. Em

outras palavras, a estatística apresentada nesse caso indica a probabilidade de que todos os coeficientes β desse conjunto de variáveis explicativas sejam simultaneamente iguais a zero.

Tabela 21. Estimativas do modelo de preferências para o segmento regional de sol e praia

Variável	Coeficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Preço total	-0,000396	0,0000812	0,000	0,99960	
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,000		
Luxo	0,240	0,077	0,002	1,271	606
Confortável	0,420	0,0557	0,000	1,521	1060
Simples*	0,000				
Duração total da viagem			0,000		
Expoente 1	0,175	0,0201	0,000	1,191	441
Expoente 2	-0,00953	0,00109	0,000	0,991	-24
Imagem			0,000		
Coqueiros	0,541	0,0764	0,000	1,717	1366
Dunas	-0,0275	0,0859	0,749	0,973	-69
Praia extensa	-0,208	0,0900	0,020	0,812	-527
Falésias*	0,000				
Tempo de viagem até o destino			0,688		
Expoente 1	0,0258	0,0771	0,738	1,026	65
Expoente 2	-0,00419	0,00845	0,620	0,996	-11
Tempo em veículo para chegar aos principais atrativos			0,060		
Expoente 1	0,620	0,263	0,019	1,859	1566
Expoente 2	-0,269	0,114	0,018	0,764	-680
Atrações			0,520		
Festas populares e eventos culturais	0,115	0,0808	0,155	1,122	290
Parque temático / aquático	0,0271	0,0829	0,744	1,027	68
Vida noturna	0,0552	0,0822	0,502	1,057	139
Atrativos históricos e culturais*	0,000				
Tipo de destino			0,000		
Vila	-0,128	0,121	0,288	0,880	-324
Resort	0,360	0,108	0,001	1,433	908
Destino isolado	-0,253	0,123	0,040	0,777	-639
Cidade*	0,000				
Forma de organização					

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Pacote turístico	0,0113	0,0804	0,888	1,011	29

* Caso de referência

Ipeturis, 2011

Em síntese, os turistas potenciais regionais do segmento de sol e praia:

- São relativamente sensíveis ao preço.
- Têm preferência por serviços de categoria confortável.
- Preferem paisagens de praias dominadas por coqueirais, embora praias com falésias ou dunas exerçam um razoável poder de atração.
- São indiferentes com relação ao tempo gasto com o deslocamento até o destino e o deslocamento do destino até os atrativos.
- Têm grande interesse por festas populares e eventos culturais e um interesse de nível médio por vida noturna e parques temáticos/aquáticos.
- Preferem se hospedar em resorts ou, em segundo lugar, cidades, em detrimento a destinos isolados ou vilas.
- São, em média, indiferentes entre pacotes de viagem e viagens independentes.

5.4 Resultados para o segmento regional de ecoturismo e turismo de aventura

O modelo de utilidade aleatória do segmento regional de ecoturismo e turismo de aventura, operacionalizado através de um modelo *Conditional Logit*, mostrou-se significativo. A estatística Wald χ^2 para esse modelo é igual a 327,3, o que resulta em um p-valor de 0,000. Logo, pode-se afirmar que as escolhas dos destinos de ecoturismo e turismo de aventura feitas pelo público pesquisado podem ser explicadas pelo conjunto de variáveis explicativas analisadas.

Os coeficientes β estimados, bem como seus respectivos desvios-padrão e p-valores, são apresentados na tabela que segue. A tabela apresenta também o Odds Ratio e a disposição a pagar referente a cada variável explicativa. Na linha inicial de cada conjunto de variáveis referentes a um mesmo tema, como categoria dos hotéis e restaurantes, por exemplo, a coluna do p-valor apresenta a significância global desse conjunto de variáveis explicativas. Em

outras palavras, a estatística apresentada nesse caso indica a probabilidade de que todos os coeficientes β desse conjunto de variáveis explicativas sejam simultaneamente iguais a zero.

Tabela 22. Estimativas do modelo de preferências para o segmento regional de ecoturismo e turismo de aventura

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Preço total	-0,000480	0,000126	0,000	0,99952	
Categoria dos hotéis e restaurantes			0,030		
Luxo	0,365	0,141	0,009	1,440	761
Confortável	0,242	0,130	0,062	1,274	506
Simplex*	0,000				
Duração total da viagem			0,000		
Expoente 1	0,359	0,0576	0,000	1,432	749
Expoente 2	-0,0339	0,00673	0,000	0,967	-71
Atividade principal			0,000		
Caminhada	-0,168	0,0955	0,079	0,846	-350
Rapel e tirolesa	-0,0765	0,0938	0,415	0,926	-160
Passeio a cavalo e em bicicleta	-0,193	0,0965	0,045	0,824	-403
Cavernas / Espeleologia	-0,187	0,0956	0,051	0,829	-390
Banho de rio, açude ou cachoeira	0,382	0,0883	0,000	1,465	797
Observação da paisagem*	0,000				
Imagem			0,000		
Caverna	0,332	0,0892	0,000	1,394	692
Água	0,902	0,0812	0,000	2,465	1.882
Formações rochosas	-0,272	0,103	0,008	0,762	-567
Serra*	0,000				
Tempo de viagem até o destino			0,809		
Expoente 1	-0,0613	0,0984	0,534	0,941	-128
Expoente 2	0,00615	0,0108	0,570	1,006	13
Tempo em veículo para chegar aos principais atrativos			0,725		
Expoente 1	0,271	0,339	0,423	1,312	566
Expoente 2	-0,114	0,148	0,440	0,892	-238
Tempo de caminhada para chegar aos principais atrativos			0,141		
Expoente 1	0,542	0,281	0,054	1,720	1.131
Expoente 2	-0,230	0,132	0,081	0,794	-481

Variável	Coefficiente β	Desvio-padrão	p-valor	Odds ratio	Disposição a pagar (R\$)
Forma de organização					
Pacote turístico	0,147	0,100	0,142	1,159	307

* *Caso de referência*

Ipeturis, 2011

Em síntese, os turistas potenciais regionais dos polos Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité:

- São relativamente sensíveis ao preço.
- Têm preferência por serviços de categoria luxo e, em segundo lugar, confortável.
- São fortemente atraídos por banhos de rio, cachoeira ou açude.
- Preferem paisagens dominadas por elementos hidrográficos e não se sentem atraídos por formações rochosas.
- São indiferentes com relação ao tempo gasto com o deslocamento até o destino, o deslocamento do destino até os atrativos e a caminhada até os atrativos.
- São, em média, indiferentes entre pacotes de viagem e viagens independentes.

6 Produto 5: Estudo da Oferta Turística

O quinto produto componente do Estudo de Mercado dos Polos Turísticos do Prodetur Nacional no Estado do Ceará correspondeu ao Estudo da Oferta Turística dos três polos englobados pelo projeto: Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité.

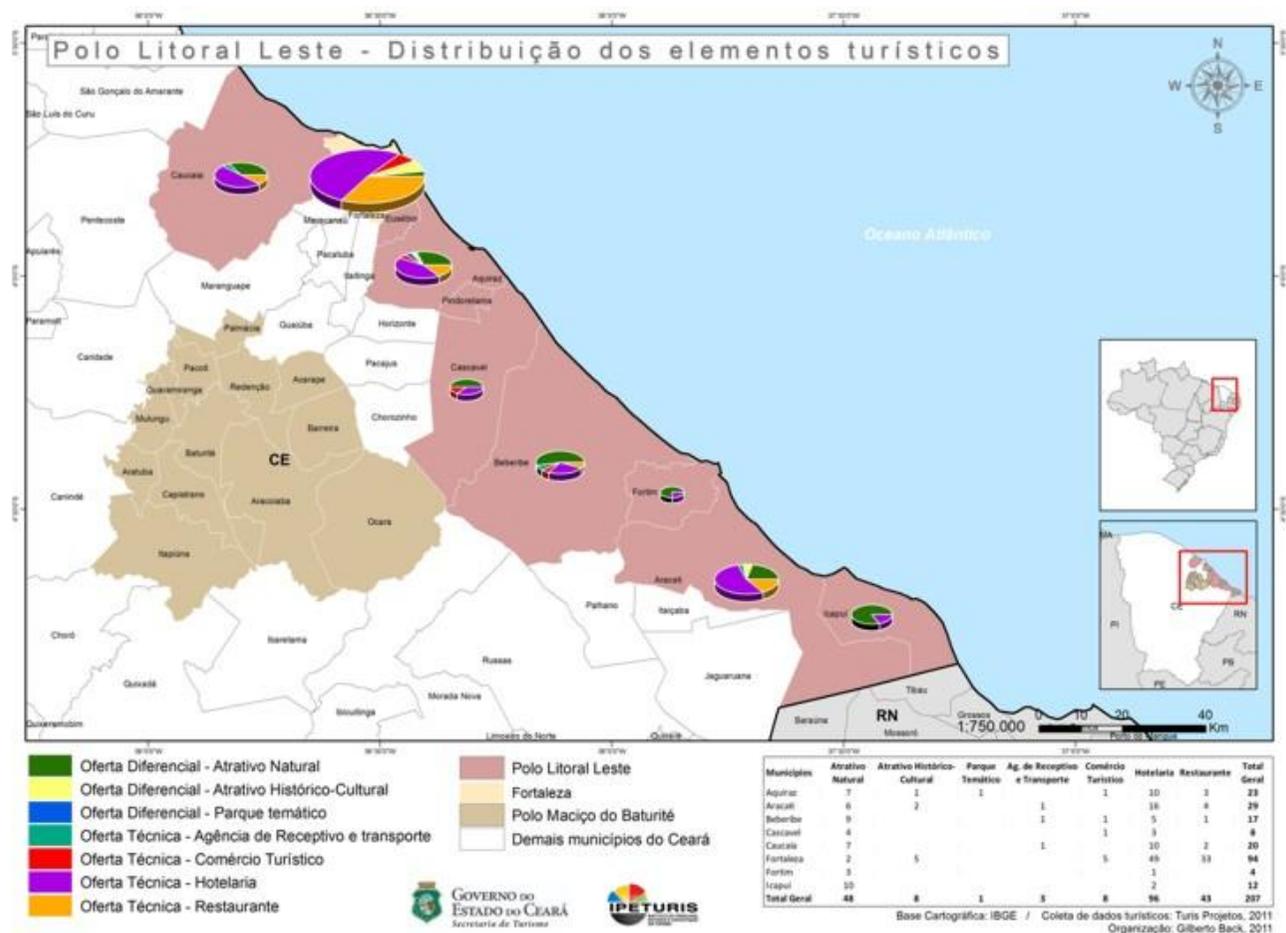
As descrições e análises apresentadas no Produto 5 são resultados de pesquisa de gabinete e trabalho de campo, realizados nos meses de junho e julho de 2011. A pesquisa de gabinete teve como base documentos sobre o turismo no estado do Ceará, além de estudos disponíveis nas páginas eletrônicas de órgãos federais e estaduais, como IBGE e SEMACE. Ainda, foram consultadas publicações da imprensa turística nacional, dentre as quais se destaca o Guia Quatro Rodas 2011 e o Guia Praias 2011, ambos considerados referência no setor de turismo brasileiro.

Com base em pesquisa de gabinete preliminar, foram identificados os principais elementos da oferta turística das localidades abordadas, de modo a estabelecer um roteiro de visitação para o trabalho de campo. Dessa forma, no período de 13 a 28 de junho, foram realizados os campos simultâneos para os três polos turísticos, tendo sido verificadas presencialmente as condições da oferta turística da totalidade de municípios componentes dos polos.

O conteúdo que segue apresenta a avaliação global feita para cada um dos polos turísticos, como resultado da avaliação da oferta técnica e diferencial, bem como das condições infraestruturais da região.

6.1 Polo Litoral Leste

Figura 5. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

O Estudo da Oferta Turística do Polo Litoral Leste englobou os municípios componentes do referido polo, também conhecido como Costa do Sol Nascente, a saber: Aquiraz, Aracati, Beberibe, Cascavel, Eusébio, Fortim, Icapuí e Pindoretama. Atendendo a demandas da Secretaria de Turismo do Ceará, também fizeram parte desta análise os municípios de Caucaia (que originalmente faz parte do Polo Litoral Oeste) e Fortaleza, a capital do estado.

Na composição do polo, fazendo jus ao nome, estão cidades litorâneas a Leste de Fortaleza. Caucaia, apesar de estar a Oeste, é a imediatamente mais próxima de Fortaleza e, por conseguinte, do Litoral Leste. Como se não bastasse, muitos de seus elementos atrativos são semelhantes aos dos demais municípios.

Parece claro que, independentemente da quantidade de turistas que cada uma recebe e do próprio desenvolvimento turístico individual, é absolutamente pertinente a intenção de concentrar num mesmo polo tal conjunto de cidades. Há que se destacar que dois municípios (Eusébio e Pindoretama) não contam com praias, estando no polo por outros motivos.

No caso de Eusébio, aparentemente não há o que justifique a inclusão do município. Não há atrativos consolidados, não é um entroncamento rodoviário e não há oferta de serviços relacionada diretamente ao turismo. A justificativa mais plausível dá conta de que Eusébio seria um caminho alternativo de chegada em Fortaleza para quem vem do Litoral Leste, além do Centro das Tapioqueiras ser mais próximo à entrada de Eusébio que da capital, onde ele fica, efetivamente.

Pindoretama, por mais que não disponha de qualquer elemento de oferta técnica, tem elementos que podem se tornar interessantes ao longo do tempo. Além de servir de acesso às praias de Balbino e Batoque (que pertencem a outros municípios), tem uma grande concentração de engenhos de cana de açúcar ainda em funcionamento. Não se pode chamar isso de turismo rural, pois pouquíssimas fazendas possibilitam visitas e vivências práticas no campo, mas trata-se de uma oferta complementar às praias, sejam aquelas acessadas pelo município, sejam quaisquer outras, pois se passa em Pindoretama obrigatoriamente vindo do Leste para se chegar a Fortaleza.

Das cidades com praias, num primeiro momento, Fortaleza será colocada de lado, por ser uma metrópole de quase três milhões de habitantes e absolutamente diferenciada no que diz respeito à oferta turística em comparação com as cidades do Polo Litoral Leste, tanto em termos quantitativos como qualitativos. Dessa forma, espera-se destacar com mais facilidade o que há de semelhanças e diferenças entre os demais municípios, que pelo menos no porte são

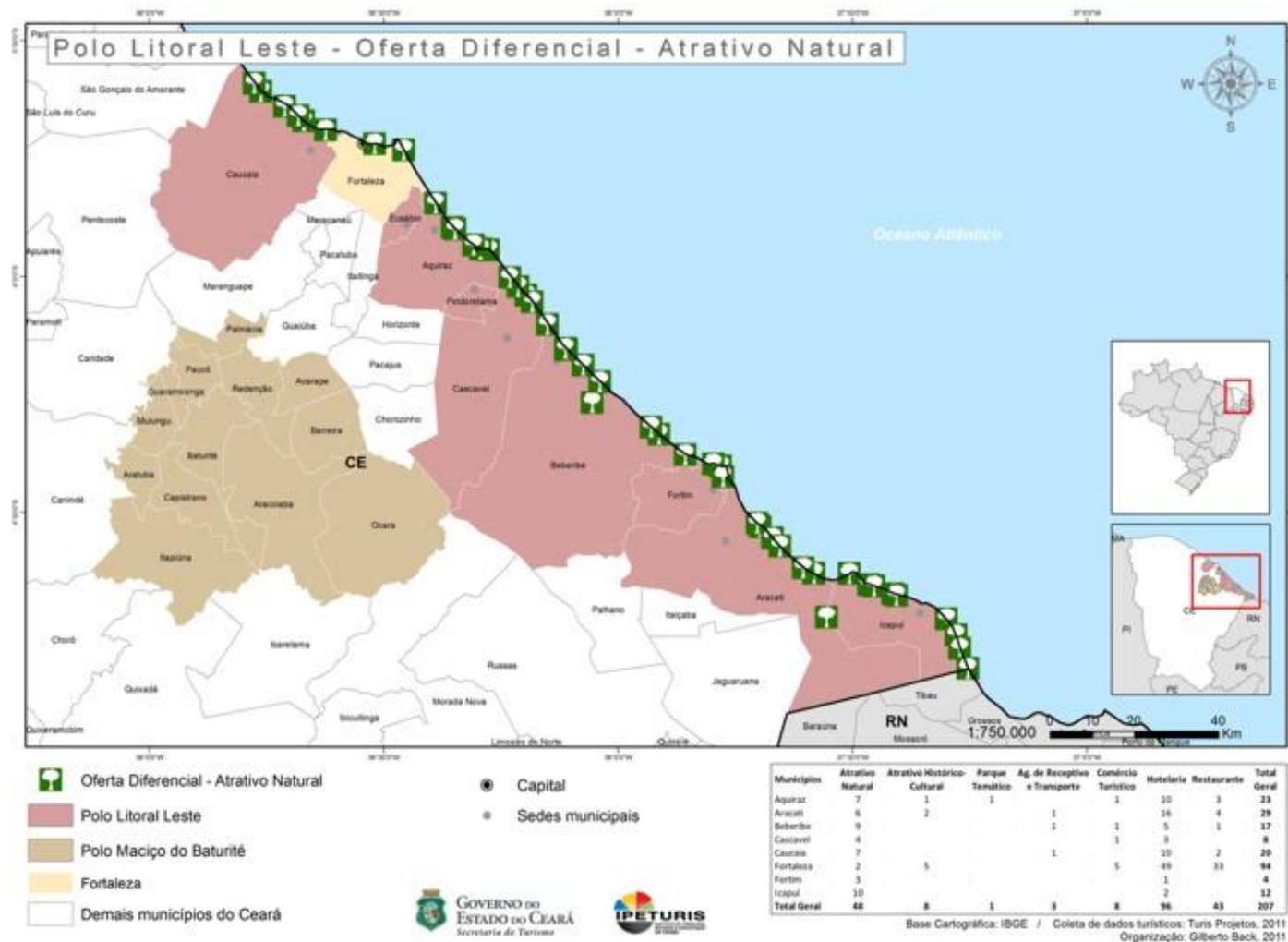
mais próximos uns dos outros. Quando oportuno, e quando for necessário analisar a relação direta entre Fortaleza e as cidades do polo, a aproximação acontecerá naturalmente e, de qualquer forma, sinalizada no texto.

Seguindo o exposto acima, o Litoral Leste é o principal polo de recepção de turistas no Ceará. Considerando-se ainda Caucaia, inclui destinos internacionais como Cumbuco e Canoa Quebrada, e outros de grande relevância no contexto nacional, como Morro Branco e Porto das Dunas. Além da oferta de meios de hospedagem e de alimentação, por exemplo, a importância dos destinos turísticos do polo movimenta um grande mercado de agências de receptivo em Fortaleza, que diariamente conduzem centenas de passageiros aos mais diversos atrativos do Litoral Leste.

As praias são, certamente, os atrativos turísticos mais relevantes dos municípios avaliados. Este é, aliás, o grande elemento de identificação entre eles, não apenas pela quantidade, mas pelos seus próprios componentes paisagísticos. A formação geológica conhecida como falésia predomina no Litoral Leste e, à exceção de Eusébio e Pindoretama, aparece em todos os municípios. Atrai pela beleza e pela curiosidade que gera nos turistas, pelas suas formas, tamanhos e cores. Além disso, acabou se tornando, pelas mãos de inúmeros artesãos, um bem cultural através do aproveitamento de suas areias coloridas para a montagem de garrafinhas com desenhos variados.

Além das falésias, fazem parte da composição identitária das praias do Litoral Leste as grandes extensões (são pouco recortadas), as dunas de areia branca e fina, assim como as águas esverdeadas ou azuis do mar. As dunas, aliás, não apenas fazem parte da paisagem como também servem de cenário para passeios de bugue (muito característico, aliás, das praias do Ceará) e brincadeiras como a do “esquibunda”.

Figura 6. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

No que diz respeito à paisagem cultural, ou melhor, àquela referente aos elementos construídos pelo homem, não há qualquer padrão construtivo que seja comum a essas cidades, e nem mesmo internamente elas podem ser consideradas uniformes. O fato é que a ocupação recente (menos de 50 anos, na maioria dos casos, principalmente à beira-mar) gerou um processo desordenado de urbanização. Mesmo nas cidades com um centro histórico reconhecido e/ou tombado, como Aquiraz e Aracati, as construções antigas não apenas são comumente encontradas em outros estados, como tem tido um aproveitamento que praticamente não tem relação com a atividade turística.

Com relação à qualidade como um todo, na falta de um sistema nacional de classificação da oferta turística, tanto aquela relacionada aos atrativos como aos serviços, este trabalho fez intenso uso da classificação realizada pelo Guia Brasil Quatro Rodas 2011, da Editora Abril, que tem sido bastante aceita pelo mercado e pelo público consumidor como uma referência nesse aspecto.

O Polo Litoral Leste, nas avaliações do Guia, tem apenas dois atrativos quatro estrelas (segundo a publicação, isso significa que são do tipo *não deixe de ir*), o Acqua Park do Beach Park e a Praia de Ponta Grossa. Por outro lado, tem muitas outras atrações classificadas com três (*muito interessante*), duas (*interessante*) ou uma estrela (*de algum interesse*), num total maior que qualquer outra região turística do estado.

Em todos os municípios do polo em que há praias, uma delas tem grande destaque, em termos paisagísticos, de estrutura, de fluxo de turistas ou estes três elementos combinados, recebendo pelo menos três estrelas pelo Guia Quatro Rodas 2011. Em Caucaia, é a praia de Cumbuco. Em Aquiraz, Porto das Dunas. Em Aracati, a principal é Canoa Quebrada. Em Fortim, a Praia de Pontal de Maceió é o destaque. Em Beberibe, destaca-se a Praia de Morro Branco e, finalmente, em Icapuí, a Praia de Ponta Grossa e suas quatro estrelas. Em Cascavel, nenhuma praia recebeu três estrelas, mas Caponga é um destino conhecido e bem estruturado, apesar dos problemas enfrentados com o avanço do mar. Se, por um lado, uma praia tem conseguido sozinha alavancar o turismo no município, por outro, essa configuração parece restringir o crescimento de outros núcleos, e não raro as demais praias da cidade não tem qualquer estrutura e/ou fluxos turísticos.

Das mais bem avaliadas, Canoa Quebrada, Cumbuco e Morro Branco são as mais visitadas (do polo, inclusive), têm ampla estrutura e podem realmente ser consideradas como bonitas. Tem movimento todos os meses do ano, com variações, é claro, mas nunca estão desertas. Quanto

a Porto das Dunas, a beleza não é o principal atributo, mas o movimento está garantido pelo complexo Beach Park e pelos resorts próximos. Pontal de Maceió tem estrutura, mas sua beleza foi prejudicada pela quantidade de imóveis destruídos pela ação do mar, o mesmo acontecendo com Caponga. Ponta Grossa, por sua vez, tem pouca estrutura e uma beleza que se deve muito mais ao seu caráter quase selvagem que por atributos propriamente ditos.

Num patamar intermediário em termos de fluxos de visitantes, estão Prainha (Aquiraz), Majorlândia (Aracati), Praia das Fontes (Beberibe), Praia de Águas Belas (Cascavel), Barra do Cauípe (Caucaia) e Praia do Ceará (Icapuí). Nestas, há tanto uma atratividade razoável como uma quantidade boa de serviços, atendendo satisfatoriamente os turistas.

As demais praias tem, grosso modo, baixo fluxo de turistas, salvo algumas exceções, em que há bom movimento aos finais de semana, mas somente neles, tanto na baixa como na alta temporada. Outras são pouco visitadas mesmo em plena estação, e isso se dá por motivos variados, como o isolamento geográfico, a absoluta falta de estrutura, poucos diferenciais e até problemas ambientais, notadamente a destruição provocada pelo avanço do mar.

Especificamente no que diz respeito ao público estrangeiro, as praias de Cumbuco e Canoa Quebrada concentram a maioria deles, quase sempre de países europeus. Nessas praias, não apenas são os turistas, como acabaram se tornando moradores e até proprietários de meios de hospedagem e de alimentação. Em Cumbuco, como citado no relatório, apenas uma pousada tem como sócios somente brasileiros.

Quanto ao perfil do público nacional, nas Praias de Canoa Quebrada, Porto das Dunas, Cumbuco e Morro Branco, fica claro que há indivíduos de uma renda média mais alta. Nessas praias e ao redor delas o número de bons hotéis, de condomínios e de casas avulsas de segunda residência é muito grande, o que corrobora com esse perfil de público, visualizado em campo. Por outro lado, a popularização desses destinos atrai também um público de renda média e média baixa, cujo acesso é facilitado pela existência de muitos pacotes das grandes operadoras de turismo do Brasil. Neste perfil, especificamente, é raro haver pernoite.

Em algumas praias há uma situação pitoresca: o movimento é baixo ou médio, mas a existência de meios de hospedagem diferenciados ou de melhor qualidade atrai indivíduos de classes altas, num cenário em que isso seria pouco provável. São os casos da Prainha, da Praia das Fontes (Hotel Parque das Fontes), na Praia de Tremembé (Hotel Casa do Mar) e na Praia de Pontal de Maceió, (Hotel Vila Selvagem).

Nas demais praias (ou seja, 30 das 38 avaliadas neste estudo), o público mais comum é de classes menos abastadas, composta essencialmente por excursionistas, embora ainda seja possível encontrar pousadas simples. O que ilustra essa situação é a quantidade de pessoas ocupando mesas nas barracas de praia (não raro consumindo produtos que nem da barraca são, e sim trazidos de casa em isopores e dispositivos similares) e cujo carro, de modelo mais antigo ou simples, tem placa de cidades próximas ou da Grande Fortaleza.

O excursionismo, aliás, é uma característica marcante do turismo no Litoral Leste. Muitas das 38 praias visitadas simplesmente não contam com meios de hospedagem, mas tem barracas à disposição. Nesse caso, trata-se do público que organiza pequenas excursões individuais ou com grupos familiares ou de amigos, utilizando carro próprio ou vans alugadas. E, nas praias em que há mais vagas em meios de hospedagem e estrutura, o excursionismo é representado pelos passeios de um dia das agências de receptivo de Fortaleza.

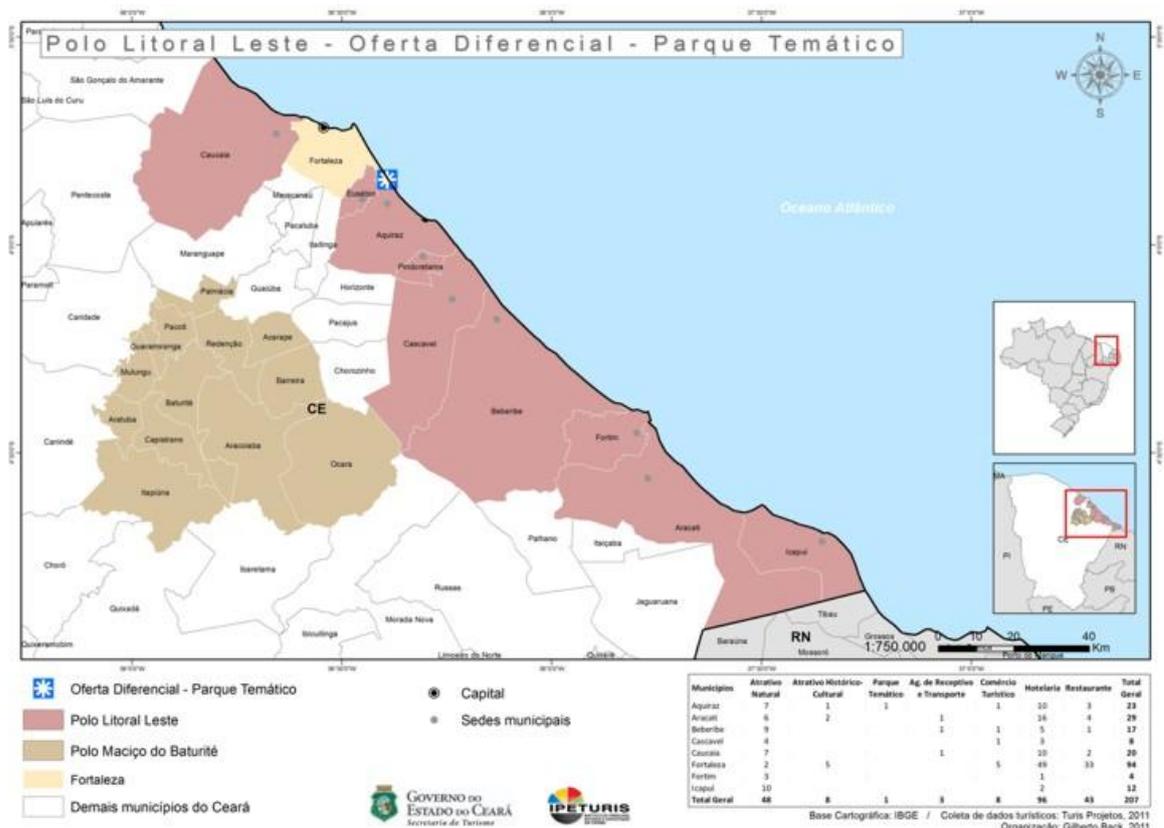
De fato, para muitos turistas viajando a lazer pelo litoral do Ceará, Fortaleza é um ótimo ponto de apoio para visitar o Litoral Leste. Como o banho de mar não é possível na capital, exceção feita à Praia do Futuro, essa atividade acaba ficando para as praias dos municípios vizinhos. Há uma relação de total interdependência entre Fortaleza e o polo; na capital, está o Aeroporto Internacional Pinto Martins, uma boa oferta hoteleira, com hotéis de grandes redes nacionais e internacionais (que muitos turistas inegavelmente consideram uma segurança) e há toda a estrutura de aluguel de veículos e agências de receptivo; no Litoral Leste estão as praias onde há algo diferente, onde o banho é possível, onde não existem prédios altos e, acima de tudo, há sossego. Em suma: passear durante o dia para uma das cidades do Litoral Leste e aproveitar a vida noturna e dormir em Fortaleza.

Obviamente, não se pode desprezar a força do parque hoteleiro existente no Litoral Leste, muito pelo contrário. Os grandes investimentos na construção de UHs e condomínios de segunda residência, que muitas vezes estão interligados a resorts e hotéis de grande porte, provam que há um público que prefere ficar somente numa das praias do polo, sem fazer os conhecidos “bate-volta”. Mais do que isso: a construção (na verdade, reforma e ampliação) do aeroporto de Aracati é uma prova de que a descentralização do turismo já é possível (ou desejada) na região, pelo menos no que diz respeito a como o turista ingressa no polo. Não se verificou como o *trade* do Litoral Leste e o de Fortaleza enxerga o impacto do aeroporto de Aracati nessa relação de interdependência citada, mas é uma realidade próxima.

Quanto à segmentação de mercado existente no polo, o turismo de sol e praia é preponderante. Como essas cidades, em boa parte, sobrevivem do turismo de lazer, praticamente não há estrutura para eventos no Litoral Leste, com exceção a empreendimentos isolados, como o Hotel Parque das Fontes e alguns resorts de Aquiraz. Até onde foi possível buscar informações, o número de eventos de negócios é baixo no polo, e isto não tem, teoricamente, relação com a pouca estrutura para eventos, e sim com o fato de não ser a vocação regional.

Já que se mencionou o turismo de lazer, é fundamental mencionar a importância do complexo Beach Park para o polo. Ele não apenas direcionou grandes fluxos de visitantes e, posteriormente, muitos investimentos para a Praia de Porto das Dunas, mas passou a ser a porta de entrada para o Litoral Leste. Inúmeros turistas hospedados nos resorts do complexo adquirem passeios de bugue para praias de outros municípios, ou mesmo se deslocam a esses lugares com seus próprios veículos. O parque aquático Acqua Park é o maior da América Latina e desperta grande interesse do Brasil inteiro, a ponto dele ser descrito nas páginas de Fortaleza do Guia Brasil (onde certamente ele terá muito mais consultas), e não de Aquiraz.

Figura 7. Distribuição dos parques temáticos do Polo Litoral Leste



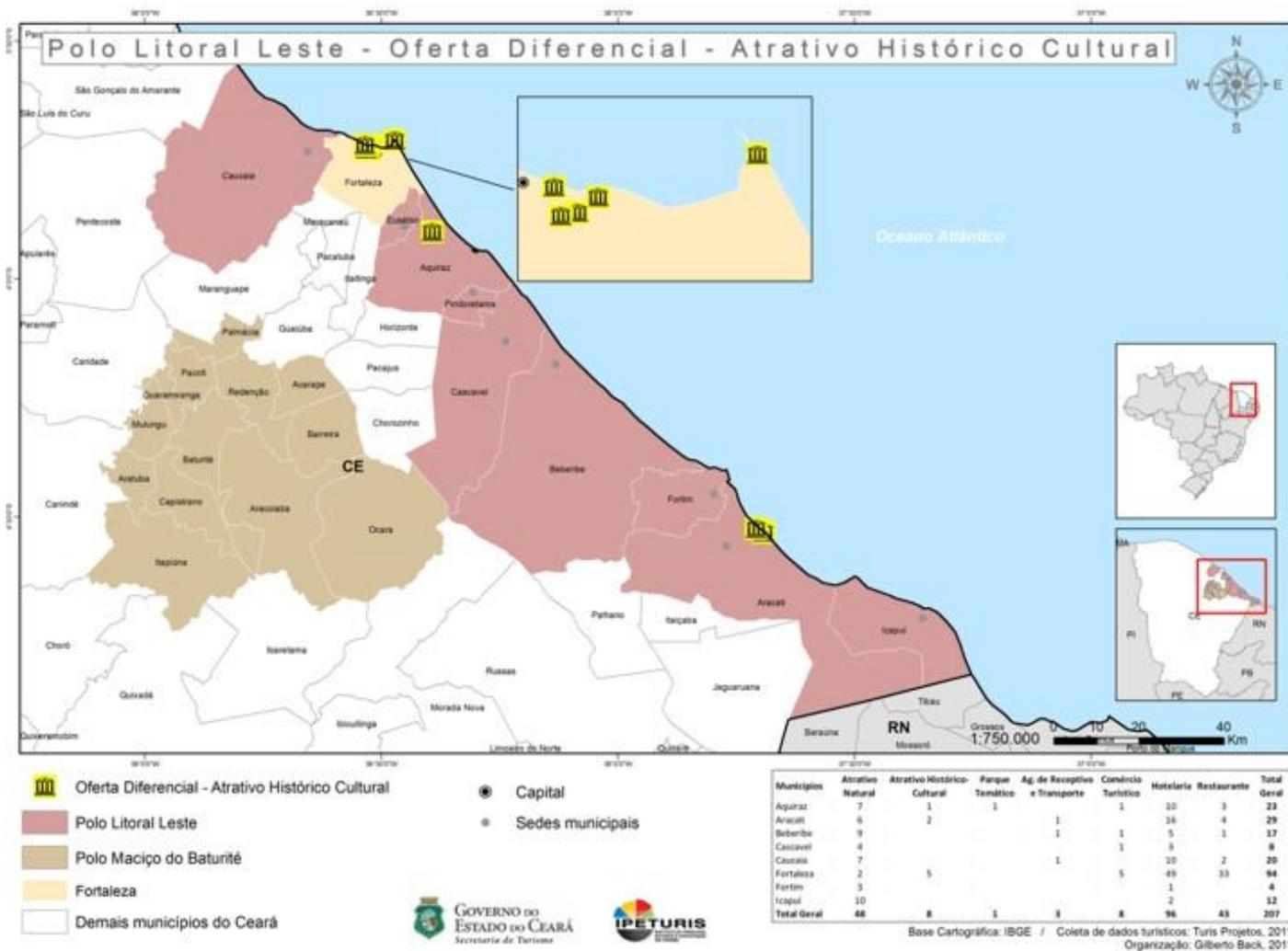
Fonte: Ipeturis, 2011

Pode-se dar destaque também ao turismo náutico no Litoral Leste, em particular pela prática do windsurfe e do kitesurf. Há muitas escolas destas atividades, principalmente em Cumbuco, aproveitando as águas calmas das praias e da Lagoa do Banana. É possível, de qualquer forma, ver a prática das atividades em outros municípios. Complementando as atividades náuticas, podem ser citados os passeios de jangada em diversas praias.

O turismo cultural, no que diz respeito a visitas ao patrimônio edificado e a festas e festivais diversos, tem um alcance muito restrito no polo, um apelo não mais que local, pela baixa atratividade dos elementos disponíveis e por simplesmente não ser citado em fontes secundárias diversas. O cenário só muda quando se inclui as compras de artesanato local como elemento cultural. Nesse sentido, os produtos de renda, as garrafinhas de areia e o artesanato em palha ou cerâmica são nacionalmente conhecidos, e há um bom movimento nos centros de artesanato de Cascavel, Beberibe, Aquiraz, Aracati e, sem dúvida alguma, nos quatro grandes espaços de Fortaleza (Mercado Central, CEART, Centro de Turismo e Feira Noturna de Meireles).

Outros segmentos, como os de ecoturismo, de aventura ou rural, tem pouquíssimos produtos à disposição no Litoral Leste, e precisam ser melhor estruturados.

Figura 8. Distribuição dos atrativos histórico culturais do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

A classificação do Guia Quatro Rodas 2011 não identificou meios de hospedagem ou serviços de alimentação de luxo, nem no Litoral Leste, nem em Fortaleza. Há, ao mesmo tempo, muitos estabelecimentos confortáveis e de ótimo padrão de serviços. A oferta de estabelecimentos de médio conforto ou simples é considerável, assim como aquela que não atingiu padrões mínimos de classificação. De qualquer forma, fora da capital e considerando-se a potencialidade do polo, pode-se dizer que ainda há poucos estabelecimentos em todas as categorias, principalmente nas superiores. Por outro lado, de modo geral, salvo raras exceções, os empreendimentos estavam em boas condições de conservação e limpeza, além de proverem boas instalações aos hóspedes (considerando, claro, as diferentes categorias), provando que o Guia foi uma boa forma de seleção da amostragem.

À exceção da Praia de Canoa Quebrada, quanto mais longe de Fortaleza, menor é o número de meios de hospedagem e de alimentação. Parece que, conforme o turismo vai se desenvolvendo nas localidades do Litoral Leste, isso vai se corrigindo. O excursionismo tem sua parcela de interferência nesse resultado: nas praias mais próximas, há estrutura de hospedagem porque os destinos se consolidaram. Nos outros, há um círculo vicioso: é (relativamente) longe para ir e voltar no mesmo dia de Fortaleza, mas também não há pernoite, pois não há hotéis na cidade, e não há hotéis porque poucos dormem. Esta é uma das equações de mais difícil solução no planejamento do turismo no Litoral Leste.

Especificamente no que diz respeito aos restaurantes, parece um contrassenso dizer que há poucos serviços de alimentação quando há uma infinidade de barracas. No entanto, é importante dizer que um tipo de oferta não substitui a outra. O público que deseja um bom padrão de serviços acaba tendo de apelar para os restaurantes de hotéis, pois é difícil encontrar esse padrão nas ruas das cidades.

De qualquer forma, independentemente de classificação ou da falta dela, há muito espaço para inovação e criatividade nos cardápios dos serviços de alimentação do polo. Por mais que se possa comer todos os tipos de frutos do mar a bons preços, o preparo ainda se baseia em receitas tradicionais, repetidas. Festivais de gastronomia poderiam não apenas estimular o aproveitamento dos bons estabelecimentos de restauração, mas estimular a inovação.

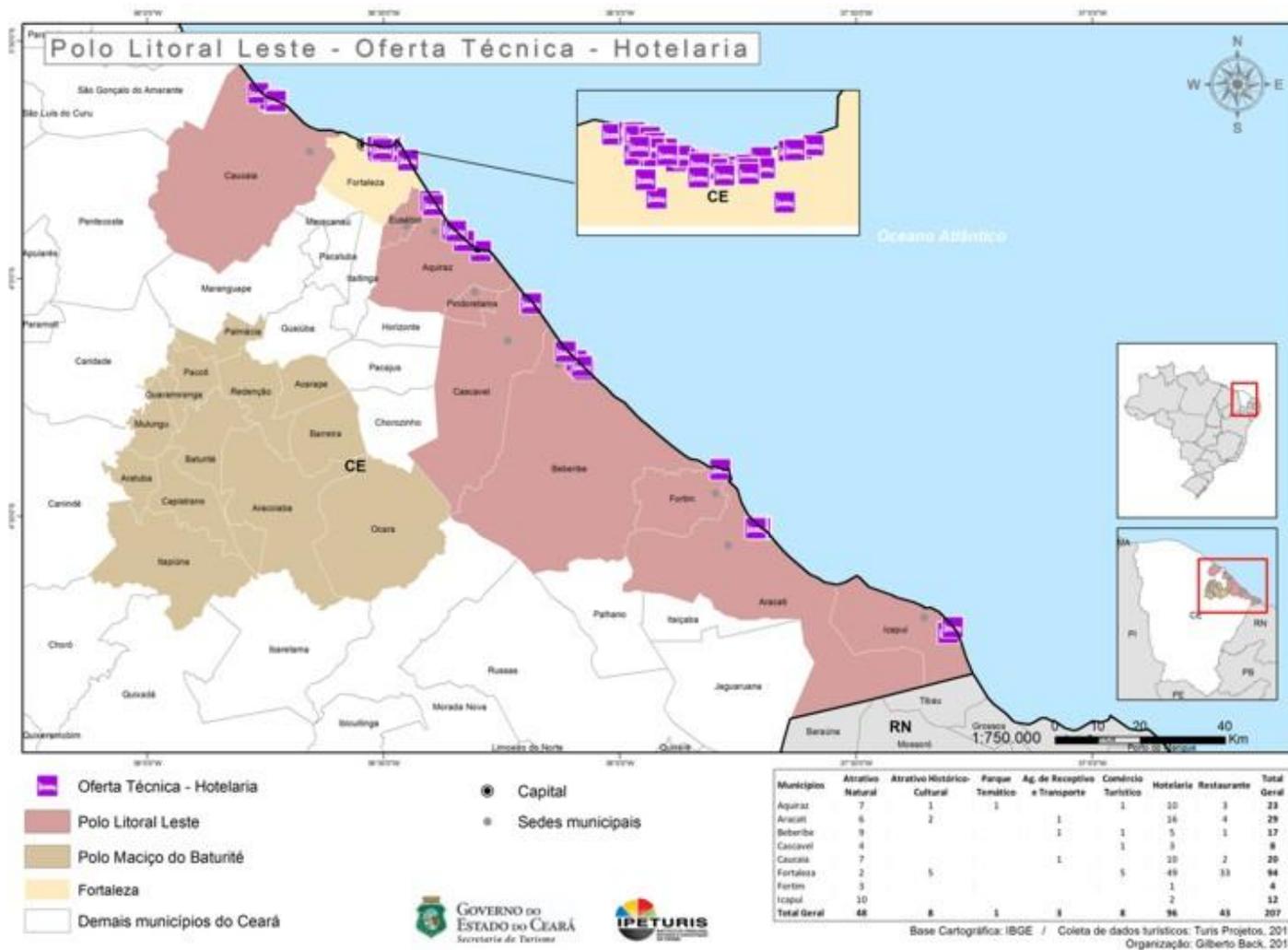
Especificamente sobre Fortaleza, a oferta de meios de hospedagem e de serviços de alimentação é consideravelmente mais generosa em termos quantitativos e qualitativos. Não é possível, definitivamente, fazer paralelos entre o que acontece na capital e nas cidades do polo.

Fortaleza tem uma boa distribuição de UHs entre as diversas categorias criadas pelo Guia Quatro Rodas, exceção feita à já citada categoria luxo. A distribuição pela cidade também é boa, considerando-se a localização dos atrativos e dos centros de negócios. Há relatos de que ela já seria insuficiente para atender à demanda em alguns momentos. O perfil do hóspede, nos dias úteis de meses que não são os de férias, é o do viajante a trabalho. Aos finais de semana e nas férias escolares e feriados prolongados predominam, obviamente, os turistas a lazer. Os valores das diárias estão de acordo com as diferentes categorias, e podem ser considerados altos em boa parte do ano, muito em função da alta procura.

Com relação aos restaurantes, Fortaleza tem estabelecimentos estrelados (ou seja, de boa ou ótima cozinha), em ambientes que variam do rústico ao muito confortável, e das mais variadas cozinhas. É um mérito da cidade (e, claro, dos empresários) conseguir manter essa variedade, mesmo sendo uma grande capital. A qualidade dos serviços, a limpeza e a conservação dos serviços de alimentação esteve muito boa no momento das pesquisas. Assim como nos hotéis, os preços são variados e semelhantes, em alguns casos, das maiores capitais do país.

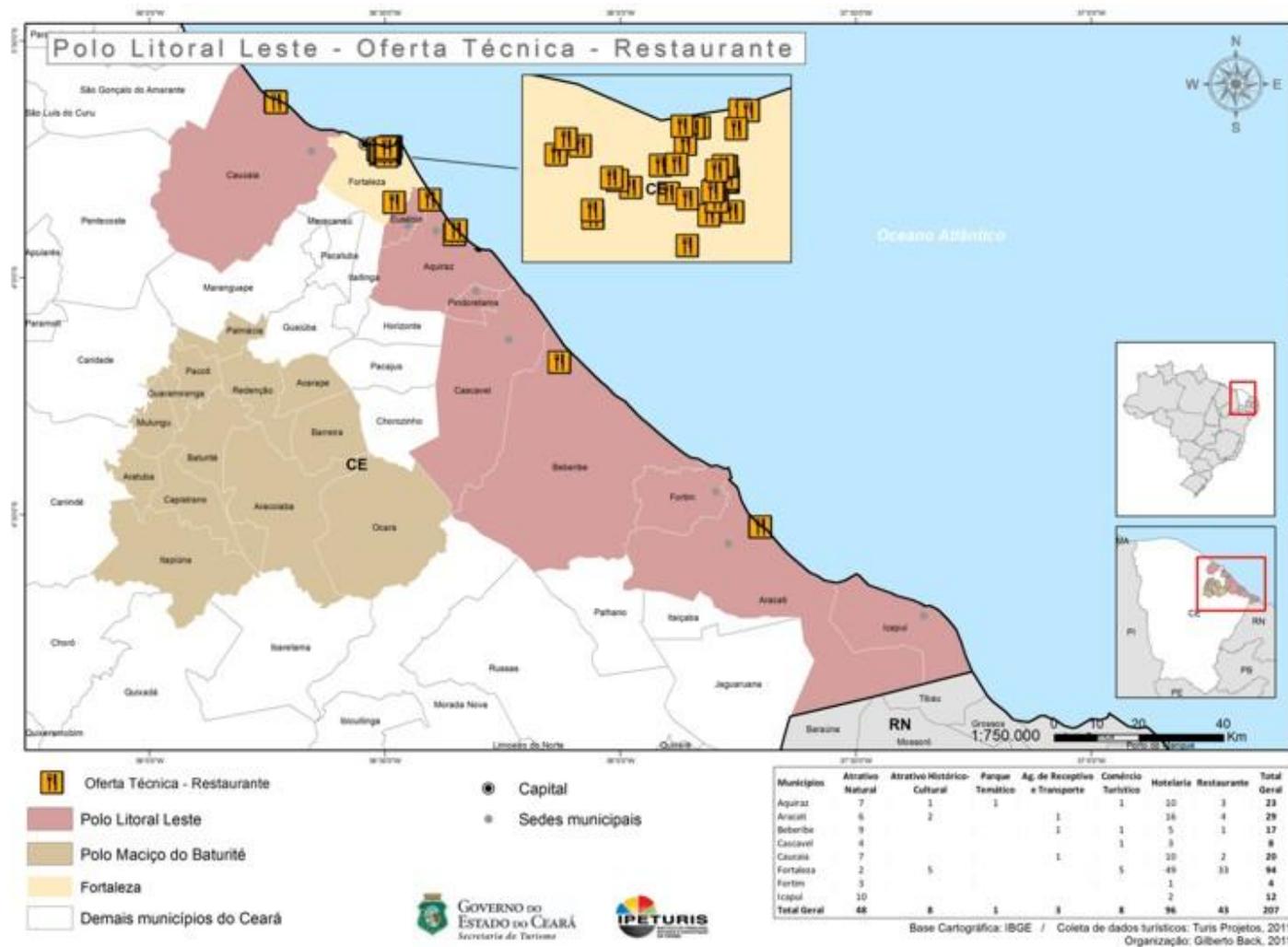
No que diz respeito à gastronomia, destacam-se os pratos típicos da cozinha nordestina e os frutos do mar, notadamente lagosta e pargo, em diversos municípios do polo. Entretanto, uma oferta gastronômica diferenciada e de qualidade apenas é encontrada em Fortaleza. Nos demais municípios é grande a presença de estabelecimento simples, como já mencionado, e com uma culinária indiferenciada.

Figura 9. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 10. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

No que diz respeito à infraestrutura básica, seria leviano comparar o que existe em Fortaleza com o que está disponível no restante do polo. Nestas cidades, há inúmeras localidades (nas praias, inclusive) em que a iluminação pública mal chegou. A água utilizada nos estabelecimentos turísticos é, em geral, retirada de poços, há muitas ruas de terra, e a coleta de lixo parece ser pouco frequente. Destacou-se, em muitos casos, a inexistência de serviços de saúde e a falta de atendimento de primeiros socorros nas praias. Nas praias mais movimentadas, a circulação não é complicada, há alguma urbanização e benfeitorias visando um melhor atendimento ao cidadão e ao turista.

Em Fortaleza, fora da zona turística, certamente há problemas no atendimento público ao cidadão que se veem no Brasil inteiro, como falta de leitos em hospitais, coleta insuficiente de esgoto, dentre outros. Nas áreas onde há frequência de turistas, o problema mais grave é mesmo o trânsito. As avenidas de Fortaleza não suportam mais o volume de veículos que hoje passam por elas. Além disso, muitas vias carecem de cuidados na pavimentação.

O acesso às praias do polo é facilitado pela existência da CE-040, que parte de Fortaleza e corre paralela ao litoral até próximo a Aracati. Depois desta até Icapuí, faz-se uso da BR-304.

A CE-040 está em boas condições de tráfego, com alguns trechos duplicados ou em duplicação. Deve-se dizer que acelerar essas obras é de fundamental importância, pois mesmo na baixa temporada há picos de movimento em que a velocidade diminui consideravelmente, em especial nas cidades mais próximas a Fortaleza. A BR-304 tem pista simples em toda a extensão próxima às cidades, e, na média, a conservação é boa. O acesso às praias se dá, em alguns casos, por rodovias estaduais menores, de pista simples, mas pavimentadas, e não raro com alguns buracos. No que diz respeito às vias locais, muitas estão em condições regulares, mas não chegam a comprometer o deslocamento em carro de passeio. A sinalização, de forma genérica, é suficiente e bem conservada na CE-040, na BR-304 e nas demais estradas estaduais próximas às praias. Saindo das estradas pavimentadas, chegando às vias locais, a sinalização é restrita.

Deve-se dizer que o acesso às praias por transporte coletivo, salvo em casos pontuais, como Fortaleza – Canoa Quebrada é muito complicado. As frequências são baixas, desestimulando o uso dessa possibilidade.

A avaliação da limpeza nos municípios do polo é boa, mas convém lembrar que a pesquisa foi realizada na baixa temporada. É fundamental certificar se essas mesmas condições se mantêm

na alta. Com relação à segurança, há poucos problemas. Somente nos municípios em que há alguma diversão noturna as ocorrências acontecem, como em Fortaleza e Canoa Quebrada.

A telefonia, em especial a móvel, ainda apresenta falhas nas chamadas e/ou pontos cegos, sem cobertura, mas de modo geral pode ser classificada como boa. Há telefones públicos em todas as praias visitadas.

Os preços dos serviços turísticos no polo podem ser considerados de baixos para médios. Isoladamente, alguns meios de hospedagem e serviços de alimentação são caros, mas a qualidade de serviços oferecida é consideravelmente melhor. Nas demais praias, há hospedagem e alimentação por baixos valores, mas a qualidade cai igualmente. De qualquer forma, em qualquer um dos casos, paga-se valores justos pelos serviços prestados.

Finalmente, a hospitalidade das pessoas é, definitivamente, uma característica do polo. Mesmo nas cidades mais movimentadas, incluindo Fortaleza, o atendimento não deixou de ser prestativo e cortês.

Em suma, tanto nos destinos consolidados como, principalmente, naqueles em que praticamente não há estrutura, há uma ótima oportunidade de negócios de todas as naturezas nos municípios do polo, como hotéis, restaurantes, mercados, lojas de artesanato e/ou *souvenires* e agências de receptivo com passeios diferentes e criativos, que explorem com responsabilidade as belezas locais, e que possam gerar aumento de fluxos turísticos e diversificar as atividades existentes.

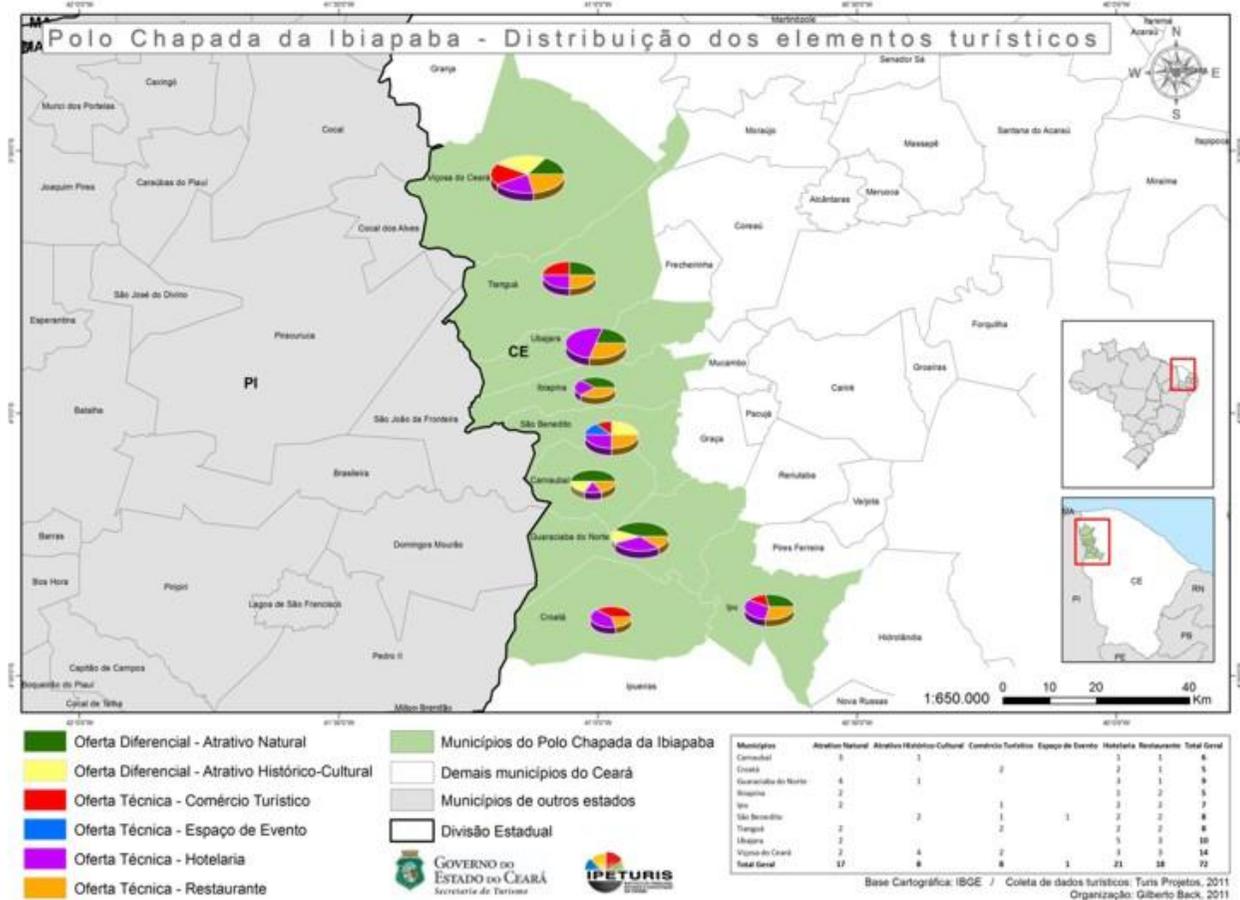
Alguns problemas devem ser acompanhados de perto, como o avanço do nível do mar, que prejudica seriamente algumas das praias mais importantes da região, e os fluxos de turistas em alguns pontos, principalmente na alta temporada, pois há indícios de superlotação que pode comprometer a qualidade da experiência e causar perda de qualidade dos serviços. Também se deve garantir que obras viárias sejam implantadas ou terminadas o mais rápido possível nos grandes destinos, como Cumbuco, Porto das Dunas e mesmo Fortaleza.

O Polo Litoral Leste, finalmente, tem entre seus atrativos destinos consolidados nos mercados nacional e mesmo internacional. Ele é capaz de gerar demanda sozinho, mas a interdependência com Fortaleza tem sido importante nos dois sentidos: Fortaleza garante um bom público, ainda que excursionista, aos atrativos dos municípios do polo, e estas cidades tem sua oferta complementada pela variedade de opções de Fortaleza, tanto de serviços dos mais variados como de diversão. Há, ainda, praias com atratividade suficiente para o público regional e que hoje já são visitadas, mas na maioria dos casos somente no final de semana.

Incentivos, eventualmente fiscais, para a construção de equipamentos poderá ser uma boa solução para agregar valor a essas praias e aumentar o fluxo de visitantes.

6.2 Polo Chapada da Ibiapaba

Figura 11. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

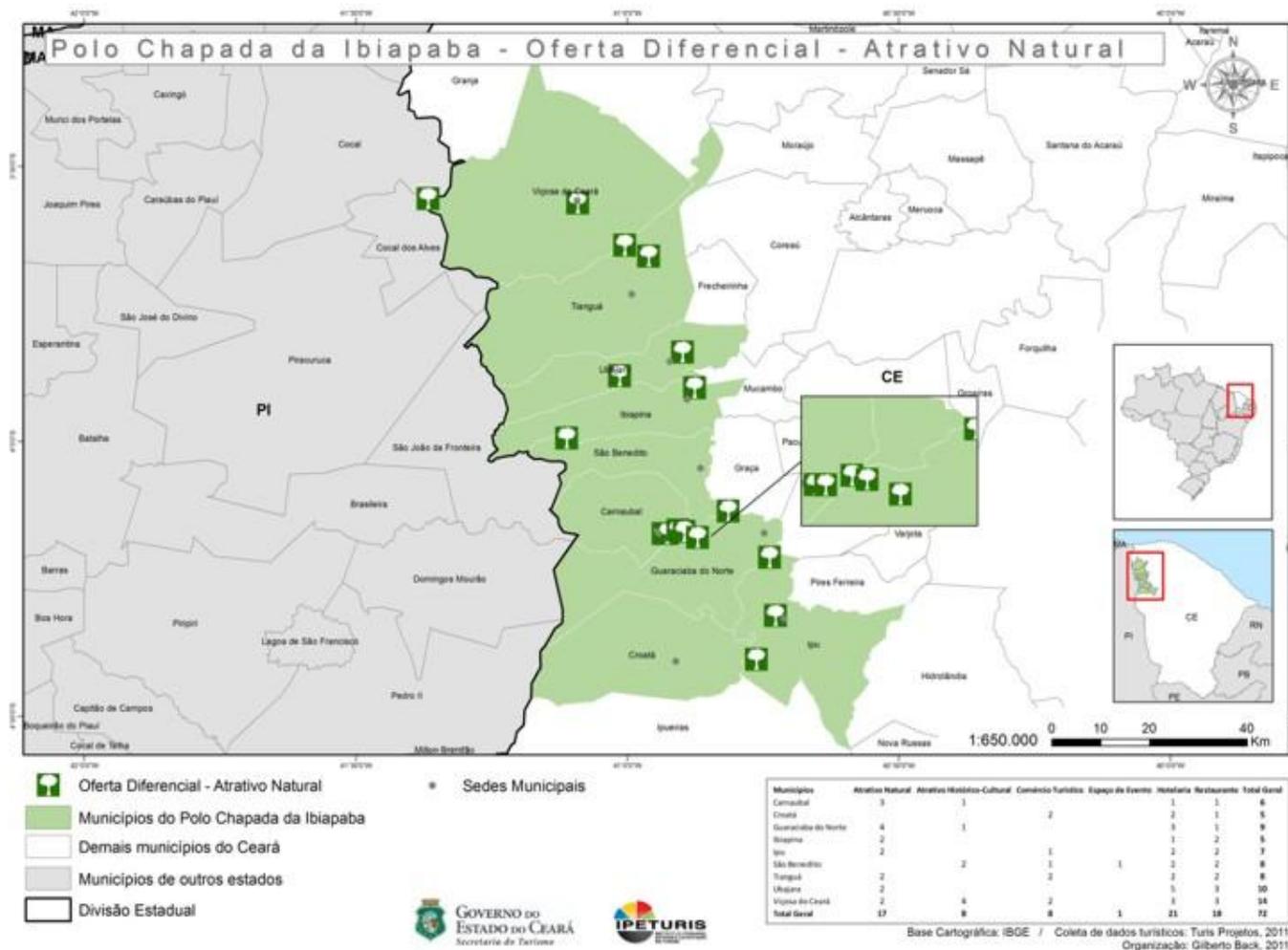
O Polo Chapada da Ibiapaba possui diversos recursos naturais e culturais passíveis de aproveitamento turístico que, em sua maioria, se repetem nos municípios que compõem o Polo Turístico. No Guia Quatro Rodas Brasil 2011, existe menção a três atrativos localizados em três municípios diferentes: o Parque Nacional de Ubajara, em Ubajara; a Bica de Ipu, em Ipu; e a Casa dos Licores, em Viçosa do Ceará. Nestes dois últimos, o Guia Quatro Rodas sugere apenas a visita de um dia, caso o visitante ou turista já esteja no polo.

De fato, o Parque Nacional de Ubajara e, mais especificamente, o bondinho que leva até a entrada da Gruta de Ubajara, é o elemento que motiva os deslocamentos para a região da Chapada da Ibiapaba. Existe uma enorme dependência deste atrativo para movimentar o turismo na região.

Aproveitando-se disso e da proximidade entre diversos municípios do polo, abre-se a possibilidade de estruturar e comercializar atrativos ligados aos segmentos de ecoturismo, turismo de aventura e turismo histórico cultural, em primeiro lugar. Ademais, há possibilidade de estruturação de produtos com foco no turismo rural e agroturismo. É importante ressaltar, ainda, a relevância do clima como fator motivador de viagens para este polo.

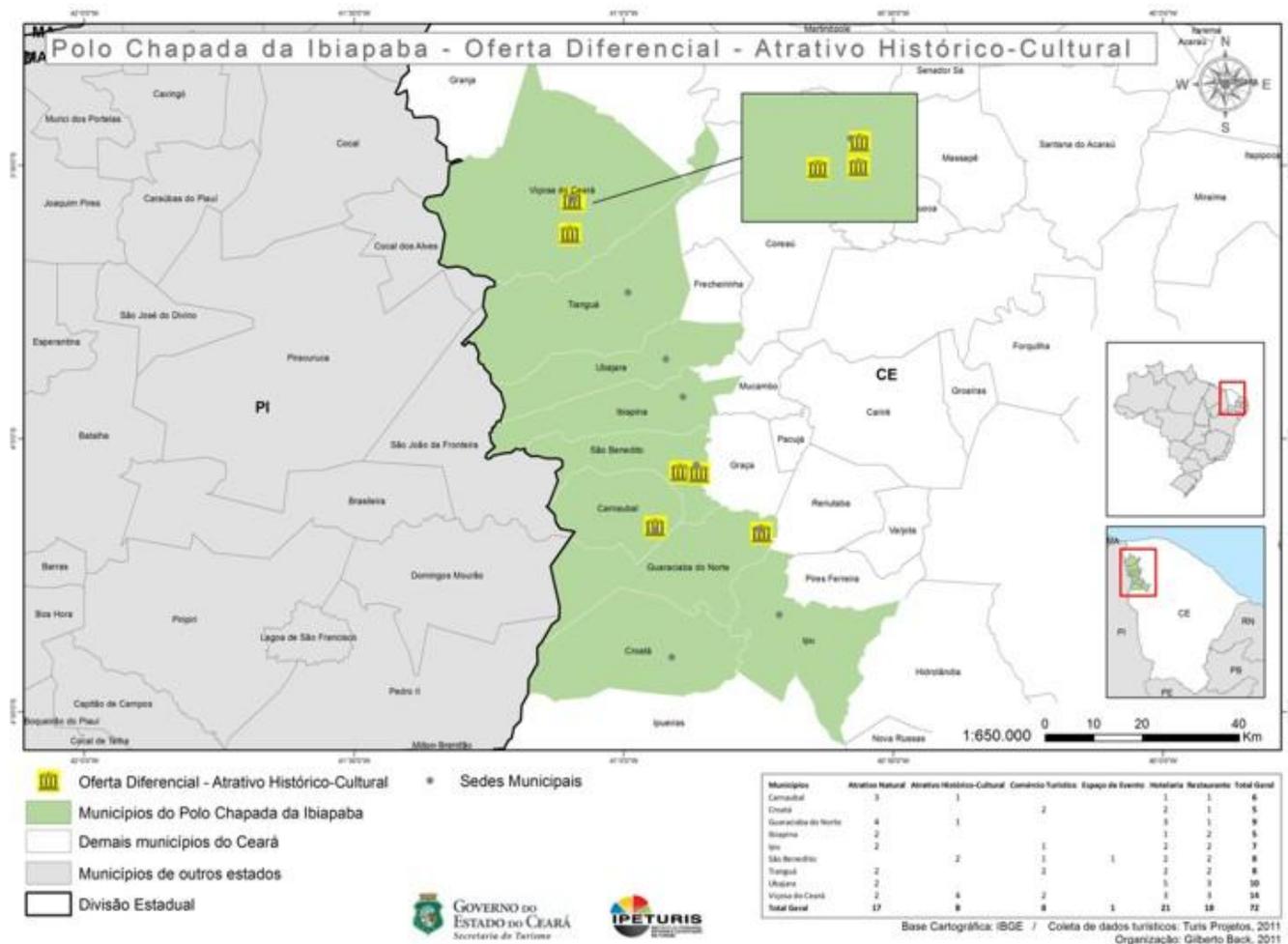
Cabe destacar que explorando esses segmentos de mercado e formatando produtos, seus atrativos podem ter capacidade de atrair visitantes. No entanto, é fundamental que a atividade turística neste polo seja sempre pensada de forma multidestinos, ou seja, incentivando viagens em que mais de um destino seja visitado. Dessa forma, os principais atrativos de cada município podem se complementar, bem como sua oferta técnica, criando uma experiência de visitação de fato interessante.

Figura 12. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 13. Distribuição dos atrativos histórico culturais do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

De modo geral, não existe uma preocupação, nos atrativos, em relação à acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, nem por parte do empresariado local e nem por parte do poder público. Os únicos atrativos que dispõem de alguma adaptação são as igrejas, mesmo assim limitadas apenas às rampas de acesso para cadeirantes. O Parque da Bica de Ipu, quando finalizado, disporá de acessos e estruturas para portadores de necessidades especiais.

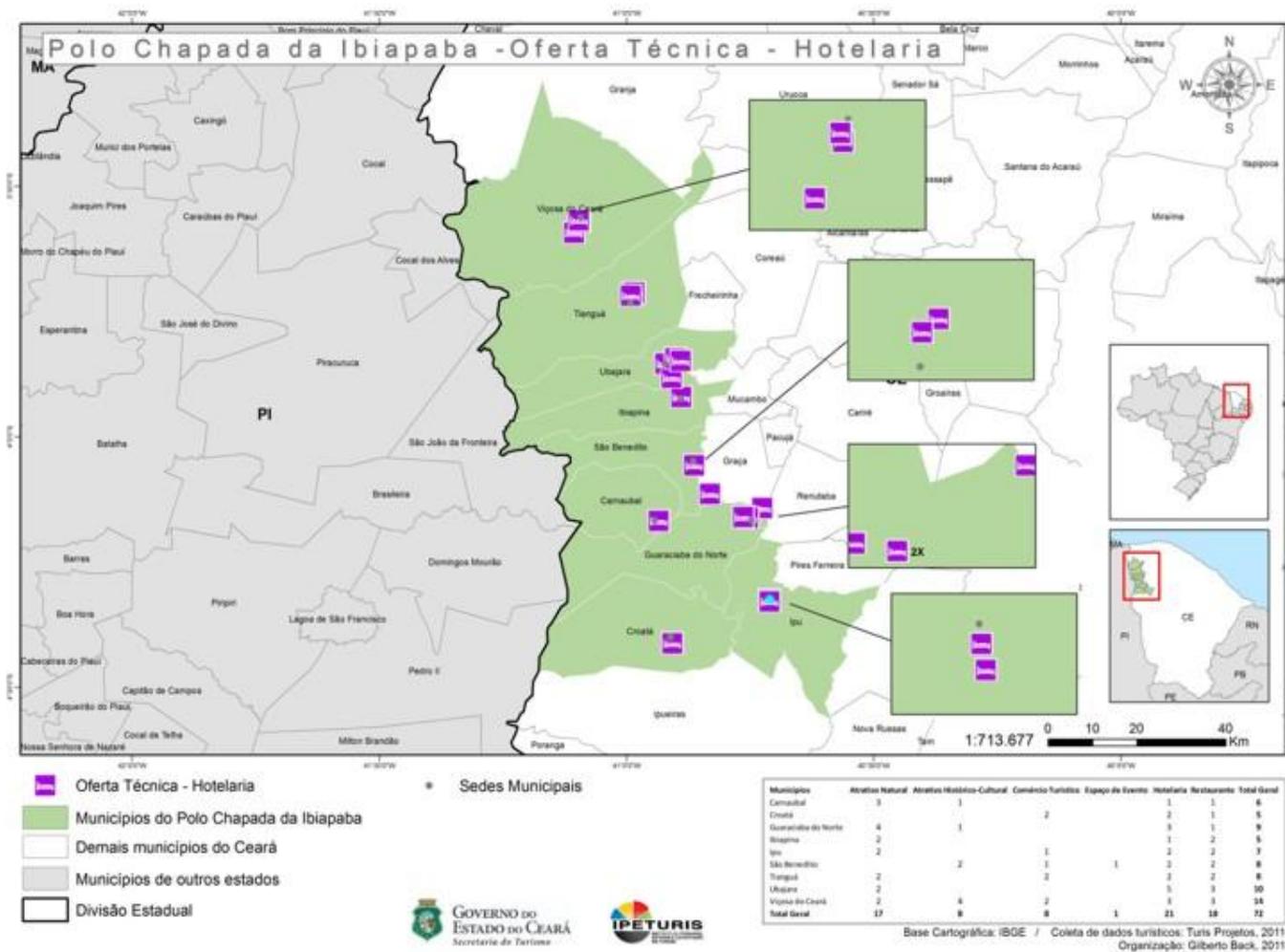
Os empreendimentos particulares com algum tipo de adaptação para acessibilidade são pontuais e limitados àqueles que possuem algum visitante freqüente que necessita destas intervenções, como é o caso do Mosteiro de Baturité e do Hotel Nossa Casa em Barreira.

No que diz respeito à oferta técnica, há que se ressaltar que a oferta de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação do polo caracteriza-se por ser simples, de pequeno porte, indiferenciada e com pouca profissionalização da mão de obra. Tanto que um único meio de hospedagem é citado pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011, o Neblina Park Hotel, em Ubajara; ainda assim, é classificado como de categoria simples, em ambiente agradável.

Há certo amadorismo no setor; a maioria dos hotéis são familiares e administrados como se fosse uma extensão da casa dos proprietários. Não há preocupação com estética e decoração dos ambientes e de maneira geral, todos pecam com relação à higiene e limpeza. A maior parte do público recebido até hoje por esses estabelecimentos é formada por viajantes a negócios pelo município, que em geral permanecem no local por pouco tempo e possuem outras demandas em termos de serviço e conforto; isso possivelmente é um fator influenciador muito forte do perfil da oferta técnica desse polo.

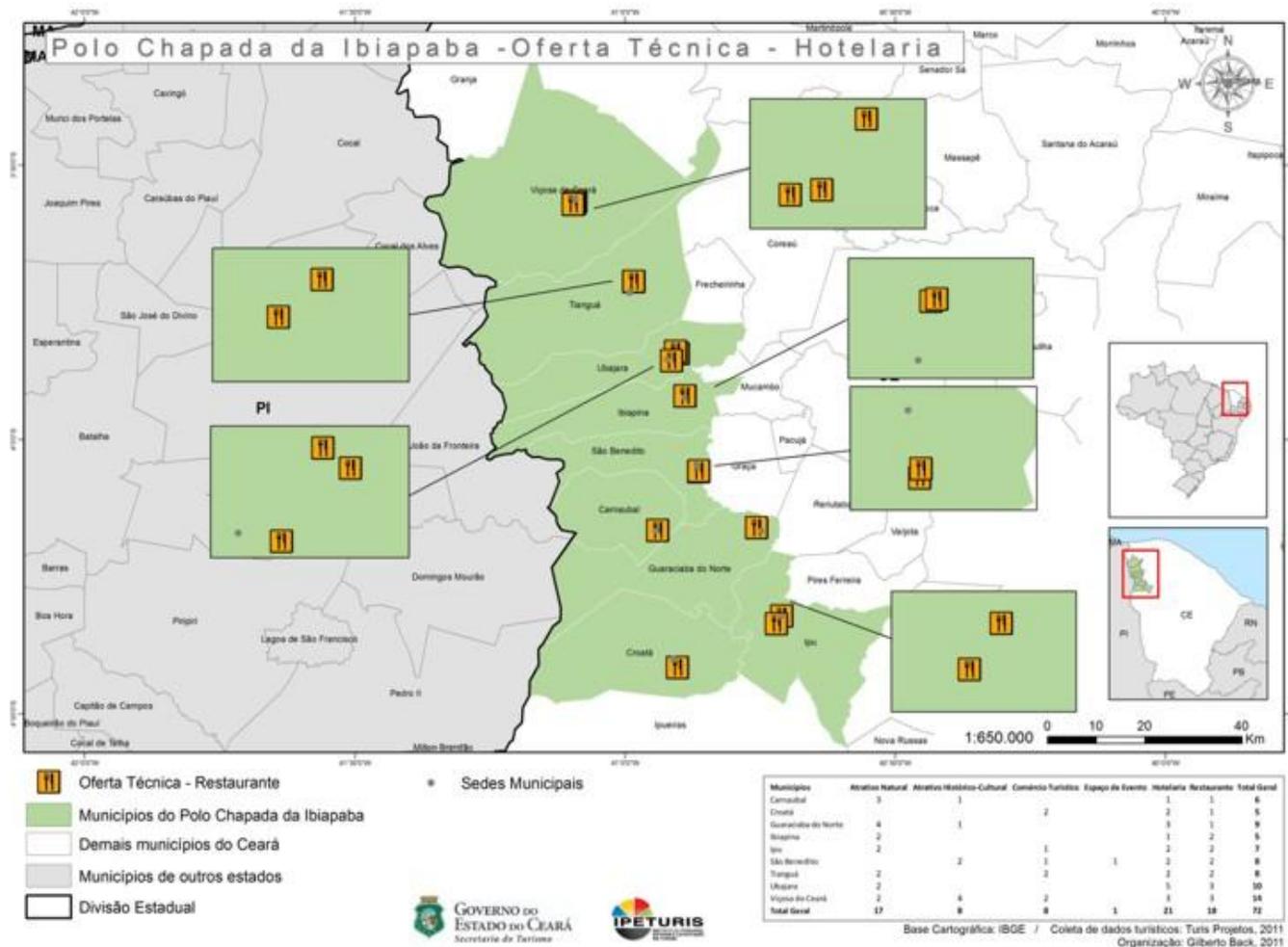
Ainda com relação à oferta técnica, não é encontrado no polo nenhum estabelecimento com nível médio ou alto de sofisticação, nem em termos de hospedagem, nem de alimentação. Isso pode ser um elemento restritivo à captação de determinados tipos de públicos para a região, futuramente.

Figura 14. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

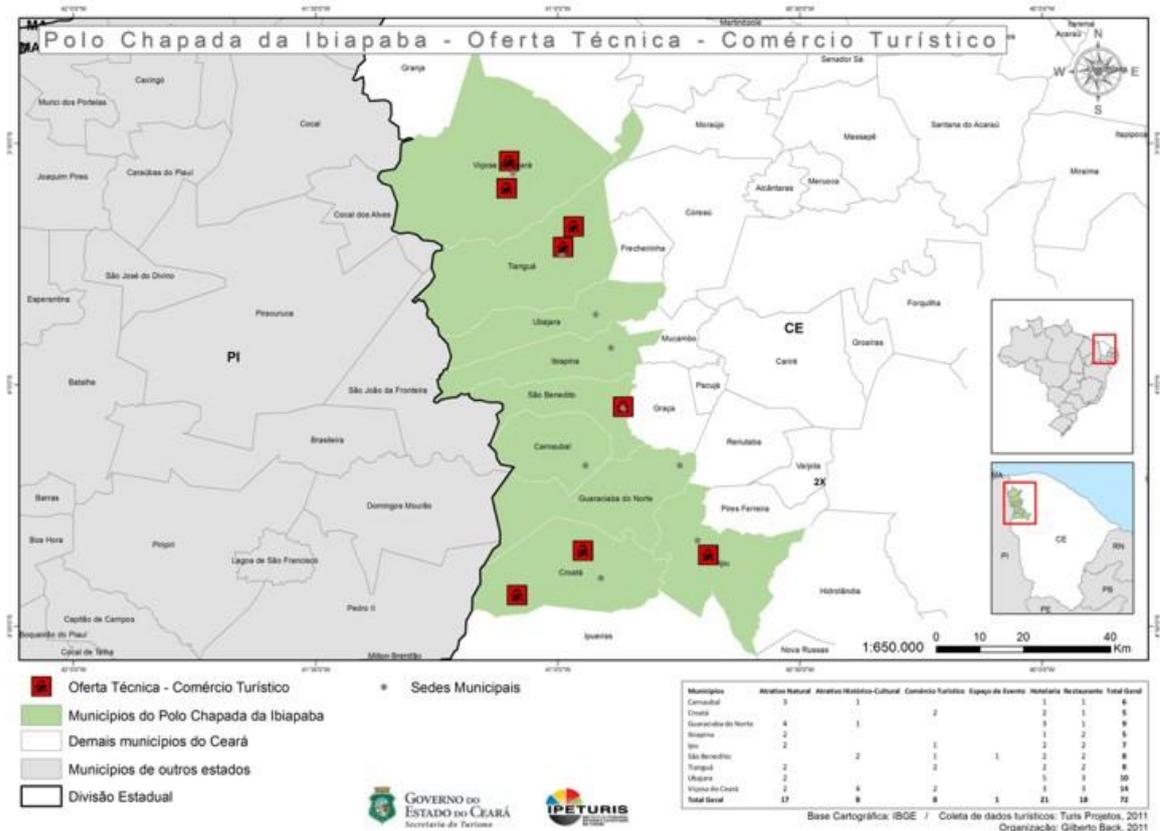
Figura 15. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

A falta de serviços de receptivo bem estruturados vem a somar no cenário atual do Polo Chapada da Ibiapaba, de claro subaproveitamento dos recursos e atrativos existentes. No polo todo há apenas uma agência exclusivamente receptiva, localizada em Ubajara e ainda em estágio embrionário de funcionamento. Há outra agência dita receptiva, mas que atualmente está focada, de fato, na comercialização de produtos emissivos; sediada em Viçosa do Ceará, possui filiais em Ubajara e Ipu. Nenhuma dessas empresas possui qualquer passeio ou roteiro estruturado para venda; turistas em busca de serviços receptivos no Polo se depararão com uma total impossibilidade de adquiri-los.

Figura 16. Distribuição dos operadores de receptivo do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

Em um cenário como o deste polo, em que as informações são escassas e os atrativos naturais que requerem maior acompanhamento são inúmeros, muitos localizados em propriedades privadas – em que a relação com um agente intermediário torna-se ainda mais importante –, é imprescindível que haja ao menos um serviço de receptivo estruturado para que os fluxos turísticos tomem fôlego e comecem a circular pela região.

De maneira geral, as cidades do polo contam com uma razoável rede de serviços básicos, como farmácias, supermercados e comércio em geral, apesar da escassez de agências bancárias em

cada um dos municípios. A limpeza pública, no geral, é deficitária; em praticamente todas as cidades acontecem feiras livres que deixam um rastro de sujeira no local. Há que se ter uma preocupação maior com as ruas das cidades: muitas delas estão esburacadas, outras até interditadas pela falta de conservação.

Os serviços de comunicação são razoáveis; em praticamente todos os municípios há serviço de Internet banda larga nos estabelecimentos hoteleiros, e o sinal de telefonia celular, apesar de restrito, existe em todo o polo. A região como um todo parece ser segura; não há relatos de violência ou grande número de ocorrências policiais, com exceção dos riscos de assalto nas rodovias da zona, no período da noite.

O acesso aos atrativos situados fora da área urbana das cidades na maior parte das vezes é feito por estradas não asfaltadas, que nem sempre estão em bom estado de conservação. Há trechos mal conservados, mal sinalizados e esburacados, que tornam o acesso com veículos de passeio bastante difícil; na época da chuva, esses riscos aumentam ainda mais. Daí a existência de grande número de veículos tracionados no Polo.

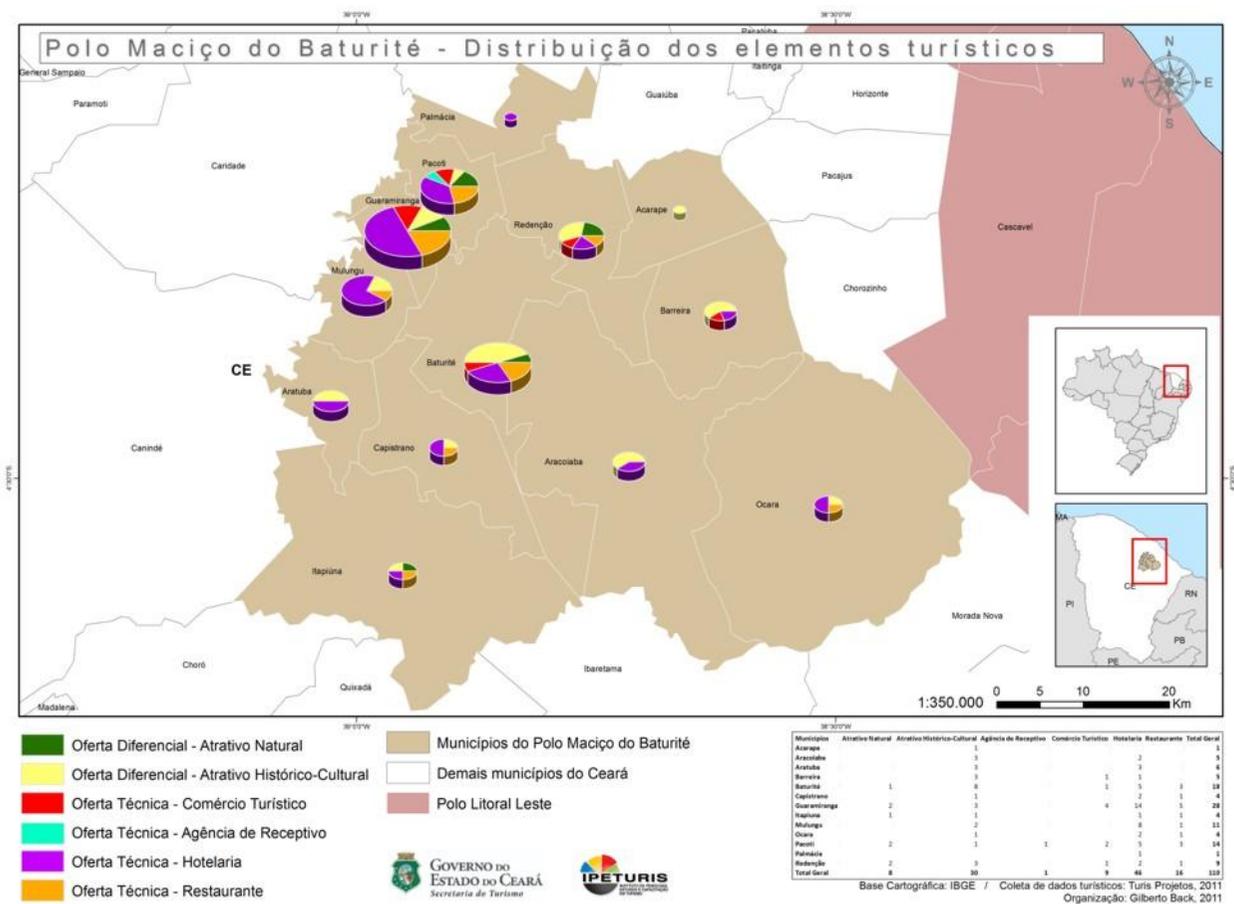
Além de restrições relacionadas às vias de acesso, há dificuldades em acessar os atrativos da região em função da falta de informação. A existência de placas de sinalização turística é rara nos municípios do polo. Além disso, existe grande desconhecimento sobre os recursos/atrativos de cada município; tanto que é comum que o sistema de sinalização turística dos municípios deixe de fora atrativos significativos.

O acesso até o polo, por sua vez, pode ser feito tanto pela BR-222 quanto pela BR-020 e CE-187. As rodovias federais apresentam péssimo estado de conservação na região; já a CE-187, de modo geral, está em bom estado, porém, não tem acostamento, além dos riscos de assalto no período da noite. A sinalização nessas cidades também é deficitária, faltando placas de distâncias, em alguns entroncamentos e na chegada das cidades.

O público visitante do polo, atualmente, é fundamentalmente regional. A presença de piauienses em busca de um clima mais ameno é maciça, bem como de cearenses da capital e de outras regiões do estado. Além disso, há um perfil de visitante ainda incipiente, mas que seguramente pode ser potencializado na região: visitantes de perfil nacional e internacional, em visita ao Polo Litoral Oeste (normalmente, Jericoacoara), que optam por casar sua viagem ao litoral com alguns dias na região, para prática de atividades ecoturísticas; no geral, motivado pela existência do Parque Nacional de Ubajara, o que, uma vez mais, evidencia sua importância para a região.

6.3 Polo Maciço do Baturité

Figura 17. Distribuição geral dos equipamentos e atrativos turísticos do Polo Maciço do Baturité



Fonte: IPETURIS, 2011

O Polo Maciço de Baturité é formado por 16 municípios; entretanto, apenas um deles recebe, atualmente, um fluxo significativo de visitantes e possui uma infraestrutura e oferta de serviços turísticos um pouco mais desenvolvida, que é Guaramiranga.

Na região serrana, três municípios vizinhos a Guaramiranga também já começam a receber um número de visitantes mais expressivo, porém, ainda pequeno, funcionando atualmente mais como uma oferta complementar àquela cidade do que como destinos individuais. São eles: Baturité, Pacoti e Mulungu. No polo, tem algum destaque o município de Redenção, que recebe um pequeno fluxo de visitantes, porém pouco relacionado ao restante do Maciço.

Os demais municípios não recebem um número significativo de turistas, uma vez que não estão estruturados como destinos turísticos e possuem poucos atrativos de relevância. Sua oferta de serviços é formada apenas por pequenos meios de hospedagem e restaurantes que atendem viajantes a negócios que passam pelo interior do Ceará.

A maioria das pessoas que visita o Polo Maciço do Baturité é procedente de Fortaleza. Chega ao polo utilizando a rodovia CE-060 e passa por diversos municípios que formam a região, entre eles, Acarape, Redenção e Aracoiaba, de onde seguem pela CE-356 por Baturité até Guaramiranga, o destino final da maior parte dos turistas. Poucos deles seguem de lá para Pacoti ou Mulungu, em geral apenas buscando opções de hospedagem mais baratas. Esse percurso compõe a principal rota turística do Maciço, porém, geralmente os turistas não visitam os atrativos das cidades do caminho, e sim seguem direto para Guaramiranga. Tal fato pode ser explicado pela falta de divulgação dos atrativos e cidades situadas ao longo da rota e pela proximidade de Guaramiranga a Fortaleza, acessada em menos de duas horas.

A região como um todo apresenta poucos atrativos com grande potencial turístico, sendo que os principais elementos que motivam o deslocamento dos visitantes ao polo estão relacionados com as características típicas de cidades serranas. O clima ameno para os padrões do Nordeste, com temperaturas que variam de 15°C a 28°C no alto da serra, e a vida noturna movimentada, são os fatores determinantes para a visitação do polo. Aliado a isso, também pode ser citada a questão do *status* social como um importante motivador da visita de pessoas a esta região, principalmente a Guaramiranga, frequentado pelas classes mais abastadas da população de Fortaleza.

Um dos principais potenciais para desenvolvimento do turismo na região é o ecoturismo, dado o bom estado geral de conservação da Mata Atlântica, principalmente no alto das serras, e também em função dos recursos hídricos disponíveis. Na região existem diversas unidades de

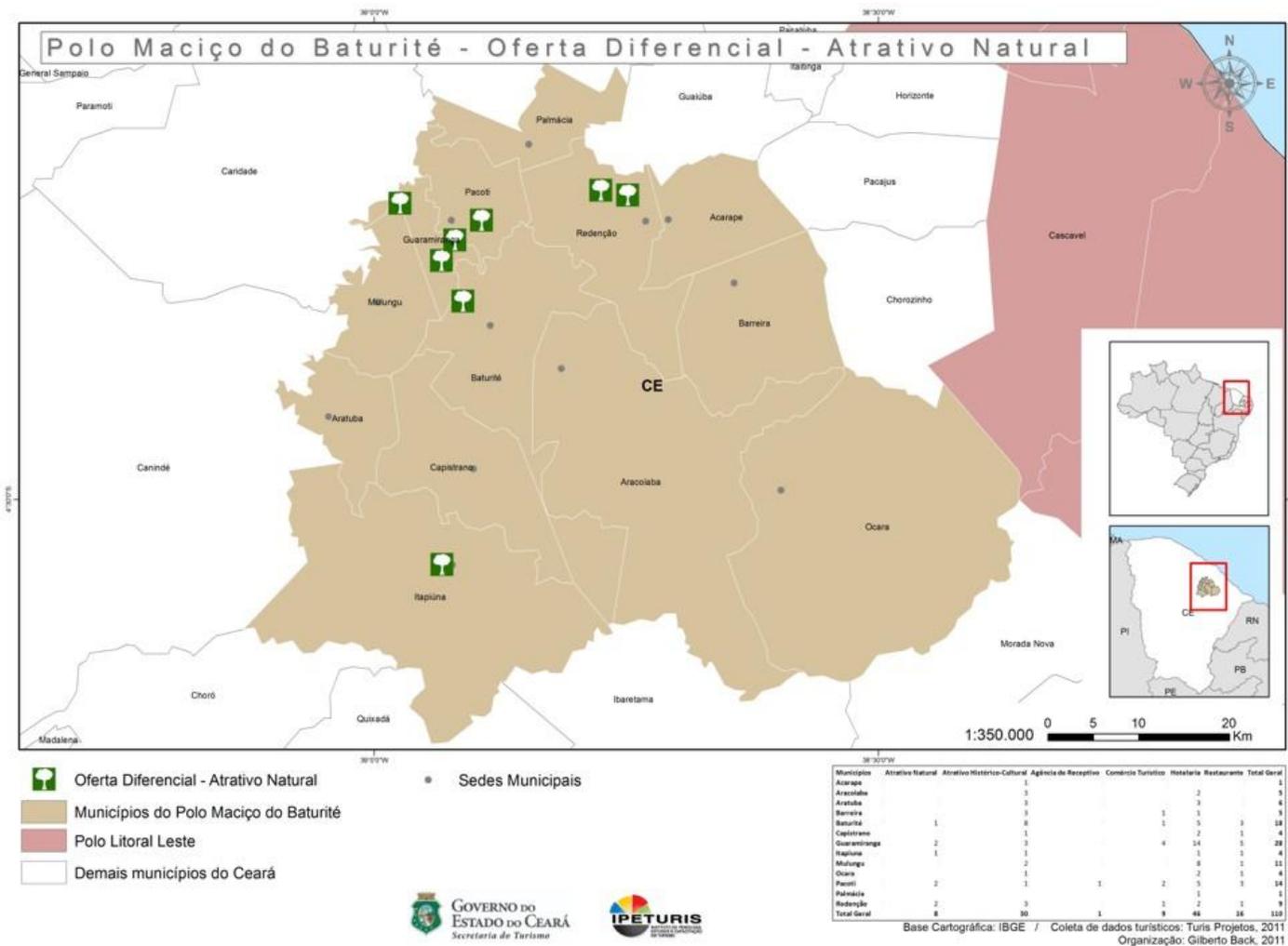
conservação de uso sustentável, 3 APAs e 1 RPPN. As APAs envolvem grande parte do território das 3 serras da região, a Serra de Maranguape, a Serra da Aratanha e, a principal delas, a Serra de Baturité.

Estas unidades de conservação contribuem para a perpetuidade da conservação do meio ambiente no local, limitando as atividades que podem ser desenvolvidas ali e apontando para o ecoturismo como uma importante atividade econômica para as populações locais. De acordo com a OMT, em 2004, o crescimento do segmento de ecoturismo foi três vezes maior que o do setor turístico como um todo. Além disso, pesquisas mostram que os empreendimentos voltados para esse segmento contribuem mais para o desenvolvimento local deixando, em alguns casos, até 95% de sua receita na economia da região.

Além das trilhas e cachoeiras da região, outro importante destaque é a grande variedade de aves ali encontradas. Já foram catalogadas 230 espécies de pássaros no Maciço, sendo que quase 20 delas são endêmicas, ou seja, só ocorrem na região, demonstrando importante potencial para o desenvolvimento de atividades de observação de pássaros (*birdwatching*). Porém, não existem no local guias especializados, condição fundamental para a implantação desta atividade.

O Polo Maciço do Baturité não possui nenhum atrativo de grande relevância, seja natural ou cultural. Entretanto, as cidades da região possuem pontos de destaque com potencial de atratividade mediano que, em conjunto, podem motivar a visita ao Maciço. Entre os principais atrativos históricos e culturais destaca-se o Mosteiro dos Jesuítas em Baturité, principal construção da região, e o Museu Senzala do Negro Liberto, localizado em Redenção, porém já em segundo plano.

Figura 18. Distribuição dos atrativos naturais do Polo Maciço do Baturité



Fonte: Ipeturis, 2011

Do lado dos atrativos naturais, como já apontado, o polo possui um grande potencial ainda inexplorado, mas com alguns pontos bastante visitados. Os principais destaques são: o Parque das Trilhas e o Pico Alto, em Guaramiranga; e o Guarapark, em Baturité.

O polo ainda não possui nenhum atrativo voltado para um público de perfil mais alocêntrico, que busca um contato maior com a natureza em um ambiente menos controlado do que o oferecido pelos parques existentes na região. Este tipo de produto não necessita de grandes investimentos e pode auxiliar o início do desenvolvimento do ecoturismo na região. Existem algumas opções, como o Poço da Veada, em Pacoti, porém, ainda carecem de alguma estruturação e maior divulgação.

Os atrativos existentes atualmente, de modo geral, não cobram nenhum tipo de ingresso, com algumas poucas exceções, que ainda assim praticam preços baixos. Existem também poucos espaços que oferecem visitas guiadas, quase sempre apenas no idioma português, e realizado por funcionários do próprio local. Os funcionários, com exceção de poucos atrativos mais estruturados que possuem guias específicos, não são capacitados para isso e exercem outras funções nos estabelecimentos e, quando solicitado, acompanham os grupos.

De modo geral não existe uma preocupação em relação à acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, nem por parte do empresariado local e nem por parte do poder público. Os únicos atrativos que dispõem de alguma adaptação são as igrejas, mesmo assim limitadas apenas a rampas de acesso para cadeirantes, conforme apontado nas descrições individuais. As estruturas foram implantadas devido, principalmente, ao grande número de fiéis de terceira idade e com dificuldade de locomoção, sendo que as adaptações não foram motivadas para uso dos turistas, mas sim de seus usuários frequentes.

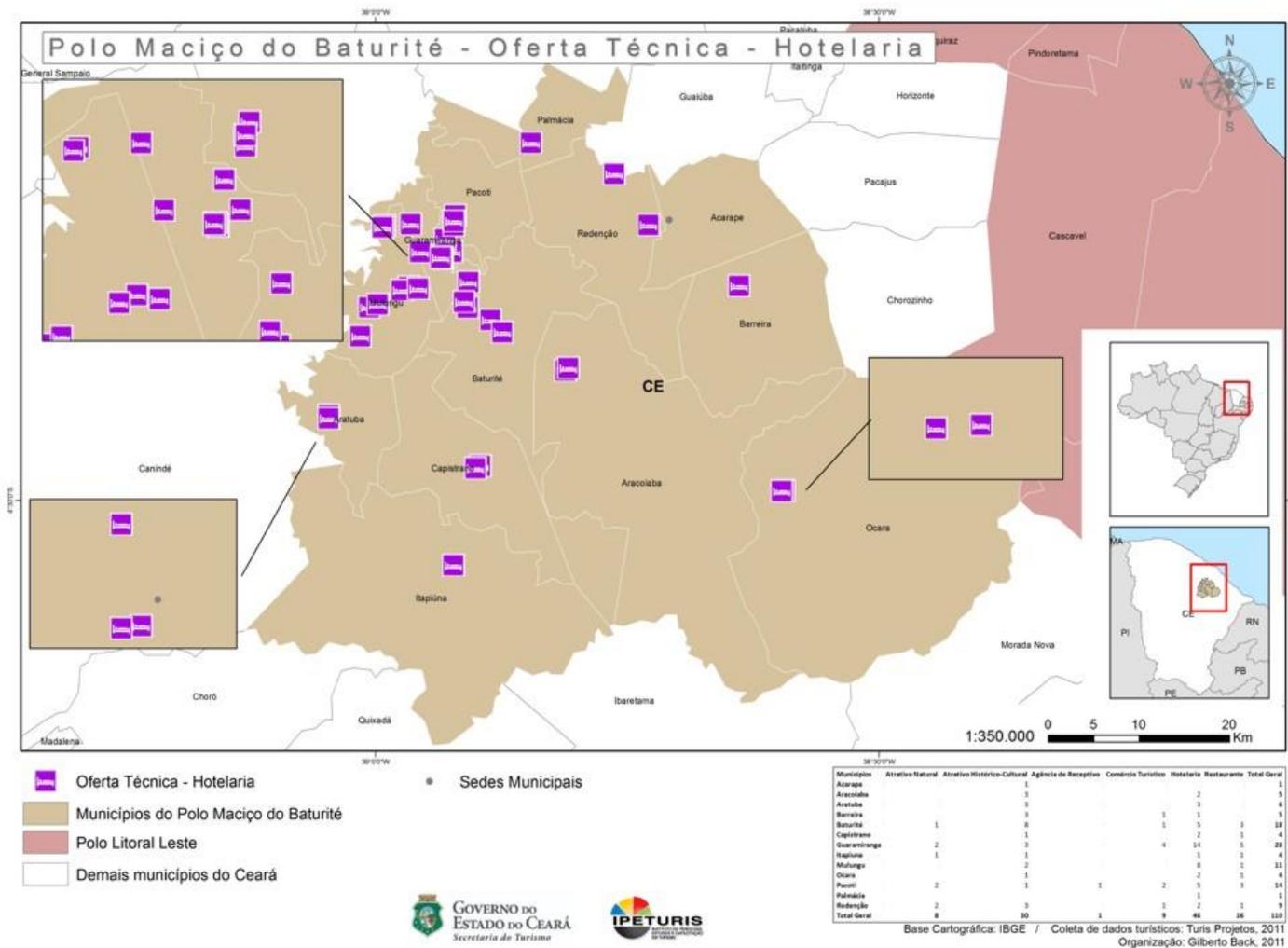
Os empreendimentos particulares com algum tipo de adaptação para acessibilidade são pontuais e limitados àqueles que possuem algum visitante freqüente que necessita destas intervenções, como é o caso do Mosteiro de Baturité e do Hotel Nossa Casa em Barreira.

A oferta de serviços turísticos na região é pequena, composta por estabelecimentos de pequeno porte, que oferecem serviços simples e sem grandes diferenciais. A mão de obra é pouco qualificada, com apenas alguns estabelecimentos capazes de atender o público estrangeiro. Esta pequena estrutura é reflexo do baixo número de visitantes que o Maciço de Baturité recebe atualmente, com exceção de Guaramiranga, local onde são encontrados os melhores serviços da região.

O conjunto de meios de hospedagem é formado por uma maioria de pousadas de categoria simples, com poucas UHs e serviços restritos a alimentação e poucas opções de lazer. Com exceção de Guaramiranga e poucas cidades localizadas no alto da serra, os estabelecimentos atendem, em sua maioria, viajantes a negócios pela região do interior cearense, em sua maioria representantes comerciais e prestadores de serviço vindos da capital. Guaramiranga é o município que apresenta a oferta de serviços de melhor qualidade na região, mas ainda sim seus melhores empreendimentos são classificados como de categoria simples pelo Guia 4 Rodas.

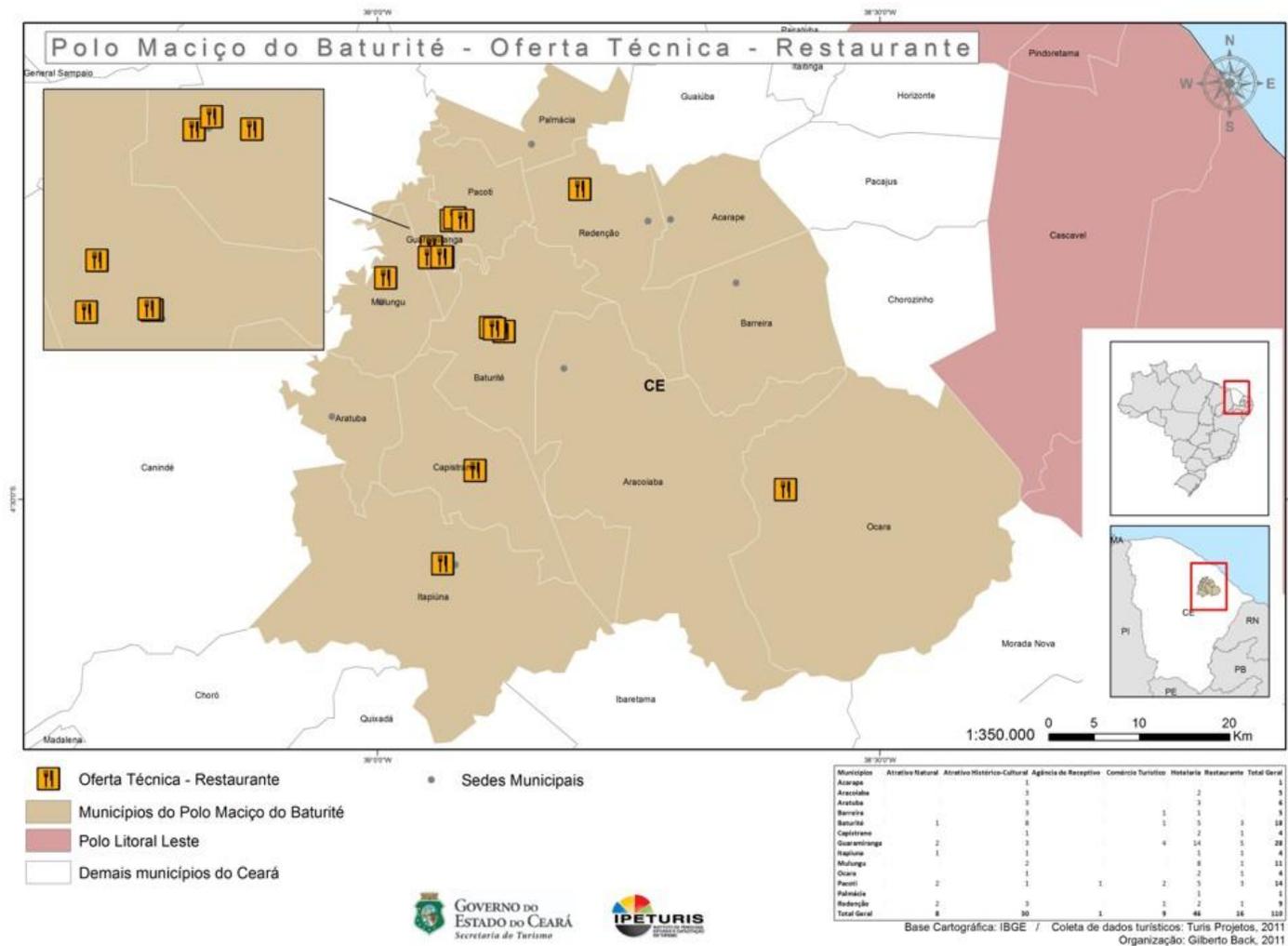
Os restaurantes do polo possuem um cardápio de cozinha variada, muitos deles servindo também comida típica do Nordeste, como a galinha a cabidela, baião de dois e carne de sol. Assim como os meios de hospedagem, os equipamentos de alimentação são simples, com refeições a preços baixos e pouco estruturados para a recepção de turistas a lazer na região. Outra vez, a exceção é Guaramiranga, com alguns estabelecimentos de qualidade, cozinha diferenciada e preços mais elevados.

Figura 19. Distribuição dos meios de hospedagem do Polo Maciço do Baturité



Fonte: Ipeturis, 2011

Figura 20. Distribuição dos equipamentos de alimentação do Polo Maciço do Baturité



Fonte: Ipeturis, 2011

Hotel Escola, deve ser fechado em 2012, mediante o término da concessão do SENAC para operar a edificação.

A infraestrutura das cidades que formam o Polo Maciço de Baturité, de modo geral, é ruim, com problemas de limpeza pública e de acesso a telecomunicações, mas principalmente, por conta da má conservação dos espaços públicos. Além disso, existe pouca disponibilidade de oferta de serviços básicos na região, como hospitais, postos de saúde, supermercados e postos de combustível.

Como ponto positivo, destaca-se a boa sensação de segurança em toda a região. Não existe um policiamento ostensivo na área, porém, os visitantes não se sentem inseguros para circular pelos atrativos. Além disso, existem poucos relatos de problemas relacionados à violência e assaltos nas cidades do Polo, restritos às áreas de periferia dos municípios.

Por outro lado, uma das principais lacunas da infraestrutura pública no Maciço é o transporte público. Não existem opções de ônibus municipais em nenhuma cidade da região. Há apenas uma linha de ônibus intermunicipal que liga a região à Fortaleza. O problema é minimizado, uma vez que, devido às pequenas dimensões das cidades e à localização central da maioria dos estabelecimentos e atrativos, o acesso é facilitado.

Com relação ao abastecimento de água, os estabelecimentos do Polo encontram-se divididos entre aqueles atendidos pela rede geral da CAGECE (52%) e os que possuem poço/nascente (46%). A grande maioria dos entrevistados afirma que a água possui ótima qualidade, sendo que aqueles que declararam perceber algum tipo de problema com a água, com qualidade boa ou regular, são abastecidos pela CAGECE.

Todos os municípios do Pólo Maciço de Baturité apresentam problemas com relação à limpeza urbana. Sendo que, de modo geral, as áreas mais afastadas do centro e os atrativos de difícil acesso que dependem do serviço público apresentam-se em mau estado de conservação, sem nenhuma estrutura de lixeiras ou, quando estas existem, encontram-se depredadas, e sem disponibilidade aparente de serviços de limpeza urbana, como é o caso do Pico Alto em Guaramiranga, do Véu da Noiva em Itapiúna e do Mirante do Cruzeiro em Baturité. Estas questões de limpeza, assim como de conservação, causam um forte impacto visual e contribuem negativamente para a atratividade destes locais, principalmente por se tratarem de atributos naturais. Os atrativos e demais empreendimentos particulares mais distantes do centro apresentam melhores condições de limpeza, realizada por seus próprios funcionários,

mas ainda sim existem áreas que apresentam condições ruins, como o Balneário Lages em Redenção e o Recanto das Pedras em Mulungu.

Já as áreas centrais, onde se encontra o maior número de atrativos, apresentam uma realidade melhor, com um serviço de limpeza pública mais constante, facilitado pelo simples acesso e pelo pequeno número de moradores e transeuntes em geral, uma vez que todas as cidades possuem um número de habitantes reduzido e pequeno fluxo turístico. Com exceção de algumas cidades que apresentam a área do núcleo urbano em mau estado de limpeza, como é o caso de Acarape, Baturité e Mulungu, as demais cidades remetem a um ambiente de cidade pequena do interior, onde apesar de não haver estrutura de lixeiras, as vias e passeios públicos são limpos e bem conservados. Um dos fatores que contribui para o mau estado de limpeza das cidades citadas é o fato da rodovia atravessar os seus centros urbanos e, em alguns casos, ser também a principal via comercial do local, o que resulta em um grande número de veículos e pessoas circulando pela região central destas localidades e, conseqüentemente, em uma maior geração de lixo. No caso de Baturité especificamente, além da rodovia cortar o município, a cidade é também o principal centro comercial do Maciço, o que lhe garante um grande fluxo intra-regional de pessoas em busca de serviços e do comércio ali existentes.

A principal rota de acesso ao Polo Maciço de Baturité, partindo da capital do estado, é a rodovia CE-060, que possui boas condições de conservação e segurança por toda a sua extensão. A partir de Aracoiaba, o caminho para as principais cidades do polo segue pela rodovia CE-356, que também possui bom estado de conservação. No trecho de serra, a estrada apresenta curvas sinuosas, típicas deste cenário, porém, sem comprometer a segurança dos veículos que por ela trafegam, uma vez que seu estado de conservação é bom.

Outra rodovia que também dá acesso ao polo, a partir de Fortaleza, é a CE-065. Entretanto, este caminho é menos utilizado pelos visitantes, já que o trecho de subida de serra entre Maranguape e Palmácia passa por projeto de revitalização e está em más condições de conservação e tráfego, aumentando os riscos aos motoristas. Este caminho, porém, faz uma ligação mais curta entre Fortaleza e Guaramiranga, principal cidade do Maciço, e deve se tornar a principal rota de acesso após a conclusão das obras.

A CE-065 é também a principal rota de circulação entre os municípios situados no alto da Serra de Baturité, onde, de modo geral, possui boas condições de conservação.

O Polo Maciço do Baturité também pode ser acessado por Barreira, localizada em seu extremo leste, pela rodovia BR-116 e BR-122. Mas, este caminho não é utilizado pelos turistas que buscam o Maciço a lazer, já que a cidade não possui qualquer atratividade turística.

Enquanto o acesso aos municípios que compõem o polo é, em sua maioria, bom, as vias de tráfego municipais que dão acesso aos atrativos são ruins. Em grande parte, as vias são de paralelepípedo, ou sem nenhum tipo de pavimentação, e apresentam condições ruins de conservação. Além disso, elas possuem pouca sinalização de trânsito e manutenção, com a vegetação das margens invadindo a pista.

Por fim, é importante ressaltar a boa qualidade da sinalização turística no Maciço de Baturité. Grande parte das cidades possui placas de sinalização em padrão internacional e em bom estado de conservação, instaladas recentemente. As informações disponibilizadas são eficientes e garantem o acesso a grande parte dos atrativos públicos do polo. Os principais atrativos privados, como o Parque das Cachoeiras, possuem sinalização própria, também eficientes e bem conservadas, no geral.

7 Produto 5: Estudo da Concorrência

Como parte do Produto 5 (Estudo da Oferta Turística) da contratação Estudo de Mercado dos Polos Turísticos do Prodetur Nacional no Estado do Ceará foi elaborado um breve estudo da concorrência para os polos Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité.

O principal objetivo do estudo da concorrência foi analisar a situação dos polos diante de seus principais concorrentes, comparando aspectos relacionados principalmente à sua oferta técnica e diferencial, de maneira a avaliar o posicionamento de cada polo e identificar possíveis oportunidades de diferenciação.

O estudo de concorrência ora apresentado foi realizado junto aos três principais destinos indicados como concorrentes para cada polo durante o Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2). É importante ressaltar o fato de que os polos abarcados neste estudo foram apontados como concorrentes entre si. Nestes casos, informações detalhadas relativas à oferta turística estão inseridas nos outros três volumes que compõem este produto e, por isso, foram sintetizadas num cenário global e bastante breve para serem apresentadas no estudo da concorrência.

Com exceção das informações coletadas em campo para os três polos, o restante do conteúdo que dá base para as análises sobre a concorrência foi coletado a partir de fontes secundárias, por meio de pesquisa de gabinete. Foi amplamente utilizado o Guia Brasil Quatro Rodas 2011, atualmente reconhecido no mercado turístico como uma fonte de grande confiabilidade, principalmente no que diz respeito à classificação de oferta técnica e atrativos. Adicionalmente, foram consultados os sites oficiais dos estados e dos próprios destinos considerados concorrentes, além de entidades como IBGE e CNC, para obtenção de dados de contextualização geral.

Neste documento é apresentada apenas a análise comparativa entre cada polo e seus respectivos concorrentes, levando em consideração principalmente questões relacionadas à sua oferta turística e localização geográfica. Esta análise permite identificar o posicionamento de cada polo relativamente ao conjunto de seus principais concorrentes, dando indicativos de pontos de destaque e de fragilidade do polo.

7.1 Polo Litoral Leste

No Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2) foram identificados três destinos concorrentes para o Polo Litoral Leste:

- **Jericoacoara:** Destino de praia, localizado no município de Jijoca de Jericoacoara, no Litoral Oeste do Ceará, tratando-se assim de um destino concorrente dentro do próprio estado.
- **Natal e Praia da Pipa:** Destinos localizados no estado do Rio Grande do Norte; Pipa, um destino de praia localizado no município de Tibau do Sul e amplamente reconhecido no Brasil e no exterior, e Natal, a capital estadual. Vale ressaltar que ambos os destinos sempre apareceram de forma conjugada na menção dos operadores.
- **Costa dos Coqueiros:** Região que compreende o litoral norte da Bahia, com importantes destinos de sol e praia, como Praia do Forte e Mangue Seco.

De acordo com os operadores entrevistados no Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2), a classificação de tais destinos como concorrentes do Polo Litoral Leste está ligada a dois elementos: atrativos e equipamentos turísticos. Por um lado, todos os destinos apresentam certa semelhança no tipo de atrativo turístico oferecidos ao mercado, fundamentalmente baseados na beleza natural das praias. Por outro, possuem uma oferta técnica estruturada, notadamente uma boa infraestrutura hoteleira.

A partir da coleta e análise dos dados individuais de cada concorrente e dos dados correspondentes do Polo Litoral Leste, foi possível delinear uma análise exploratória da situação do polo frente a estes concorrentes, a qual é apresentada na sequência da tabela que segue.

Tabela 23. Avaliação geral da concorrência – Polo Litoral Leste

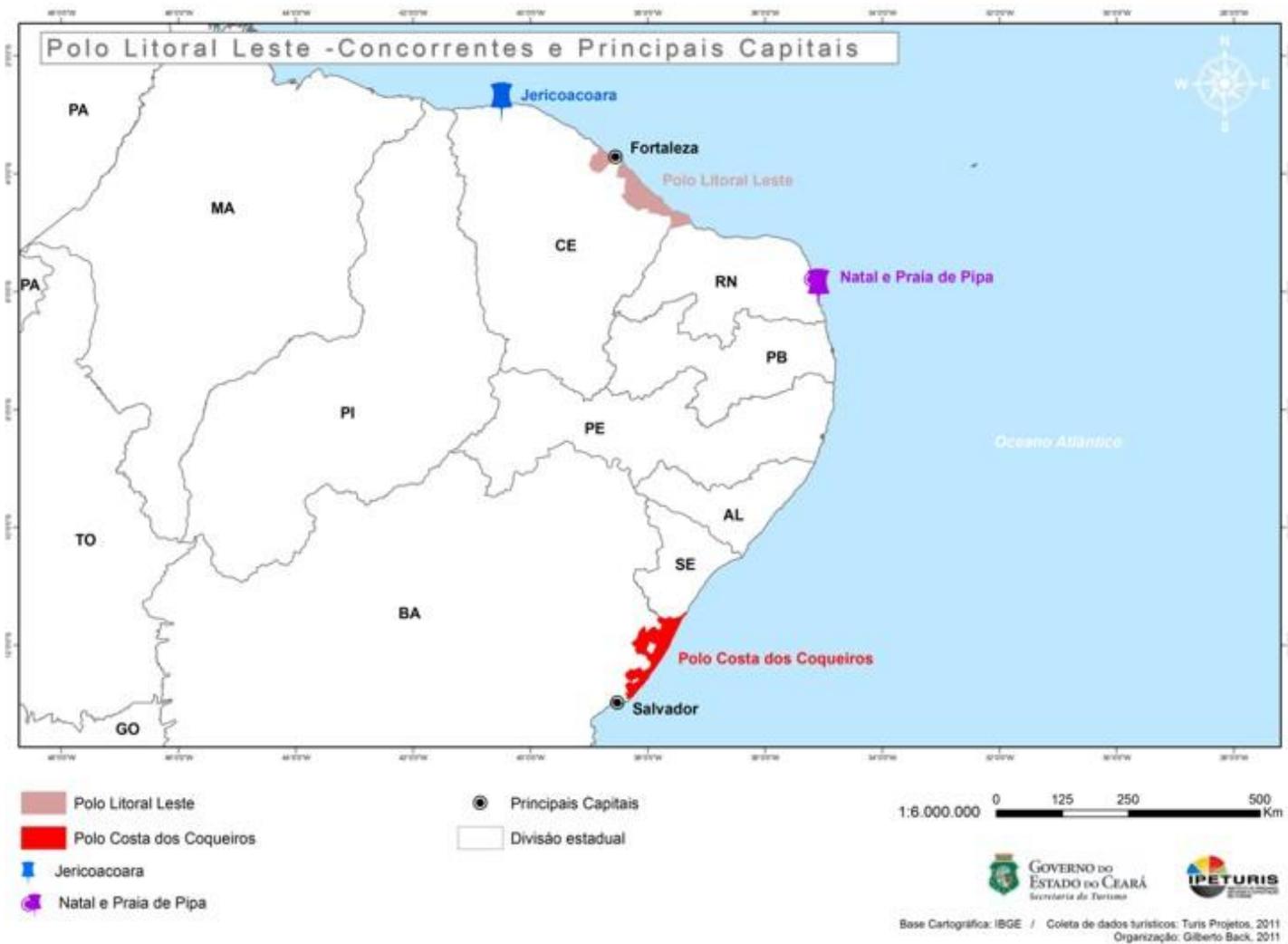
	Polo Litoral Leste	Jericoacoara (CE)	Natal/Praia da Pipa (RN)	Costa dos Coqueiros (BA)
Distâncias até principais capitais	Fortaleza - 31 a 225km	Fortaleza - 310km	Natal - 85km	Salvador - 45 a 225km
Aeroporto mais próximo	Fortaleza	Fortaleza*	Natal	Salvador
Tempo de voo direto até Lisboa	7h05	7h05	7h15	8h15
Tempo de voo direto até São Paulo	3h35	3h35	3h30	2h30
Nº de meios de hospedagem	46	39	136	49
Principal categoria - hospedagem	Simple	Simple	Simple/Médio conforto	Simple
Nº de equipamentos de alimentação	11	19	54	19
Principal categoria - alimentação	Simple	Simple/Médio conforto	Médio conforto	Simple
Nº de atrações	65	20	48	38
Principal categoria - atrações	Atrações naturais (praias)	Atrações naturais (praias)	Atrações naturais (praias)	Atrações naturais (praias)
Principal nível de interesse - atrações	Interessante	Muito interessante	Muito interessante	Interessante/Muito interessante
Preço médio (diário em apto duplo)	R\$235	R\$217	R\$287	R\$435

*Está em construção um aeroporto em Jericoacoara, com inauguração prevista para 2012.

Fonte: Ipeturis, 2011

O mapa que segue ilustra a localização do Polo Litoral Leste em relação a seus concorrentes.

Figura 22. Localização dos concorrentes do Polo Litoral Leste



Fonte: Ipeturis, 2011

A análise do Polo Litoral Leste frente a seus concorrentes identificados – Jericoacoara (CE), Natal/Praia da Pipa (RN) e Costa dos Coqueiros (BA) –, todos localizados na região Nordeste do Brasil, mostra um cenário de concorrência fundamentado quase que exclusivamente no segmento de sol e praia e, como consequência, tem seu foco de atenção nas próprias praias.

Nesse sentido, é fundamental, para sustentar a análise, uma avaliação do potencial intrínseco de cada um dos destinos, ou seja, do nível de interesse de sua oferta diferencial, neste caso, suas praias. Tomando como base as fontes utilizadas para contextualizar cada um dos municípios e o próprio Litoral Leste, tem-se que esta área possui o maior número de atrativos; no entanto, possui também os atrativos com o menor nível de interesse, comparativamente a seus concorrentes. Enquanto a maior parte dos atrativos dos demais municípios tem um nível de atratividade “muito interessante”, no Litoral Leste este nível é classificado como “interessante”.

Ademais, as praias do Litoral Leste têm a característica marcante de oferecerem exclusivamente banho de sol e de mar. São poucas as praias que oferecem outras atividades aos visitantes, seja um esporte, um passeio, a venda de artesanato ou outro. Por outro lado, os destinos concorrentes – notadamente Natal/Praia da Pipa e Jericoacoara – estão mais desenvolvidos com relação à oferta de maior diversidade de atividades.

A oferta de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação é bastante similar entre todos os concorrentes. A análise destes dois itens deve ser relativizada para o caso de Natal/Praia da Pipa, já que este destino inclui a capital do estado, o que obviamente fornece um desequilíbrio quantitativo esperado. A diferença à qual se deve ater neste ponto não está tanto no número de estabelecimentos, senão na qualidade destes. Natal/Praia da Pipa e Jericoacoara possuem uma preponderância de equipamentos de melhor nível (médio conforto); no primeiro caso, tanto de hospedagem quanto de alimentação e, no segundo, de alimentação. O Litoral Leste caracteriza-se por uma oferta ainda bastante simples e com pouco grau de sofisticação e diferenciação, no geral, conforme ficou inclusive evidenciado no estudo da oferta turística deste polo.

Sobre o nível da oferta técnica, deve-se ressaltar especialmente a situação de Jericoacoara. Este destino, conforme evidenciado, possui oferta técnica mais desenvolvida e de melhor qualidade do que a média do Polo Litoral Leste. No entanto, alguns destinos do Polo Litoral Leste possuem oferta técnica compatível com o nível de Jericoacoara, ao passo que outros destinos da região possuem características fisiográficas num nível de interesse mais ou menos

compatível ao de Jericoacoara. No entanto, individualmente não há um destino do Litoral Leste que una ambos os elementos da forma como este destino do Litoral Oeste o faz.

Sobre o conjunto oferta técnica e diferencial, vale uma ressalva sobre a cidade de Natal, componente do destino aqui denominado Natal/Praia da Pipa. Ao contrário das outras capitais relacionadas a esta análise – Salvador e Fortaleza –, Natal é considerada, ainda, uma cidade de sol e praia, propriamente dita. Enquanto as duas primeiras capitais se desenvolveram muito mais no sentido de funcionar como ponto de apoio para visitação das praias da região, fora de seus núcleos urbanos, Natal ainda   reconhecida como um destino turístico por si só, no qual tanto a oferta técnica quanto os atrativos (no caso, as praias) são utilizados. Essa situa o cria um ambiente de grande competitividade para Natal, uma vez que   oferta de praias consegue agregar uma oferta técnica típica de uma grande cidade, ao contrário dos demais destinos analisados neste caso.

Problemas ligados   infraestrutura urbana e também   acessibilidade são usuais a todos os destinos, e inerentes   realidade brasileira. Especificamente sobre as condi es de acesso, percebe-se uma situa o parecida entre o Polo Litoral Leste e seus concorrentes, que influencia de modo similar públicos de abrangência regional, nacional e internacional. As condi es das rodovias não são excelentes em nenhum dos casos, porém, as distâncias entre a capital do estado (ponto de referência utilizado) e os destinos são equiparáveis. Duas situa es fogem um pouco dessa m dia. No caso de Jericoacoara, o acesso   dificultado pela necessidade de uso de veículo especial (jardineira, bugue, 4x4) em um dos trechos e, somado a isso, a maior distância desde um grande centro em rela o a todas as demais localidades. No outro extremo está Natal/Praia da Pipa, destino localizado mais próximo de diversos polos emissores, aumentando sua competitividade. O caso de Jericoacoara, no entanto, deve ser analisado levando em considera o a constru o do aeroporto previsto para a região, que mudar  sensivelmente seu posicionamento frente aos concorrentes, dando-lhe maior competitividade no mercado.

Os preços praticados pelos destinos situados no estado do Ceará – tanto o Polo Litoral Leste quanto Jericoacoara – são bastante competitivos em rela o aos demais concorrentes. Os preços mais elevados estão na Costa dos Coqueiros, o que se justifica pela maciça presença de equipamentos do tipo resort na região, os quais acabam direcionando esta região para a atra o de um público com características particulares. O Rio Grande do Norte está se tornando um destino mais caro, o que pode se constituir em uma oportunidade de mercado não apenas para o Litoral Leste, mas também para o Litoral Oeste do estado do Ceará.

Em suma, o Litoral Leste possui potencial para se posicionar de forma competitiva no mercado de sol e praia; no entanto, para isso, necessita de alguns ajustes na forma como vem se estruturando e comercializando. O fato de sua oferta diferencial apresentar um nível de interesse menor do que o de seus concorrentes constitui-se numa dificuldade intrínseca do destino, que pode e deve ser minimizada a partir de ações relacionadas à melhoria da oferta técnica e dos serviços de apoio oferecidos pelo polo.

A grande diversidade de atrativos presentes no Polo Litoral Leste garante a existência de algumas praias com alto nível de atratividade, nas quais a atividade turística deve ser potencializada. A isso se relaciona diretamente os cuidados com infraestrutura destes locais, uma vez que para o polo é de fundamental importância que o nível de preservação de suas principais praias e seus arredores seja alto.

Ademais, o próprio fato de existir um grande número de praias deve ser utilizado de forma estratégica pelo polo, no sentido de oferecer mais opções de passeios a seus visitantes. Para que isso seja viável, no entanto, é fundamental que a oferta técnica dessas praias seja melhor estruturada. É preciso levar em consideração que quanto menor a diferenciação e o nível de interesse das características fisiográficas das praias, maior a necessidade de estruturação delas. Uma boa oferta de hotéis e restaurantes, bem como um comércio turístico desenvolvido e bons serviços de receptivo podem diminuir o peso da beleza da praia na escolha do destino pelo visitante.

Sobre isso, nota-se que os destinos concorrentes – principalmente Jericoacoara e Natal/Praia da Pipa – já possuem maior oferta de atividades agregadas à praia. No Litoral Leste, salvo algumas exceções, observa-se um panorama no qual a praia é vendida por si só; não há opções de passeio nem outras atividades no local, que não seja o banho de sol e de mar. Agregar atividades ou equipamentos de lazer à oferta da praia, sempre que feito de acordo com o perfil do público atual ou desejado do destino, é uma forma de diferenciação. Haja visto exemplos da própria região, como a instalação do Beach Park em Aquiraz e a oferta de atividades como kitesurf e windsurf em Cumbuco.

Por fim, é importante ressaltar o caráter de complementaridade de destinos de praia do Litoral Leste e do Litoral Oeste do Ceará. Se em alguns momentos estes destinos efetivamente se constituirão em concorrentes, em outros podem ser comercializados como destinos complementares. A geografia destas regiões garante a existência de praias com características fisiográficas diferenciadas, que podem ser vendidas em conjunto justamente por não

constituírem-se em atrativos semelhantes. Com um trabalho conjunto, ambas as regiões poderiam aumentar sua competitividade no mercado e o Ceará como um todo poderia fortalecer ainda mais sua marca enquanto destino turístico.

7.2 Polo Chapada da Ibiapaba

No Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2) foram identificados três destinos concorrentes para o Polo Chapada da Ibiapaba:

- **Maciço do Baturité (CE):** Região de serra com destinos que se destacam pelo potencial relacionado à prática de atividades em ambientes naturais. Está localizado na região central do estado do Ceará, e configura-se como um destino concorrente dentro do próprio estado.
- **Parque Nacional das Sete Cidades (PI):** Parque nacional localizado no norte do Piauí, a região apresenta relevante potencial ecoturístico e engloba partes dos municípios de Piripiri e Piracuruca.
- **Litoral Cearense (CE):** Costa do estado do Ceará, englobando tanto o Litoral Oeste quanto o Litoral Leste, possui um potencial diretamente ligado ao turismo de sol e praia. Constitui-se num destino concorrente dentro do próprio estado.

De acordo com os operadores entrevistados no âmbito do Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2), os dois primeiros destinos foram escolhidos em função da similaridade de sua oferta diferencial, baseada em recursos naturais propícios à prática de atividades ligadas à natureza, mais especificamente, de ecoturismo; destaca-se nesse sentido o Maciço do Baturité, parte integrante deste Estudo de Mercado. A explicação da escolha do Litoral Cearense – um destino de sol e praia – como um concorrente de um destino pretensamente de ecoturismo pode estar relacionada ao uso feito dos recursos naturais do polo; nessa região, os recursos hídricos são abundantes e muito procurados para desfrute de um público de abrangência regional. Nesse sentido, a praia pode ser substituída pelo rio.

A partir da coleta e análise dos dados individuais de cada concorrente e dos dados correspondentes do Polo Chapada da Ibiapaba, foi possível delinear uma análise exploratória da situação do polo frente a seus principais concorrentes, a qual é apresentada no texto que segue a tabela abaixo.

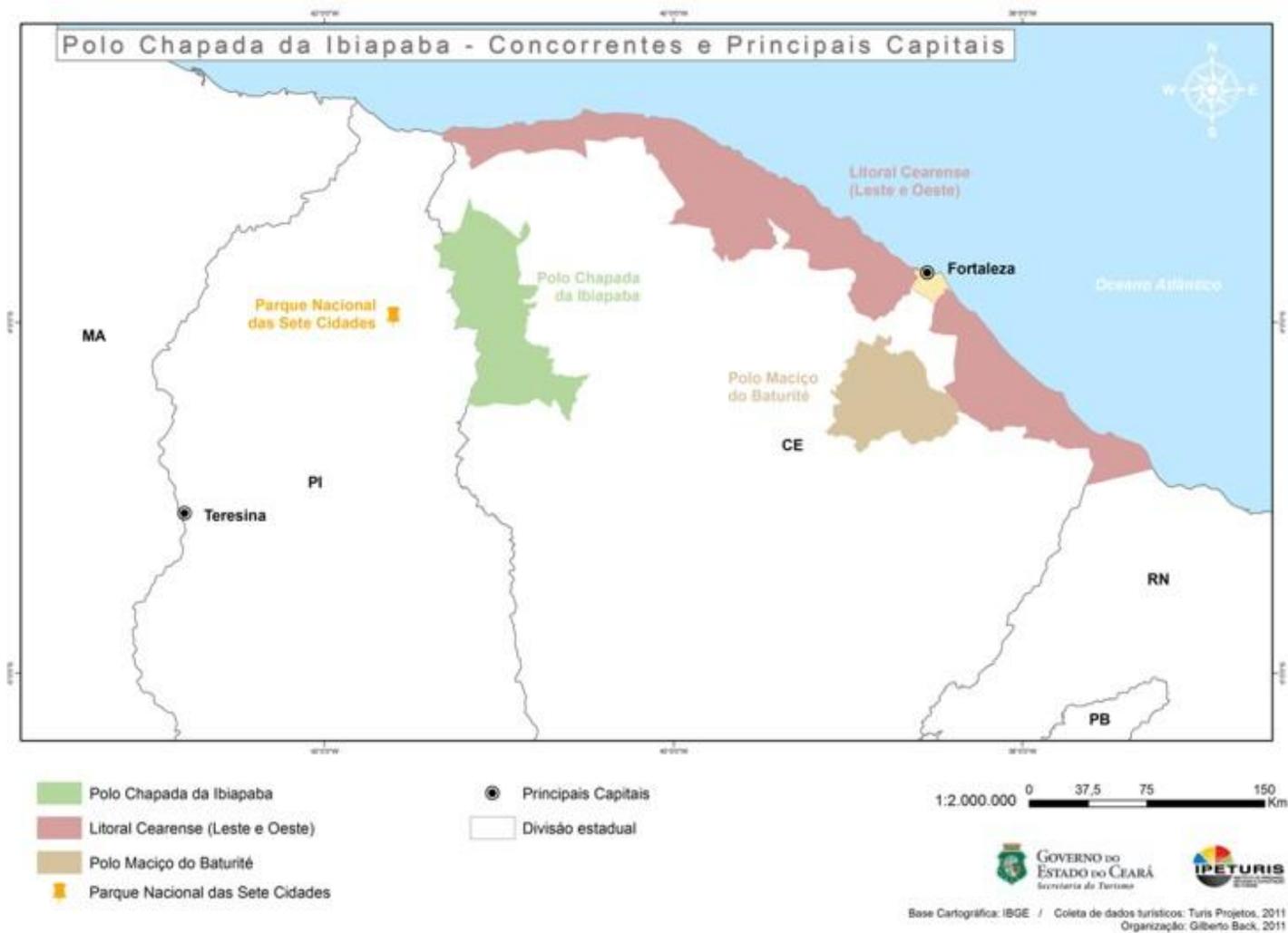
Tabela 24. Avaliação geral da concorrência – Polo Chapada da Ibiapaba

	Polo Chapada da Ibiapaba	Maciço do Baturité (CE)	P. N. das Sete Cidades (PI)	Litoral Cearense (CE)
Distâncias até principais capitais	Fortaleza - 300 a 370km Teresina - 300 a 350km Parnaíba - 150 a 200km Sobral - 120km	Fortaleza - 60 a 130km	Teresina - 206km Parnaíba - 150km	Fortaleza - 31 a 310km
Aeroporto mais próximo	Fortaleza Teresina	Fortaleza	Teresina	Fortaleza
Tempo de voo direto até Lisboa	7h05	7h05	-	7h05
Tempo de voo direto até São Paulo	3h35	3h35	3h30	3h35
Nº de meios de hospedagem	1	8	3	147
Principal categoria - hospedagem	Simplex	Simplex	Simplex	Simplex
Nº de equipamentos de alimentação	-	3	-	68
Principal categoria - alimentação	-	Médio conforto	-	Médio conforto
Nº de atrações	3	4	4	135
Principal categoria - atrações	Atrações naturais	Atrações naturais	Atrações naturais	Atrações naturais (praias)
Principal nível de interesse – atrações	Sem classif./Interessante/ Muito interessante	Sem classificação/ Interessante	Sem classificação	Interessante
Preço médio (diário em apto duplo)	R\$195	R\$160	R\$104	R\$241

Fonte: Ipeturis, 2011

O mapa que segue ilustra a localização do Polo Chapada da Ibiapaba em relação a seus concorrentes.

Figura 23. Localização dos concorrentes do Polo Chapada da Ibiapaba



Fonte: Ipeturis, 2011

A análise do Polo Chapada da Ibiapaba frente a seus concorrentes identificados – Maciço do Baturité (CE), Parque Nacional das Sete Cidades (PI) e Litoral Cearense (CE) –, todos localizados na região Nordeste do Brasil, mostra um cenário de concorrência dividido entre destinos com ofertas diferenciais similares ou totalmente diferentes daquelas do Polo Chapada da Ibiapaba.

O Litoral Cearense concorre com o Polo Chapada da Ibiapaba de forma muito distinta aos outros dois concorrentes (Maciço do Baturité e P. N. das Sete Cidades), o que leva à necessidade de análises diferenciadas entre estes concorrentes. A região do Litoral Cearense caracteriza-se como concorrente do Polo Chapada da Ibiapaba fundamentalmente frente a um público de abrangência regional, principalmente residente no próprio estado do Ceará. Esse público tem, em ambos os destinos, uma opção de lazer para finais de semana e feriados. Apesar de disporem de uma oferta diferencial à primeira vista completamente distinta, os destinos possuem uma característica em comum: os recursos hídricos. É justamente nesse ponto de convergência que a concorrência se justifica.

Considerando o Litoral Cearense como concorrente, é inegável a avaliação de que essa região está muito mais preparada para receber turistas do que a Chapada da Ibiapaba. Conta com diversas localidades já consolidadas em termos de desenvolvimento turístico, com uma oferta mais bem estruturada e um maior número de atrativos. Além disso, o acesso até o Litoral é mais fácil desde Fortaleza, por vias em melhores condições de tráfego, e, no geral, percorrendo menores distâncias. Entretanto, dois pontos aumentam a competitividade da Chapada da Ibiapaba frente ao Litoral: os preços são mais altos neste último destino, e a diversidade de atrativos é menor, concentrando-se em praias. Para aqueles visitantes em busca de diversidade de atrativos, a Chapada da Ibiapaba pode configurar-se em uma melhor opção.

No entanto, acredita-se que a Chapada da Ibiapaba tenha muito mais um papel complementar do que concorrente ao Litoral Cearense, dentro da oferta de destinos turísticos do estado do Ceará. No que diz respeito ao público regional, estas duas regiões, em conjunto, oferecem variedade, possibilitando que esse público disponha de serra e praia. Essas áreas servem como opção de destino de viagem dentro do estado do Ceará, aumentando a probabilidade de que o turista regional permaneça dentro do próprio estado, ao invés de buscar destinos em estados vizinhos. Ainda para este público, há que se mencionar a visibilidade desta região como destino de frio.

Paralelamente, deve-se ter em conta o potencial de complementaridade entre essas duas regiões – no caso do litoral, especialmente sua porção oeste –, junto ao público nacional e internacional. Nesse cenário, a Chapada da Ibiapaba pode servir como destino complementar de uma viagem de sol e praia para determinados destinos do Litoral Oeste com os quais possui fácil conectividade. Durante a pesquisa de oferta foi identificada a existência de um movimento de turistas que saem de Jericoacoara em direção à Chapada de Ibiapaba, geralmente motivados pelo Parque Nacional de Ubajara, movimento este que pode vir a ser maximizado.

Os outros dois concorrentes identificados, a região do Maciço do Baturité (CE) e o Parque Nacional de Sete Cidades (PI), concorrem com a Chapada da Ibiapaba por apresentarem recursos naturais similares e uma vocação para o turismo de natureza, com diferentes enfoques.

A importância do grau de diferenciação da oferta original, neste caso, é muito mais significativa para pensar a atração de um público nacional e internacional, do que para um público regional. Tomando como base as fontes utilizadas para contextualizar cada um dos municípios e a própria Chapada da Ibiapaba, tem-se que os três destinos possuem um número parecido de atrativos classificados pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011; no entanto, a Chapada da Ibiapaba e o P. N. das Sete Cidades possuem nível de atratividade mais alto, ambos com um atrativo classificado como “muito interessante”; em ambos os casos, parques nacionais. Sobre isto, é importante ressaltar o reconhecimento do P. N. das Sete Cidades internacionalmente, em função da antiguidade e originalidade das pinturas rupestres encontradas no local; uma fama que, no entanto, atinge apenas alguns tipos de público, de interesse específico.

Ainda no que diz respeito à oferta original da Chapada da Ibiapaba e de seus dois concorrentes, vale lembrar que todos os destinos possuem alguns poucos atrativos de interesse turístico, acompanhados por diversos atrativos de menor importância que, isoladamente, constituem-se mais em equipamentos de lazer de uma população das proximidades do que em atrativos turísticos propriamente ditos. Deve-se levar em conta que, neste quesito, fica prejudicado o Polo Maciço do Baturité, que não possui nenhum atrativo de peso comparável aos parques nacionais dos outros dois destinos.

Em função deste cenário, a concentração da atividade turística e, conseqüentemente, da estrutura de apoio ao turista existente nesses destinos ocorre em áreas específicas. No caso da

região do Maciço do Baturité, na cidade de Guaramiranga; no P. N. das Sete Cidades, em Piripiri; e, na Chapada da Ibiapaba, em três cidades: Ubajara, Viçosa do Ceará e Tianguá.

A oferta de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação é parecida entre todos os concorrentes, composta por estabelecimentos de nível bastante simples, tanto que a oferta de alimentação destes destinos nem mesmo é classificada pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011, com exceção de um restaurante no Maciço do Baturité. O atendimento a turistas de lazer ainda é algo bastante incipiente nessas três regiões, habituadas a atender viajantes a negócios; em todos os casos, identificam-se apenas alguns poucos estabelecimentos diferenciados, mesmo assim, de nível bastante simples.

Problemas ligados à infraestrutura urbana são comuns a esses três destinos, com uma deficiência significativa na oferta de serviços básicos, o que infelizmente é inerente à realidade brasileira. Estes devem ser motivo de preocupação dos gestores públicos de todas essas localidades, em se tratando de destinos turísticos fundamentados na qualidade dos recursos naturais, em especial hídricos, disponíveis.

Especificamente sobre as condições de acesso, percebe-se certa vantagem competitiva para ambos os destinos concorrentes em relação ao Polo Chapada da Ibiapaba. Tanto a região do Maciço do Baturité quanto do P. N. das Sete Cidades encontra-se mais próxima de seus respectivos emissores regionais principais, Fortaleza (até 130km) e Teresina (até 200km), respectivamente. A Chapada da Ibiapaba, por outro lado, encontra-se numa distância maior, porém transponível, destes dois polos emissores (cerca de 350km). E, de certa forma, encontra-se no centro de uma área englobando quatro importantes emissores regionais: Fortaleza (CE), Teresina (PI), Parnaíba (PI) e Sobral (CE).

Mais do que a distância, as condições das rodovias impactam negativamente o Polo Chapada da Ibiapaba em relação a seus concorrentes. Pese que as vias de acesso até o Maciço do Baturité não sejam ótimas, mesmo assim apresentam melhores condições do que aquelas que levam até a Chapada da Ibiapaba. No Piauí, as vias que levam ao P. N. das Sete Cidades, por sua vez, apresentam boas condições e, inclusive, alguns trechos duplicados. Na região da Chapada da Ibiapaba, as rodovias apresentam estado de conservação ruim, o que, aliado à maior distância, pode se tornar um inibidor de fluxos.

Os preços praticados na região do P. N. das Sete Cidades são os mais competitivos. A diária média dos estabelecimentos classificados pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011 custam praticamente o dobro do preço na Chapada da Ibiapaba, em relação àquele primeiro destino.

Em suma, a Chapada da Ibiapaba possui condições de se posicionar de forma mais competitiva frente ao mercado turístico; para tanto, são necessários alguns ajustes na forma como este destino vem se estruturando e comercializando. No que diz respeito ao Litoral Cearense, o polo deve criar estratégias e mecanismos de cooperação especificamente com a porção oeste do litoral, de modo que viagens integradas entre essas duas regiões passem a ser incentivadas, aumentando assim a visitação à região da Chapada da Ibiapaba de um público nacional e internacional com interesse em atividades de ecoturismo.

O incremento de um público com este perfil, no entanto, está diretamente ligado à necessidade de melhoria na estrutura de apoio disponível na região, a qual atualmente apresenta pequena variedade e um nível de qualidade e conforto apenas razoável. A região precisa se qualificar a fim de atingir esses novos públicos, qualificação esta que passa também por sua oferta de atrativos, atualmente muito dependente do P. N. de Ubajara.

No que diz respeito à concorrência com a região do Maciço do Baturité e do P. N. das Sete Cidades, a melhoria na qualidade da oferta técnica e diferencial visando à atração de novos públicos seguramente garantiria maior competitividade para a Chapada da Ibiapaba frente a estes dois concorrentes, que possuem uma oferta também de nível bastante simples na atualidade. No entanto, é necessário que o polo atente para os preços praticados, já que seus concorrentes vêm trabalhando em patamares de preços um pouco inferiores.

A dificuldade de acesso para o Polo Chapada da Ibiapaba deve ser a maior preocupação dos gestores públicos no sentido de manter a competitividade da região, uma vez que as melhores condições das vias que levam aos concorrentes, aliadas às menores distâncias, os tornam destinos mais interessantes.

7.3 Polo Maciço do Baturité

No Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2) foram identificados três destinos concorrentes para o Polo Maciço do Baturité:

- **Litoral Cearense (CE):** Costa do estado do Ceará, englobando tanto o Litoral Oeste quanto o Litoral Leste, possui um potencial diretamente ligado ao turismo de sol e praia. Constitui-se num destino concorrente dentro do próprio estado.
- **Chapada da Ibiapaba (CE):** Destino de serra que se destaca por seus recursos naturais (hídricos, principalmente), situado na divisa dos estados do Ceará e Piauí. Constitui-se num destino concorrente dentro do próprio estado.

- **Quixadá (CE):** Município localizado na região do sertão cearense, que se destaca pelo clima ameno. Constitui-se num destino concorrente dentro do próprio estado.

De acordo com os operadores entrevistados no âmbito do Estudo com Operadoras de Turismo (Produto 2), os destinos Quixadá e Chapada da Ibiapaba foram escolhidos em função da similaridade de sua oferta diferencial, baseada em recursos naturais propícios à prática de atividades ligadas à natureza, mais especificamente, de ecoturismo. A explicação da escolha do Litoral Cearense – um destino de sol e praia – como um concorrente de um destino pretensamente de ecoturismo pode estar relacionada ao uso feito dos recursos naturais do polo; nessa região, os recursos hídricos são abundantes e muito procurados para desfrute de um público de abrangência regional. Nesse sentido, a praia pode ser substituída pelo rio.

A partir da coleta e análise dos dados individuais de cada concorrente e dos dados correspondentes do Polo Maciço do Baturité, foi possível delinear uma análise exploratória da situação do polo frente a seus principais concorrentes, a qual é apresentada no texto que segue a tabela abaixo.

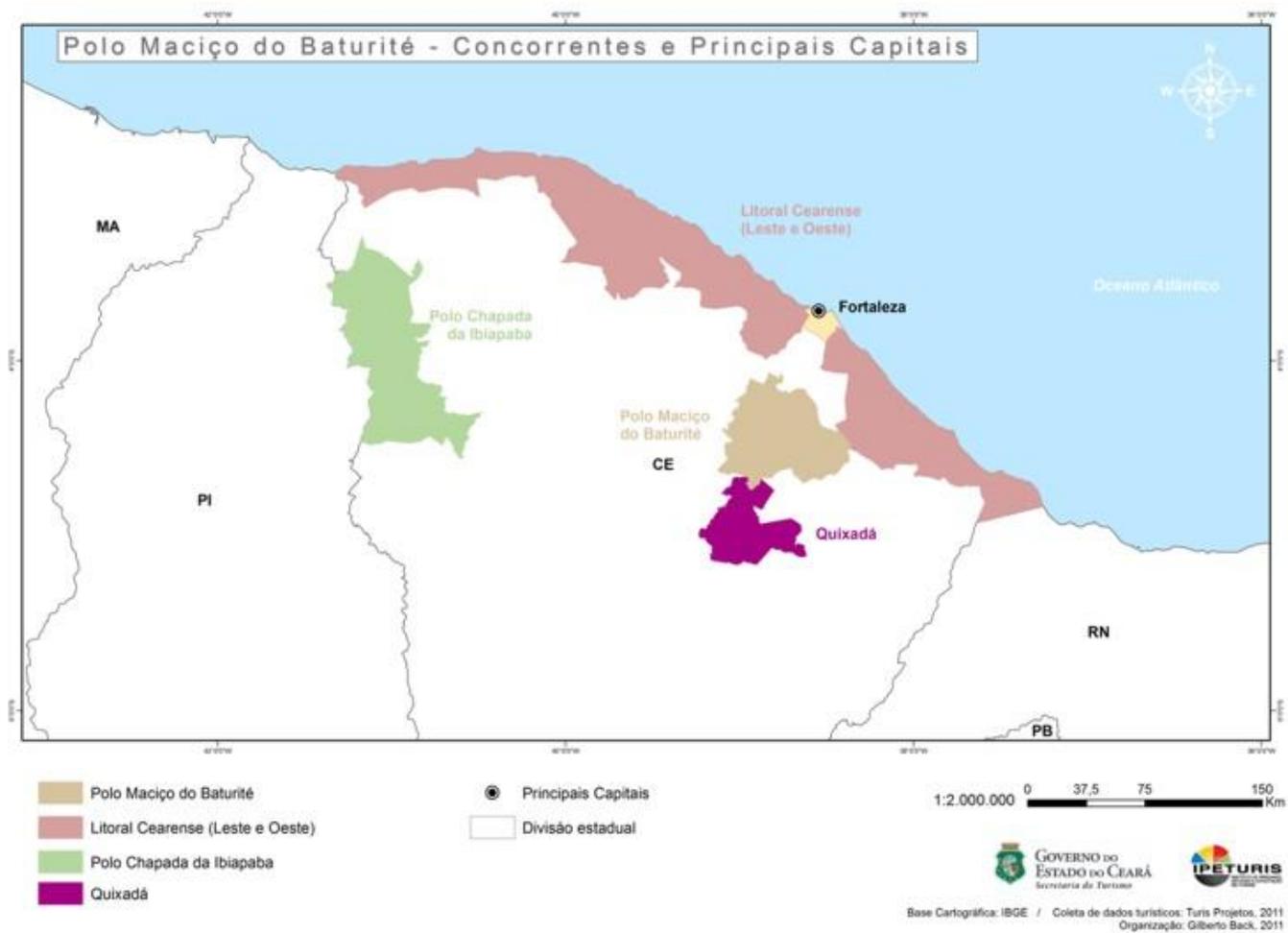
Tabela 25. Avaliação geral da concorrência – Polo Maciço do Baturité

	Polo Maciço do Baturité	Litoral Cearense (CE)	Chapada da Ibiapaba (CE)	Quixadá (CE)
Distâncias até principais capitais	Fortaleza - 60 a 130km	Fortaleza - 31 a 310km	Fortaleza - 300 a 370km Teresina - 300 a 350km Parnaíba - 150 a 200km Sobral - 120km	Fortaleza - 172km
Aeroporto mais próximo	Fortaleza	Fortaleza	Fortaleza Teresina	Fortaleza
Tempo de voo direto até Lisboa	7h05	7h05	7h05	7h05
Tempo de voo direto até São Paulo	3h35	3h35	3h35	3h35
Nº de meios de hospedagem	8	147	1	1
Principal categoria - hospedagem	Simplex	Simplex	Simplex	Sem classificação
Nº de equipamentos de alimentação	3	68	-	-
Principal categoria - alimentação	Médio conforto	Médio conforto	-	-
Nº de atrações	4	135	3	1
Principal categoria - atrações	Atrações naturais	Atrações naturais (praias)	Atrações naturais	Atrações naturais (de cunho histórico)
Principal nível de interesse – atrações	Sem classificação/ Interessante	Interessante	Sem classif./Interessante/ Muito interessante	Interessante
Preço médio (diário em apto duplo)	R\$160	R\$241	R\$195	R\$120

Fonte: Ipeturis, 2011

O mapa que segue ilustra a localização do Polo Maciço do Baturité em relação a seus concorrentes.

Figura 24. Localização dos concorrentes do Polo Maciço do Baturité



Fonte: Ipeturis, 2011

A análise do Polo Maciço do Baturité frente a seus concorrentes identificados – Litoral Cearense (CE), Chapada da Ibiapaba (CE) e Quixadá (CE) –, todos localizados no estado do Ceará, mostra um cenário de concorrência dividido entre destinos com ofertas diferenciais similares ou totalmente diferentes daquelas do Polo Maciço do Baturité.

O Litoral Cearense concorre frente ao Polo Maciço do Baturité de forma muito similar à situação observada entre aquela região e a Chapada da Ibiapaba. Novamente neste caso, a região do Litoral Cearense caracteriza-se como concorrente do Polo Maciço do Baturité fundamentalmente frente a um público de abrangência regional, principalmente residente no próprio estado do Ceará. Esse público tem, em ambos os destinos, uma opção de lazer para finais de semana e feriados, com destinos geograficamente próximos do principal polo emissor do estado, a cidade de Fortaleza. Assim como no caso da Chapada da Ibiapaba, estes destinos possuem uma característica em comum: os recursos hídricos. E, novamente, é justamente nesse ponto de convergência que a concorrência se justifica.

Considerando o Litoral Cearense como concorrente, é inegável a avaliação de que essa região está muito mais preparada para receber turistas do que o Maciço do Baturité. Conta com diversas localidades já consolidadas em termos de desenvolvimento turístico, com uma oferta mais bem estruturada e um maior número de atrativos. Novamente, como no caso da Chapada da Ibiapaba, o Maciço do Baturité possui patamares de preços mais baixos e maior diversidade de atrativos (cachoeiras, açudes, etc.), em detrimento aos preços elevados e à oferta restrita em praias do Litoral Cearense. Nesse sentido, para aqueles visitantes em busca de diversidade de atrativos, o Maciço do Baturité pode configurar-se em uma melhor opção.

No entanto, acredita-se que o Maciço do Baturité tenha muito mais um papel complementar do que concorrente ao Litoral Cearense, dentro da oferta de destinos turísticos do estado do Ceará. Estas duas regiões, em conjunto, oferecem variedade ao público regional, que pode dispor de serra e praia. Assim como no caso da relação do Litoral Cearense com a Chapada da Ibiapaba, o Litoral e o Maciço servem como opção de destino de viagem dentro do estado do Ceará, aumentando a probabilidade de que o turista regional permaneça dentro do próprio estado, ao invés de buscar destinos em estados vizinhos. Ainda para este público, há que se mencionar a visibilidade desta região como destino de frio, assim como acontece na Chapada da Ibiapaba.

Os outros dois concorrentes identificados, a região da Chapada da Ibiapaba (CE) e o município de Quixadá (CE) concorrem com o Maciço do Baturité por apresentarem recursos naturais similares e uma vocação para o turismo de natureza, com diferentes enfoques.

Paralelamente, existe algum potencial de complementaridade entre essas duas regiões – no caso do litoral, em sua porção leste –, junto ao público nacional. Nesse cenário, a visitação a atrações do Maciço do Baturité pode servir como passeio complementar de uma viagem de sol e praia para determinados destinos do Litoral Leste, com os quais possua fácil conectividade.

No que diz respeito à oferta original destas três regiões, tomando como base as fontes utilizadas para contextualizar cada um dos municípios e o próprio Maciço do Baturité, tem-se que este e a Chapada da Ibiapaba possuem um número parecido de atrativos classificados pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011, ao passo que Quixadá possui apenas um destino indicado pela publicação, classificado como “interessante”. A Chapada da Ibiapaba possui nível de atratividade mais alto, com um atrativo de maior relevância, classificado como “muito interessante”, o Parque Nacional de Ubajara. Todos os destinos possuem alguns poucos atrativos de interesse turístico, acompanhados por diversos atrativos de menor importância que, isoladamente, constituem-se mais em equipamentos de lazer de um público local e de proximidades do que em atrativos turísticos propriamente ditos.

Em função deste cenário, a concentração da atividade turística e, conseqüentemente, da estrutura de apoio ao turista existente nesses destinos ocorre em áreas específicas, no caso da Chapada da Ibiapaba e do Maciço do Baturité, que se configuram em regiões. No caso da região do Maciço do Baturité, destaca-se a cidade de Guaramiranga; e, na Chapada da Ibiapaba, concentra-se em três cidades: Ubajara, Viçosa do Ceará e Tianguá.

A oferta de meios de hospedagem e equipamentos de alimentação é parecida entre todos os concorrentes, composta por estabelecimentos de nível bastante simples, tanto que a oferta de alimentação destes destinos nem mesmo é classificada pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011, com exceção de um restaurante no Maciço do Baturité. O atendimento a turistas de lazer ainda é algo bastante incipiente nessas três regiões, habituadas a atender viajantes a negócios; em todos os casos, identificam-se apenas alguns poucos estabelecimentos diferenciados, mesmo assim, de nível bastante simples.

Problemas ligados à infraestrutura urbana são comuns a esses três destinos, com uma deficiência significativa na oferta de serviços básicos, o que infelizmente é inerente à realidade brasileira. Estes devem ser motivo de preocupação dos gestores públicos de todas essas

localidades, em se tratando de destinos turísticos fundamentados na qualidade dos recursos naturais, em especial hídricos, disponíveis.

Especificamente sobre as condições de acesso, percebe-se certa vantagem competitiva para o Polo Maciço do Baturité e Quixadá, em relação à Chapada da Ibiapaba. Tanto a região do Maciço do Baturité quanto Quixadá encontram-se mais próximos de seu principal emissor, a cidade de Fortaleza (até 130km e 172km, respectivamente). A Chapada da Ibiapaba, por outro lado, encontra-se numa distância maior, porém transponível, destes dois polos emissores (cerca de 350km). E, de certa forma, encontra-se no centro de uma área englobando quatro importantes emissores regionais: Fortaleza, Teresina, Parnaíba (PI) e Sobral (CE). As condições das rodovias, por sua vez, são regulares no acesso para o Maciço do Baturité e para Quixadá, mas ainda piores nas vias que levam até a Chapada da Ibiapaba. Frente a condições similares de acesso, a distância passa a ser um aspecto competitivo importante do Polo Maciço do Baturité em relação a Quixadá, uma vez que os destinos do polo que estão mais próximos de Fortaleza podem (e na realidade já são) utilizados como destinos de excursionismo, além do turismo de estância.

Os preços praticados na Chapada da Ibiapaba são os mais elevados, e aqueles praticados em Quixadá são os mais competitivos. A diária média dos estabelecimentos classificados pelo Guia Quatro Rodas Brasil 2011 custam praticamente 30% a mais no Maciço do Baturité do que em Quixadá. No polo, tem destaque a diferença entre os preços dos municípios, no geral, em relação à Guaramiranga, que apresenta valores significativamente mais elevados para os produtos e serviços turísticos comercializados.

De maneira geral, tem-se que o Polo Maciço do Baturité possui condições de se posicionar de forma mais competitiva, porém, focando-se essencialmente em um fluxo turístico de abrangência regional. No entanto, para que isso se torne possível são necessários alguns ajustes na forma como este destino vem se estruturando e comercializando. No que diz respeito ao Litoral Cearense, o polo pode vir a criar estratégias e mecanismos de cooperação especificamente com a porção leste do litoral, de modo que visitas de um dia a atrativos localizados próximos dessa área sejam oferecidas como complemento às praias da região.

No que diz respeito à concorrência com a região da Chapada da Ibiapaba e de Quixadá, a melhoria na qualidade da oferta técnica e diferencial faz-se fundamental para criar elementos de diferenciação entre as ofertas do Maciço do Baturité e de seus concorrentes. Da forma como essas regiões/destinos estão estruturadas atualmente, pouca ou nenhuma distinção

pode ser feita entre o que um e outro estão oferecendo. Sairá na frente no mercado regional, nesse sentido, aquele destino que se preparar e entrar no mercado turístico de maneira mais profissionalizada.

8 Produto 6: Estudo de Compatibilização entre Oferta e Demanda

Esse sexto produto do Estudo de Mercado para os Polos Turísticos do Estado do Ceará constituiu-se no Estudo de Compatibilização entre Oferta e Demanda. Este produto teve como objetivo, a partir da compatibilização, indicar cinco destinos considerados prioritários para o desenvolvimento turístico nos três polos turísticos abarcados pelo estudo, bem como analisar o potencial dos três destinos já selecionados: Cumbuco, Morro Branco/Praia das Fontes e Canoa Quebrada.

Os critérios utilizados para priorização dos destinos foram aplicados igualmente para todos os municípios dos polos turísticos do estado; dessa forma, a escolha dos três destinos pré selecionados foi corroborada pela avaliação técnica. Para priorização, foi feita inicialmente uma avaliação no âmbito da oferta turística dos destinos, com especial ênfase nas potencialidades de seus atrativos turísticos. Então, procedeu-se a uma compatibilização dos aspectos significativos da oferta em relação às demandas dos visitantes, atuais e potenciais. Essas análises forneceram as bases para que se indicassem os destinos com maior potencial de desenvolvimento turístico, identificando também suas áreas de influência. Por fim, foram contrapostos pontos positivos e negativos de cada destino às características desejáveis da oferta, abrindo caminho para se indicarem os investimentos a serem feitos, com base nos componentes do Prodetur.

O documento completo traz a análise consolidada da estrutura turística encontrada nos municípios de cada polo, levando em conta a avaliação realizada e apresentada no Produto 5 (Análise da Oferta Turística), que engloba atrativos, meios de hospedagem, equipamentos de alimentação, agências de receptivo e transporte turístico, comércio turístico, manifestações culturais e espaços para eventos, além de condições de acessibilidade e infraestrutura. Além disso, apresenta para cada município as avaliações dos atrativos encontrados, dado este utilizado para proceder à análise e eleição de destinos que devem ser priorizados em cada um dos polos.

O Produto 6 apresenta também a compatibilização entre oferta e demanda dos polos turísticos estudados, a partir da comparação entre as preferências da demanda potencial e a atual situação da oferta existente. A análise, neste ponto, se concentra na oferta dos polos como um todo, de modo a fornecer orientações gerais para o desenvolvimento turístico. São

considerados, ainda, mercados-alvos atuais e passíveis de captação, segmentos de turismo que podem ser desenvolvidos e aspectos dos polos de diferenciação ou que necessitem de correção ou reestruturação. A análise que integra as características de oferta com o perfil e as necessidades da demanda atual e potencial leva em conta os resultados apresentados nos Produtos 2, 3 e 4 desta contratação.

A partir dessas informações, são delimitadas as áreas com potencial para se tornar destinos bem-sucedidos, detalhando as indicações feitas, bem como as justificativas para as escolhas, considerando, entre outros, tipo e nível de estruturação de elementos de infraestrutura básica necessários e tipos de investimentos (públicos e privados) requeridos para a consolidação do destino. Neste documento de consolidação apresenta-se esta última parte do Produto 6, na sequência.

8.1 Polo Litoral Leste

O Polo Litoral Leste é a região que apresenta a atividade turística mais desenvolvida do estado, de modo que é esperado que contenha a maior parte dos destinos indicados, pois já conta com um fluxo de visitação consolidado e tem as melhores estruturas para receber turistas.

A existência de atrativos turísticos e equipamentos de apoio e complementares a esta atividade é fundamental para que um destino se sobressaia e consiga atrair mais visitantes. A definição do público alvo, quase sempre, é delineada a partir das características dos atrativos, de forma que a demanda turística de um destino e seu comportamento, na maior parte das vezes, espelham preferências similares ao apresentado em outras regiões com atrativos parecidos.

Assim, a tabela seguinte apresenta as preferências dos usuários dos principais segmentos que se interessam pelo Polo Litoral Leste, ficando subentendido que as características identificadas em um destino de maior representatividade se estendem para destinos similares do polo, incipientes em termos de desenvolvimento turístico.

Tabela 26. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Litoral Leste

Segmento	Características	Destino
Sol e praia	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades de banho de sol e mar; • Conceito de entretenimento familiar; • Serviços de receptivo são utilizados. <p><u>Demanda internacional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Homens, desacompanhados, com mais de 25 anos, 	<ul style="list-style-type: none"> • Aquiraz: Praia de Porto das Dunas, Prainha e Praia do Iguape. • Aracati: Praia de Canoa Quebrada, Praia de Majorlândia e Praia de

Segmento	Características	Destino
	<p>sem intenção de deslocamento pelo polo;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casais e famílias, jovens e adultos, em busca de experiências de maior rusticidade e autenticidade. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Casais, famílias ou grupos, de faixas etárias variadas, mas com predominância de jovens e adultos, em busca de sol e praia, complementada por atividades diversas. • Especial interesse pela utilização dos serviços e estruturas dos resorts. 	<p>Quixaba.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beberibe: Praia das Fontes e Praia de Morro Branco. • Cascavel: Praia de Águas Belas e Praia de Caponga. • Caucaia: Praia de Cumbuco. • Fortim: Praia do Canto da Barra (Rio Jaguaribe). • Icapuí: Praia da Redonda e Praia da Ponta Grossa.
Ecoturismo e turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Prática de esportes náuticos; • Passeios de bugue pelas dunas; • Atividade complementar ao turismo de sol e praia. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Excursionistas ou turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aquiraz: Prainha e Praia do Iguape. • Aracati: Praia de Canoa Quebrada. • Beberibe: Praia das Fontes e Praia de Morro Branco. • Caucaia: Praia de Cumbuco. • Fortim: Praia do Canto da Barra (Rio Jaguaribe).
Histórico Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Visitação a centros urbanos e históricos; • Atividades ligadas à produção, exposição e comercialização de artesanato: <ul style="list-style-type: none"> - Cestarias com a casca de carnaúba; - Produtos elaborados com areias coloridas que formam desenhos em garrafas; - Renda de bilro e bordados. • Atividade complementar ao turismo de sol e praia. <p><u>Demanda internacional e nacional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Excursionistas ou turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aquiraz: centro histórico. • Aracati: centro histórico. • Cascavel: Praia de Águas Belas.

Fonte: Ipeturis, 2011

O segmento de sol e praia concentra a grande maioria do público interessado em visitar o Polo Litoral Leste, e os principais destinos foram definidos em função das avaliações feitas nos capítulos anteriores, fruto da consolidação dos demais estudos apresentados para este trabalho: praias de Porto das Dunas, Prainha e Praia do Iguape (Aquiraz); praias de Canoa Quebrada, Majorlândia e Quixaba (Aracati); Praia das Fontes e Morro Branco (Beberibe); praias de Águas Belas e Caponga (Cascavel); Praia de Cumbuco (Caucaia); Praia do Canto da Barra (Fortim). É importante ressaltar que os três destinos já definidos previamente – Cumbuco, Morro Branco/Praia das Fontes e Canoa Quebrada – tiveram sua importância corroborada ao também se destacarem nos critérios de avaliação deste estudo.

Em ordem de importância, o segundo segmento, que engloba atividades de ecoturismo e turismo de aventura, em função da semelhança de atividades e do perfil do público que se pode atrair, tem nas praias já mencionadas de Aquiraz, Aracati, Beberibe, Caucaia e Fortim os seus expoentes. Esse segmento dificilmente terá condições de se dissociar do segmento de sol e praia, devendo ser trabalhado conjuntamente com esse, de forma a imprimir um diferencial no turismo de sol e praia oferecido por estes destinos.

Por fim, o segmento histórico cultural pode ser considerado como complementar, sem força como indutor de fluxos turísticos. No entanto, ao propiciar atrações diferenciadas, contribui para melhorar a experiência dos turistas e também para o aumento da permanência na região. O foco para desenvolvimento deste segmento devem ser os centros históricos de Aquiraz e Aracati e, com menor relevância, a praia de Águas Belas, em Cascavel.

A tabela apresentada na sequência indica sinteticamente os destinos turísticos identificados como prioritários para investimento no Polo Litoral Leste. Os itens seguintes à tabela, por sua vez, descrevem cada uma das áreas, indicando pontos de realce e áreas críticas.

Para fins de padronização e conforme estabelecido em termo de referência deste estudo, entende-se como **destino** a área foco da ação. De acordo com definição do edital desta contratação, “o destino é uma área geográfica dentro do polo, na qual os turistas desfrutaram dos bens, serviços e atrativos disponíveis”.

No entanto, o destino não se desenvolve isoladamente. Nesse sentido, foram definidas áreas de influência para cada um deles, denominadas de **micropolos**. Estas se constituem em áreas geograficamente próximas ao destino, na qual estão presentes atrativos ou estruturas complementares que se julgam essenciais para garantir a vitalidade do destino, bem como sua competitividade no mercado. São áreas que, por um lado, serão impactadas positivamente com o desenvolvimento do destino e, por outro, podem contribuir para alavancar o desenvolvimento deste.

Nos subitens apresentados na sequência, tanto o destino como sua área de influência serão apresentados em mapas ilustrativos.

Tabela 27. Destinos prioritizados no Polo Litoral Leste

DESTINO	MICROPOLO (ÁREA DE INFLUÊNCIA)
Porto das Dunas (<i>Aquiraz</i>)	Prainha e Praia do Iguape (Aquiraz)
Canoa Quebrada (<i>Aracati</i>)	Praia de Majorlândia, Praia de Quixaba e centro histórico de Aracati (Aracati) Praia do Canto da Barra (Fortim)
Morro Branco/Praia das Fontes (<i>Beberibe</i>)	
Caponga (<i>Cascavel</i>)	Praia de Águas Belas (Cascavel)
Redonda/Ponta Grossa (<i>Icapuí</i>)	Faixa litorânea de Icapuí
Cumbuco (<i>Caucaia</i>)	

Fonte: Ipeturis, 2011

8.1.1 Porto das Dunas

Destino: Porto das Dunas

Micropolo: Prainha e Praia do Iguape

Figura 25. Mapa de localização do destino Porto das Dunas e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

As praias de Porto das Dunas e Prainha, em Aquiraz, são contíguas, estando separadas por apenas três quilômetros. **Porto das Dunas**, em cuja área está instalado o Beach Park, é uma praia reconhecida regional e nacionalmente, estando servida por diversos meios de hospedagem, muitos deles estruturados em um formato de resorts. Essa área deve ser o foco do desenvolvimento turístico no município de Aquiraz.

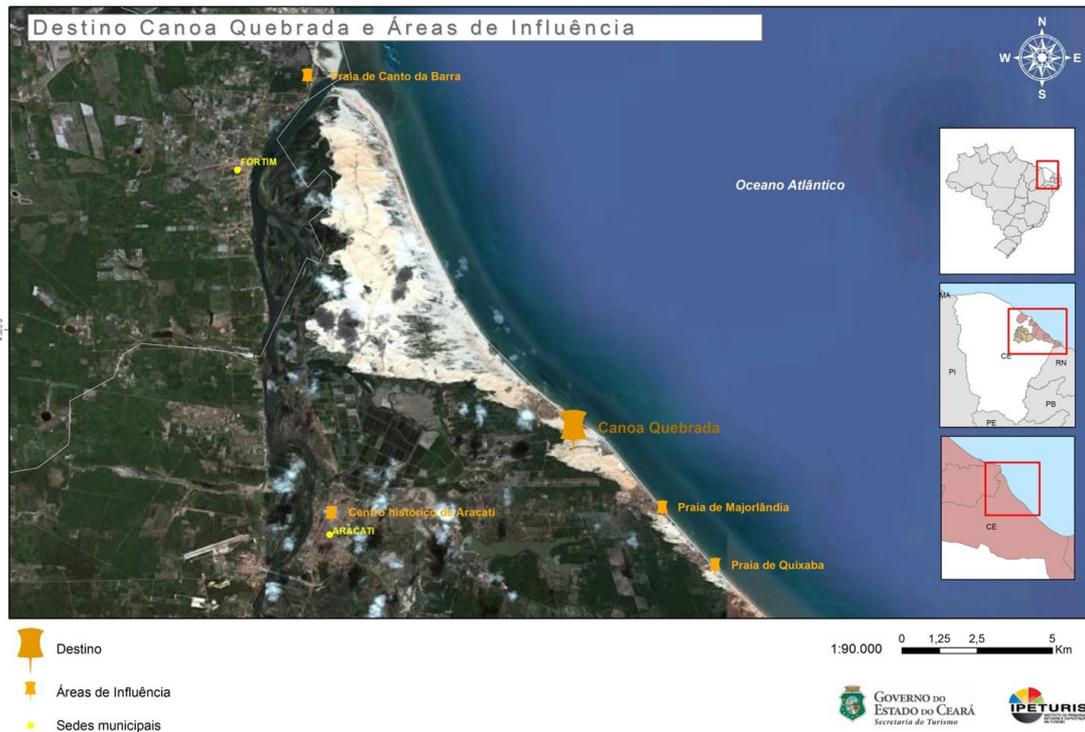
O parque hoteleiro de Porto das Dunas, de fato, se estende até a **Prainha** que, por ser contígua àquela praia, é diretamente influenciada pelo desenvolvimento turístico da área, constituindo-se numa área de influência natural de Porto das Dunas.

A **Praia do Iguape**, situada a leste da Prainha, apesar de ainda ser pouco explorada, é uma zona já destinada ao desenvolvimento turístico de médio prazo do município de Aquiraz. Atualmente deficiente em termos de serviços de apoio ao turismo e com fluxo incipiente, a área está sendo preparada para receber futuros complexos hoteleiros e condominiais e, nesse sentido, deve ser considerada como área de influência de Porto das Dunas.

8.1.2 Canoa Quebrada

Destino: Canoa Quebrada	Micropolo:
	Praia de Majorlândia, Praia de Quixaba e centro histórico de Aracati (Aracati) Praia do Canto da Barra (Fortim)

Figura 26. Mapa de localização do destino Canoa Quebrada e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

A **Praia de Canoa Quebrada** constitui-se no destino foco de desenvolvimento turístico nessa área. Reconhecida como destino turístico nacional e internacional, esta praia é um dos grandes

focos de atração de visitantes do estado do Ceará. No entanto, percebe-se a necessidade de melhoria tanto na condição das atrações turísticas do local, quanto de seus serviços de apoio.

O destino Canoa Quebrada apresenta um diferencial em relação às demais zonas turísticas definidas no âmbito deste relatório, no sentido em que inclui mais de um município do Polo Litoral Leste. A Praia de Canoa Quebrada é o grande indutor de fluxo turístico deste micropolo, induzindo, a leste, o desenvolvimento das praias de Majorlândia e Quixaba (Aracati) e, a oeste, da Praia do Canto da Barra (Fortim), onde está localizada a foz do Rio Jaguaribe.

A **Praia de Majorlândia** constitui-se na segunda praia com maior potencial de atratividade no município de Aracati. O local ainda não dispõe de estrutura de apoio ao turismo desenvolvida, em grande parte devido à sua proximidade de Canoa Quebrada. No entanto, em função disso, parte do fluxo de visitantes de Canoa Quebrada visita também a Praia de Majorlândia. Nesse sentido, esta praia é uma área de influência natural da Praia de Canoa Quebrada.

A **Praia de Quixaba**, por sua vez, é praticamente uma continuação da Praia de Majorlândia. Apesar de apresentar estrutura de apoio ao turismo muito pouco desenvolvida e características intrínsecas pouco diferenciadas, sofre influência direta do desenvolvimento da Praia de Majorlândia e indireta de Canoa Quebrada, constituindo-se, portanto, em área de influência deste destino.

Tanto a Praia de Canoa Quebrada quanto as praias de Majorlândia e Quixaba apresentam fácil acesso até o núcleo urbano de Aracati. O centro da cidade dispõe de edificações de interesse histórico e cultural, parte delas tombadas pelo IPHAN. Nesse sentido, considerando a importância de atrativos de cunho histórico cultural como complemento às praias para os públicos nacional e internacional, o **centro histórico de Aracati** pode ter papel importante como complemento à oferta de sol e praia de Canoa Quebrada, devendo se constituir em área de influência do referido destino.

A oeste de Canoa Quebrada, a **Praia do Canto da Barra**, local onde deságua o Rio Jaguaribe, apresenta a possibilidade de um aproveitamento turístico distinto das demais praias da região, com passeios de barco e outras atividades relacionadas ao rio. Considerando a escassez de atividades complementares em Canoa Quebrada e a grande proximidade do destino à Praia do Canto da Barra, tem-se nesta também uma área de influência de Canoa Quebrada.

8.1.3 Morro Branco/Praia das Fontes

Destino: Morro Branco/Praia das Fontes

Micropolo: -

Figura 27. Mapa de localização do destino Morro Branco/Praia das Fontes



Fonte: Ipeturis, 2011

A **Praia de Morro Branco** e a **Praia das Fontes** se destacam na oferta de Beberibe e constituem-se no foco de desenvolvimento turístico deste município. O grande reconhecimento destas praias pelo público regional, nacional e internacional, bem como a existência de uma oferta técnica que, em certa medida, necessita de cerca reestruturação, tornam essa área prioritária para investimentos turísticos. É necessário que a zona seja reestruturada e melhorada, a fim de que sua imagem junto ao mercado turístico seja assegurada e potencializada. O desenvolvimento turístico bem sucedido da Praia de Morro e da Praia das Fontes pode se constituir no passo inicial para o futuro desenvolvimento das demais praias do município de Beberibe.

8.1.4 Caponga

Destino: Caponga

Micropolo: Águas Belas

Figura 28. Mapa de localização do destino Caponga e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

O município de Cascavel possui potencialidade turística menor se comparado a Aquiraz, Aracati ou Beberibe. No entanto, se beneficia por estar no eixo Aquiraz – Beberibe, o que se constitui em uma oportunidade para se firmar como destino turístico do Polo Litoral Leste.

Em Cascavel, a Praia de Águas Belas é aquela que apresenta maior interesse turístico. No entanto, a **Praia de Caponga** é a mais reconhecida como atração turística do município, tendo sido, até recentemente, o único local do município a fazer parte de roteiros integrados oferecidos por operadores de Fortaleza. Com certa oferta de apoio ao turismo já instalada e uma imagem estabelecida no mercado, a Praia de Caponga deve se constituir em um destino foco de investimentos nessa região.

A **Praia de Águas Belas**, por sua vez, apresenta características intrínsecas mais interessantes, além de alguma oferta técnica instalada, apesar de seus fluxos incipientes. Ao ser contígua à Praia de Caponga, Águas Belas é naturalmente uma área de influência direta das ações empreendidas naquela praia.

8.1.5 Redonda/Ponta Grossa

Destino: Redonda/Ponta Grossa

Micropolo: Faixa litorânea de Icapuí

Figura 29. Mapa de localização do destino Redonda/Ponta Grossa e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

O município de Icapuí constitui-se em uma localidade com uma oferta turística satisfatória, fortemente dependente das praias. Icapuí ainda possui um fluxo turístico incipiente, o que é influenciado pela maior distância de Fortaleza, em relação aos demais municípios costeiros do Litoral Leste. No entanto, o município possui uma localização estratégica em relação a Natal e Mossoró, dois importantes polos emissores regionais; ademais, será positivamente impactado com a abertura do aeroporto em Aracati, que facilitará o acesso até o destino por um público de abrangência nacional.

O desenvolvimento turístico do município ainda está em um estágio inicial. Dentre suas praias, apresenta destaque a faixa contínua formada pela **Praia da Redonda** e **Praia de Ponta Grossa**, que possuem maior potencial de atração. Frente à inexistência de uma oferta técnica mais consolidada em nenhum outro ponto do município, essas duas praias devem se constituir no destino foco de investimentos.

As demais praias de Icapuí formam uma faixa costeira contínua, e são altamente influenciadas umas pelas outras. Nesse sentido, o desenvolvimento da Praia da Redonda e da Praia de Ponta Grossa podem, pouco a pouco, reverberar por toda a **faixa litorânea de Icapuí**, sendo esta a área de influência do desenvolvimento daquelas duas praias.

8.1.6 Cumbuco

Destino: Cumbuco

Micropolo: -

Figura 30. Mapa de localização do destino Cumbuco



Fonte: Ipeturis, 2011

A **Praia de Cumbuco** se sobressai na oferta turística do município de Caucaia. Enquanto as demais áreas de interesse turístico do município apresentam apenas um nível de interesse mediano, Cumbuco se constitui em uma praia reconhecida nacional e internacionalmente. Na Praia de Cumbuco estão os melhores equipamentos de hospedagem e alimentação, bem como serviços de receptivo e algumas atividades ligadas a esportes náuticos. Merece destaque a prática de windsurf e kitesurf, grandes responsáveis pela fama da Praia de Cumbuco.

Localizada muito próxima à cidade de Fortaleza, a praia recebe grandes fluxos de visitantes, sendo um alto percentual deles composto por excursionistas vindos da capital, mas suas condições de infraestrutura básica são deficientes. Tendo em vista a grande fama do destino

junto ao mercado turístico nacional e internacional, é imprescindível que a Praia de Cumbuco seja o foco único dos investimentos neste município.

8.2 Polo Chapada da Ibiapaba

O Polo Chapada da Ibiapaba tem, em relação ao Litoral Leste, um fluxo turístico pouco expressivo, o que não permite conhecer em profundidade as características da demanda atual. A vocação natural do polo, no entanto, é para atividades de ecoturismo e turismo de aventura, em função da profusão de atrativos e recursos naturais existentes na área. Os atrativos histórico culturais também apresentam algum destaque em determinados municípios do polo, como se observa na tabela abaixo.

Tabela 28. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Chapada da Ibiapaba

Segmento	Características	Destino
Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> • Passeios em trilhas; • Visita a grutas e cachoeiras; • Prática de atividades de aventura, como parapente, rapel, canyoning, trekking, voo livre e tirolesa. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tianguá • Ubajara
Histórico Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Visitação ao patrimônio cultural ou histórico local, incluindo os sítios tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN), além de igrejas, engenhos e casarões antigos; • Atividades ligadas a shows, festivais gastronômicos e eventos religiosos. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Viçosa do Ceará

Fonte: Ipeturis, 2011

A tabela apresentada na sequência indica sinteticamente os destinos turísticos identificados como prioritários para investimento no Polo Chapada da Ibiapaba. Os itens seguintes à tabela, por sua vez, descrevem cada uma das áreas, indicando pontos de realce e áreas críticas.

Para fins de padronização e conforme estabelecido em termo de referência deste estudo, entende-se como **destino** a área foco da ação. De acordo com definição do edital desta contratação, “o destino é uma área geográfica dentro do polo, na qual os turistas desfrutam dos bens, serviços e atrativos disponíveis”.

No entanto, o destino não se desenvolve isoladamente. Nesse sentido, foram definidas áreas de influência para cada um deles, denominadas de **micropolos**. Estas se constituem em áreas

geograficamente próximas ao destino, na qual estão presentes atrativos ou estruturas complementares que se julgam essenciais para garantir a vitalidade do destino, bem como sua competitividade no mercado. São áreas que, por um lado, serão impactadas positivamente com o desenvolvimento do destino e, por outro, podem contribuir para alavancar o desenvolvimento deste.

Nos subitens apresentados na sequência, tanto o destino como sua área de influência serão apresentados em mapas ilustrativos.

Tabela 29. Destino priorizado no Polo Chapada da Ibiapaba

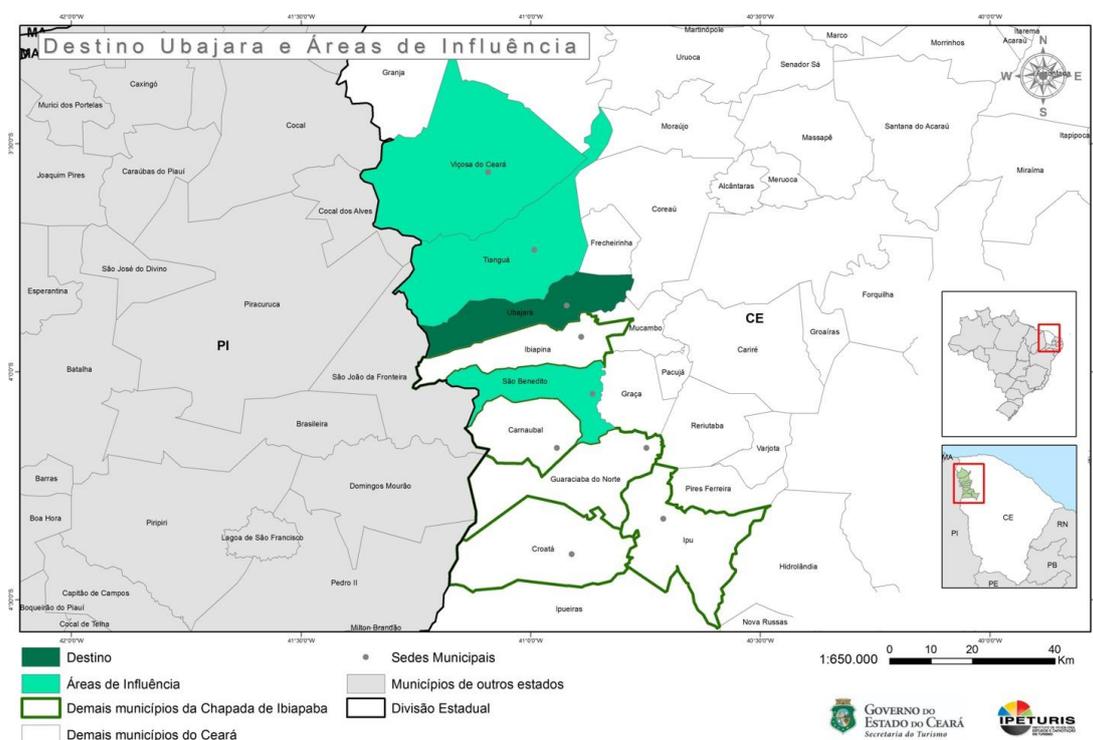
DESTINO	MICROPOLIO (ÁREA DE INFLUÊNCIA)
Ubajara	Viçosa do Ceará, São Benedito e Tianguá

Fonte: Ipeturis, 2011

8.2.1 Ubajara

Destino: Ubajara	Micropolo: Viçosa do Ceará, São Benedito e Tianguá
-------------------------	---

Figura 31. Mapa de localização do destino Ubajara e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

A visitação no Polo Chapada da Ibiapaba está concentrada no município de Ubajara e região, em função da existência do Parque Nacional de Ubajara, principal atrativo turístico do referido

polo. O município de **Ubjara**, em função disso, constitui-se no principal destino dessa região. Além de um atrativo de peso, dispõe de uma oferta técnica relativamente desenvolvida, apesar da predominância de estabelecimento de categoria simples. A oferta turística do município, tanto técnica quanto diferencial, concentra-se em uma área específica, sempre nas proximidades do parque nacional. Em função das características deste município e como forma de potencialização da atividade turística do Polo Chapada da Ibiapaba, Ubjara é o destino que deve ser priorizado nos investimentos direcionados a esta região.

No entanto, a pouca diversidade de atrativos turísticos, em contraposição à distância e dificuldade de acessar o polo desde os principais centros emissores, torna imprescindível que a estruturação e a promoção do polo sejam feitas mediante a parceria entre vários municípios. O turismo na região apenas ganhará força se viabilizado na forma de viagens multidestinos, de modo que o conjunto de atrações e atividades complementares dê maior atratividade para viagens feitas à região. Nesse sentido, consideram-se como áreas de influência imprescindíveis do município de Ubjara: Viçosa do Ceará, Tianguá e São Benedito.

Viçosa do Ceará possui um conjunto de atrativos turísticos diversificados, com atrações naturais e histórico culturais, devendo ser enfatizado o importante patrimônio histórico formado pelas edificações do centro da cidade, tombadas pelo IPHAN. Apesar de ainda pouco utilizado, esse patrimônio tem condições de se tornar um atrativo relevante para o polo. Atualmente, os eventos culturais e artísticos realizados no município são responsáveis por seu reconhecimento como destino turístico, em nível regional. O município possui uma oferta de hotéis e restaurantes ainda reduzida e bastante simples, a qual já é insuficiente para os fluxos recebidos durante a alta temporada.

Tianguá, por sua vez, tem um posicionamento estratégico, entre Viçosa do Ceará e Ubjara, e constitui-se em ponto obrigatório de passagem pela região, para turistas advindos de várias origens. Apesar de possuir poucos atrativos, todos de cunho natural, o município possui um parque hoteleiro que se destaca na região, por abarcar estabelecimentos com estrutura de lazer.

O município de **São Benedito**, apesar de possuir alguns pontos de interesse turístico, é considerado como área de influência do destino Ubjara em função das perspectivas de reforma e abertura de seu aeroporto para voos regulares de pequeno porte, o que poderia facilitar o acesso e potencializar a atividade turística nessa região.

8.3 Polo Maciço do Baturité

O Polo Maciço do Baturité, assim como o Polo Chapada da Ibiapaba, não tem uma demanda consolidada, que possibilite análises aprofundadas de seu comportamento. Contudo, não se pode desprezar a vocação turística da região para o ecoturismo e turismo de aventura, em especial, em função das condições geográficas e dos recursos naturais encontrados no Maciço.

Há destaque também para o segmento de turismo histórico cultural, que explora atividades e manifestações culturais regionais, além da agitada vida noturna do polo, principalmente nos períodos de alta temporada.

A tabela abaixo traz informações de como e onde os diferentes segmentos turísticos são e apresentam potencial para serem explorados no Polo Maciço do Baturité.

Tabela 30. Segmentos atendidos e passíveis de captação, por grau de prioridade – Polo Maciço do Baturité

Segmento	Características	Destino
Ecoturismo e aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Passeios em trilhas; • Visita a cachoeiras; • Prática de esportes de aventura, como rapel, trekking e cicloturismo. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Excursionistas e turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guaramiranga • Baturité • Pacoti
Histórico cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Visitação ao patrimônio cultural ou histórico local, incluindo igrejas e casarões antigos; • Atividades ligadas a shows, festivais de música e teatro; • Atividades ligadas à produção, exposição e comercialização de artesanato. <p><u>Demanda nacional e regional:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Excursionistas e turistas de estada com baixa permanência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guaramiranga • Baturité

Fonte: Ipeturis, 2011

A tabela apresentada na sequência indica sinteticamente os destinos turísticos identificados como prioritários para investimento no Polo Maciço do Baturité. Os itens seguintes à tabela, por sua vez, descrevem cada uma das áreas, indicando pontos de realce e áreas críticas.

Para fins de padronização e conforme estabelecido em termo de referência deste estudo, entende-se como **destino** a área foco da ação. De acordo com definição do edital desta contratação, “o destino é uma área geográfica dentro do polo, na qual os turistas desfrutaram dos bens, serviços e atrativos disponíveis”.

No entanto, o destino não se desenvolve isoladamente. Nesse sentido, foram definidas áreas de influência para cada um deles, denominadas de **micropolos**. Estas se constituem em áreas geograficamente próximas ao destino, na qual estão presentes atrativos ou estruturas complementares que se julgam essenciais para garantir a vitalidade do destino, bem como sua competitividade no mercado. São áreas que, por um lado, serão impactadas positivamente com o desenvolvimento do destino e, por outro, podem contribuir para alavancar o desenvolvimento deste.

Nos subitens apresentados na sequência, tanto o destino como sua área de influência serão apresentados em mapas ilustrativos.

Tabela 31. Destinos priorizados no Polo Maciço do Baturité

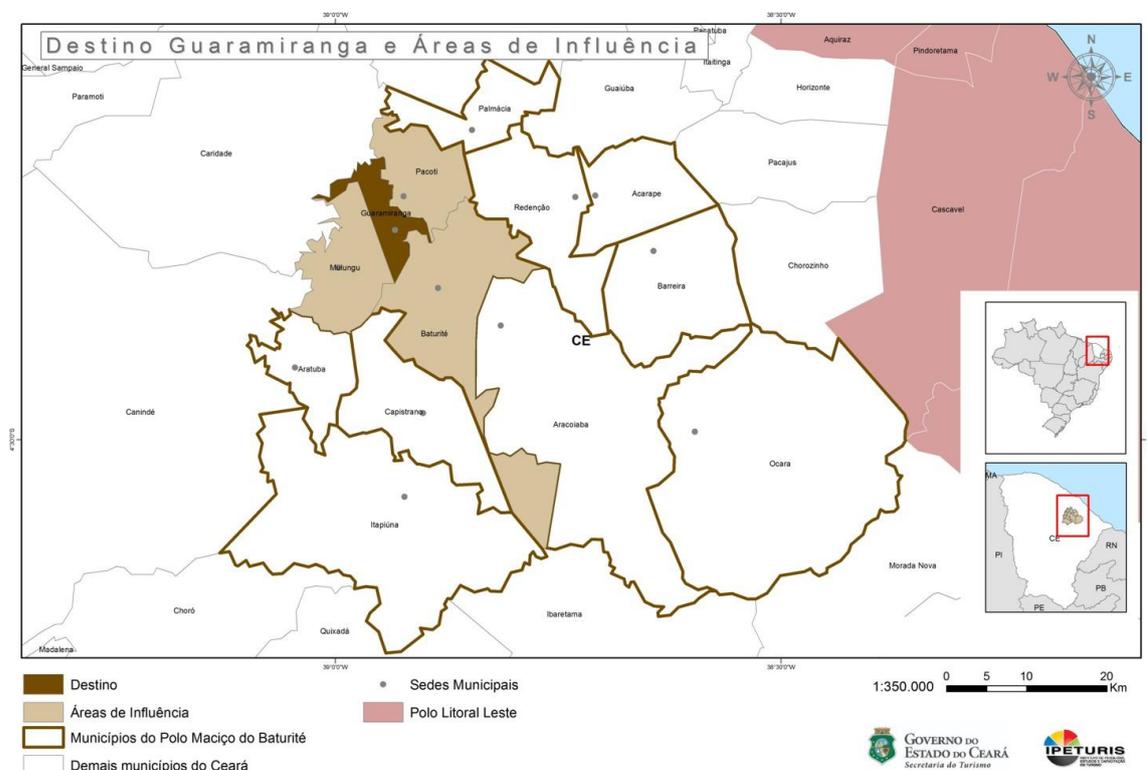
DESTINO	MICROPOLO (ÁREA DE INFLUÊNCIA)
Guaramiranga	Baturité, Mulungu e Pacoti

Fonte: Ipeturis, 2011

8.3.1 Guaramiranga

Destino: Guaramiranga	Micropolo: Baturité, Mulungu e Pacoti
------------------------------	--

Figura 32. Mapa de localização do destino Guaramiranga e sua área de influência



Fonte: Ipeturis, 2011

A visitação no Polo Maciço do Baturité está concentrada no município de Guaramiranga e imediações, em função do maior desenvolvimento turístico deste município dentro do polo. O município de **Guaramiranga**, em função disso, constitui-se no principal destino dessa região. Guaramiranga possui alguns pontos de interesse turístico mediano, tanto naturais quanto histórico culturais; no entanto, se consolidou no mercado regional como um destino de frio, em função de seu clima mais ameno. No encalço disso, desenvolveu uma oferta técnica com qualidade (e preços) superior à média encontrada nas demais localidades do polo. Em função das características deste município e como forma de potencialização da atividade turística do Polo Maciço do Baturité, Guaramiranga é o destino que deve ser priorizado nos investimentos direcionados a esta região.

Por estar situada próxima a Fortaleza (110km), Guaramiranga tem condições de atrair um fluxo de visitantes de final de semana. No entanto, a pouca relevância dos atrativos do município, bem como de seus vizinhos, torna mais interessante que a estruturação e a promoção do polo sejam feitas mediante a parceria entre vários municípios. O fomento às viagens multidestinos, que englobem mais de um destino do polo, tem condições de dar mais força e visibilidade ao Maciço do Baturité, enquanto polo turístico do Ceará. Nesse sentido, consideram-se como áreas de influência imprescindíveis do município de Guaramiranga: Baturité, Pacoti e Mulungu. Atualmente já existe um uso conjunto desses municípios, porém, geralmente em função da busca por equipamentos menos custosos nos municípios vizinhos a Guaramiranga, que pratica preços muito mais elevados do que a média da região.

Baturité é o portão de entrada para a Serra do Baturité. O município possui uma diversidade de atrativos naturais e histórico culturais, de interesse mediano. A oferta técnica do município é relativamente desenvolvida; na área de maior apelo turístico, a serra, há equipamentos com estrutura de lazer. A oferta de equipamentos de alimentação, no entanto, ainda é indiferenciada.

O município de **Pacoti**, por sua vez, é vizinho a Guaramiranga, e desenvolveu uma oferta técnica, principalmente de meios de hospedagem, com o objetivo de atender o público visitante de Guaramiranga em busca de hospedagem com valores mais baixos. Por isso, os meios de hospedagem de Pacoti oferecem estrutura e serviços um pouco mais desenvolvidos que a média do polo. Apesar de oferecer algumas opções de atrativos, estes recebem um fluxo de visitantes insignificante, consequência do papel desta como cidade dormitório.

O mesmo panorama é observado em **Mulungu**. O município também se constitui em uma cidade dormitório, e possui uma oferta hoteleira composta por estabelecimentos de melhor qualidade, voltados para o turismo de lazer. Embora esteja em uma área com grandes trechos de Mata Atlântica conservada, praticamente inexistem atrativos naturais aproveitados ou mesmo abertos para visitação.

8.4 Características desejáveis da oferta turística

Assim como ocorre em outros setores econômicos, o posicionamento estratégico dos produtos turísticos oferecidos pelos polos Litoral Leste, Chapada da Ibiapaba e Maciço do Baturité é fundamental para o sucesso da atividade. A adequação da oferta à expectativa das demandas de cada segmento atendido e a diferenciação dos produtos traz, em geral, possibilidade de destaque frente à concorrência.

A tabela que segue apresenta o custo do tempo do turista, em reais, para acessar os destinos a partir de um núcleo urbano do município ao qual o destino se refere e de um ponto de referência do polo em questão, como explicado no capítulo 3. Ao comparar o custo do tempo de acesso dos destinos escolhidos, tem-se um indicativo da disposição potencial da demanda em visitá-lo.

Tabela 32. Características desejáveis da oferta – acesso ao atrativo

	Acesso ao atrativo (custo do tempo em R\$)	
	do núcleo urbano	do ponto de referência
Polo Litoral Leste		
Destino Porto das Dunas	6	29 a 33
Destino Canoa Quebrada	14	192
Destino Morro Branco / Praia das Fontes	4 a 6	77 a 83
Destino Caponga	11	64
Destino Redonda / Ponta Grossa	4 a 14	223 a 267
Destino Cumbuco	11 a 18	21
Polo Chapada da Ibiapaba		
Destino Ubajara	2 a 14	291 a 369
Polo Maciço do Baturité		
Destino Guaramiranga	2 a 6	70 a 90

Fonte: Ipeturis, 2011

A tabela seguinte confronta as preferências da demanda potencial com a situação atual dos destinos. Assim, verifica-se que o custo relacionado ao deslocamento a partir do núcleo urbano é baixo para os destinos escolhidos. O alto custo relacionado com o deslocamento do

ponto de referência, especialmente nos destinos do Polo Chapada da Ibiapaba, indica a necessidade de o turista poder se alojar próximo aos atrativos, tendo um parque hoteleiro que satisfaça suas necessidades.

Tabela 33. Características desejáveis da oferta – paisagem, atividades complementar e serviços turísticos

	Paisagem	Atividade complementar		Serviços turísticos
		1ª opção	2ª opção	
Polo Litoral Leste				
Demanda potencial	I: dunas N: dunas R: falésias	I: atrativos históricos e culturais N: parque aquático R: festas populares	I: vida noturna/ atividades de ecoturismo N: atrativos históricos e culturais R: vida noturna	I: simples N: confortável R: luxo
Destino Porto das Dunas	- dunas - praias extensas	- parque aquático - atividades de ecoturismo	- atrativos históricos e culturais	- luxo - confortável - simples
Destino Canoa Quebrada	- falésias - dunas - praia extensa	- vida noturna	- atrativos históricos e culturais	- confortável - simples
Destino Morro Branco /Praia das Fontes	- falésias - dunas - praia extensa	- atividades de ecoturismo		- confortável - simples
Destino Caponga	- falésias - dunas	- atrativos históricos e culturais		- simples
Destino Redonda/ Ponta Grossa	- falésias - dunas - praia extensa	- atividades de ecoturismo		- simples
Destino Cumbuco	- dunas - praias extensas	- atividades de ecoturismo		- confortável - simples
Polo Chapada da Ibiapaba				
Demanda potencial	I: água N: água e caverna R: água	I: banho de rio N: banho de rio R: banho de rio	I: passeio a cavalo e bicicleta N: atividades em caverna R: observação da paisagem	I: simples N: confortável R: confortável
Destino Ubajara	- caverna - água - formações rochosas - serra	- caminhada - banho de rio - observação da paisagem	- rapel - tirolesa	- simples
Polo Maciço do Baturité				
Demanda potencial	I: água N: água e caverna R: água	I: banho de rio N: banho de rio R: banho de rio	I: passeio a cavalo e bicicleta N: atividades em caverna R: observação da	I: simples N: confortável R: confortável

	Paisagem	Atividade complementar		Serviços turísticos
		1ª opção	2ª opção	
			paisagem	
Destino Guaramiranga	- água - formações rochosas - serra	- caminhada - banho de rio - observação da paisagem	- atividades em caverna - rapel - tirolesa	- simples

Legenda: I = internacional; N = nacional; R = regional

Fonte: Ipeturis, 2011

Verifica-se, por exemplo, alguma defasagem quanto à categoria dos serviços turísticos oferecidos ou quanto à diversidade de atividades disponíveis. Esses tópicos são aprofundados no item a seguir.

8.5 Investimentos prioritários

Com base no cenário real e prospectivo do turismo nos três polos – em termos de demanda, oferta e concorrência – e na compatibilização entre oferta e demanda, são fornecidos, na sequência, indicativos dos investimentos necessários para aumentar a competitividade dos destinos selecionados para receberem os benefícios do Prodetur, incluindo os cinco destinos selecionados no âmbito desta contratação (Porto das Dunas, Redonda/Ponta Grossa, Caponga, Ubajara e Guaramiranga) e os três destinos previamente selecionados (Cumbuco, Morro Branco/Praia das Fontes e Canoa Quebrada).

Na identificação dos investimentos necessários, levou-se em conta os componentes do Prodetur, quais sejam: estratégia do produto turístico, infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos, gestão ambiental, promoção e comercialização e fortalecimento institucional. Alguns destes componentes não se constituíram em focos de análise ao longo da elaboração deste Estudo de Mercado. De qualquer forma, foi possível apreender alguns elementos relacionados a eles ao longo de seu processo de construção.

Tabela 34. Investimentos prioritários nos destinos turísticos, por componente do Prodetur

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	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas (centro histórico de Aquiraz) Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	
Estratégia de produto turístico	Reestruturação de acervo do Museu Sacro São José de Ribamar	Porto das Dunas (centro histórico de Aquiraz)	
Estratégia de produto turístico	Produção de conteúdo e material interpretativo para atrativos histórico culturais	Porto das Dunas (centro histórico de Aquiraz) Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	
Estratégia de produto turístico	Fomento ao uso de edificações históricas para fins turísticos	Porto das Dunas (centro histórico de Aquiraz) Canoa Quebrada (centro histórico de Aracati)	
Estratégia de produto turístico	Ações de apoio e valorização à cultura regional	Porto das Dunas Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Caponga Redonda/Ponta Grossa Cumbuco

COMPONENTE PRODETUR	INVESTIMENTO	DESTINO FOCO DO INVESTIMENTO	
Estratégia de produto turístico	Incentivo à execução, criação e atração de eventos culturais	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas Ubajara	
Estratégia de produto turístico	Sensibilização do <i>trade</i> 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 - Atendimento ao cliente - Idiomas - Gestão de empresas de turismo - Formatação de roteiros turísticos - Produção artesanal	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes Caponga	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara Guaramiranga
Gestão ambiental	Criação de mecanismos de acompanhamento dos impactos socioambientais nos destinos	Porto das Dunas Canoa Quebrada Morro Branco/Praia das Fontes	Redonda/Ponta Grossa Cumbuco Ubajara

COMPONENTE PRODETUR	INVESTIMENTO	DESTINO FOCO DO INVESTIMENTO	
		Caponga	Guaramiranga
Gestão ambiental	Criação de programas de educação ambiental	Porto das Dunas 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	Porto das Dunas (Praia de Porto das Dunas) Caponga Redonda/Ponta grossa Guaramiranga	
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Melhoria na infraestrutura de drenagem pluvial	Porto das Dunas (Praia de Porto das Dunas)	
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Padronização e implantação de sinalização turística	Porto das Dunas (Praia de Porto das Dunas) Redonda/Ponta grossa Ubajara Guaramiranga	
Infraestrutura de acesso a destinos e serviços básicos	Expansão da cobertura do sistema de abastecimento de água	Porto das Dunas (Praia do Iguape) 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) 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	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)	

Fonte: Ipeturis, 2011