GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
Secretaria do Turismo

EVOLUÇÃO RECENTE DO TURISMO NO CEARÁ 2010/19

1. Introdução

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

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

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

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

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

Em 1995, elabora-se o Plano de Desenvolvimento Sustentável do Estado do Ceará, com o turismo em destaque como atividade econômica de maior dinamismo na formação do PIB do Estado (CEARÁ, 1995). Para planejamento de atividades turísticas, neste mesmo ano,

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

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

2. Agregados do Turismo no Ceará

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

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

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

A capital concentra o maior fluxo turístico do Estado, de acordo com a SETUR/CE (2019) e em consequência, maior receita, mas, diferente do que se pensa, a demanda do interior tem aumentado bastante, sobretudo em municípios litorâneos em condições de receber adequadamente fluxos. A transformação ocorre pelas políticas de

investimentos públicos no interior para desafogo de concentração da capital, interiorização do turismo, divisão de receitas de demanda turística.

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

O turismo no Ceará cresceu significativamente nos últimos anos contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. No período 2010/2019 o fluxo turístico via Fortaleza saltou 2.691.729 para 3.708.821 visitantes, cuja variação foi de 37,8%, ou seja, cresceu na base de 3,6% ao ano. O fluxo internacional no período caiu de 219.430 para 384.428 turistas, apresentando uma variação de 75,23%, sendo a taxa anual de crescimento na ordem de 6,4%. O nível de empregos nos setores produtores de bens e serviços de consumo turístico (alojamento e alimentação) no Estado cresceu de 4,3% ao ano. A participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto da economia (PIB) passou de 10,3% para 12,69%.

Quadro 1
Agregados Turísticos do Ceará – 2010/2019

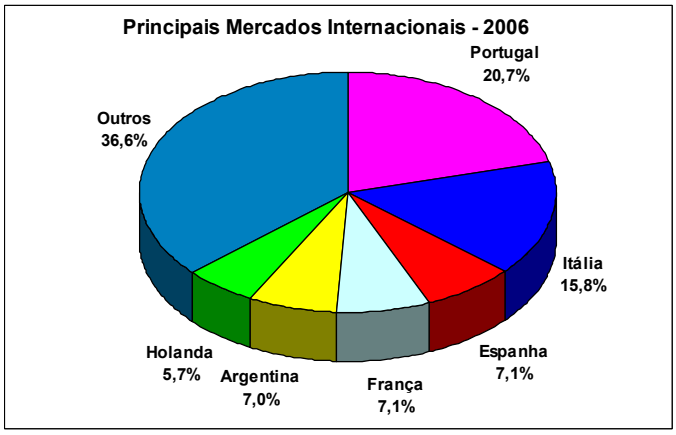
Agregados	Período		Variações(%)	
	2010	2019	Total	Anual
Demanda Turística para Ceara	2.691.729	3.708.821	37,8	3,6
. Nacional	2.472.299	3.324.393	34,5	3,3
. Internacional	219.430	384.428	75,2	6,4
Demanda Hoteleira de Fortaleza	1.465.688	2.075.964	41,6	3,9
Taxa de ocupação hoteleira (%)	66,4	76,8	15,7	1,6
Gastos percapitas (R$)	1.510,31	3.165,28	109,6	8,6
Receita Turística Direta (R$ milhões)	4.065,3	11.739,5	188,8	12,5
Renda Gerada (R$ milhões)	7.114,4	20.544,0	188,8	12,5
. Impacto sobre o PIB (%)	10,3	12,6	22,4	2,3
Oferta Hoteleira no Ceará (UHs)	24.294	40.119	65,1	5,7
Empregos nas Atividades do Turismo	51.513	75.289	46,2	4,3
Movimento no Aeroporto (mil Pax)	4.614	7.157	55,1	5,0

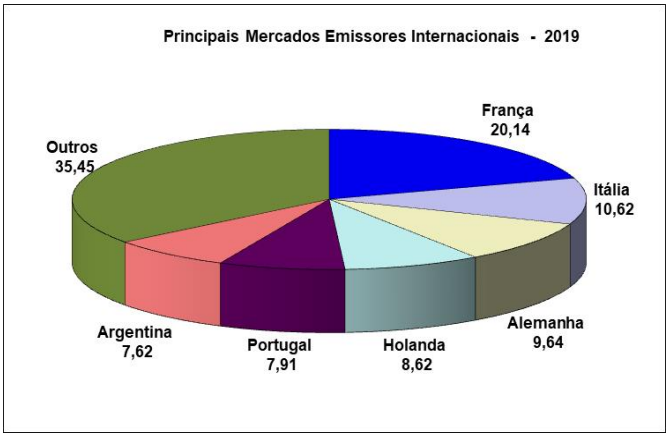
Fonte: SETUR/CE
Nota: a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística e o PIB; b) A receita é obtida pelo produto entre gasto percapita e demanda turística via Fortaleza; e c) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi 1,75 .

No mesmo período, a demanda hoteleira de Fortaleza passou de 1.465.688 para 2.075.964 hóspedes, apresentando uma variação de 41,6%, cujo crescimento anual de foi de 3,9%. A oferta da rede hoteleira de Fortaleza, medida pela capacidade instalada em termos de Uhs aumentou de 24.294 em dezembro de 2010, para 40.119, verificando-se uma variação de 65,1%. No mesmo período a taxa de ocupação média anual da rede hoteleira de Fortaleza oscilou entre 66,4% e 76,8, cuja média foi de 15,7%.

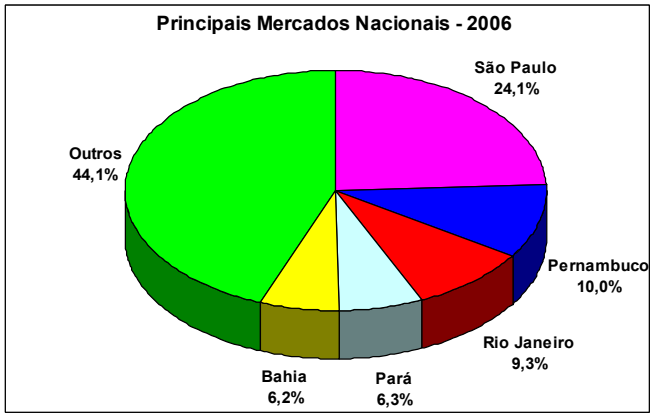
3. Principais Mercados emissores para o Ceará–2006/19

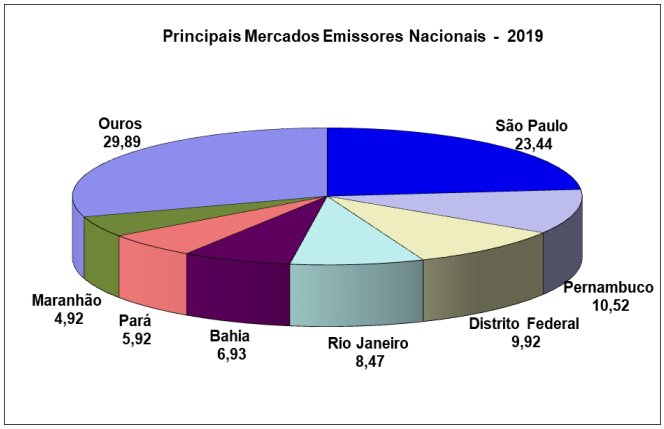
De acordo com dados das pesquisas e da Policia Federal (delegacia de imigração), os turistas internacionais que se destinaram ao Ceará eram predominantemente residentes na Europa. Entre os países a França destacou-se como principal emissor respondendo por 20,14%, em segundo lugar Itália 10,62%, em terceiro lugar a Alemanha 9,64% e em quarto lugar Holanda com 8,62%. Analisando os dados de 2006, observa-se que Portugal (20,7%) pareceu em primeiro lugar, seguido por Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).





Analisando os principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, identifica ligeira predominância dos residentes na região Sudeste. Entre os brasileiros o estado de São Paulo destacou-se como principal emissor respondendo por 23,44%, em segundo lugar Pernambuco 10,52%, em terceiro lugar o Distrito Federal 9,92% e em quarto lugar Rio de Janeiro com 8,47%. Analisando os dados de 2006, observa-se que São Paulo (24,1%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro com (9,3%).





4. Evolução do emprego formal no setor de serviços – 2019

Segundo dados do CAGED (Cadastro Geral de empregados e desempregados) do Ministério do Trabalho e Emprego, no saldo de empregos formais gerados no setor de serviços (onde a atividade turística está inserida), no período de janeiro a dezembro de 2019, o Ceará registrou 11.783 empregos no saldo positivo apresentando primeiro lugar do rank no saldo positivo em números de postos de trabalhos gerados, representando cerca de 27,3% dos empregos gerados na Região Nordeste. Bahia ficou em segundo lugar com saldo positivo com 10.046 postos de trabalhos, Pernambuco em terceiro com saldo 7.501 e Maranhão em quarto com apenas 6.030 empregos gerados pelo setor. Importante destacar que estado como Rio Grande do Norte ficou com saldo muito aquém, ou seja, 2.161 novos postos de trabalhos.

Quadro 2
Evolução do Emprego por Nível Geográfico Segundo Setor de Serviços

Estados	Dezembro 2019			Janeiro a Dezembro			Rank
	Admissão	Demissão	Saldo	Admissão	Demissão	Saldo	
Ceará	**10.446**	**11.359**	**-913**	**173.741**	**161.958**	**11.783**	**1**
Bahia	18.614	19.909	-1.295	252.681	242.635	10.046	**2**
Pernambuco	10.622	12.182	-1.560	170.861	163.360	7.501	**3**
Maranhão	2.962	4.582	-1.620	62.100	56.070	6.030	**4**
Paraíba	3.646	5.852	-2.206	55.704	52.020	3.684	**5**
Sergipe	2.811	2.914	-103	37.251	33.886	3.365	**6**
Rio grande do Norte	4.172	6.084	-1.912	64.240	62.079	2.161	**7**
Alagoas	2.414	2.900	-486	40.427	40.524	-97	**8**
Piauí	2.133	2.209	-76	36.800	38.137	-1.337	**9**
Nordeste	**57.820**	**67.991**	**- 10.171**	**893.805**	**850.669**	**43.136**	**....**
Brasil	**437.969**	**551.821**	**- 113.852**	**6.966.824**	**6.584.299**	**382.525**	**....**
Participação NExBR	**13,2**	**12,3**	**8,9**	**12,8**	**12,9**	**11,3**	**....**
Participação CExNE	**18,1**	**16,7**	**9,0**	**19,4**	**19,0**	**27,3**	**....**

Fonte: MTE-Cadastro Geral de Empregados e Desempregados -Lei 4923/65

5. Sazonalidade da Demanda

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

De acordo com o quadro abaixo, a distribuição anual da demanda turística mostra que os períodos de pico ocorrem nos meses de férias de janeiro, julho e outubro. O mês de janeiro concentra 86,1% da demanda anual, mês de julho 83,4% e o mês de outubro 73,8%. Os meses de setembro e novembro mostram também uma relativa concentração, aglutinando percentuais médios entre 73,0% e 73,1% respectivamente. Abril, maio e junho são os meses que apresentam as menores taxas de ocupações na rede hoteleira, ainda que isso não seja observado de maneira uniforme entre eles ao longo do tempo.

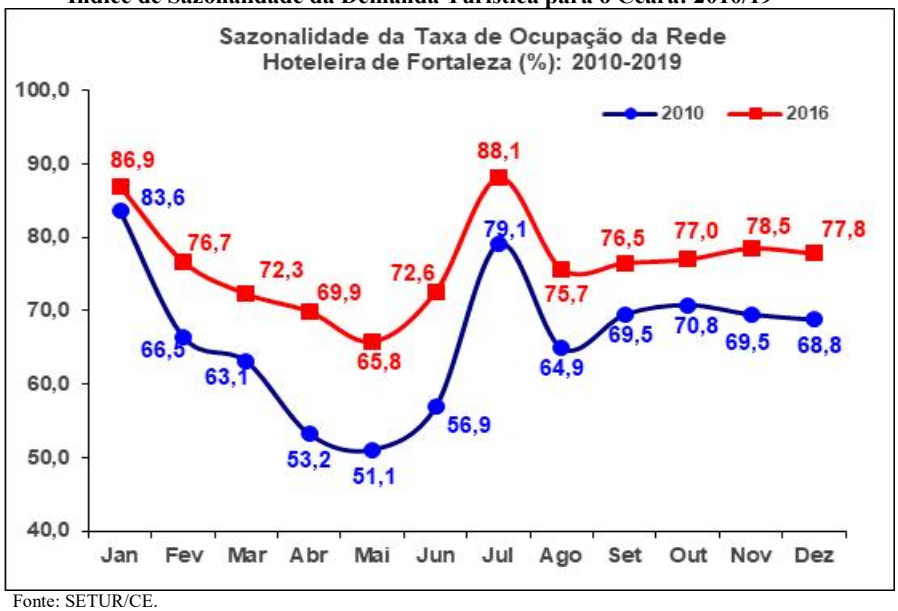
Quadro 5
Índice de Sazonalidade da Demanda Turística no Ceará – 2010/19

Meses	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Média
Jan	83,6	84,5	86,8	88,9	89,1	89,3	81,3	84,9	85,8	86,9	86,1
Fev	66,5	67,1	68,9	71,3	72,1	72,9	70,2	73,8	75,8	76,7	71,5
Mar	63,1	63,6	64,2	67,3	67,7	67,9	65,0	69,9	71,7	72,3	67,3
Abr	53,2	55,6	58,4	65,4	65,6	66,0	63,7	66,5	68,6	69,9	63,3
Mai	51,1	54,2	56,2	59,0	59,1	60,0	58,1	62,4	64,8	65,8	59,1
Jun	56,9	58,7	59,5	62,6	66,2	66,9	64,8	69,6	71,9	72,6	65,0
Jul	79,1	81,2	82,4	80,3	86,3	87,0	78,5	84,3	87,2	88,1	83,4
Ago	64,9	66,1	67,9	68,7	69,3	71,0	69,5	71,9	74,2	75,7	69,9
Set	69,5	69,8	70,1	73,2	74,5	75,0	71,3	73,8	75,9	76,5	73,0
Out	70,8	71,0	72,3	74,2	74,3	74,7	71,9	74,6	76,7	77,0	73,8
Nov	69,5	69,0	70,1	72,5	72,6	73,0	71,9	75,8	78,0	78,5	73,1
Dez	68,8	65,2	68,3	69,1	69,6	70,5	69,4	73,9	76,9	77,8	71,0
Total	**66,4**	**67,2**	**68,8**	**71,0**	**72,2**	**72,9**	**69,6**	**73,5**	**75,6**	**76,5**	**71,4**

Fonte: SETUR/CE

A sazonalidade da demanda turística se considerada fenômeno regular em todos os destinos turísticos. De acordo com o Gráfico abaixo, a distribuição anual da demanda turística mostra que os períodos de pico ocorrem nos meses de férias, janeiro, julho e dezembro. O acumulado de 2019 a média geral é de 76,5% e, para 2010, o índice de ocupação foi de 66,4%. O Ceará de agora, possui alta estação o ano todo. Notadamente, pela a recente inauguração do novo Centro de Eventos do Ceará em 2012.

Índice de Sazonalidade da Demanda Turística para o Ceará: 2010/19



Fonte: SETUR/CE.

O calendário do turismo refere-se aos meses de maior fluxo e verifica-se é que, fora dos períodos de alta, há aumento no percentual de entrada, em datas de grandes eventos. A pesquisa da SETUR/CE (2019) destaca que os eventos diminuem os efeitos da sazonalidade, ampliam a quantidade de emprego, com diminuição da instabilidade do mercado turístico.

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

6. Interiorização do turismo

A capital cearense concentra notadamente o fluxo turístico do Estado e, por consequência, a maior receita gerada pelo setor. No entanto, a cada ano, cresce a demanda para o interior do Ceará, sobretudo nos municípios localizados nas regiões litorâneas. Este cenário é decorrente das políticas e investimentos públicos voltados para interiorização do turismo que visa desconcentrar os impactos da receita gerada pelos turistas para as demais regiões cearenses, bem como ampliar o tempo de permanência de visitantes no Estado. Na tabela abaixo se observa os resultados referentes à movimentação turística no Ceará no período de 2010 a 2019, envolvendo os fluxos de origem nacional, internacional e intra-estadual na capital e em 75 municípios turísticos do Ceará.

A SETUR/CE quer interiorizar o turismo, ação que aumenta o tempo de permanência do turista no Estado. Assim, empreendem-se esforços para que turistas visitem cidades e comunidades fora da capital. O Quadro 6 ressalva resultados da movimentação turística, no período analisado, envolvendo fluxos nacional, internacional e intraestadual na Capital e em 75 municípios turísticos.

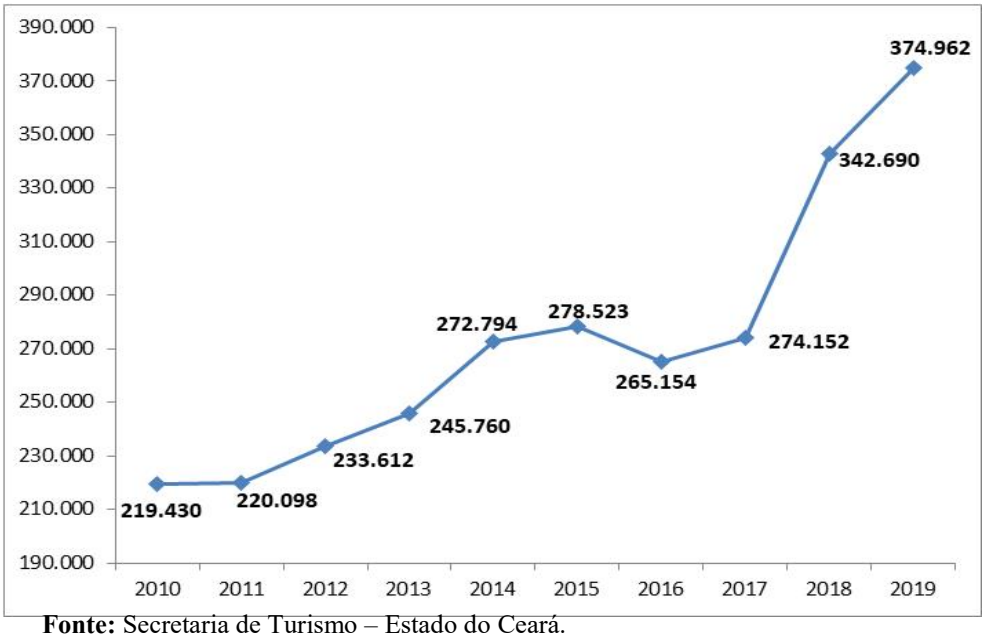
Quadro 6
Movimentação Turística no Ceará - 2010/2019

Anos	Movimentação Turística				
	Capital	(%)	Interior	(%)	Total
2010	2.691.729	21,4	10.008.271	78,6	12.595.005
2011	2.848.459	21,3	10.554.992	78,7	13.403.451
2012	2.995.024	21,1	11.199.231	78,9	14.194.255
2013	3.141.406	22,4	10.859.050	77,6	14.000.456
2014	3.262.259	22,5	11.209.850	77,5	14.472.109
2015	3.343.815	23,6	10.820.541	76,4	14.164.356
2016	3.243.501	22,8	10.976.397	77,2	14.219.898
2017	3.384.593	23,3	11.155.779	76,7	14.540.372
2018	3.560.575	23,9	11.335.161	76,1	14.895.736
2019	3.708.821	24,4	11.520.161	75,6	15.228.982

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

O Ceará registra evolução da atividade turística nos últimos anos – notadamente no turismo internacional. Notadamente, em 2018, com a implantação do HUB Aéreo conectando o Ceará ao Brasil e o Mundo. Dados da Secretaria de Turismo mostram que, entre 2010 e 2019, a demanda via Fortaleza mais do que dobrou, de 219.430 para 374.962, crescimento médio da ordem de 6,1% ao ano.

Recepção de turistas estrangeiros no Ceará (2010-2019) - (chegadas)



Fonte: Secretaria de Turismo – Estado do Ceará.

Turistas estrangeiros, em visitação ao Brasil, desembolsam, em média, US$ 129,55 dólares por dia. No entanto os gastos variam consideravelmente dependendo do motivo da viagem:

com finalidade de visitar parentes e amigos ou de estudo inclusive, desembolsam-se, em média, US$ 66,6 por dia, e por motivo de lazer gastam-se cerca de US$ 93,4 por dia.

Turista de negócios, participantes de congressos, feiras e exposições comerciais despendem US$ 162,4 por dia, em detalhe, o perfil do turista estrangeiro em visita ao Brasil. Este último constitui o grupo com maior poder de geração de receitas e benefícios econômicos: é o que mais gasta; são empresários brasileiros que realizam negócios com informações e experiências que alavancam a atividade empresarial; turistas que, atendidas as expectativas, voltam com família e/ou amigos em viagem de lazer; o ano inteiro, não apenas em época de férias; pessoas mais bem informadas por formadores de opinião, que influenciam a decisão de viajar de outrem. Por outro lado, é um grupo mais exigente em qualidade de serviços e atendimentos e requer atenção especial.

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

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

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

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

Do total de turistas que se destinaram a Fortaleza no período 2010/2019, cerca de 76,82% visitaram outras localidades do Estado. Essa taxa de interiorização oscilou entre 64,6% e 75,6%, no período citado. Todavia, de um modo geral, cerca de 80,38% das preferências dos turistas foram

marcadamente direcionadas para as localidades litorâneas, 5,69% para as serras e 13,93% para o sertão, conforme quadro abaixo. Importante destacar que a movimentação no Ceará no período analisado cresceu 37,79%, sendo litoral com 34,39%, Serra com 122,73% e Sertão com 36,41%.

Quadro 7
Interiorização da demanda turística segundo as áreas mais visitadas

Local	2010		2019		Var (%)
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	
Litoral	2.218.254	82,41	2.981.150	80,38	34,39
Serra	94.749	3,52	211.032	5,69	122,73
Sertão	378.726	14,07	516.639	13,93	36,41
Total	**2.691.729**	**100,00**	**3.708.821**	**100,00**	**37,79**

Fonte: SETUR/CE

Os principais destinos na preferência dos turistas em 2019, excluindo o litoral de Fortaleza, são: Jijoca de Jerciacoacoara, Aquiraz, Caucaia, Aracati, Beberibe, Paraipaba e Paracuru.

Quadro 8
Destinos Preferidos pelos Turistas – 2019

	Discriminação	Percentual na Demanda (%)		Turistas	Permanência (Dias)
		Interior	Total		
1	Jijoca Jericoacoara	18,84	13,91	698.742	4,75
2	Aquiraz	15,21	10,12	564.112	7,00
3	Caucaia	12,46	9,94	462.119	5,55
4	Aracati	10,01	8,13	371.253	4,25
5	Beberibe	9,96	6,32	369.399	5,45
6	Paraipaba	6,03	2,50	223.642	6,45
7	Paracuru	3,17	1,95	117.570	5,85
8	Icapuí	2,98	1,34	110.523	5,35
9	Juazeiro	2,53	1,26	93.833	7,25
10	Cascavel	2,16	1,30	80.111	7,55
11	Sobral	1,82	1,05	67.501	6,25
12	São Gonçalo	1,68	1,03	62.308	6,15
13	Trairi	1,51	0,92	56.003	4,55
14	Ubajara	1,38	0,61	51.182	7,05
15	Maranguape	1,35	0,63	50.069	9,95
16	Tianguá	1,01	0,59	37.459	5,25
17	São Benedito	0,91	0,55	33.750	8,55
18	Guaramiranga	0,82	0,44	30.412	5,45
19	Quixadá	0,61	0,32	22.624	6,55
20	Outros	2,11	0,25	78.256	4,95
	Subtotal	**96,6**	**63,2**	**3.580.867**	**6,2**
	Outras localidades	**3,5**	**13,6**	**127.954**	**3,0**
	Total Interiorização	**100,0**	**76,8**	**3.708.821**	**9,5**

Fonte: SETUR/CE (dados preliminares), 2019.

7. Produtos e Destinos Turísticos

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

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

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

Quadro 11
Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará

SEGMENTOS			DESTINOS
CULTURAL	Sol e Praia	COMPRAS	· Fortaleza e entorno · Canoa Quebrada · Jericoacoara e Camocim · Outros
	Eventos e Negócios		· Fortaleza · Crato e Juazeiro · Iguatu · Pplos Agrícolas e Industriais Interior · Guaramiranga · Outros
	Visita Parentes/Amigos		· Litoral · Serras · Sertão
	Religioso		· Canindé · Juazeiro do Norte · Outros
	Outros		· Santana do Cariri: Arqueológico · Ubajara: Espeleologia · Litoral, Serras e Sertão: Esportes/Aventuras e Ecológicos/Rural.

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

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

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

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

8. Segmentação e Produto

A segmentação de mercado consiste na sua divisão em grupos de demanda com características homogêneas. É um importante instrumento como guia no processo de desenvolvimento da oferta turística. Existe uma diversidade de critérios a serem utilizados na segmentação do mercado turístico[1]. Para esta pesquisa, utilizaram-se como critérios de segmentação as motivações das viagens e o elemento geográfico, visando caracterizar o espectro dos produtos ofertados pelo destino turístico Ceará. De acordo com o quadro 12, o principal motivo da viagem para o Ceará via Fortaleza é passeio (45,4%), vindo em seguida visita a parente/amigos (19,8%), negócios/trabalho (18,4%) e congressos/eventos com 12,3%.

Quadro 12
Demanda turística via Fortaleza segundo a motivação – 2019

Motivação	Turistas		Perm. (dias)	Gastos (R$)		Receita Turística		Impacto no PIB(%)
	Total	(%)		Percapita	Percapita/Dia	R$ Milhões	(%)	
Lazer/Passeio	1.683.805	45,4	12,87	3.288,43	255,51	5.537,1	47,2	5,9
Visita Parente/Amigo	734.347	19,8	10,48	3.265,71	311,61	2.398,2	20,4	2,6
Negócios/Trabalho	**682.423**	**18,4**	**6,91**	**3.108,95**	**449,92**	**2.121,6**	**18,1**	**2,3**
Congressos/Eventos	**456.185**	**12,3**	**4,98**	**3.258,88**	**654,39**	**1.486,7**	**12,7**	**1,6**
Outros	152.062	4,1	11,89	2.995,19	251,91	201,7	1,7	0,2
Total	**3.708.821**	**100,0**	**9,43**	**3.165,28**	**335,80**	**11.739,5**	**100,0**	**12,6**

Fonte: SETUR/CE

Nota: a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística Total (Direta e Indireta) e o PIB; b) A Receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Percapita e Demanda Turística via Fortaleza; c) Receita Turística Total (Direta+Indireta) ou Renda Gerada, decorre do processo interativo dos gastos dos turistas na economia via propensão marginal a consumir (efeito multiplicador); d) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi de 1996=1,34, 1997=1,43, 1998=1,53, 1999=1,64 e 2000 a 2004=1,75 (in Ferreira, Assuéro e Oliveira, Aércio – Estruturação da Matriz de Insumo - Produto do Turismo do Ceará, Fortaleza, março de 1996); e) PIB cf(2007 a 2010) estimativa do IPECE/CE.

A receita direta gerada pela atividade turística na economia cearense em 2019 foi de 11,7 bilhões de reais. Segundo levantamento da Secretaria de Turismo do Ceará (Setur). O segmento negócios/trabalho + congressos/eventos corresponde a 30,7%, ou seja, 1.138.608

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

turistas e impacta aproximadamente 3,9% do PIB. A cada R$ 1,00 gasto em Promoção e Marketing o Ceará recebe R$ 3,59.

Apesar do passeio ainda ser a maior motivação do turista que visita o Ceará (45,4%), o turismo de Negócios/trabalho e Congressos/eventos tem uma participação extremamente importante na atividade turístico no Estado, com 30,7% do fluxo total. Esse cenário é corroborado pelo crescente número de feiras e congressos realizados em Fortaleza após a inauguração do Centro de Eventos do Ceará. Somente em 2019, foram realizados 125 eventos.

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

- **Lazer/Passeio**: Este segmento representou 45,4% do fluxo turístico, verificado em 2019, e cerca de 47,2% da receita turística. Os turistas que compõem esse segmento apresentaram um gasto percapita/dia de R$ 255,51 e uma permanência média de 12,9 dias.

- **Visita a parentes e amigos**: Este segmento representa 19,8% do fluxo turístico é responsável por 20,4% da receita turística. O gasto percapita/dia foi de R$ 311,61 e a permanência média de 10,5 dias.

- **Negócios/trabalho e eventos/congressos**: Este segmento correspondeu a 30,7% do fluxo turístico e a 30,6% da receita turística total gerada pelo turismo no Estado. O gasto percapita/dia foi de R$ 548,14 e a permanência média de 5,9 dias.

É importante ressaltar que as viagens ao Ceará motivadas por negócios e eventos, têm nos atrativos naturais seu principal estímulo, o que revela seu forte poder de atração turística, principalmente de suas praias e clima. Entre os fatores que influenciam as viagens, os comentários de parentes e amigos têm sido o principal fator de influência, com 42,80%, em média, seguindo o fator em ordem de importância foi o conhecimento do local com 36,90%. Importante destacar, que a internet representa 9,20%

Quadro 13
Fatores de Influência na Demanda por Negócios/Eventos

Fatores de Influência	2010		2019		Var (%)
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	
Comentários Parentes	1.090.689	40,50	1.587.375	42,80	45,54
Já conhecia Ceará	966.062	35,90	1.368.555	36,90	41,66
Internet	178.462	6,60	341.212	9,20	91,20
Propaganda/Mídia	173.078	6,40	255.909	6,90	47,86
Agências de Viagens	124.627	4,60	137.226	3,70	10,11
Outros	158.812	5,90	18.544	0,50	-88,32
Total Geral	**2.691.729**	**100,00**	**3.708.821**	**100,00**	**37,79**

Fonte: SETUR/CE

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

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

Quadro 14
Estrutura dos Gastos dos Turistas

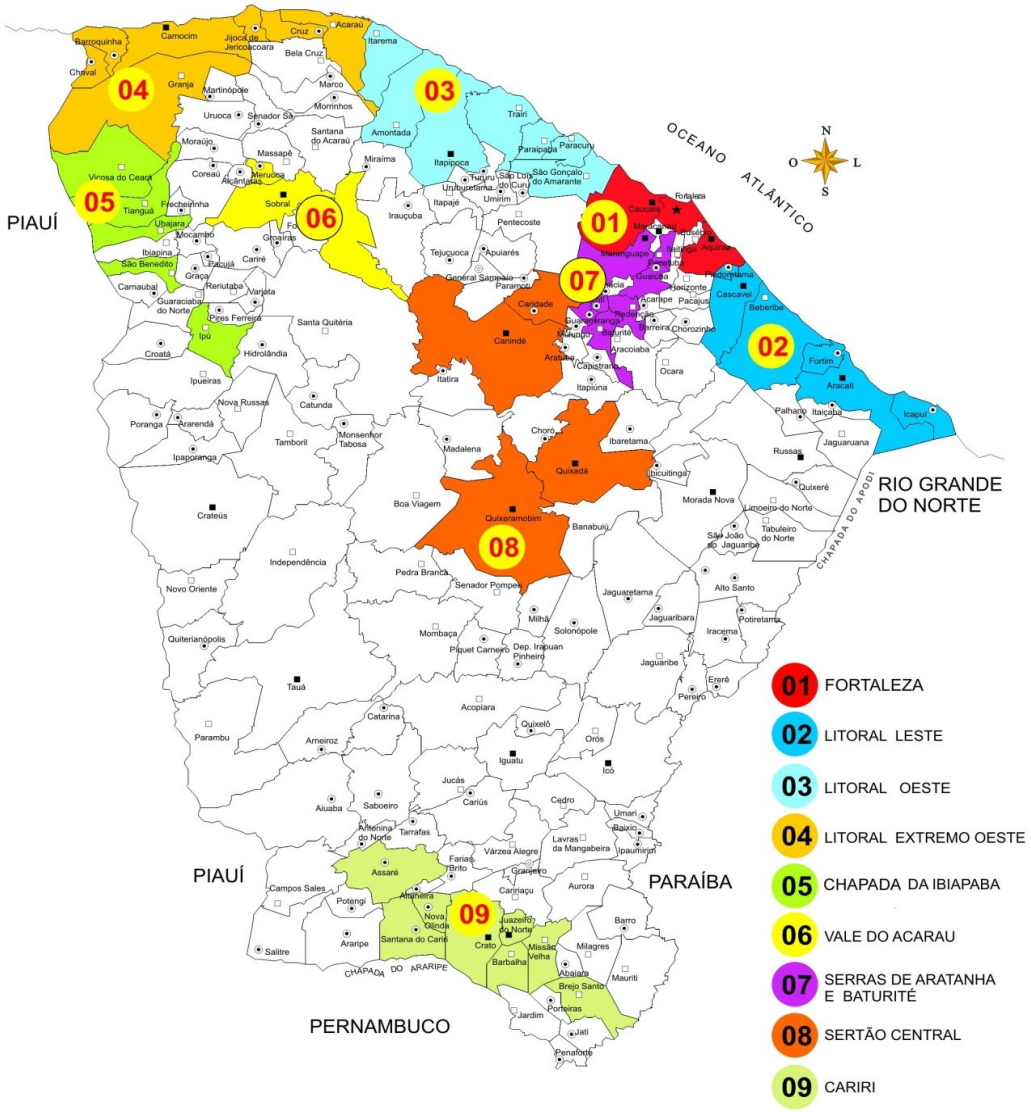
Estrutura dos Gastos	Períodos								Média (%)	Receita (R$ milhões)							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hospedagem	19,6	19,9	20,0	18,8	19,6	19,4	19,9	20,2	**19,6**	1.004,0	1.094,2	1.254,1	1.375,0	1.466,3	1.740,8	2.055,7	2.371,3
Alimentação	20,0	20,0	20,2	21,9	20,7	21,0	19,8	19,5	**20,5**	1.024,4	1.099,7	1.266,7	1.601,7	1.551,2	1.884,3	2.045,3	2.289,1
Transportes	10,6	10,7	10,8	11,6	11,0	10,6	10,1	10,6	**10,8**	543,0	586,5	677,2	848,4	826,0	951,1	1.043,3	1.241,3
Compras	29,2	28,7	28,9	26,3	28,0	28,3	27,2	27,8	**28,3**	1.495,7	1.579,9	1.812,2	1.923,5	2.096,6	2.539,3	2.809,8	3.266,5
Diversão/Passeio	16,9	16,9	16,6	15,7	16,4	16,9	17,2	16,8	**16,7**	865,7	929,2	1.040,9	1.148,2	1.229,0	1.516,4	1.776,8	1.976,1
Outros	3,7	3,8	3,5	5,7	4,3	3,8	5,8	5,1	**4,1**	189,5	208,9	219,5	416,9	324,7	341,0	599,1	594,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**5.122,2**	**5.498,4**	**6.270,6**	**7.313,6**	**7.493,7**	**8.973,0**	**10.330,0**	**11.739,0**

9. Regiões e Destinos Turísticos

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

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
Secretaria do Turismo

Mapa das Regiões Turisticas do Ceará



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

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

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