

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ - UECE
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA - CCT
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS - CESA
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS – MPGNT



JOSÉ VALDO MESQUITA AIRES FILHO

**O CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ (CEC) NA POTENCIALIZAÇÃO DO
TURISMO DE NEGÓCIOS**



FORTALEZA – CE

2013

JOSÉ VALDO MESQUITA AIRES FILHO

**O CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ (CEC) NA POTENCIALIZAÇÃO DO
TURISMO DE NEGÓCIOS**

Dissertação submetida ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Negócios Turísticos, promovido pela Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Turismo e Estratégica de Desenvolvimento.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Luzia Neide Coriolano

Fortaleza – CE

2013

JOSÉ VALDO MESQUITA AIRES FILHO

**O CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ (CEC) NA POTENCIALIZAÇÃO DO
TURISMO DE NEGÓCIOS**

Dissertação submetida ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Negócios Turísticos, promovido pela Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Turismo e Estratégica de Desenvolvimento.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Luzia Neide Coriolano

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Luzia Neide M. Teixeira Coriolano (Orientadora)
Universidade Estadual do Ceará – UECE

Prof. Dr. Daniel Cirilo Suliano
Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará - IPECE
Professor da Faculdade Estácio

Prof. Dr. Nicolino Trompieri Neto
Universidade de Fortaleza - UNIFOR

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Maria do Socorro Gomes Aires e José Valdo Mesquita Aires, aos meus irmãos, amigos e companheiros de trabalhos que, juntos, viabilizaram afetivamente a minha vida pessoal, emocional e profissional.

AGRADECIMENTOS

Se o conhecimento é um processo contínuo e cumulativo, o trabalho resulta não somente do processo ensino - aprendizagem, mas dos relacionamentos compartilhados ao longo do tempo. Nesta oportunidade, desejo externar minha infinita gratidão a todos os mestres que, de forma perseverante e altruística, contribuíram para a minha formação profissional e indiretamente para a vida pessoal, desde a alfabetização ao Curso de Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos.

Meus agradecimentos a minha mãe (*in memoriam*) que foi minha primeira professora Maria do Socorro Gomes Aires, que me ensinou os primeiros passos, a cair e levantar na vida.

Ao professor e amigo João Agostinho Teles pelos conhecimentos na área de economia, estatística e turismo durante meus primeiros anos na Secretaria Estadual do Turismo – SETUR/CE.

Agradeço a convivência com amigos, familiares, colegas de trabalho e ex-alunos desse mestrado durante os dois anos de estudos e de relacionamentos.

Agradecimentos especiais a minha orientadora professora Dra. Luzia Neide Coriolano pela paciência, estímulo e contribuições para os resultados do trabalho.

RESUMO

A dissertação ‘O Centro de Eventos do Ceará (CEC) na potencialização do turismo de negócios’ analisa a importância do equipamento, na atração de fluxos do segmento turismo de negócios e eventos no Ceará, bem como políticas públicas em explicação das transformações socioespaciais no território, assim como o impacto do turismo de negócios e eventos. A fim de identificar a contribuição do Centro de Eventos do Ceará (CEC) para o território e economia, estuda-se perfil do turista de negócios e eventos, com base em estudos do IPECE/CE e Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR/CE), corroborados pelos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). A junção de fontes favorece a investigação, garantindo assim a veracidade das afirmações. A estruturação da pesquisa consiste em quatro partes: na primeira, introdução na qual se apresentam plano de redação, justificativa, problematização, questionamentos e objetivos sobre o tema. Na segunda, analisa-se a metrópole Fortaleza na contemporaneidade com ênfase na estrutura territorial, contextualização do turismo no Ceará, produção espacial e dimensional, nos últimos anos. Avalia-se ainda o estudo elaborado pelo IPECE/CE sobre os impactos socioeconômicos. Na terceira parte analisa-se a segmentação do turismo, com ênfase nos principais segmentos, sol e praia, turismo religioso e negócios e eventos. Na última, apresenta-se o Centro de Eventos do Ceará, contribuições do equipamento de dinâmica da economia cearense e avaliação do potencial turístico de eventos e negócios, aplicando-se a ferramenta Matriz de Insumos e Produtos para análises.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Negócios. Economia. Centro de Eventos do Ceará.

ABSTRACT

The dissertation "The Center of Events of Ceara (CEC) as potential instrument for tourism business" analyses the importance of the equipment on the attraction of tourists for the business sector and events to the State of Ceará, as well as public policy serving as explanation for the social-geographical transformation in Ceara territory and the impact of the tourism business and events. Aiming the identification of the contribution of the Center of Events for Ceara's territory and economy, the business tourist's profile was analyzed from the statistics of IPECE/CE and the Tourism Board of the State of Ceará (SETUR/CE) corroborating with the Brazilian Statistics and Geography Institute's data (IBGE). To put the sources together, favors the research, ensuring veracity to the statements. The structure of the survey consists on four parts: first, the introduction which presents a writing plan, justification, the explanation of the problem, questioning and objectives of the dissertation. The second part, analyses the city of Fortaleza nowadays focusing on its territorial structure, the contextualization of the tourism of the State of Ceara, spatial and dimensional production on the past years and the IPECE/CE studies of the social impacts. On the third part, the tourism most important sectors of the State are analyzed: sun and beach; religious tourism; events and business. Finally, on the fourth and last part, the Center of Events is presented, as well as its contribution to the State's economy and an evaluation about the potential of the tourism of business and events through the application of the Matrix of Inputs and Products tool for analysis.

Keywords: Tourism. Events. Business. Economy. Center of Events of Ceará.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
APA	Área de Proteção Ambiental
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAGECE	Companhia de Água e Esgoto do Ceará
CEC	Centro de Eventos do Ceará
CTI/NE	Comissão de Turismo Integrado do Nordeste
DER	Departamento Estadual de Rodovias
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FAT	Fundo de Amparo do Trabalhador
FNE	Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste
FNO	Fundo Constitucional de Financiamento do Norte
FCO	Fundo Constitucional de Financiamento do Centro Oeste
FUNGETur	Fundo Geral do Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas
ICCA	International Congress and Convention Association – ICCA
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
MTur	Ministério do Turismo
PAT	Plano de Ação Turística
PDITS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PIB	Produto Interno Bruto
PLANTUR	Plano Nacional de Turismo
PRODETUR/NE	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
PRODETURIS	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará
RMF	Região Metropolitana de Fortaleza
SEMACE	Superintendência Estadual Meio Ambiente
SETUR/CE	Secretária de Turismo do Ceará
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
UECE	Universidade Estadual do Ceará

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – PRODETURIS – Regiões turísticas do litoral cearense.....	32
Figura 2 - O PRODETURIS e as Regiões.....	33
Figura 3 - Desenvolvimento Institucional - PRODETUR I.....	34
Figura 4 - Rodovias - PRODETUR I.....	37
Figura 5 - Saneamento básico - PRODETUR I.....	38
Figura 6 - Área de cobertura - PRODETUR II.....	39
Figura 7 - A reconfiguração da imagem do Ceará.....	44
Figura 8 - Macrorregiões turísticas.....	50
Figura 9 - Corredor Turístico Estruturante.....	51
Figura 10 - Mapa das Regiões Turísticas do Ceará.....	52
Figura 11 - Região Turística Extremo Litoral Oeste do Ceará.....	53
Figura 12 - Polo de Ecoturismo.....	57
Figura 13 - Aeroporto Internacional Pinto Martins – Complexo Aeroportuário Atual.....	74
Figura 14 - Fortaleza em Conexão com o mundo – Voos.....	75
Figura 15 - Rota para a América do Norte.....	76
Figura 16 - Companhias aéreas com destino a Fortaleza.....	77
Figura 17 - Situação Atual do Aeroporto – Infraero 2011.....	78
Figura 18 - Fase 2 – Etapas das obras.....	78
Figura 19 - Ampliação do Aeroporto – Infraero 2011.....	79
Figura 20 - Porto do Mucuripe – visão geral.....	79
Figura 21 - Roteiros Turísticos Temáticos.....	91
Figura 22 – Inspiração para a Fachada do CEC.....	109
Figura 23 – Fachada do CEC no Projeto Inicial.....	110
Figura 24 - Vista Interna do Pavilhão.....	111
Figura 25 – Espaços Internos do CEC – Áreas.....	112
Figura 26 - Vista Interna do Pavilhão.....	113
Figura 27 - Vista Interna – propícia a mega eventos.....	113
Figura 28 – Vista final do CEC.....	114
Figura 29 – Túneis na Av. Washington Soares.....	115
Figura 30 – Estacionamento.....	116
Figura 31 - Pátio de Carga e Descarga.....	116
Figura 32 - Centros de Eventos do Brasil-Concorrentes do Centro de Eventos do Ceará.....	127
Figura 33 - Estrutura produtiva.....	131
Figura 34 - Fluxograma da Cadeia Produtiva do Setor de Feiras de Negócios.....	132

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Índice de Sazonalidade/Demanda Turística/Ceará – 2006/12.....	46
Gráfico 2 – Evolução das Chegadas de Turistas: Mundo (milhões de chegadas).....	60
Gráfico 3 – Evolução das Receitas Cambiais pelo Turismo: Mundo (US\$ bilhões).....	60
Gráfico 4 - Chegadas de Turistas: América do Sul e Brasil (milhões de chegadas).....	61
Gráfico 5 – Evolução das Receitas Cambiais geradas pelo Turismo: América do Sul e Brasil (US\$ bilhões).....	62
Gráfico 6 - Principais mercados internacionais emissores para o Ceará – 2006.....	65
Gráfico 7 - Principais mercados internacionais emissores para o Ceará 2012.....	66
Gráfico 8 – Recepção de turistas estrangeiros no Ceará (2000-2006) - (chegadas).....	66
Gráfico 9 - Mercados Nacionais Emissores 2006.....	67
Gráfico 10 – Principais Mercados Emissores Nacionais 2012.....	68
Gráfico 11 – Leitões por categoria de hospedagem em Fortaleza	72
Gráfico 12 – Índice de Evolução da Segurança Pública Segundo Turistas.....	106
Gráfico 13 - Evolução do Saldo de Empregos nos Principais Destinos do NE.....	124
Gráfico 14 - Principais Mercados Emissores.....	137
Gráfico 15 - Gênero dos Entrevistados.....	139
Gráfico 16 - Faixa Etária dos Entrevistados.....	140
Gráfico 17 - Estado Civil dos Entrevistados.....	140
Gráfico 18 - Nível de Sociabilidade dos Entrevistados.....	141
Gráfico 19 - Grau de Instrução dos Entrevistados.....	141
Gráfico 20 - Avaliação dos Preços Pagos pelos Turistas.....	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Cronologia da Linha do Tempo do Turismo no Ceará.....	27
Quadro 2 - Malha Viária Asfaltada no Ceará.....	29
Quadro 3 - Demanda via Fortaleza e Desembarques no Aeroporto.....	30
Quadro 4 - Distribuição Etária da Rede Hoteleira de Fortaleza – 2013.....	31
Quadro 5 - Valores distribuídos no PRODETUR II.....	40
Quadro 6 - Fluxo Turístico no Nordeste – 2002 a 2011.....	45
Quadro 7 - Movimentação Turística no Ceará - 2006/2012.....	48
Quadro 8 - Interiorização da demanda turística segundo as áreas mais visitadas.....	48
Quadro 9 - Destinos Preferidos pelos Turistas – 2012.....	48
Quadro 10 - Agregados Turísticos do Ceará – 2000/2012.....	70
Quadro 11 - Oferta hoteleira de Fortaleza (2000/2012).....	71
Quadro 12 – Oferta Hoteleira de Fortaleza – 2006/13.....	71
Quadro 13 - Oferta Hoteleira de Fortaleza Segundo Divisão Espacial.....	73
Quadro 14 - Movimentação no Aeroporto Internacional Pinto Martins.....	74
Quadro 15 - Maiores rotas domésticas saindo de Fortaleza (2011).....	75
Quadro 16 - Relatório de Navios de passageiros Esperados – 2013/ 2014/ 2015.....	80
Quadro 17 - Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará.....	87
Quadro 18 - Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará.....	92
Quadro 19 - Demanda turística via Fortaleza segundo a motivação – 2012.....	93
Quadro 20 - Estrutura dos Gastos dos Turistas.....	94
Quadro 21 – Evolução do Mercado de Feiras no Brasil.....	101
Quadro 22 - Infrações ocorridas com os turistas: 2001/13.....	105
Quadro 23 - Centro de Eventos – CEC em números.....	117
Quadro 24 - Impactos gerados pelo CEC.....	119
Quadro 25 - Impactos fora CEC.....	121
Quadro 26 - Serviços da economia impactados.....	121
Quadro 27 - Impactos na Economia.....	121
Quadro 28 - Empregos gerados pelo Centro de Eventos do Ceará (CEC).....	122
Quadro 29 – Evolução do Emprego Segundo Setor de Serviços – 2013.....	123
Quadro 30 - Ranking de eventos mundiais – 2011/12.....	133
Quadro 31 - Ranking de eventos internacionais no Nordeste – 2010/12.....	133
Quadro 32 - Eventos realizados no CEC por Origem 2012/13.....	134

Quadro 33 - Eventos realizados no CEC por tipologia em 2012/13.....	135
Quadro 34 – Eventos realizados no CEC por porte em 2013.....	135
Quadro 35 - Preços Praticados em Centros de Convenções do Brasil.....	136
Quadro 36 - Principais Mercados.....	137
Quadro 37 - Procedência dos Turistas.....	138
Quadro 38 - Gênero dos Entrevistados.....	138
Quadro 39 - Faixa Etária dos Entrevistados.....	139
Quadro 40 - Nível de Sociabilidade dos Entrevistados.....	140
Quadro 41 - Grau de Instrução dos Entrevistados.....	141
Quadro 42 - Principais Ocupações dos Entrevistados.....	142
Quadro 43 - Gastos e Permanências no Congresso de Odontologia.....	142
Quadro 44 - Principais Meios de Transporte Utilizados.....	143
Quadro 45 - Demanda Turística por Hospedagem (%).....	143
Quadro 46 - Avaliação dos Meios de Hospedagens segundo Entrevistados.....	143
Quadro 47 - Principais Motivações.....	144
Quadro 48 - Principais influenciadores da viagem.....	144
Quadro 49 - Primeira visita ao Ceará.....	144
Quadro 50 - Nesta viagem visitou outras localidades, além de Fortaleza?.....	145
Quadro 51 - Forma de Organização da Viagem.....	145
Quadro 52 - Avaliação Geral segundo os Entrevistados.....	146
Quadro 53 - Avaliação dos Preços Pagos pelos Turistas.....	147
Quadro 54 - Principais Locais de Compras.....	148
Quadro 55 - Principais Produtos Adquiridos.....	149
Quadro 56 - Grau de Satisfação com o Atendimento.....	149
Quadro 57 - Grau de Satisfação com os Produtos Adquiridos.....	149

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Vias de infraestrutura do PRODETURIS.....	34
Tabela 2 – Oferta hoteleira e demanda nos municípios turísticos do Ceará – 2000/2002.....	54
Tabela 3 – Oferta hoteleira e demanda nos municípios turísticos do Ceará – 2012.....	56
Tabela 4 – Receita Cambial média por chegada: Mundo, América do Sul e Brasil (US\$).....	61
Tabela 5 – Participação da América do Sul e Brasil nas chegadas de turistas/mundo.....	62
Tabela 6 – Participação da América do Sul e do Brasil nas receitas cambiais de turismo.....	63
Tabela 7 – Dez maiores países em chegadas de turistas (milhões de chegadas) até 2007.....	64
Tabela 8 – Dez maiores países em receitas cambiais do turismo (US\$ bilhões) até 2007.....	64
Tabela 9 - Serviços impactados pelo Turismo.....	120
Tabela 10 – Características das Instalações Competitivas/Equivalentes.....	126

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.	15
2. POLÍTICAS DE TURISMO NO CEARÁ	21
2.1. Transformações de Políticas de Turismo no Ceará	26
2.2. Opção do Estado pela Atividade Turística	41
2.3. Principais Mercados Emissores para o Ceará	59
2.4. Metrópole Fortaleza e Oferta Turística	68
3. OS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS DO DESTINO CEARÁ.....	85
3.1. Turismo de Sol e Praia.....	94
3.2. Turismo Religioso	97
3.3. Turismo de Negócios e Eventos no Ceará	99
3.4. Vulnerabilidades do Ceará como Desafios às Políticas Públicas.....	102
4. O CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ E O FORTALECIMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS.....	108
4.1. Investimento e Impactos do Centro de Eventos no Turismo do Ceará	119
4.2. Centros de Eventos que Competem com o Centro de Eventos do Ceará	124
4.3. Estrutura Produtiva do Setor de Eventos	131
4.4. O Perfil do Turista de Eventos do CEC.	136
4.5. Avaliação do Desempenho do Centro de Eventos do Ceará.....	145
CONCLUSÕES	151
REFERÊNCIAS.....	156
ANEXOS	161

1. INTRODUÇÃO

A dissertação ‘O Centro de Eventos do Ceará (CEC) na potencialização do turismo de negócios’ vincula-se ao Mestrado de Gestão em Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE), e tem como objeto de estudo o Centro de Eventos do Ceará (CEC) na relação do segmento do turismo de negócios com a economia do Estado, por analisar novo segmento de turismo: de negócios que se fortalece no Ceará.

A capital Fortaleza reconhece-se pela hospitalidade do povo, pela balneabilidade das praias, além de larga rede de serviços, fatores que tornam a Metrópole não apenas portão principal de entrada e saída de turistas, mas reconhecido local de alocação para investimentos em empreendimentos.

O Ceará, além de oferecer condições de infraestrutura e incentivos fiscais para instalação de megaempreendimentos, na Capital e no litoral, a exemplo de *resorts* e rede hoteleira, viabiliza aumento de fluxos turísticos com a construção do Centro de Eventos do Ceará (CEC), em grandes pavilhões, salas moduláveis com capacidade para vários eventos ao mesmo tempo, podendo receber 30 mil pessoas em único evento. O megaespaço desencadeia de forma intensa o turismo de negócios e eventos, em complementação de segmentos de turismo em destaque: sol e praia, aventura, ecoturismo. A demanda turística induzida incita o pesquisador a tomar por objeto de investigação o Centro de Eventos do Ceará (CEC). A motivação do pesquisador parte do contato diário com o espaço de turismo de negócios e eventos, vendo a relação do Centro com o crescimento dos negócios no Ceará, e a capacidade de geração dos recursos financeiros gerados pelo uso de espaço equipado para mobilização de fluxos de executivos, direcionados a negócios assim como a eventos de grande porte.

As políticas públicas, além de capacitar a metrópole para o turismo, ajudam na concentração de maior fonte de recursos, atribuindo valor turístico ao lugar, sendo também motivo para desenvolvimento da visibilidade da Capital. Ampliam a atividade turística e apresentam focos de interesse do turista. O Centro de Eventos corrobora com decisão pelo Ceará como opção turística. Diante de constatações e observação da dinâmica das transformações socioespaciais, fazem-se os seguintes questionamentos:

- Quais políticas públicas de turismo modificam o espaço geográfico do Ceará e Fortaleza?

- Como se apresenta a cadeia produtiva de negócios e eventos?
- Por que o Centro de Eventos do Ceará (CEC) gera polêmicas e conflitos?
- Como o CEC dinamiza o segmento de negócios e eventos?
- Como as políticas de turismo de incentivo a negócios e eventos impactam Fortaleza?

Assim, estabelecem-se os seguintes objetivos, direcionadores da investigação:

- Analisar as transformações espaciais, no território cearense, pelas políticas públicas de turismo;
- Identificar a contribuição do Centro de Eventos do Ceará (CEC) para o território e economia;
- Elaborar o perfil dos turistas de negócios e eventos;
- Avaliar o Centro de Eventos para o turismo de negócios no Destino Ceará;
- Avaliar impactos econômicos da operacionalização do Centro de Eventos do Ceará e a contribuição para a economia;
- Divulgar o aparato das últimas análises percentuais turísticas definidas pela Secretária de Turismo do Ceará (SETUR/CE), e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE).

A importância do turismo traduz-se pela dinamização de setores econômicos do lugar. À enumeração das atividades integrantes da cadeia produtiva, tem-se: alojamento, alimentação, transportes público e particular, entretenimento, agenciamento, câmbio de moedas, aquisição de produtos de conveniência e *souvenir*, recepção, organização de eventos, intérpretes e tradução simultânea, serviço de guias, informações turísticas, planejamento e consultoria turística, entre outros. A malha multissetorial de atividades é imensa e envolve o segmento de negócios e eventos com movimentação de grande número de pequenas e médias empresas, formais e informais. A atividade turística movimenta efetivamente categorias profissionais.

A composição do turismo de eventos tem tido transformações, pois a estruturação espacial para abrigo de feiras e eventos amplia-se assim como a do segmento. A ideia de apresentação do litoral com a paisagem natural, como expressão de visibilidade, não era suficiente para fazer retornar o turista ou motivá-lo à segunda visita. Porém mostrar que, além da paisagem litorânea e de belezas naturais encontradas, tem-se acesso a espaço socioeconômico altamente dinâmico para trocas, ideias, mercadorias, produtos e serviços no

mesmo recinto preparado com o que há de mais moderno em estrutura e equipamento. É o Centro de Eventos do Ceará, objeto de estudo da dissertação.

O Ceará, entre vinte e sete estados, é o sétimo maior receptor de turistas estrangeiros, segundo a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (SETUR, 2013). A capital considera-se cidade de diversidade cultural, de lazer e entretenimento, além de uma das melhores infraestruturas receptivas. A atividade turística apoia-se no segmento sol e praia, com negócios e eventos bastante promissores, em face de projetos do segmento de turismo de negócio programado pelo governo do Estado do Ceará.

Da mesma forma que outros estados brasileiros, o Ceará, no período de 1992 a 2000, teve crescimento em torno de 26% de turistas estrangeiros, número ainda incipiente. O acesso de turistas estrangeiros é por via aérea, é que as marítimas e terrestres são desestruturadas, mas em ascensão, motivo por que o turista estrangeiro utiliza transporte aéreo. Tem-se que ele possui maior nível de renda, entretanto visão esta modificada. A implementação de políticas públicas volta-se à ampliação de acesso à capital, com crescimento da demanda.

O Brasil apresenta potencial para turismo de lazer por ser um país tropical e o Ceará, além do segmento sol e praia, tem estrutura para o turismo de negócios compreendendo eventos, com disposição a qualquer tipo de atividade da área, tornando-se base de sustentação da atividade turística local.

O Turismo de Negócios e Eventos constitui importante componente da atividade turística e da economia internacional. A inexistência de estudos, pesquisas e dados estatísticos dificulta a análise do desempenho do Turismo de Eventos, em muitos países, assim como conhecimento de impacto em diversos segmentos econômicos. A *International Congress and Convention Association – ICCA*, entidade que contribui para amplo desenvolvimento de eventos, em âmbito mundial, tem trabalhado para fortalecimento do segmento. Conhecendo os resultados da atividade eventos na esfera da economia global, traça-se perfil do desempenho do setor em nível local.

Maior motivação estabelecida nas grandes convenções, nos últimos anos, deve-se ao turismo de eventos, segmento responsável por grande parte de poder atribuído aos Centros de Convenções espalhados pelo Brasil, ampliando fluxos de visitas de turistas aos estados. O

número de turistas de negócios e de eventos aumentou, sendo a cidade de São Paulo a que mais recebeu turistas voltados a negócios, até 2012 no Brasil. A gestão do Centro de Eventos do Ceará - CEC - luta para garantir fatia de eventos do Sudeste e Nordeste, com implantação de superestrutura moderna capaz de competir diretamente com os maiores e melhores centros do país, e oferecimento de meios necessários, daí a investigação em curso.

O Ceará, pelas políticas públicas, está pronto para concorrer com destinos nacionais e internacionais de eventos. O direcionamento de Fortaleza para o setor de eventos cria novo perfil turístico do Estado. As cidades de São Paulo, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e Ceará concorrem no segmento de sol e mar, e eventos. A capital cearense é considerada pelo *Corporate Research Group* a mais barata da América do Sul, no contexto global, para concorrência, o que confere vantagem competitiva ao Ceará.

Considerada a realidade da economia mais econômica e mais barata, faz-se atrativo e recomendável alugar espaços de turismo de eventos, condição de escolha que também satisfaz clientes, incentivando-os a gastos maiores. Com média anual de US\$ 51.350,87/por pessoa, tem-se o Ceará como estado que mais absorve em gastos diários, com renda per capita/dia (US\$ 187,03). Só esses atributos se consideram já fatores suficientes para pensar o crescimento do setor, principalmente, no que compete à produção de espaços para promoção de eventos de grande porte.

No final da década de 1980, tido o turismo como elemento propulsor do desenvolvimento socioeconômico, o Governo do Ceará, com o *slogan* Avançando com as Mudanças, cria a Secretaria do Turismo - SETUR, pela Lei nº 12.456, de 16 de junho de 1995, com o objetivo básico de planejar, coordenar, executar, promover, informar, integrar as atividades de turismo, fomentar o desenvolvimento por meio de investimentos locais, nacionais e estrangeiros, bem como capacitar e qualificar segmentos turísticos. A política do Governo, em novo modelo de gestão pública, Plano de Desenvolvimento Sustentável, possui banco de dados atualizados que serve de âncora da pesquisa para análise da dissertação. Os estudos realizados pela SETUR/CE são utilizados e, com base em dados, se discutem os da dissertação.

Governos estaduais, por meio da SETUR, são responsáveis pelo desempenho do turismo. A execução da política de turismo contribui para ampliação da infraestrutura.

O Governo, para alcance dos objetivos propostos no Plano de Desenvolvimento Sustentável, concebe o destino turístico como produto sustentável, por realizado com planejamento integrado de ações de manutenção dos recursos naturais, humanos e culturais; além da preservação do patrimônio turístico, histórico, ecológico e ambiência das áreas ocupadas pela população.

Gestão do Governo das Mudanças (1995-1998) dá arranque à atividade turística que passa a ter atenção especial, por concebido fonte geradora de emprego e renda, para garantia da população, com oportunidades de melhoria da qualidade de vida e bem-estar social. Empregos e renda são para os em melhores condições de concorrência e entrada na cadeia produtiva do turismo, não para todos, o que é verdade. Mesmo assim comunidades periféricas sentem-se estimuladas a adentrar a cadeia produtiva do turismo. E afirma Coriolano (2008) que o turismo apresenta oportunidade de inserção dos que têm pouco capital e poucos estudos. E, enquanto a indústria põe para fora o turismo, põe-no para dentro.

Para intensificação das ações, faz-se necessário esforço conjunto entre agentes públicos e privados, no sentido de dotar o Estado de estrutura turística integrada e moderna, assim como adotar estratégias mercadológicas de promoção da atividade turística, atividade econômica, política e sociocultural voltada à dinamização da vida socioeconômica do estado.

Diante de tal perspectiva, profissionais da área dispõem de Centro de Eventos com equipamento e estrutura top para eventos, o que diferencia Fortaleza de metrópoles, pela composição dos equipamentos instalados, na promoção de turismo de eventos, feiras, congressos.

Optou-se pela metodologia exploratória com investigação do fenômeno em estados, para compreensão do segmento turístico, no contexto do país e no internacional. O Ceará tem dificuldades para desenvolvimento da agricultura, conseqüentemente, da indústria e com o litoral altamente atrativo, precisando ampliar as oportunidades de turismo, o que exige estudos aprofundados e pesquisas. Realiza-se pesquisa institucional, *online* e de campo. A revisão da literatura tem fundamentação teórica do turismo, segmentos, eventos e, em especial, segmento de negócios. A pesquisa documental, na Secretaria de Turismo do Estado do Ceará – SETUR/CE, Órgãos Oficiais de Turismo em estados do Nordeste, IBGE, e estudo de Impactos Econômicos da Operacionalização sobre o Centro de Eventos do Ceará desenvolvido pelo IPECE (2012), entre outros dados disponíveis, subsidiaram a dissertação.

O levantamento bibliográfico serve de apoio à definição de conceitos chaves: turismo, segmento eventos, mercado, negócios turísticos, turismo de eventos e negócios. A observação formal do objeto de estudo fez-se com pesquisa de campo. Os resultados da política de desenvolvimento têm contribuído para a promoção da imagem favorável do turismo, no Ceará, Brasil e exterior, elevando a credibilidade do Ceará em relação ao empresariado e instituições financiadoras nacionais e internacionais. Isso garante acesso contínuo a investimentos privados e a financiamentos de longo prazo para implantação do megaempreendimento. O programa de ajuste fiscal permite a geração de poupança pública firmando credibilidade interna e externa, e viabilizando a construção da base territorial estratégica de desenvolvimento da atividade pelas políticas públicas.

A dissertação se estrutura em três partes: Na primeira, o plano com justificativa, problematização, questionamentos e objetivos sobre o tema; na segunda, analisam-se as transformações por que passa Estado e Metrópole Fortaleza, na contemporaneidade com ênfase na estrutura territorial e produção territorial para o turismo. Na 3ª parte, tem-se o Centro de Eventos do Ceará, com pesquisa de campo e com base em estudos do IPECE/CE, sobre o Centro de Eventos do Ceará, isto é, sua contribuição para a dinâmica da economia cearense e do potencial do turismo de eventos e negócios, com base na ferramenta Matriz de Insumos e Produtos.

Define-se cada aspecto abordado no contexto histórico. Estudam-se teóricos que investigam o tema: Barreto e Távora (2002), Dantas (2002). Coriolano (1998, 2006), França e Santos (2009), Rogeres (2003), Smith e Nogueira (2001), Paiva (2010), além de artigos publicados no jornal O Povo (2012), informações da Secretaria do Turismo do Estado. Recorre-se a site e arquivos da EMBRATUR e do Ministério do Turismo (2013), bases de desenvolvimento das informações, e em teóricos em que se ancoram os estudos de políticas de turismo do Estado. Textos de órgãos públicos e particulares, IBGE, Censo 2010, ANAC e Infraero contribuem diretamente para apresentação de dados analíticos. Estudo sobre o Centro de Eventos do Ceará, exposições publicitárias de sites e veículos de comunicação são referências que ancoram e justificam dados da SETUR/CE e Ministério do Turismo.

2. POLÍTICAS DE TURISMO NO CEARÁ

De acordo com Beni (2001), as políticas de turismo se norteiam por condicionamentos: cultural - preocupação com a preservação do patrimônio cultural e natural; social - vetor de incentivo às manifestações sociais e artísticas. Trazem benefícios a maior número de pessoas atingidas pelas políticas; a economia é dinamizada com empreendimentos e dinâmica de toda a cadeia produtiva do setor, de transportadoras até artesanato. Promove-se a imagem interna e externa do destino turístico, investe-se na infraestrutura com ações que têm por objetivo o aumento da entrada de divisas e melhor distribuição de recursos pelo Estado.

Nesse sentido, diretrizes globais de turismo estabelecem linhas gerais para o desenvolvimento econômico e social da atividade. Linhas que servem de parâmetro para traçar políticas, gerais e específicas de turismo. As políticas se desenvolvem em níveis federal, estadual e municipal, contudo são as públicas que atingem o bem comum da sociedade. A cada esfera do governo se atribuem funções distribuídas, segundo Beni (2001), da seguinte forma:

“[...] aos órgãos públicos de turismo no nível federal cabem a formulação das diretrizes e a coordenação dos planos de âmbito nacional e dos que se projetem para o exterior e aos órgãos estaduais e locais cabem, com o apoio federal, a concepção dos programas e a execução dos projetos regionais e locais. Da mesma forma, e com igual apoio, compete a eles a iniciativa dos melhoramentos e equipamentos necessários ao uso público das áreas de interesse turístico” (p. 179 - 180).

De acordo com o Ministério do Turismo do Brasil, o Plano Nacional do Turismo estimula grandes empreendimentos, qualifica regiões e serviços constituídos por meio de macroprogramas seguindo normas e incentivando a qualidade dos serviços prestados.

“O Ministério do Turismo tem como principais pilares de atuação as instituições: Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). A Secretaria Nacional de Políticas do Turismo é composta, por sua vez, de: Departamento de Planejamento e Avaliação do Turismo; Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico; Departamento de Promoção e Marketing Nacional; Departamento de Relações Internacionais do Turismo. Já a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo abriga os seguintes departamentos: a) InfraEstrutura; b) Financiamento e Promoção de Investimentos; c) Programas Regionais de Desenvolvimento; d)

‘Qualificação, Certificação e Produção ligada ao Turismo. A EMBRATUR concentra sua divisão operacional fundamental nas divisões de Turismo de Negócio e Turismo de Lazer. As funções de cada uma dessas três macroestruturas institucionais são, portanto, distintas e não sobrepostas’.”. (ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO, 2007, p.05).

Em 1992, inicia o Programa de Ação Para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR/NE), pioneiro, que financiou, via Governo do Estado do Ceará, guia de investimentos e programas de estruturação do litoral. Na intenção de tornar o estado atrativo ao turismo, os programas se unem para garantia de resultado positivo, destinando a cada programa uma função. O primeiro é o PRODETURIS que:

“[...] lança as bases técnicas e conceituais do PRODETUR-CE, projeto derivado do PRODETUR-NE, que engloba os outros estados da região e se funda nas estratégias seguintes: Organização, desenvolvimento e promoção do turismo através de uma articulação entre o Governo e a iniciativa privada; Instalação de infraestrutura de base e de infraestrutura turística adaptada às potencialidades regionais; Formação profissional dos recursos humanos ligados ao setor [turismo]; Descentralização da gestão turística com o fortalecimento dos organismos estatais, a municipalização do turismo e a terceirização das atividades para o setor privado”. (DANTAS, 2002, p.55).

Entre as atividades econômicas dos estados, o turismo é atividade moderna que desperta interesse no âmbito político do Brasil. Em 1930, pelo Decreto-lei nº 406, de 4 de maio de 1938, o governo federal autoriza a venda de passagens aéreas, marítimas ou rodoviárias. Daí por diante foram surgindo divisões, secretarias e empresas governamentais para administração do turismo nacional.

A atividade turística começa a ser sistematizada em 1966, com a promulgação do Decreto-lei n. 55, de 18 de novembro, que estabelece diretrizes para elaboração da política nacional de turismo, criados o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) que, em 28 de março de 1991, pela Lei n. 8.181, passa denominar-se Instituto Brasileiro de Turismo. A EMBRATUR transforma-se em autarquia, com o objetivo de propor legislação, executar e fiscalizar a política nacional de turismo, com vinculação com a Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República, pela extinção do Ministério da Indústria e Comércio ao qual era vinculada.

Nesse sentido, as políticas se adotaram na administração do turismo que, em princípio, se mostravam voltadas ao desenvolvimento econômico da atividade. Em 1992, com

o Decreto n. 448, de 14 de fevereiro, estabelecem-se diretrizes para a política nacional de turismo que prevê preservação do patrimônio natural e cultural e o bem-estar e a qualidade de vida dos residentes, e conservação ambiental influenciados pela Eco-92, quando sustentabilidade permeia discursos em diversas áreas do conhecimento. Para Dias (2003), as diretrizes dão origem ao Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) de 1992, que continha, no escopo, sete programas divididos em subprogramas para o desenvolvimento da atividade no Brasil. O plano foi formatado, entretanto, para ser instrumento de efetivação da política nacional de turismo, não implementada na ocasião, fazendo com que projetos ficassem apenas no papel.

Somente em 1996, tem-se o documento Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas -1996/1999, com o objetivo de “promover e incrementar o turismo como fonte de renda, geração de emprego e desenvolvimento socioeconômico do País” (BRASIL, 1996). O Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT e o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – PRODETUR-NE são os principais planos desenvolvidos, até então, no Brasil. O PNMT prepara a sociedade para a importância socioeconômica do turismo, capacitando técnicos, nos municípios potencialmente turísticos, para contribuir no desenvolvimento da atividade turística nessas localidades e descentralização do planejamento.

O PRODETUR-NE, na verdade, é um Programa de Ação para o Desenvolvimento Integrado do Turismo cujo objetivo é “dotar os pólos turísticos selecionados de condições estruturais que viabilizassem o estabelecimento e desenvolvimento de atividades turísticas, objetivando a geração de novos postos de trabalho” (BRASIL, 1996).

Com o governo Lula, o turismo alcança status de ministério, sem dividir a pasta com temas como esporte ou indústria e comércio. Elaborar-se o Plano Nacional do Turismo, com metas para 2003/2007, tendo como principais projetos o programa de roteiros integrados do Brasil, programa de qualificação, de financiamento e promoção de investimentos cujos objetivos específicos, segundo perspectiva de Boiteux (2003), são [...] “diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; fomentar o turismo doméstico; e aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.” (p. 39).

O Ministério do Turismo (2007) tem responsabilidades atribuídas pela Secretaria Nacional de Políticas Públicas do Turismo, com estas tarefas: Subsidiar a formulação, elaboração e monitoramento da Política Nacional de Turismo, de acordo com as diretrizes propostas e subsídios do Conselho Nacional de Turismo; analisar e avaliar a execução da Política Nacional de Turismo; coordenar, elaborar e acompanhar a execução do Plano Nacional de Turismo; Conceber instrumentos e propõe normas para a implementação da Política Nacional de Turismo; subsidiar, formular, elaborar e avaliar planos, programas e ações do ministério, necessários à consecução da Política Nacional de Turismo.

Assim, o ministério concebe diretrizes para formulação de estudos, pesquisas, análises e levantamentos de dados destinados à formulação, implementação e avaliação da política Nacional de Turismo; desempenha funções de Secretaria-Executiva do Conselho Nacional de Turismo; orienta, acompanha e supervisiona a execução dos projetos de qualificação dos serviços turísticos, estruturação e diversificação da oferta turística e de incentivo ao turismo no mercado interno, compreendendo a divulgação dos produtos turísticos brasileiros no mercado nacional; orienta o levantamento e a estruturação dos indicadores de turismo, com a finalidade de acompanhamento da dinâmica do mercado turístico nacional e internacional e subsidiar a avaliação da implementação da Política Nacional de Turismo; articula com organismos e instâncias nacionais e internacionais, com foco no desenvolvimento do turismo nacional. Promove também cooperação e articulação com os órgãos da Administração federal, estadual, municipal e do Distrito Federal, em projetos de sua iniciativa em contribuição com o fortalecimento e desenvolvimento do turismo nacional; promove cooperação e articulação com fóruns, conselhos, consórcios e entidades articuladoras do turismo nos âmbitos estadual, regional e municipal. O Estado faz análise técnica e documental sobre processos de parceria, convênios, contrato e congêneres, no âmbito das atividades, em conformidade com a legislação vigente e com instrumentos normativos internos, em articulação com os órgãos governamentais e entidades da Administração Pública em programas, projetos e ações que interagem com a Política Nacional de Turismo. Assim, as ações de política de turismo, no país, são estudadas, planejadas e orientadas pelo Governo Federal, e constituem planos estaduais e municipais.

A competência da EMBRATUR, desde janeiro de 2003, com a criação do Ministério do Turismo, relaciona-se à promoção do Brasil no exterior:

“O Conselho Nacional de Turismo, que fica responsável pela coordenação entre as Unidades da Federação, a iniciativa privada e o chamado terceiro setor. Segundo o Ministério do Turismo, trata-se da formação de um Núcleo Estratégico, formado pelo Conselho Nacional de Turismo e as Câmaras Temáticas, o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e os fóruns/conselhos estaduais de turismo”. (ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO, 2007, p.07).

Programas também servem de base para a reconstituição da imagem do Ceará, por exemplo, o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), que, desde 1994, libera créditos em níveis estadual e municipal para melhoria da qualidade de vida da população, com investimentos advindos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e Banco do Nordeste. Os programas que liberam verbas financeiras para o turismo nacional são:

- Fundo Geral do Turismo – FUNGETur;
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES;
- Fundo de Amparo do Trabalhador – FAT;
- Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste – FNE;
- Fundo Constitucional de Financiamento do Norte – FNO;
- Fundo Constitucional de Financiamento do Centro Oeste – FCO.

A Política Nacional de Turismo e Recursos Orçamentários do governo federal define quatro macroestratégias a serem implementadas até 2002:

- Implantação de infraestrutura básica e infraestrutura turística adequada às potencialidades regionais;
- Ordenamento, desenvolvimento e promoção da atividade pela articulação entre governo e iniciativa privada;
- Qualificação profissional dos recursos humanos envolvidos no setor;
- Descentralização da gestão turística por intermédio do fortalecimento dos órgãos delegados estaduais, municipalização do turismo e terceirização de atividades para o setor privado.

Para isso acontecer, o governo federal canaliza esforços e recursos para incremento da atividade turística e geração de riqueza para o país, com o aumento dos

recursos orçamentários destinados à EMBRATUR e à promoção e marketing do produto turístico brasileiro.

O orçamento da EMBRATUR é para investimento na promoção do *marketing* do produto turístico brasileiro, o que demonstra que o governo federal investe no turismo e na promoção turística, e, conseqüentemente, incrementa o turismo no país, como forma de aquecimento da economia, pois a atividade turística causa impactos diretos e indiretos, em 52 setores componentes da atividade econômica.

2.1 Transformações de Políticas de Turismo no Ceará

No período inicial do turismo no Ceará, deram-se estágios: turismo espontâneo e turismo intermitente. O espontâneo antecede à década de 1970, quando o fluxo turístico é consequência dos processos de maturação dos ciclos econômicos e da evolução do turismo no Brasil, de vez que não existia estrutura organizacional e de estímulos ao turismo.

O turismo intermitente compreende o período entre o início da década dos anos setenta até a criação da SETUR/CE, em meados dos anos noventa, com o início de processo de estruturação do setor e implantação dos primeiros projetos de infraestrutura e de equipamentos turísticos, embora de forma descontínua e sazonal.

No segundo período, ou seja, após a criação da SETUR/CE e do PRODETUR/NE, tem início a Fase do Turismo Planejado cujo diferencial reside na implantação de estrutura técnico-organizacional voltada para a administração estratégica, engajada na decisão governamental de considerar, de fato, o turismo entre as principais âncoras para promoção do desenvolvimento.

O Quadro 1 relaciona cronologicamente a implantação de empreendimentos e equipamentos urbanos, no início da década de 1960 que, nas décadas seguintes, dão apoio ao turismo no Ceará. Projetos urbanos para residentes servem ao desenvolvimento do turismo. A rodovia litorânea CE-040 e a infraestrutura aeroportuária que deram origem ao Aeroporto Internacional Pinto Martins constroem-se na década de 1990 com o PRODETUR. Verifica-se período com lacunas entre os grandes investimentos destinados ao turismo, aos equipamentos voltados ao segmento de eventos, como o CEC, ou seja, após 30 anos de turismo, é que o

Estado consegue empreender megainvestimento no Centro de Eventos. As ações realizam-se nos governos de Virgílio Távora, César Cals, Virgílio que retorna, Gonzaga Mota, Tasso Jereissati, Lúcio Alcântara e Cid Gomes (Quadro 1).

Quadro 1 - Cronologia da Linha do Tempo do Turismo no Ceará

DESCRIÇÃO	INÍCIO
Virgílio Távora: 1963 a 66	
CE-040	Implantada 1965
Urbanização da Praia do Futuro	Década de 1970
Urbanização do Icarai	Década de 1970
Criação da EMCETUR	Setembro de 1971
César Cals: 1971 a 75	
Instalação do Centro Federal de Educação Tecnológico	Novembro de 1972
Instalação do Centro de Turismo	Março de 1973
Construção do Estádio Castelão	Novembro de 1973
Construção do Aeroporto Pinto Martins	Dezembro de 1973
Construção da Rodoviária Eng. João Thomé	Março de 1973
Construção do Centro de Convenções	Março de 1974
SENAC – Cursos de capacitação na Área de Turismo	Março de 1974
Construção do Teleférico de Ubajara	Abril de 1975
Virgílio Távora: 1979 a 82	
Urbanização do Cumbuco	Década de 1980
Urbanização da Caponga	Década de 1980
Urbanização de Jericoacoara	Década de 1980
Urbanização de Canoa Quebrada	Década de 1980
Construção do Central de Artesanato (CEART)	Agosto de 1981
Gonzaga Mota: 1983 a 87	
Construção do Empreendimento Beach Park (Parque Aquático)	Dezembro de 1985
Instalação da Universidade de Fortaleza – UNIFOR	Agosto de 1985
Tasso Jereissati: 1988/91 e 1995/99	
Projeto PRODETURIS	Implantado em 1989
Reforma da Rodoviária Eng. João Thomé	Março de 1989
Instalação da CODITUR	Janeiro de 1991
Instalação do PRODETUR/CE I (R\$ 160 milhões) responsável por:	
Estruturação da Secretaria de Turismo do Ceará - SETUR	Junho de 1995
Aeroporto Internacional Pinto Martins (R\$ 78,2)	Fevereiro de 1998
Rodovia CE 085 e outras (R\$ 24,6)	Implantada em 1998
Saneamento Básico em municípios do litoral (R\$ 36,8)	Implantada em 1998
Melhorias de Áreas Ambientais (R\$ 5,4)	Implantada em 1998
Desenvolvimento Institucional de Secretarias Municipais de Turismo (R\$ 2,7)	Implantada em 1998
Custos de Operação (R\$ 5,3)	Implantada em 1998
Engenharia e Administração (R\$ 7,0)	Implantada em 1998
Lúcio Alcântara: 2003 a 2006	
PRODETUR/CE II (US\$ 100 milhões) que investe em:	Ínio 2003
Administração e Supervisão (US\$ 0,2)	2003 a 2007
Fortalecimento da capacidade municipal de gestão para o turismo (US\$ 28,0)	2003 a 2007

Planejamento estratégico, treinamento e infraestrutura para o desenvolvimento do turístico (US\$ 67,0)	2003 a 2007
Promoção investimentos do setor privados (US\$ 2,1)	2003 a 2007
Cid Ferreira Gomes: 2007 a 2014	Início 2007
Construção do Aeroporto Internacional Aracati (R\$ 18,0)	Julho de 2012
Construção do Aeroporto Internacional Jericoacoara (R\$ 61,0)	Julho de 2013
Ampliação e duplicação da CE 040 (R\$ 80,0)	Setembro de 2012
Ampliação e duplicação da CE 085 e outras (R\$ 24,6)	2013/14
Acesso Terrestre com cerca de 300 km: Implantação de rodovia Pindoretama/Batoque; recuperação e reestruturação CE 352 (Beberibe/Praia das Fontes); CE 371; entroncamento da BR 304 à Canoa Quebrada (Marjorlândia e Quixaba); CE 253 (Cascavel/Barra Nova); CE 261 (Icapuí/Barreiras); CE 123 (Fortim/Maceió); implantação da CE-311; duplicação CE-187 e CE-060. R\$ 113,0	2012/14
Recuperação de Patrimônio: Igreja de Nossa Senhora da Conceição e Seminário da Prainha; Restauração do Centro de Turismo (EMCETUR), Teatro Carlos Câmara, Palácio da Abolição e Centro Histórico de Aquiraz	2012/13
Saneamento Básico Porto das Dunas/Cumbuco (R\$ 80,0)	Setembro de 2012
Construção do Centro de Eventos do Ceará (R\$ 548,0)	Julho de 2012
Programa de qualificação profissional e empresarial (R\$ 9,0)	Julho de 2012
Reforma da Arena Castelão: modernização e reforma da (R\$ 518,6)	Dezembro de 2012
Construção do Centro de Eventos do Cariri (R\$ 11,0)	Novembro de 2013
Construção do Centro de Eventos de Iguatu (R\$ 9,0)	Novembro de 2013
Construção do Aterro Sanitário em Aracati (R\$ 4,0)	2012/13
Acquário Ceará (R\$ 250,0)	Novembro de 2014
PRODETUR Nacional - Projeto de Valorização dos Destinos Turísticos (Ibiapaba, Maciço do Baturité e Litoral Leste) contemplando 18 destinos (US\$ 250,0)	2013/14
PRODETUR Expansão CAF - Projeto de Valorização dos Destinos Turísticos do Litoral Oeste contemplando 19 destinos (US\$ 160,0)	2013/14
Duplicação Aeroporto Pinto Martins para 9 milhões 2013 e 2016 para 12 milhões de passageiros/ano (R\$ 349,8)	Dezembro de 2013
Implantação do terminal do Porto do Mucuripe (R\$ 149,0)	Mai de 2014
Implantação do Metrô de Fortaleza	Agosto de 2013/14
Implantação VLT – Veículo Leve: Mucuripe/Parangaba (R\$ 337,7)	Mai de 2014
Acessibilidade terrestre (Reforma, recuperação e ampliação da Av. Dedé Brasil, Alberto Craveiro, Paulino Rocha, Raul Barbosa e Via Expresso (R\$ 261,4)	Mai de 2014

Fonte: AIRES FILHO, José Valdo Mesquita, 2013.

As políticas de turismo ganham representatividade, no Ceará, a partir da década de setenta. O estudo das variáveis, relacionadas com o desenvolvimento do turismo, corrobora no avanço. As condições de acesso com implantação do sistema viário e desembarque de

passageiros no aeroporto e ampliação e distribuição de rede hoteleira do Estado se modernizam.

Em 1961, eram apenas 309 km de estradas asfaltadas, e nas décadas seguintes, tem-se extensão da rede rodoviária asfaltada de 2.357 km para 7.595km, elevando de forma significativa as condições de acessibilidade e de deslocamentos no território cearense. A taxa de expansão da rede viária, no período, é de 222,2%, ou seja, da ordem de 3,6% ao ano.

Quadro 2: expansão da malha viária em quatro décadas.

Quadro 2 - Malha Viária Asfaltada no Ceará

Anos	Malha Existente (km)				Índice (%)	Variação (%)
	Federal	Estadual	Municipal	Total		
1961	293	16	-	309	100,0	-
1971	990	1.224	143	2.357	762,8	662,8
1981	1.721	2.405	295	4.421	1.430,7	87,6
1991	1.973	3.786	373	6.132	1.984,5	38,7
2000	2.096	4.604	373	7.073	2.289,0	8,2
2005	2.153	5.069	373	7.595	2.457,9	7,4

Fonte: Anuário Estatístico do Brasil – IBGE e Anuário Estatístico do Ceará – IPECE/CE, 2008.

O governo Virgílio Távora, em 1979, desenvolve o primeiro Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico do Estado do Ceará - PIDT-CE, com base em diagnóstico do Estado dividindo-o em regiões e centros turísticos, com abrangência de trinta e oito municípios. De seis regiões turísticas, três se localizam no litoral: região I – Fortaleza e praias adjacentes; região II – Cascavel, Beberibe e Aracati no litoral leste; e São Gonçalo do Amarante, Paracuru e Trairi no litoral oeste. (CORIOLANO, 1998, p. 360-361).

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. 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 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, em 1995, 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 estado seco, pobre e agrícola em moderno e industrializado, sobretudo turístico levaria anos, daí a projeção para 2020. A missão governamental é 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.

No período de 1970 a 2000, o Aeroporto Pinto Martins é reformado e ampliado em quatro ocasiões, com aumento da capacidade de movimentação de passageiros, fixada em 2,5 milhões de passageiros/ano. No período 1980/2012, o desembarque de passageiros cresce 9,8% ao ano e a demanda turística via Fortaleza em torno de 5,7% ao ano, destacando-se o período 1995/2000 cujas taxas anuais de crescimento foram de 10,2% e 14,6%, conforme Quadro 3.

Quadro 3 - Demanda via Fortaleza e Desembarques no Aeroporto

Períodos	Taxas Anuais (%)	
	Demanda Turística Via Fortaleza	Desembarques de Passageiros
1980 – 1995	4,9	4,4
1995 – 2000	14,6	10,2
1980 – 2000	7,2	5,8
2000 – 2012	5,7	9,8

Fonte: SETUR/CE e INFRAERO, 2013.

Sobre a distribuição etária da rede hoteleira de Fortaleza, em março de 2013, constata-se que 96,4% dos estabelecimentos implantaram-se a partir de 1980, ou seja, o correspondente a 96,5% da oferta de Uhs (apartamentos) existentes, sendo que 57,4% dos estabelecimentos surgiram após 1995 cuja representação, na oferta de UHS, é de 54,8%. (Quadro 4).

Quadro 4 - Distribuição Etária da Rede Hoteleira de Fortaleza – 2013

Anos	Estabelecimento		Uhs		Leitos	
	Qtd.	(%)	Qtd.	(%)	Qtd.	(%)
. Até 1975	5	2,1	176	1,6	507	1,9
. 1976-80	3	1,3	210	1,9	463	1,7
. 1981-85	18	7,6	1.170	10,5	2.488	9,2
. 1986-90	28	11,8	1.346	12,1	3.419	12,7
. 1991-95	47	19,8	2.140	19,2	4.993	18,5
. 1996-00	66	27,8	2.613	23,4	6.712	24,9
. 2001-06	44	18,6	2.660	23,8	6.129	22,7
. 2007-12	26	11,0	846	7,6	2.291	8,5
Total	237	100,0	11.161	100,0	27.002	100,0

Fonte: SETUR/CE (Posição em março de 2013).

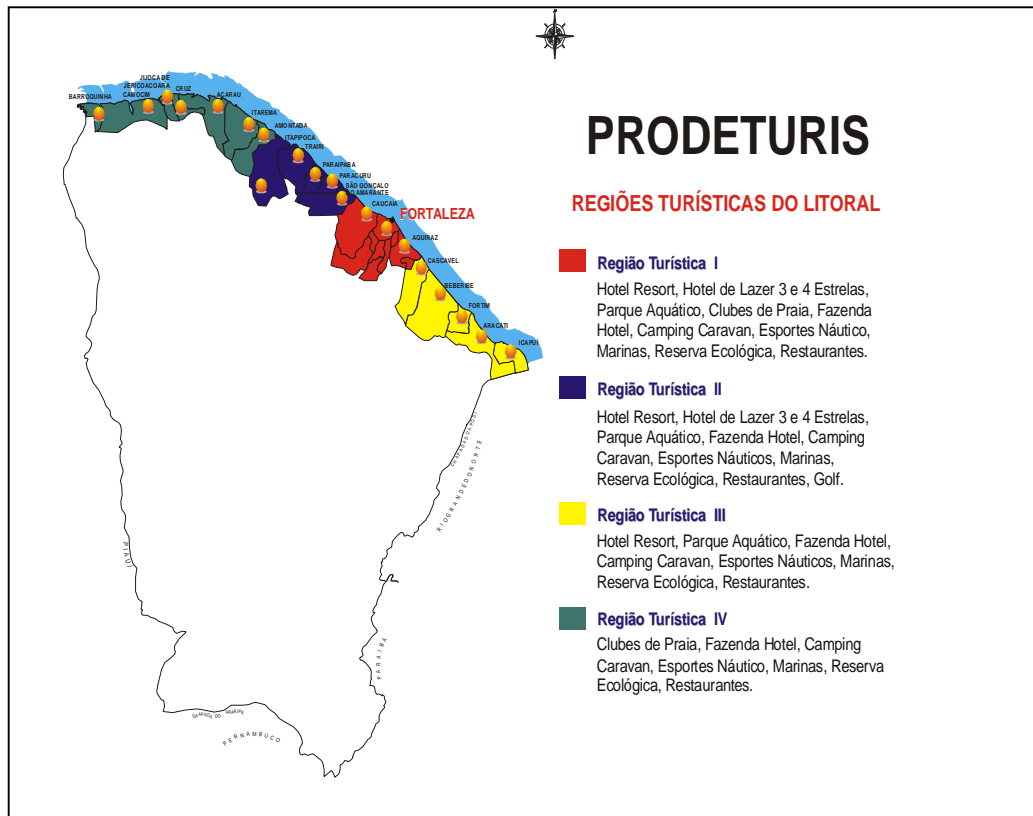
A evolução do turismo, no Ceará, tem a seguinte leitura: década de setenta – pré-início do turismo; década de oitenta – primeiros passos; década de noventa - planejamento e implantação do PRODETUR, criação da SETUR/CE e surgimento de novos cursos de ensino superior na área do turismo; década de 2000 – consolidação do turismo; década de 2010 – aprimoramento e fortalecimento do turismo.

Com determinação do espaço a ser desenvolvido pelos programas de desenvolvimento e infraestrutura, o segundo passo é determinar as potencialidades do local e segmentá-lo para conquista de maior quantidade de turistas, assim, segmentação do mercado encaminha para divisão de grupos de demanda.

O Programa de Desenvolvimento de Turismo (PRODETURIS), em Áreas Prioritárias do Litoral do Ceará, faz a primeira estruturação socioeconômica do Estado, assim como primeira ação de planejamento, com o Plano de Desenvolvimento para o litoral, desejando melhorar a qualidade de vida da população com a dinamização da atividade econômica, ampliação da oferta de opções de lazer, aliada à política de conservação ambiental

e desenvolvimento regional centrado no turismo. Figura 1: divisão por zonas para investimentos.

Figura 1 – PRODETURIS – Regiões turísticas do litoral cearense.

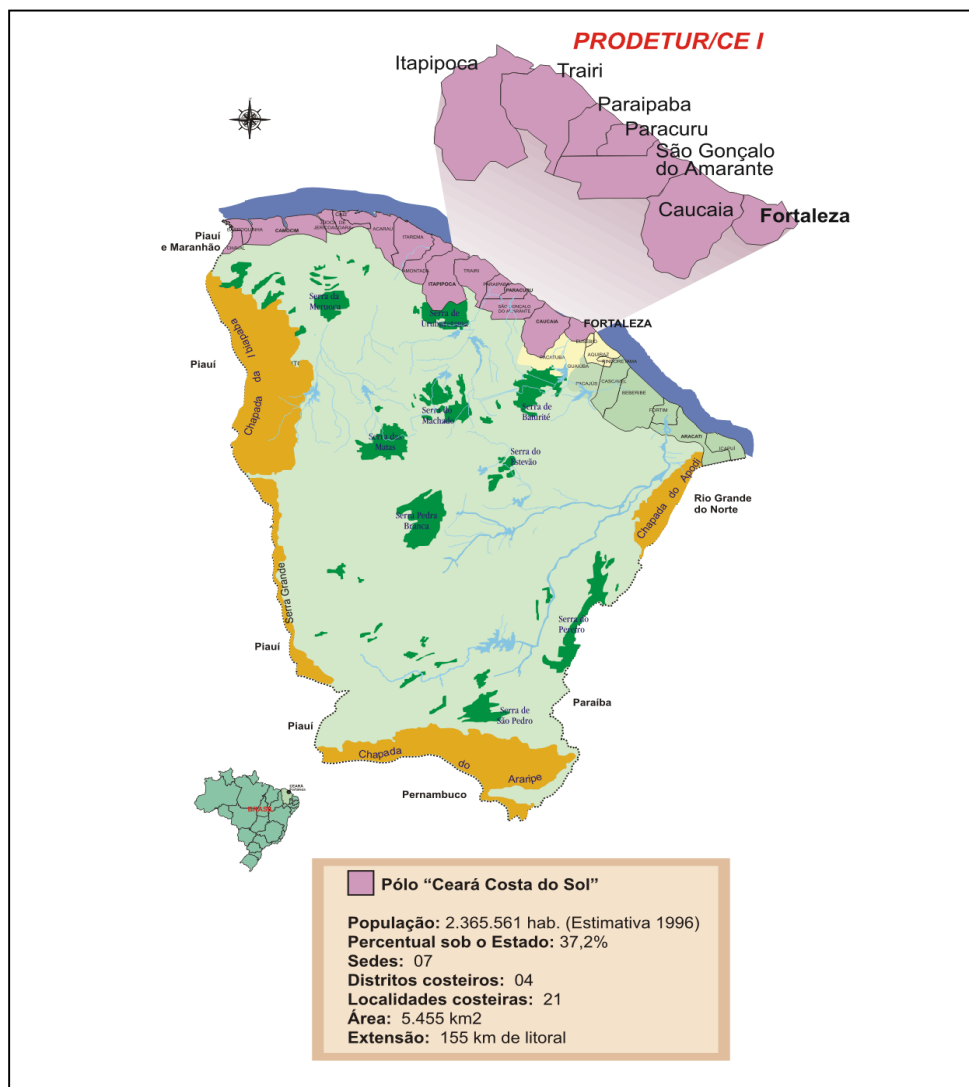


Fonte: SETUR/CE, 1995.

O objetivo básico do Programa é o desenvolvimento econômico do Estado, elevando o nível de emprego e renda da população pela organização da infraestrutura que possibilita o fomento aos investimentos no turismo.

Parte do Polo “Ceará Costa do Sol”, da região turística II do PRODETURIS-CE, litoral, a Oeste de Fortaleza, constitui a primeira etapa do PRODETUR-CE. Engloba sete sedes urbanas e oito distritos e localidades, distribuídos nos municípios de Itapipoca, Trairi, Paraipaba, Paracuru, São Gonçalo do Amarante, Caucaia e Fortaleza, numa extensão de mais de 150 quilômetros de litoral.

Figura 2 - O PRODETURIS e as Regiões



Fonte: SETUR/CE,1995

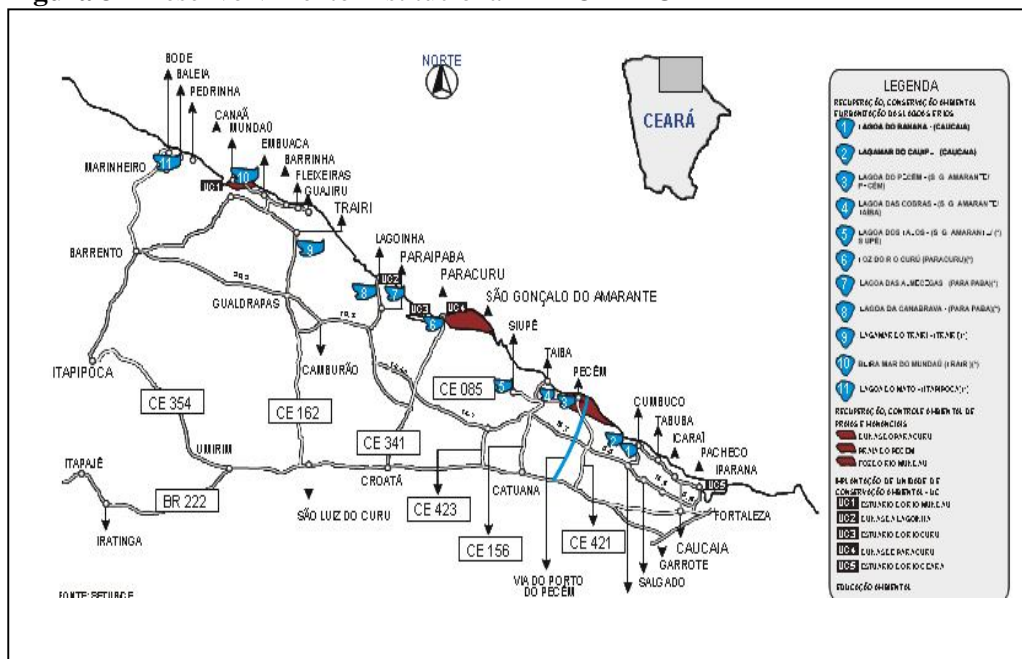
O zoneamento básico expressa a intenção de integração de vocações e potencialidades da área litorânea, em face de conjuntos de atividades turísticas, socioeconômicas, ambientais e de infraestrutura urbana. Tabela 1: vias rodoviárias do PRODETURIS.

Tabela 1 - Vias de infraestrutura do PRODETURIS

TRECHOS	EXTENSÃO km
VIAS ESTRUTURANTES	123,69
- Entr. CE-085 / Entr. Garrote (contorno Caucaia)	5,14
- Contorno de Caucaia / Tabuleiro Grande	14,00
- Tabuleiro Grande / Entr. CE-421	5,80
- Entr. CE-421 / São Gonçalo do Amarante	19,70
- São Gonçalo do Amarante / Entr. CE-341	14,70
- Entr. CE-341 / Entr. CE-085 (1ª variante)	8,77
- Entr. CE-085 (1ª variante) / Entr. Acesso Paraipaba	5,57
- Entr. Acesso Paraipaba / Camburão (km 0 - km 6,4)	6,40
- Camburão / Entr. CE-162 (km 6,4 - km 16,3)	10,26
- Entr. CE-162 / Gualdrapas	7,14
- Gualdrapas / Barrento	26,21
VIAS DE ACESSO	98,44
- Pecém / Entr. Taíba - São Gonçalo do amarante	5,12
- Itapipoca / Barrento	21,43
- Pecém / Entr. Taíba - Pecém	9,88
- Rodovia Estruturante / Trairi (Acesso Trairi)	11,85
- Entr. Pecém / Entr. Taíba - Siupé	6,47
- Paraipaba / Lagoinha	10,63
- Barrento / Baleia	33,06
VIAS DE PERCURSO	32,88
- Trairi / Entr. Mundaú - Flexeiras	9,57
- Mundaú / Guajiru	17,78
- CE-085 - Lagoa do Banana - Cumbuco	5,53
TOTAL	255,01

Fonte: SETUR/CE, 1995.

A área do programa de desenvolvimento do turismo no litoral, definida por franja de 2 km a 6 km de continente interior, faz zoneamento segundo quatro regiões de desenvolvimento.

Figura 3 - Desenvolvimento Institucional - PRODETUR I

Fonte: SETUR/CE, 1998.

Região Programa I: Compreende a região metropolitana de Fortaleza, composta pelos municípios litorâneos costeiros: Caucaia, Fortaleza e Aquiraz cujos limites extremos oeste e leste são respectivamente Rio Cauípe e Riacho do Caponga Funda.

Região Programa II: região da área prioritária do programa, composta dos municípios de Trairi, Paraipaba, Paracuru, São Gonçalo do Amarante e Caucaia cujos extremos e limites oeste e leste são respectivamente o Rio Mundaú e o Rio Ceará, conforme define o edital de licitação deste estudo.

Região programa III: região polarizada atual do litoral formada dos municípios de Cascavel, Beberibe, Aracati, Icapuí, com extremos e limites oeste e leste respectivamente riacho do Caponga funda e barra nova.

Região programa IV: Compreende a região do litoral constituída pelos municípios de Camocim, cruz, Acaraú, Itarema, Amontada, Itapipoca, limites e extremos, oeste e leste, respectivamente, rio Timonha e Rio Mundaú.

A cada região de desenvolvimento corresponde o planejamento de polo turístico selecionado de acordo com indicadores de acesso, equipamentos e serviços turísticos, atrativos naturais e culturais a ele associados, meio urbano, transporte para deslocamento na área e custo de implantação. Propuseram-se quatro polos turísticos:

- **Polo turístico receptor e distribuidor na RMF**

Tem, em Fortaleza, o centro urbano de apoio, com a função de receber a maior demanda do turismo (portão de acesso aeroviário, rodoviário e marítimo) e distribuí-la para o litoral. Considera, assim, Fortaleza cidade turística.

- **Polo turístico do Mundaú, na Região Programa II**

Concentra as atividades turísticas da região, e centraliza, no distrito do Mundaú, o núcleo turístico e, em Trairi, o centro urbano de apoio.

- **Polo turístico regional do litoral leste, na Região Programa III**

Tem as atividades turísticas na região litorânea leste, centraliza, na cidade de Aracati, o centro urbano de apoio e cidade turística, estabelecendo o corredor turístico leste para presença acentuada de centros de acomodação e acessos.

- **Polo turístico do Camocim, na Região Programa IV**

Concentram-se em Camocim, as funções de cidade turística e centro urbano de apoio. Interligando o polo receptivo de Fortaleza com o regional, no sentido litoral oeste, o planejamento do zoneamento estabelece corredor turístico com centros de acomodações, Corredor Oeste.

Apoiados pelos centros de acomodação, se distribuem ao longo do litoral, com oferta de leitos diferenciados com atrativos turísticos e entretenimentos adequados às características e demandas da localidade.

As macrorregiões são bases territoriais de planejamento, interação e espaço para aglutinação de ações, compreendendo:

- Corredor Turístico Estruturante: distribuição espacial de atrativos, infraestrutura e facilidades interligadas por eixos de transporte projetados que constituem polos e núcleos turísticos, definindo o sistema de acesso estruturante e de percurso turístico;
- Roteiros Turísticos Temáticos: configuração espacial seguindo temas específicos, identificando alternativas, potencialidades e segmentação de mercados para construção de cenários desejados, dentro de uma visão sistêmica de turismo;
- Polos Turísticos: centros aglutinadores e atrativos que congregam municípios turísticos apresentando condições naturais e culturais na produção do espaço e na oferta de serviços e produtos turísticos;
- Municípios Turísticos: municípios que reúnem o maior potencial de atrativos, infraestrutura e serviços reconhecidos pela demanda turística;

O somatório dos elementos de caráter espacial, infraestrutura e de atração, vocação e polarização formam seis macrorregiões turísticas, delimitadas segundo os seguintes critérios:

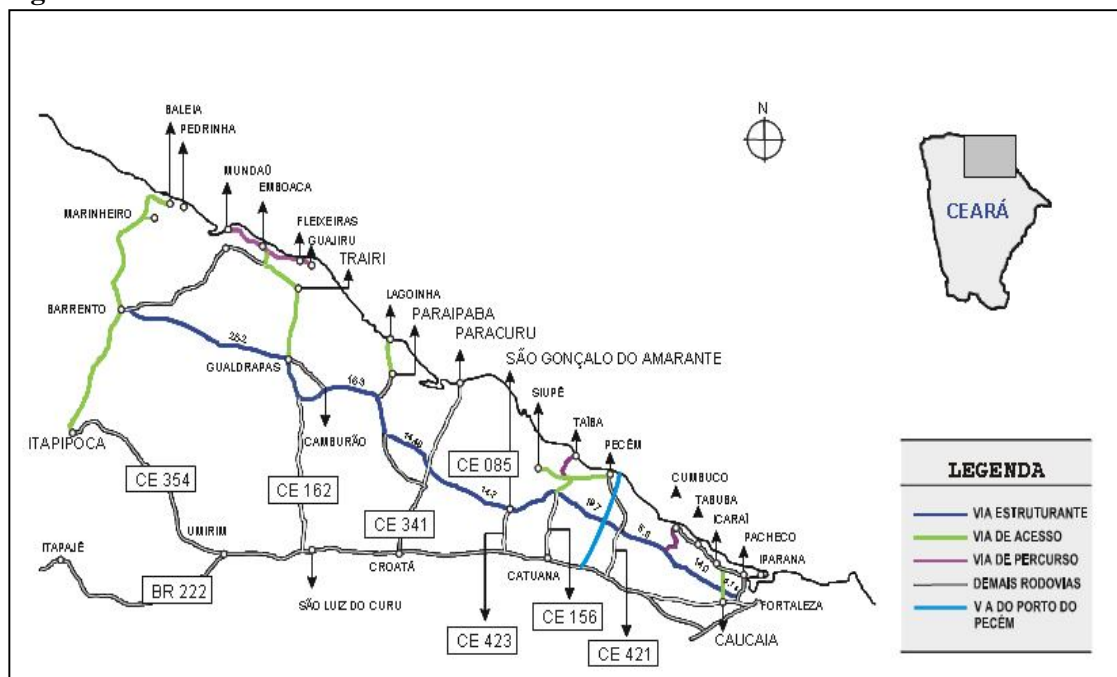
- Político/Administrativo: regiões administrativas do estado, delimitadas para efeito de investimentos públicos;
- Físicos e Geoambientais: Unidades de paisagem física e ambiental.

- Turísticos e Socioeconômicos: distribuição espacial de potencialidades e vocações turísticas, facilidades, acessos e atrativos.

As obras de infraestrutura do PRODETUR/CE I contemplam construção e ampliação/reformas de fixos a seguir:

- Aeroporto Internacional Pinto Martins de Fortaleza
- Rodovias (Figura 4).

Figura 4 - Rodovias - PRODETUR I

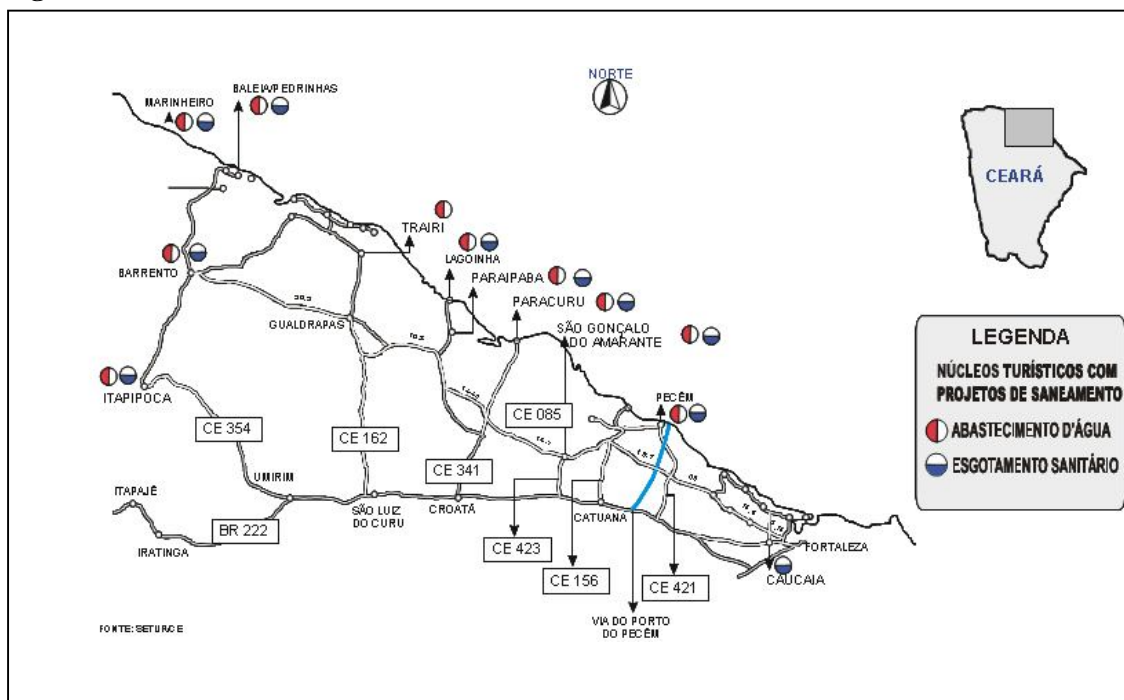


Fonte: SETUR/CE, 1998.

- Saneamento básico

O Saneamento Básico na região beneficiam onze localidades turísticas, entre as quais, sedes municipais: Abastecimento d'água e Esgoto Sanitário: Paraipaba, Paracuru, Pecém, São Gonçalo do Amarante, Lagoinha, Barrento, Baleia, Marinheiro, Itapipoca; Abastecimento d'água: Trairi, Praias Oeste (Iparana, Pacheco e Icarai); Esgoto Sanitário: Caucaia; Investimento Total: US\$ 36,82 milhões.

Figura 5 - Saneamento básico - PRODETUR I



Fonte: SETUR/CE, 1998.

- Em relação ao Meio ambiente:

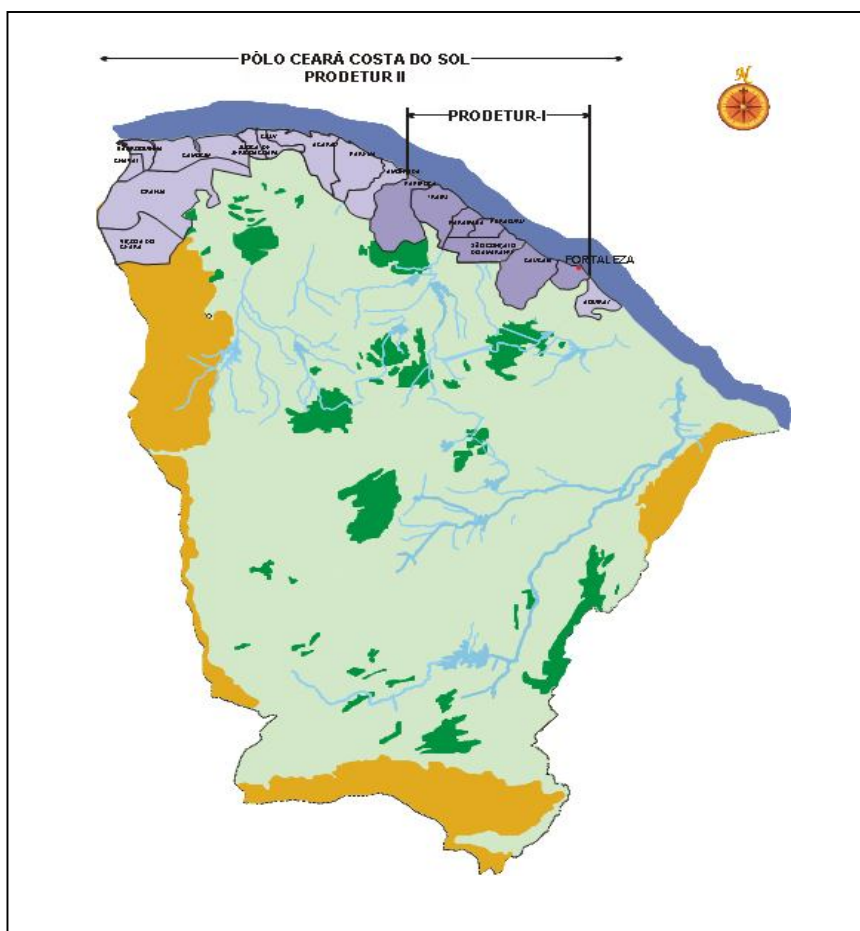
Criação de APAs – 03 em Estuários dos principais rios (Ceará, Curu, Mundaú) e 02 em Dunas (Paracuru, Lagoinha); Fixação de Dunas do Paracuru; Recuperação e Defesa da Praia do Pecém e Embocadura do Rio Mundaú; Urbanização (CPTAs) – 04 lagoas, 01 estuário, 01 lagamar e 01 Beira-Mar; Recuperação e Conservação – 04 lagoas; Conservação Ambiental – 03 lagoas e 02 lagamares; Educação Ambiental – 18 cursos em 06 municípios e 425 participantes; Elaboração de Planos de Gestão e Projeto Sinalização das APAs e Plano de Gestão dos Centros de Promoção Turístico Ambientais – CPTAs.

- Além de ações desenvolvidas nos municípios:

Adequação da Estrutura Organizacional; Cadastro Técnico; Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano; Otimização dos Serviços de Limpeza Pública; Capacitação de Servidores Municipais (1.079 servidores); Assessoria Tributária; Ações Desenvolvidas em órgãos estaduais envolvidos com o programa (SETUR/ DERT/ SEMACE/ CAGECE); Sistema de Informações Turísticas; Reequipamento dos Órgãos; Macrozoneamento Ambiental; Capacitação dos Servidores (1.145 servidores).

O PRODETUR/CE II dá sustentabilidade ao turismo no “Polo Piloto”, contribuindo para melhoria da qualidade de vida nos municípios beneficiados pelo Programa, e melhoria da capacidade de gestão do turismo dos governos municipais. Figura 6: litoral destacando o Polo Costa do Sol Poente e área do PRODETUR.

Figura 6 - Área de cobertura - PRODETUR II



Fonte: SETUR/CE, 1998.

O PRODETUR investiu nos municípios com ações de territorialidades para geração de renda turística e assegurar benefícios às populações fixas. Governos municipais investiram na capacitação para gestão eficaz do turismo. O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, devidamente validado pelo Conselho de Turismo do Polo e aprovado pelo BNB/BID; implantação do Polo “Ceará Costa do Sol” (22/05/2003); e complementaram as ações dos projetos e investimentos previstos no âmbito do PRODETUR I e áreas impactadas, necessários à sustentabilidade do turismo no litoral.

Municípios contemplados pelo PRODETUR: Aquiraz, Fortaleza, Caucaia, São Gonçalo do Amarante, Paracuru, Paraipaba, Trairi, Itaipoca, Amontada, Itarema, Acaraú, Cruz, Jijoca de Jericoacoara, Camocim, Barroquinha, Chaval, Granja e Viçosa do Ceará. O PRODETUR II beneficia, em especial, Aquiraz, Camocim e Jijoca de Jericoacoara com valores (Quadro 5).

Quadro 5 - Valores distribuídos no PRODETUR II

Nº	Componentes/ Projetos	Valor (milhões de US\$)
1.	Fortalecimento da capacidade Municipal para Gestão do Turismo	25.804.000,00
1.1.	Gestão Municipal do Turismo	70.000,00
1.2.	Gestão Municipal do Turismo	534.000,00
1.3.	Gestão dos Resíduos Sólidos	2.200.000,00
1.4.	Proteção e Conservação de Recursos Naturais	4.000.000,00
1.5.	Proteção e Conservação de Recursos Culturais	10.000.000,00
1.6.	Urbanização de Áreas Turísticas	9.000.000,00
2.	Planejamento Estratégico, Treinamento e Infraestrutura para o Crescimento Turístico	57.030.000,00
2.1.	Planejamento Estratégico e Preparação de Projetos	2.600.000,00
2.2.	Campanhas de Conscientização	200.000,00
2.3.	Treinamento Profissional e Capacitação da População Local	2.000.000,00
2.4.	Água Potável e Saneamento	17.230.000,00
2.5.	Obras de Infraestrutura	35.000.000,00
3	Promoção de Investimentos do Setor Privado	6.600.000,00
	Total	89.434.000,00

Fonte: SETUR/CE, 1998.

A Política Estratégica para o Desenvolvimento Sustentável do Ceará é o primeiro documento de planejamento em longo prazo para o turismo no Estado, com a missão de tornar o Ceará destino turístico consolidado conservando a natureza, aglutinando negócios econômicos, desenvolvimento social e municipal.

Desenvolvimento do produto turístico, com estratégia direcionada para que o “Produto Ceará” seja completo, com atrações, infraestrutura, serviços e acessos: diferenciado segundo as atrações de litoral, da serra e do sertão; diversificado quanto às modalidades de turismo que possam atrair segmentos de mercado alvo, e de ótima qualidade no que se refere aos equipamentos e serviços.

Desenvolvimento do Marketing Turístico, entendido como produção da imagem, qualidade, promoção nos mercados e política de preços adequados à competitividade do produto turístico.

O Plano de Ação Turística (PAT) é o planejamento de ações a serem implementadas para levar adiante estratégias definidas de estruturação do turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social do município, estabelecendo as atividades prioritárias, estratégias, objetivos, ações e projetos estruturais, mercados e forma de gestão do turismo, definindo prazos e fontes de financiamento e identificando agentes responsáveis pela ação.

O PAT tem abrangência municipal, porém numa visão contextualizada como parte integrante da macrorregião turística do município, em consonância com a Política Estratégia do Turismo do Estado, planos e projetos governamentais e privados e infraestrutura instalada. Dota o município de instrumentos e indica diretrizes do desenvolvimento turístico desejado para cada município, compatibilizando a política estadual para o setor como o desenvolvimento de outras potencialidades e atividades econômicas, recursos financeiros necessários e vocações do município.

A definição e implantação de projetos, medidas e instrumentos, para alcance de resultados, a curto, médio e longo prazos, com eficácia para transformação de potencialidades do município em produtos competitivos nos mercados nacional e internacional.

O marco constitui referencial para a política estratégia para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo no Ceará. As políticas se estruturam em vertentes estratégicas: desenvolvimento do produto turístico (imagem, qualidade, mercado e política de preços); e estratégias de desenvolvimento fundamentado no conceito de cluster econômico.

2.2 Opção do Estado pela Atividade Turística

O turismo passa a ser atividade merecedora de incentivos a partir de 1971, com a Empresa Cearense de Turismo S/A (EMCETUR), de fomento do turismo. Benevides (1998, p. 51) informa que a criação da EMCETUR,

“[...] num primeiro momento se pauta por um certo empirismo e imediatismo na medida em que carece de um planejamento integrado e de longo prazo para a produção, a organização e o consumo de territórios turísticos, bem como para ‘[...] a ordenação da rede de lugares constitutivos do [seu] espaço turístico’.”

Apesar da inexperiência, na administração do turismo, do referido órgão, a criação estava em consonância com o começo de declínio da época do “milagre econômico brasileiro” e busca de opções de desenvolvimento econômico, ocorrendo, assim, o “descobrimento do Nordeste pelo turismo, concebido como espaço de atratividade e de potencialidades turísticas” e,

“[de acordo com a] fase de institucionalização do turismo de forma organizada, [que] se caracterizou pela intervenção do Estado, via agências governamentais, BNB e SUDENE, com ações diversas [...] [e que] se estendeu do início da década de setenta até o ano de 1980”. (PAIVA *apud* BENEVIDES, 1998, p. 52).

No governo Tasso Jereissati, no entanto, no final da década de 1980, com o Plano de Mudanças, a atividade turística emerge associada ao desenvolvimento e crescimento econômico (CORIOLANO, 1998). Em 1989, o Programa de Desenvolvimento do Turismo, em Área Prioritária do Litoral do Ceará, o PRODETURIS, zoneia o litoral em quatro regiões turísticas, sinalizando primeira proposta de planejamento para o desenvolvimento turístico do litoral.

O zoneamento serviu de base ao Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste - PRODETUR-NE, no Estado do Ceará (PRODETUR/CE), em 1992, que, no primeiro momento, atende a costa oeste, em virtude de constatação de maior vulnerabilidade ambiental e de acelerado processo de crescimento populacional.

O governo Tasso cria novo imaginário do território cearense, diferente do existente até então. O sol de inclementes secas, com sérios transtornos da população torna-se sol de verão, das praias, sol da “Terra da Luz”. Com efeito, a “metáfora do sol” alcança êxito e associa Fortaleza ao turismo de “sol e mar”, tornando-a uma das cidades mais visitadas.

A mudança de paradigma relacionada ao turismo e as conseqüências advindas com incremento do número de turistas, promovidas pelo Governo, associam-se à imagem da administração e ao “marketing”, expressa por Benevides (1998, p. 28) como “[...] uma diretriz de modernização da economia e um ‘simulacro’ veiculador da modernização cultural e

política do Estado, a despeito de esta atividade estar mais conectada com práticas e valores da pós-modernidade”.

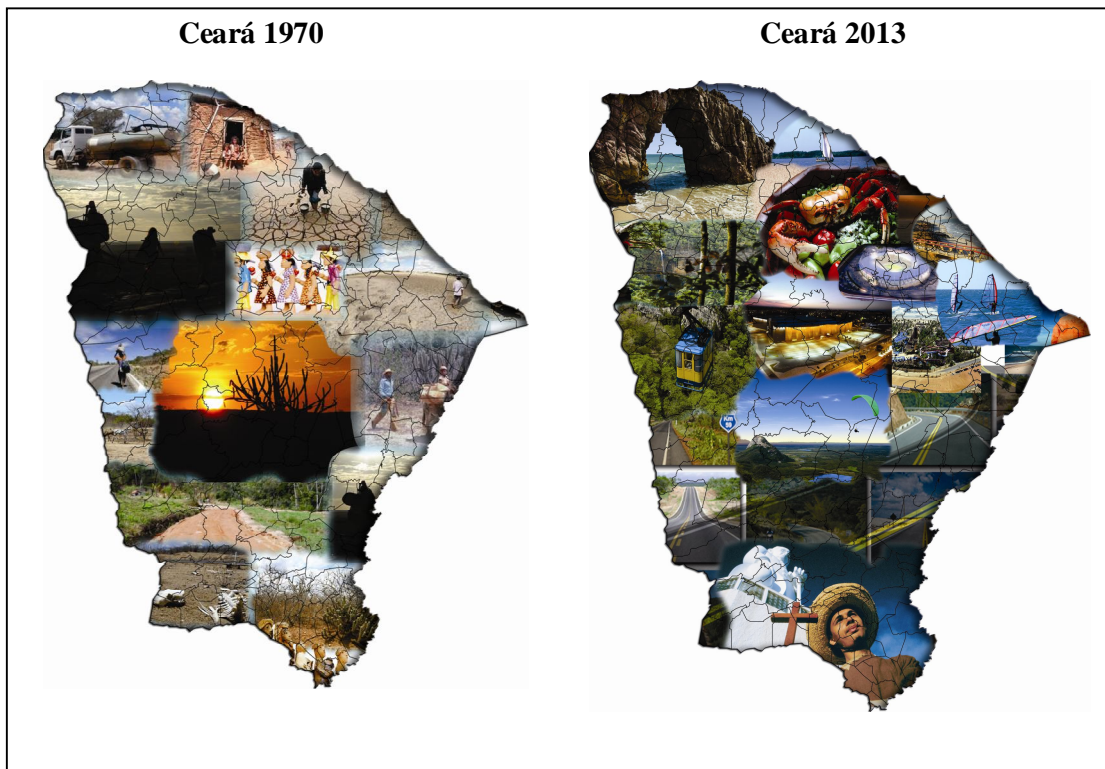
A fim de garantir aprovação e apoio da população, a premissa levantada é a reconfiguração do foco voltado a residentes, na busca da melhoria de condições de vida.

O Ceará guarda a imagem de região pobre e seca, como o Brasil, de região indígena, sem controle.

“Esta filiação forma opiniões tanto internas (em escala local) como externas (em escala regional, nacional e internacional). A opinião interna é marcada pela criação de uma consciência turística que busca convencer os habitantes de Fortaleza da vocação turística do estado e da capital. A opinião externa é marcada pelo fortalecimento da imagem turística da cidade, transformada em paraíso para os turistas amantes de praias. (...) Esta formação de opinião moldada pela publicidade/propaganda suscita a construção de uma imagem de marca de Fortaleza baseada nas vantagens climáticas. Procura-se, assim, construir uma imagem para difundir o processo de modernização do Ceará, dado comprometedor da imagem trágica associada ao imaginário social da seca e que impedia o desenvolvimento do turismo”. (DANTAS, 2007, p.25).

Com intenção de mudar e expor novas realidades, o Ceará se apresenta pela mídia como local quente por natureza, com praias para lazer. Conta-se com regiões voltadas para devoções religiosas, pela prática cristã e contexto histórico do povo, além de oferta da vasta culinária. O sertão desgastado tem voz e vez, expondo a visão de quem ali vive. Figura 7: momentos do estado nas últimas décadas.

Figura 7 - A reconfiguração da imagem do Ceará.



Fonte: AIRES FILHO, José Valdo Mesquita, 2013.

A figura representa o reposicionamento do estado, com abertura para o Turismo, por ser o território inapropriado à agricultura, por falta de solos edáficos e pelo problema de secas cíclicas.

Com o programa de regionalização turística, viabilizam-se estâncias de governanças, na regionalização do turismo, com maior controle de atividades, na execução de planos para tornar o Ceará Terra da Luz, na terra do sol e do turismo. Para alcance de resultados, realizam-se campanhas de Propaganda e Marketing, com ênfase nos públicos: turistas e residentes. Para turistas constrói-se imagem atrelada às belezas naturais do litoral e capital, ao mesmo tempo faz-se publicidade para consciência dos residentes da importância do turismo como oportunidade de crescimento e desenvolvimento, o que contribui diretamente na economia gerando empregos.

Com os resultados dos projetos turísticos, o Estado investe na imagem da capital turística.

À comparação da demanda turística receptiva com a de outros países, verifica-se que o Brasil está aquém do nível percentual atribuído às grandes nações. Internacionalmente, ingresso de turistas, no ano de 2010: França com 76,8 milhões; Estados Unidos 59,7 milhões, China 55,7 milhões, Espanha 52,7 milhões e o Brasil apenas 5,2 milhões: há que melhorar as estruturas espaciais e sociais para o turismo.

Os grandes eventos internacionais que estão por vir, Copa das Confederações, já realizada (2013), Copa do Mundo de Futebol (2014) e Jogos Olímpicos (2016) apresentam perspectiva de aumento expressivo de ingresso de turistas, bem como oportunidades de expansão do turismo nacional. Contudo o ideal é que as demandas não sejam sazonais.

O Nordeste, em especial, é foco do turismo pelas qualidades geoambientais e climáticas, lócus especial do turismo de sol e mar. O Quadro 6 apresenta fluxos turísticos para capitais nordestinas podendo-se verificar evolução da demanda até 2011. A construção de novo equipamento, Centro de Eventos do Ceará, começa a fazer crescer a demanda, assim, em 2013, constata-se que apenas a Capital baiana Salvador é destino com maior demanda do que Fortaleza.

Quadro 6 - Fluxo Turístico no Nordeste – 2002 a 2011

Capitais	Fluxo Turístico nas Capitais do NE (mil)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
NORDESTE	9.398	9.382	10.050	10.911	11.465	11.826	12.052	12.984	14.221	15.137
Salvador (BA)**	2.064	2.193	2.281	2.372	2.490	2.616	2.620	2.848	2.990	3.140
Recife (PE)	1.966	1.984	2.009	2.095	2.083	2.128	2.214	2.297	2.479	2.648
Fortaleza (CE)	1.629	1.551	1.784	1.969	2.062	2.079	2.178	2.467	2.692	2.848
Natal (RN)	1.000	1.007	1.202	1.356	1.373	1.351	1.391	1.476	1.650	1.707
Maceió (AL)*	890	1.013	952	1.101	1.068	1.014	1.018	1.096	1.248	1.297
São Luís (MA)*	494	455	599	663	881	984	959	1.013	1.145	1.313
Aracaju (SE)*	309	318	283	323	392	431	422	443	510	549
João Pessoa (PB)	643	538	668	712	764	802	837	893	955	990
Teresina (PI)*	403	323	272	320	352	421	413	451	552	645

Fonte: GTP/CTI-NE, Órgãos Oficiais de Turismo dos Estados do Nordeste e PDITS.

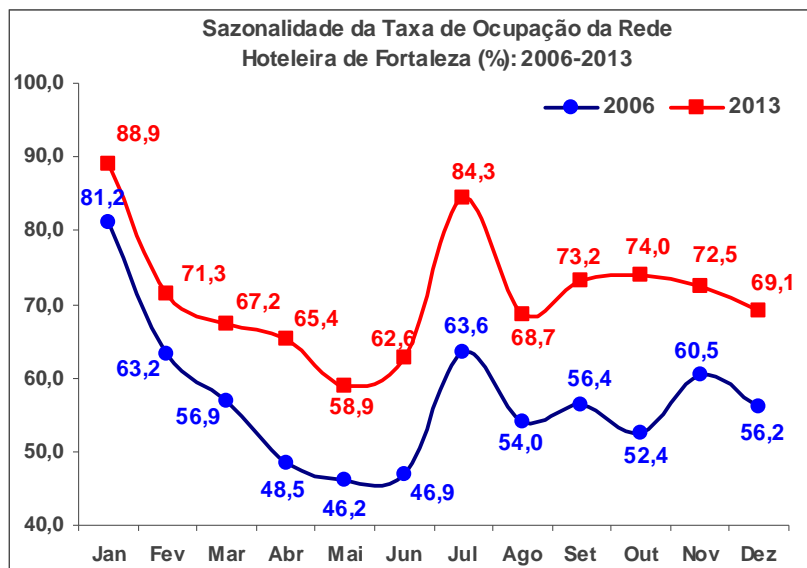
Obs: (*) Dados estimados (**) 2006 a 2009 preliminares

Fonte: GTP/CTI-NE.

A sazonalidade da demanda turística considerada-se fenômeno regular em todos os destinos turísticos. De acordo com o Gráfico 1, a distribuição anual da demanda turística mostra que os períodos de pico ocorrem nos meses de férias, janeiro, julho e dezembro. O acumulado da média geral é de 58,7% e, para 2012, o índice de ocupação de 68,8%. O Ceará

começa a dar sinais de diminuição da sazonalidade com o Secretário de Turismo do Ceará¹ a afirmar que o que temos agora é alta estação o ano todo, com altos e baixos. Índice de sazonalidade do Ceará (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Índice de Sazonalidade/ Demanda Turística/Ceará/2006/13



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 (2013) destaca que os eventos diminuem os efeitos da sazonalidade, ampliam a quantidade de emprego, com diminuição da instabilidade do mercado turístico.

Imagem de paisagem tropical é a grande referência do turismo do Ceará, ciente de que não basta segmento, Secretaria de Turismo do Estado: constrói equipamento para megaeventos, criando e fortalecendo o turismo de negócios, com possibilidades de atrair maiores demandas.

A organização espacial, nas regiões, é um dos principais meios de elevação do Estado destino turístico consolidado. Os ordenamentos territoriais desenvolvidos ocorreram em áreas litorâneas, em serras úmidas de Baturité, Ibiapaba, Araripe e Sertão Central, pelas potencialidades turísticas.

¹ Bismarck Maia.

O litoral é o maior potencial turístico, pelas praias limpas e balneárias, associadas ao clima tropical influenciado pelas brisas marinhas e com insolação diária, de 6 a 9 horas e temperatura de águas marítimas, entre 25°C e 28°C. Nesse espaço, 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. Os mais conhecidos situam-se nas imediações do triângulo Crato-Juazeiro-Barbalha. Águas cristalinas merecem destaque: estância do Caldas. São recursos que contam com equipamentos de lazer, clubes e balneários.

No sertão, os recursos são reduzidos devido à aridez, contudo aproveitados para implantação de equipamentos de lazer, em açudes públicos, atrativo também são as trilhas ecológicas na caatinga, contemplação dos monólitos, produção sertaneja de engenhos de farinha e de produção de rapadura e a gastronomia.

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.

A SETUR/CE quer interiorizar o turismo, ação que aumenta o tempo de permanência do turista no Estado. Assim, empreendem-se esforços para que turistas visitem cidades e comunidades fora da capital. O Quadro 7 ressalva resultados da movimentação turística, no período de 2006 a 2012, envolvendo fluxos nacional, internacional e intraestadual na Capital e em 85 municípios turísticos.

Quadro 7 - Movimentação Turística no Ceará - 2006/2012

Anos	Movimentação turística				
	Capital	(%)	Interior	(%)	Total
2006	2.062.493	22,5	7.103.255	77,5	9.165.748
2007	2.079.590	21,4	7.639.328	78,6	9.718.918
2008	2.178.395	21,4	8.003.224	78,6	10.181.619
2009	2.466.511	21,5	8.979.520	78,5	11.446.031
2010	2.691.729	21,4	9.903.276	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

Fonte: SETUR/CE².

Do total de turistas, em Fortaleza, no período 2006/2012, 71,1% visitaram outros lugares. A taxa de interiorização oscila entre 65,1% e 71,1%, no período. Todavia, de modo geral, cerca de 80% de preferência dos turistas foram direcionadas do litoral, 5,69% a serras e 13,93% ao sertão, conforme Quadro 8. Destaca-se que a movimentação de turistas, no período, cresceu 47,67%, litoral com 43,88%, Serra com 140,04% e Sertão com 46,92%.

Quadro 8 - Interiorização da demanda turística segundo as áreas mais visitadas

Local	2006		2012		Variação (%)
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	
Litoral	1.107.713	82,50	1.593.754	80,38	43,88
Serra	46.994	3,50	112.806	5,69	140,04
Sertão	187.976	14,00	276.166	13,93	46,92
Total	1.342.683	100,00	1.982.726	100,00	47,67

Fonte: SETUR/CE, 2013.

Os principais destinos de preferência, em 2012, com exclusão do litoral de Fortaleza foram Caucaia, Aquiraz, Beberibe, Aracati, Jijoca de Jericoacoara, Paraipaba e São Gonçalo do Amarante. Quadro 9: interiorização da região, por meio da divisão dos destinos turísticos preferidos.

² Pesquisa mensal no período de 2006 a 2011. a) Total de 85 municípios turísticos e b) movimentação turística envolve os fluxos de origem nacional, internacional e intraestadual.

Quadro 9 - Destinos Preferidos pelos Turistas – 2012

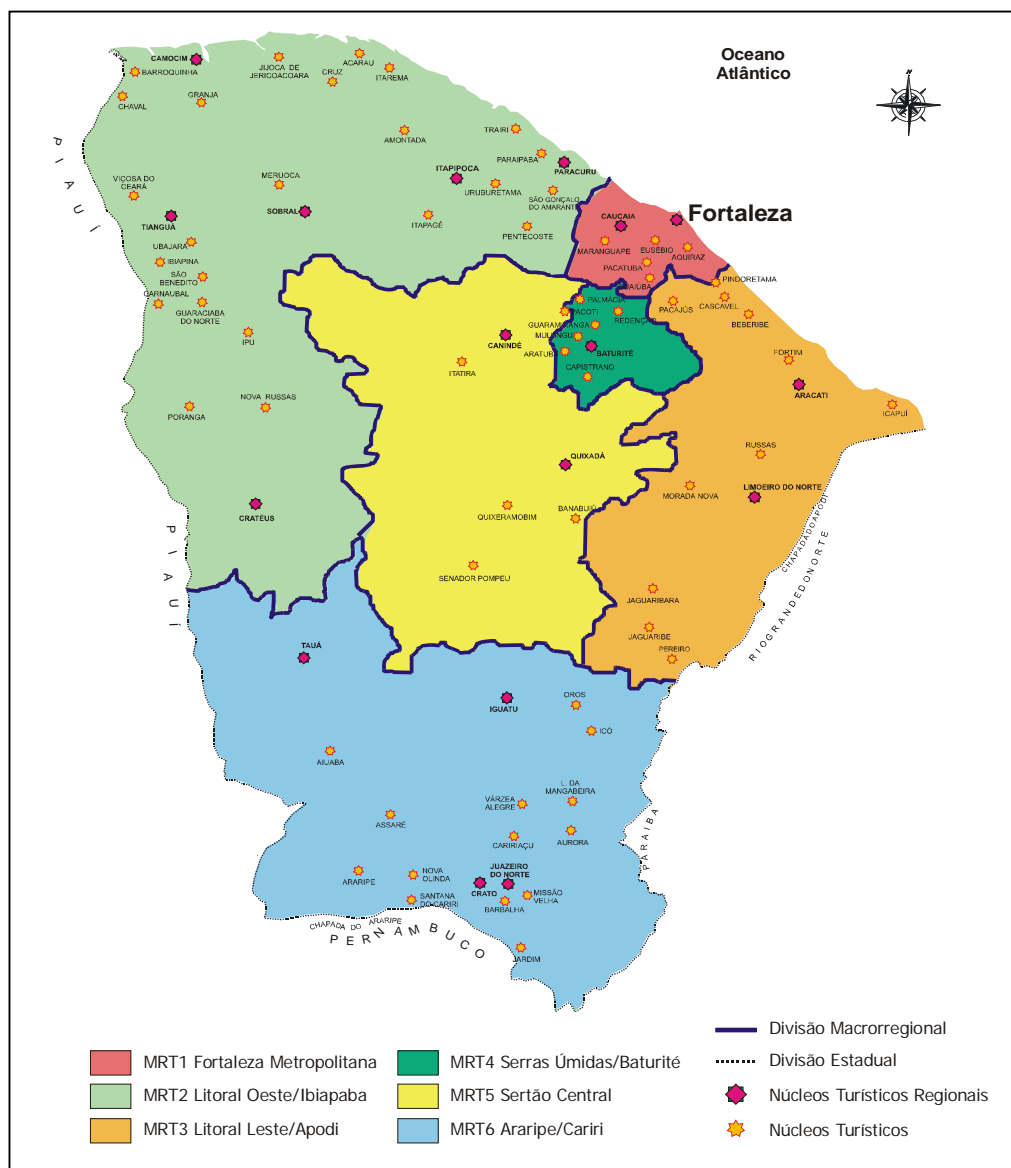
Discriminação	Percentual na Demanda (%)		Turistas	Permanência (dias)
	Interior	Total		
1 Caucaia	17,68	11,82	368.546	7,9
2 Aquiraz	17,01	10,65	354.580	9,3
3 Beberibe	15,23	8,48	317.475	8,0
4 Aracati	14,13	8,37	294.545	5,4
5 Jijoca Jericoacoara	9,01	5,03	187.817	8,6
6 Paraipaba	3,59	2,34	74.744	6,5
7 São Gonçalo do Amarante	3,01	1,74	62.745	8,9
8 Cascavel	2,81	1,01	58.575	9,8
9 Paracuru	1,98	0,98	41.274	8,9
10 Trairi	1,71	0,92	35.646	5,3
11 Sobral	1,64	0,92	34.186	6,9
12 Sede	1,35	0,73	28.141	7,5
13 Canindé	1,23	0,69	25.640	6,0
14 Guaramiranga	1,16	0,65	24.181	4,9
15 Maranguape	1,14	0,61	23.764	9,1
16 Juazeiro do Norte	1,10	0,57	22.930	6,9
17 Camocim	0,98	0,50	20.428	10,0
18 Icapui	0,76	0,44	15.842	9,2
19 Maracanaú	0,68	0,44	14.175	8,9
20 Itapipoca	0,60	0,39	12.457	4,7
Subtotal	96,8	57,3	2.017.691	7,6
Outras localidades	3,2	12,3	66.846	
Total Interiorização	100,0	69,6	2.084.537	8,9

Fonte: SETUR/CE (dados preliminares), 2013.

Desenvolver e estruturar regiões fora da capital amplifica o crescimento turístico e tem logrado êxito, visto que a demanda turística permanece por mais tempo, além do raio de alcance de visitas, facilitando ao turista contato direto com o interior.

As macrorregiões turísticas (Fortaleza/Metropolitana, Litoral Leste/Ibiapaba, Litoral Oeste/Apodi, Serras Úmidas/Baturité, Sertão Central, Araripe/Cariri), constituem base territorial de interação e aglutinação das ações. Os espaços se complementam e garantem o crescimento econômico equilibrado de áreas propícias ao turismo. (Figura 8).

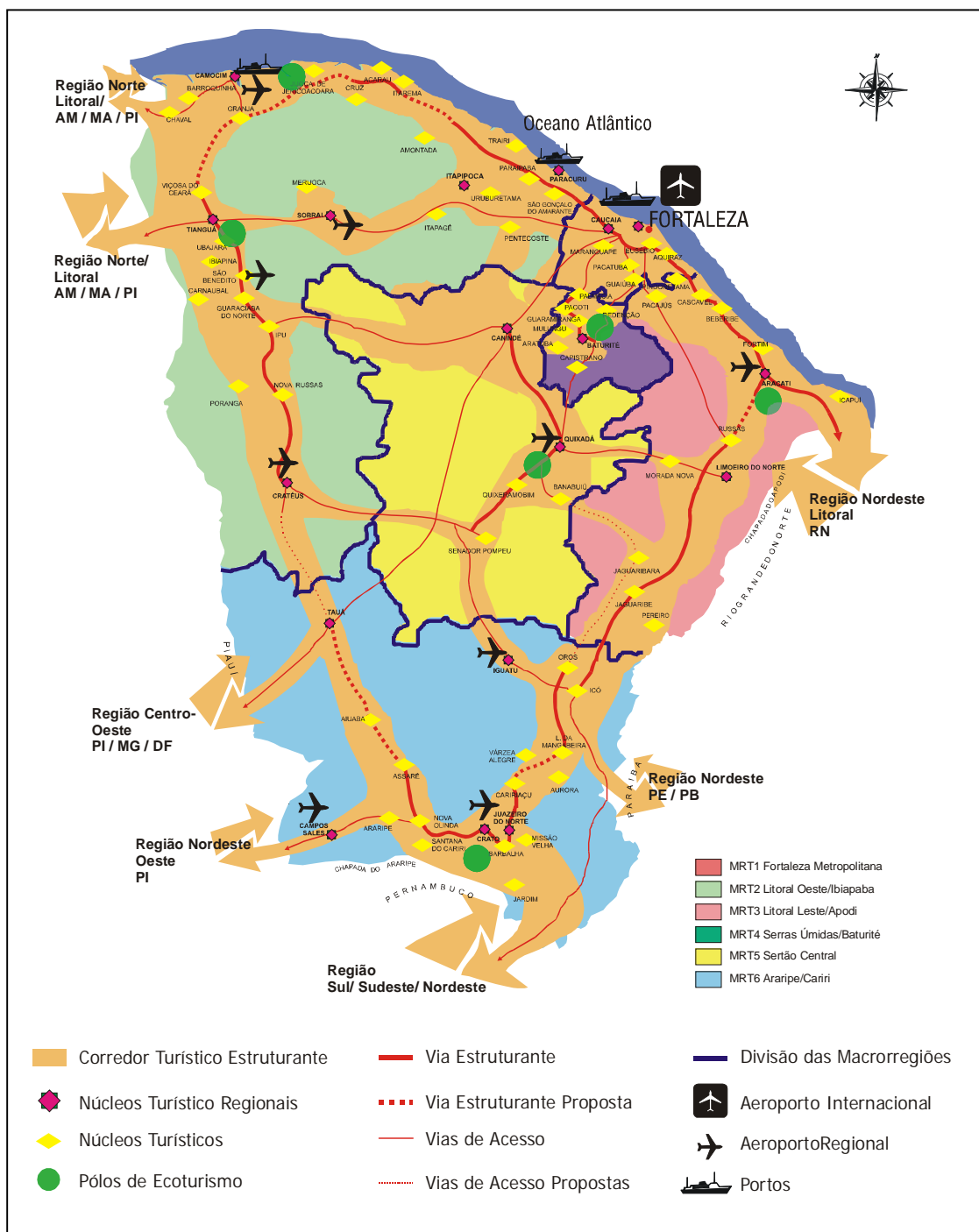
Figura 8 - Macrorregiões turísticas.



Fonte: SETUR/CE, 1997.

Do ponto de vista espacial, as potencialidades turísticas, nas macrorregiões, definem-se como núcleos turísticos. Na perspectiva de geração de oportunidades de emprego e negócio, destacam-se corredores turísticos que constituem estrutura territorial do turismo (Figura 9).

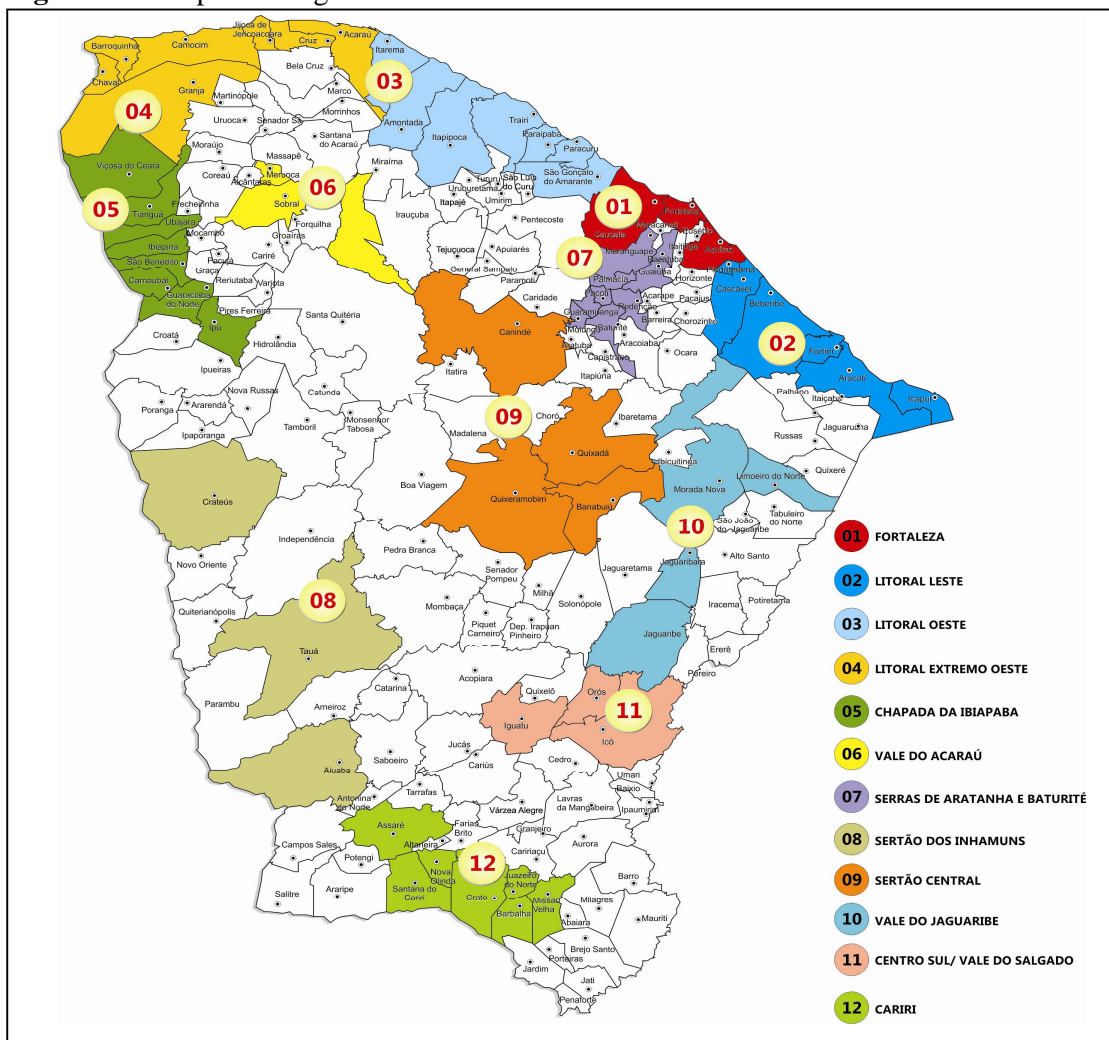
Figura 9 - Corredor Turístico Estruturante



Fonte: SETUR/CE. 1999

A Figura 10 destaca regiões turísticas estruturadas em doze espaços diferenciados: 01. Fortaleza; 02. Litoral Leste; 03. Litoral Oeste; 04. Litoral Extremo Oeste; 05. Chapada da Ibiapaba; 06. Vale do Aracaú; 07. Serras de Aratanha e Baturité; 08. Sertão dos Inhamuns; 09. Sertão Central; 10. Vale do Jaguaribe; 11. Centro Sul/Vale do Salgado; 12. Cariri.

Figura 10 - Mapa das Regiões Turísticas do Ceará



Fonte: SETUR/CE. 2013

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

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

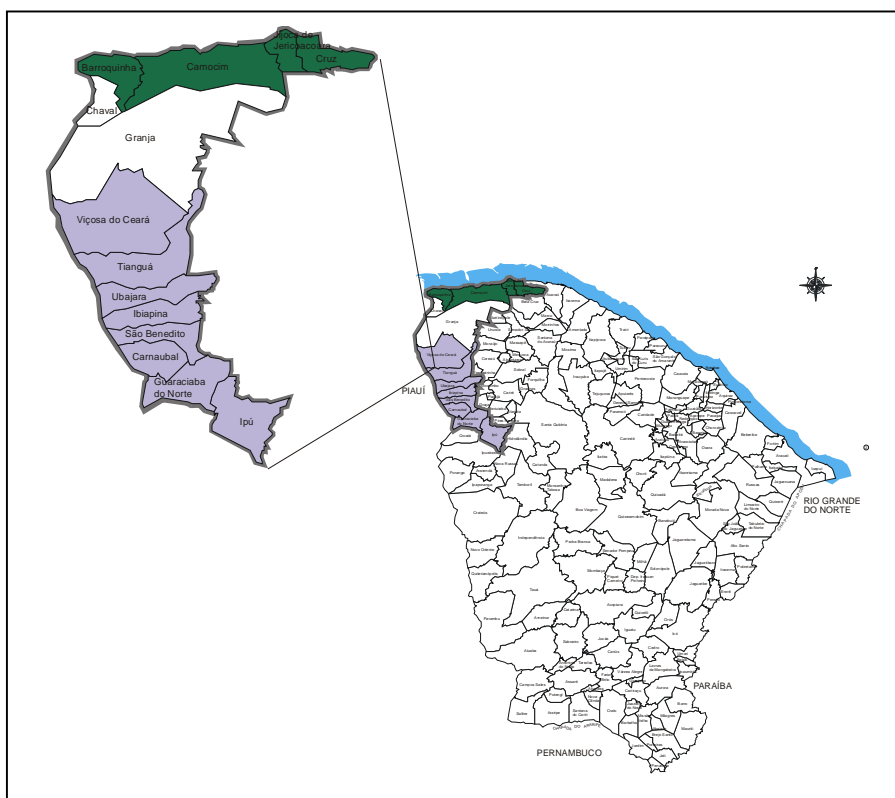
No litoral oeste, um dos principais atrativos é a praia de Jericoacoara com uma das pedras mais preciosas da natureza, à beira-mar. A pedra furada, no conjunto de rochas,

forma cenário deslumbrante, assim como praias de Cumbuco, Taíba, Lagoinha, Flecheiras e Camocim.

Dunas, enseadas, ilhas e lagoas são componentes da paisagem litorânea. Jeri, carinhosamente chamada pelos nativos, faz-se conhecida, com o Jornal Washington Post considerando-a uma das 10 praias mais bonitas dos países tropicais. Em todo o litoral oeste e Polo Jericoacoara o turista encontra vilas de pescadores, jangadas que fazem parte da paisagem.

O elevado potencial do litoral oeste para o turismo movimenta grande fluxo de turistas. A figura 11 apresenta a região do extremo litoral oeste integrada ao Delta do Parnaíba – PI, e aos lençóis maranhenses formando o projeto Rota das Emoções.

Figura 11 - Região Turística Extremo Litoral Oeste do Ceará



Fonte: SETUR/CE. 1995.

A oferta hoteleira, na Região Extremo Oeste em 2012, compreende 136 meios de hospedagem, com 2.037 Uhs e 5.349 leitos. A taxa de ocupação é de 54,70%, com permanência média de 2,4 dias, indicadores abaixo dos de Fortaleza. O polo turístico de Jericoacoara apresenta magnitudes superiores às do Polo Serra de Ibiapaba. O fluxo turístico

do Polo de Jeri, em 2012, foi de 620.385 turistas, enquanto o de Ibiapaba de 420.767 (Tabela 2).

Tabela 2 – Oferta hoteleira e demanda nos municípios turísticos do Ceará – 2000/2012

Áreas	Oferta Hoteleira							Demanda Turística			
	MH	UHs	Leitos	Taxa de Ocupação	Perm. Média	Relação Hósp/UHs	Pernoites	Hoteleira	Extra-Hoteleira	Total	(%)
2000											
. Jericoacoara (D4)	71	752	2.059	43,1	1,8	2,1	245.029	136.127	317.630	453.757	6,7
. Ibiapaba (D 12)	35	612	1.419	34,0	1,3	1,7	107.000	82.308	192.053	274.361	4,1
Região Extremo Oeste	106	1.364	3.478	37,2	1,6	1,9	352.029	218.435	509.683	728.118	10,8
. Outros Municípios	452	7.414	19.132	46,4	1,9	2,1	2.634.723	1.353.540	3.158.259	4.511.800	66,9
Total Interior	558	8.778	22.610	41,8	1,9	1,9	2.986.753	1.571.975	3.667.942	5.239.917	77,7
Fortaleza	218	8.233	19.579	58,7	4,2	2,4	3.021.215	719.337	788.577	1.507.914	22,3
Total Geral	776	17.011	42.189	50,0	2,6	2,0	6.007.968	2.291.312	4.456.519	6.747.831	100,0
2012											
. Jericoacoara (D4)	89	1.144	3.202	59,6	2,6	2,3	564.550	217.135	403.250	620.385	4,4
. Ibiapaba (D 12)	47	893	2.147	48,1	2,1	2,0	309.264	147.268	273.499	420.767	3,0
Região Extremo Oeste	136	2.037	5.349	54,7	2,4	2,2	873.814	364.403	676.749	1.041.152	7,3
. Outros Núcleos	694	13.492	36.399	67,4	2,0	2,3	7.637.602	3.891.305	6.266.774	10.158.079	71,6
Total Interior	830	15.529	41.748	61,0	2,0	2,2	8.511.416	4.255.708	6.943.523	11.199.231	78,9
Fortaleza	201	10.585	26.988	69,2	3,9	2,5	6.371.200	1.633.641	1.361.383	2.995.024	21,1
Total Geral	1.031	26.114	68.736	64,4	2,5	2,4	14.882.615	5.889.349	8.304.906	14.194.255	100,0
Fonte: SETUR/CE											
Obs: Total de 80 municípios turísticos											

O Polo Ecoturístico da Ibiapaba abrange área de 4.302 Km² e corresponde a 2,5% do território cearense, com oito municípios: Viçosa do Ceará, Tianguá, Ubajara, Ibiapina, São Benedito, Carnaubal, Guaraciaba do Norte e Ipu. São atrativos naturais e culturais:

- Duas unidades de conservação – Parque Nacional de Ubajara e APA da Serra da Ibiapaba com 10 municípios do Piauí; Viçosa, Tianguá, Moraujo, Granja e Chaval no Ceará;
- Trilhas das cachoeiras – 36;
- Caminhos da Chapada – agregam história, ocorrências geológicas, geomorfológicas, botânicas e culturais;
- Roteiros das Feiras da Ibiapaba;
- Roteiros Históricos da Ibiapaba;
- Roteiro dos Mirantes;
- Roteiro da Espeleologia;

- Roteiros da Culinária, Engenhos e Alambiques;
- Roteiro do Artesanato.

O Polo integra o corredor de Ecoturismo do Nordeste do Brasil tendo a região da Ibiapaba elo de integração interestadual com lençóis maranhenses, Delta do Parnaíba, Sete Cidades. Destacam-se os polos:

- Litoral Extremo Leste - Beberibe, Fortim, Aracati e Icapuí.
- Maciço de Baturité – Aratuba, Baturité, Guaramiranga, Mulungu, Pacoti, Palmácia e Redenção.
- Cariri – Araripe, Barbalha, Crato, Jardim, Juazeiro do Norte, Missão Velha, Nova Olinda, Santana do Cariri.

Produtos turísticos diversificados, com roteiros turísticos variados, e atração de diferentes segmentos e nichos de mercado para atendimento de demandas de turismo de:

- Sol e Praia;
- Ecológico;
- Turismo de Aventura;
- Turismo Científico e Cultural;
- Turismo Religioso
- Turismo Rural.

Inclui-se o destino de Canoa Quebrada, em Aracati, com intensa movimentação turística, com, em 2012, cerca de 1,8 milhões de turistas, representando 13,0% da movimentação, mensurada pela SETUR /CE em 14,1 milhões de turistas. Por sua vez, o fluxo turístico, corresponde a 15,1% da movimentação turística no Brasil em 2012, estimado pelo Ministério do Turismo em 94,1 milhões de turistas (doméstico e internacional).

A oferta hoteleira, em 2012, era de 265 meios de hospedagem, com 4.916 Uhs e 14.390 leitos, e taxa de ocupação de 49,5%, com permanência média de 2,4 dias, indicadores abaixo dos apresentados por Fortaleza. O polo turístico de Litoral Extremo Leste apresenta magnitudes superiores às das demais regiões. O fluxo turístico do Litoral Extremo Leste, em 2012, foi de 1.842.738 turistas (Tabela 3).

Tabela 3 – Oferta hoteleira e demanda nos municípios turísticos do Ceará – 2012.

Regiões/Municípios	Oferta Hoteleira			Taxa de Ocupaçã	Perm. Média	Relação Hósp/Uhs	Movimentação Turística			
	MH	UHs	Leitos				Hoteleira	Extra-Hoteleira	Total	(%)
Litoral Extremo Leste	146	2.415	7.021	54,1	2,6	2,8	552.821	1.289.917	1.842.738	13,0
. Beberibe	30	1.024	3.283	58,3	2,9	3,0	222.328	518.765	741.094	5,2
. Aracati	84	1.078	3.001	59,6	2,7	3,1	265.562	619.644	885.206	6,2
. Fortim	7	92	201	46,2	2,7	2,7	15.301	35.703	51.005	0,4
. Icapui	25	221	536	52,4	2,1	2,5	49.630	115.804	165.434	1,2
Pólo Maciço Baturité	57	849	2.491	48,3	2,1	2,4	175.574	409.672	585.246	4,1
. Aratuba	3	29	68	51,3	2,0	2,1	5.624	13.122	18.745	0,1
. Baturité	12	238	664	49,3	2,2	2,5	48.000	112.001	160.001	1,1
. Guaramiranga	22	336	1.090	59,1	2,4	2,6	77.445	180.704	258.149	1,8
. Mulungu	5	58	185	46,7	2,0	2,3	11.214	26.165	37.379	0,3
. Pacoti	10	140	382	45,2	2,2	2,4	24.852	57.987	82.839	0,6
. Palmácia	2	20	46	43,9	2,1	2,2	3.311	7.726	11.038	0,1
. Redenção	3	28	56	42,4	2,0	2,4	5.129	11.967	17.096	0,1
Pólo Cariri	62	1.652	4.878	46,1	2,4	2,3	327.045	763.105	1.090.150	7,7
. Araripe	1	18	36	38,2	2,0	2,1	2.599	6.065	8.664	0,1
. Barbalha	6	112	373	46,1	1,9	2,4	23.479	54.784	78.263	0,6
. Crato	13	246	745	48,3	2,9	2,6	38.350	89.482	127.832	0,9
. Jardim	1	9	16	43,0	2,3	2,2	1.333	3.109	4.442	0,0
. Juazeiro do Norte	38	1.241	3.633	59,7	2,9	2,8	257.519	600.877	858.395	6,0
. Missão velha	1	17	47	42,9	2,2	2,1	2.506	5.848	8.354	0,1
. Nova Olinda	1	4	18	47,5	2,5	2,0	547	1.277	1.824	0,0
. Santana do Cariri	1	5	10	43,2	2,4	2,2	713	1.663	2.376	0,0
Região Objeto	265	4.916	14.390	49,5	2,4	2,5	1.055.440	2.462.694	3.518.134	24,8
Outros Núcleos	499	16.312	39.956	56,1	2,3	2,2	3.778.468	3.379.518	7.157.986	50,4
Municípios Turísticos(*)	1.029	26.144	68.736	64,4	2,6	2,1	5.889.349	8.304.906	14.194.255	100,0

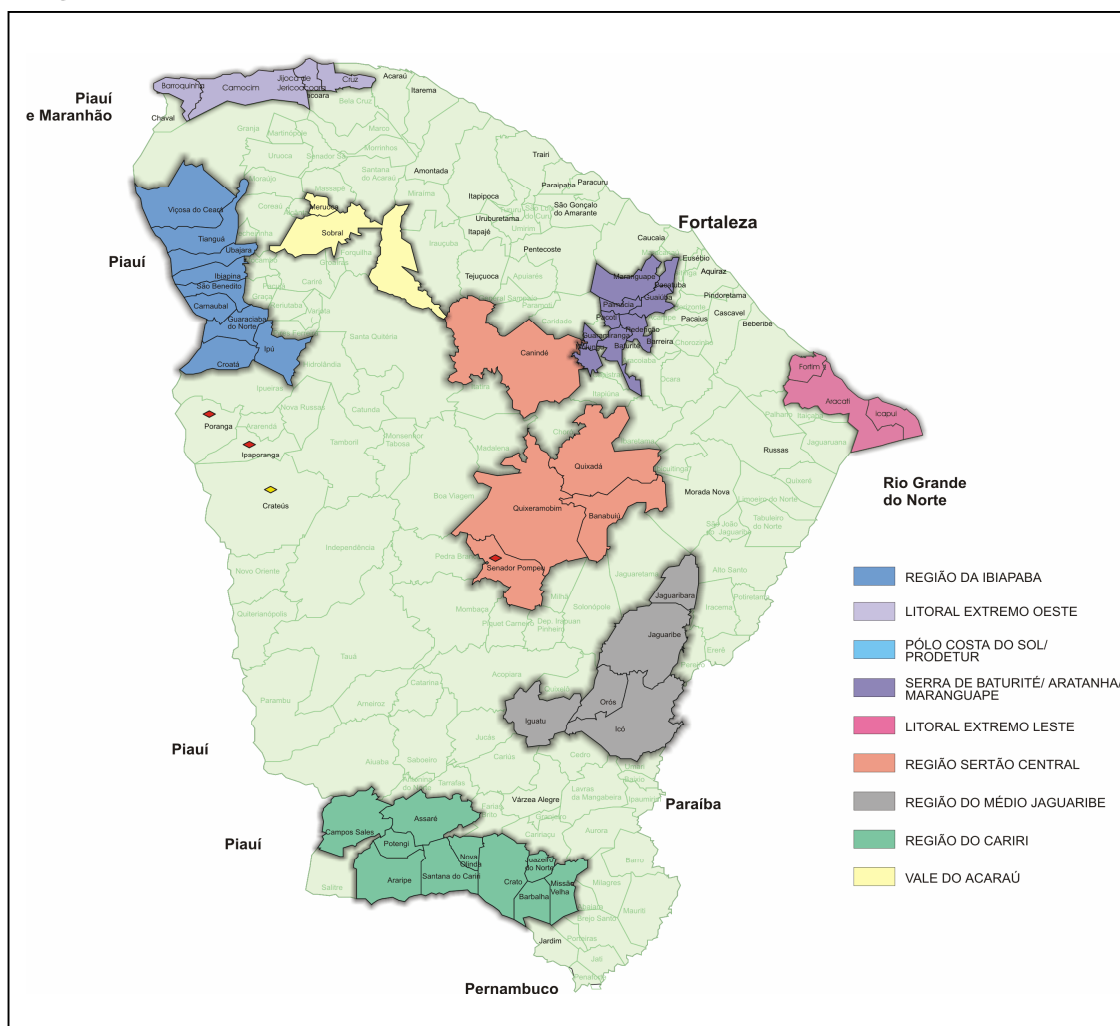
Fonte: SETUR/CE
Obs: 85 municípios Turísticos.

O Polo Ecoturismo do Sertão Central abrange os municípios de Quixadá, Quixeramobim, Banabuiú e Canindé: Polo Central, em que se destacam os segmentos:

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

Figura 12: polos de ecoturismo:

Figura 12 - Polo de Ecoturismo



Fonte: SETUR/CE, 1999.

Os polos de Ecoturismo Vale do Acaraú e Região do Médio Jaguaribe envolvem os municípios de Meruoca e Sobral com o Polo Vale do Acaraú, e os municípios de Iguatu, Orós, Icó, Jaguaribe e Jaguaribara formando o Polo Região do Médio Jaguaribe.

O litoral oeste do Ceará conta com aeroporto para interligar a capital às pontas equidistantes, facilitando-lhes acesso às regiões: Jericoacoara tem aeroporto localizado no município de Cruz, a cerca de 10 km do Parque Nacional das Dunas.

O Aeroporto de Jericoacoara é a segunda maior pista de pouso e decolagens do Ceará, com 2,2 mil metros de extensão e capacidade para até 1,2 mil por ano, podendo receber voos internacionais diretos. O investimento na obra foi de R\$ 47,4 milhões, com recursos do Programa de Apoio ao Investimento dos Estados e Distrito Federal PROINVEST, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Anunciado em jornal de Fortaleza Diário do Nordeste (2013).

“Para driblar a distancia de 18 km de Jijoca de Jericoacoara e 25 km da sede Cruz, o secretário de Turismo, Indústria e Comércio do município de Cruz, Agnaldo de Menezes, diz que está sendo discutida a implantação de uma linha de táxi e vans que façam o transporte entre aeroporto e sedes, além da linha de veículos 4x4 que levariam direto às praias de Jericoacoara e Preá, localidade de Cruz”. (DANTAS JR; SOUSA, 2013).

O aeroporto serve também no escoamento da produção agrícola das regiões Norte e da Ibiapaba, principalmente na exportação de flores e frutas para a Europa. O terminal de passageiros deve ser concluído no final de 2013, com investimentos da ordem de R\$ 11,4 milhões. A nova pista está apta a operar 1,2 mil voos/ano com aeronaves Boeing 737, desde 2010. A expectativa é dar nova dinâmica ao turismo do litoral leste cearense e apoio aos empreendimentos turísticos instalados e em instalação na região, notadamente nos municípios de Beberibe, Fortim, Icapuí e Aracati, região de grande fluxo de turistas.

De acordo com reportagem de Dantas Jr e Sousa (2013), publicada no jornal Diário do Nordeste, o Aeroporto Dragão do Mar, em Aracati, amplia-se para alternativa ao Aeroporto Pinto Martins, em Fortaleza, durante a Copa do Mundo de 2014.

Em operação desde agosto de 2012, o Aeroporto de Aracati recebe voos executivos, comerciais com liberação da ANAC para operar. O Aeroporto de Aracati deverá passar da categoria 3C para a 4, com reformas da pista de pouso e decolagem, para recepção

de aeronaves de grande porte, Airbus A320, A321, A 330 e Boeing. Com a ampliação, o equipamento é de aeroporto regional para internacional. Afirma o secretário³ de turismo: "O turismo no Ceará não podia ficar mais ancorado em Fortaleza, vamos consolidar destinos independentes." Os aeroportos regionais, acompanham o ritmo de crescimento da atividade turística, que atinge média de 6,7%, desde 2007.

Também o Aeroporto de Juazeiro do Norte, no Centro-Sul, denominado Orlando Bezerra de Menezes, dinamizar a região do Cariri, no município de Juazeiro do Norte, a maior cidade do interior cearense.

Desde 1997, a Infraero administra o aeroporto com o Governo do Estado. "O aeroporto dispõe em sua infraestrutura de um terminal de passageiros com 900 metros quadrados de área, totalmente climatizado, e capacidade para 150 mil passageiros/ano." (JORNAL DIÁRIO DO NORDESTE, 2013).

A região caririrense, onde está o centro religioso de Padre Cícero, recebe grandes romarias ano todo, além de turistas ecológicos e arqueológicos que procuram o parque paleontológico da Serra do Araripe, pois a cidade tem o terceiro maior polo calçadista do país. Com disponibilidade de aeroportos, os turistas conhecerão outras cidades, além da capital cearense. Os novos equipamentos são capazes de atender voos internacionais diretos. Nessa realidade, destacam-se os principais mercados emissores.

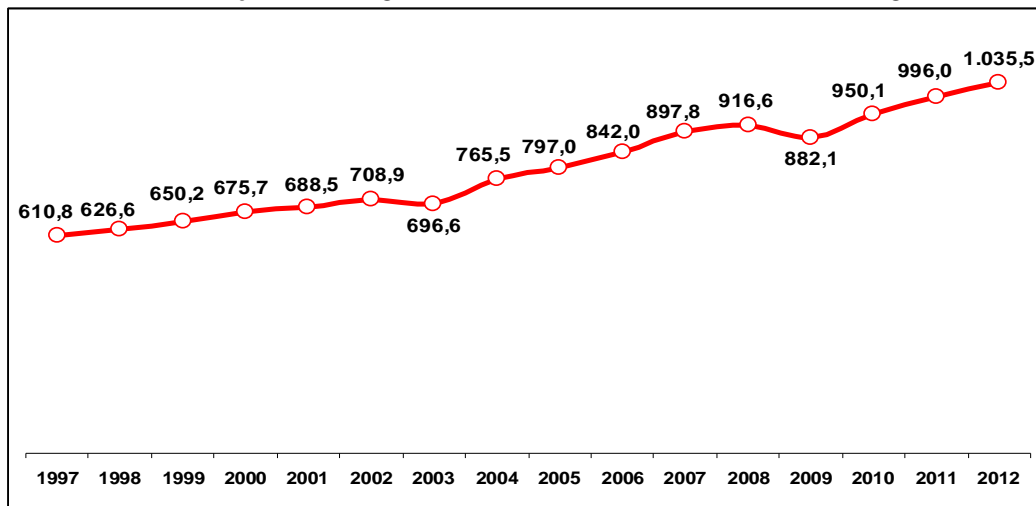
2.3 Principais Mercados Emissores para o Ceará

A atividade turística no Ceará desenvolve-se com viagens internacionais de negócios, lazer, estudos, visitas a amigos e parentes, aumentando na medida em que países em desenvolvimento, Brasil, Rússia, Índia e China, cresceram acima da média da economia mundial e custos de viagens internacionais baixaram. Governos têm investido na ampliação de voos, para recebimento de turistas, fonte de divisas. As atividades contribuem com emprego em empresas que participam da cadeia produtiva do turismo, pequenas e médias. O fluxo mundial de turistas – medido pelo número de chegadas por país – cresceu em taxa

³ Bismark Maia.

média anual de 3,5% ao ano, entre 1997 e 2012, de 610 milhões de chegadas para 1.035 milhões, o que correspondeu ao crescimento acumulado de 69,5% no período (Gráfico 2).

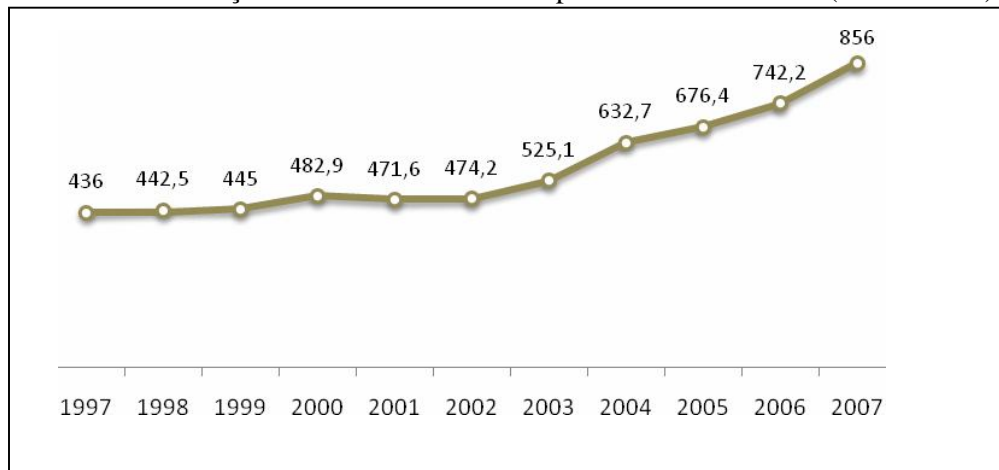
Gráfico 2 – Evolução das Chegadas de Turistas: Mundo (milhões de chegadas)



Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo, 2012.

Ao mesmo tempo, receitas cambiais geradas cresceram numa taxa acumulada nominal de 96%, de US\$ 436 bilhões em 1997 para US\$ 856 bilhões em 2007 - equivalente à taxa de crescimento nominal média de 7% ao ano, com evolução (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Evolução das Receitas Cambiais pelo Turismo: Mundo (US\$ bilhões)



Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo, 2008.

Fluxos de turistas para a América do Sul crescem em média de 3,3% ao ano, enquanto, no Brasil a taxa chega a 5,6% (Gráfico 4), atingindo pico em 2005, com 5,4 milhões de visitantes estrangeiros.

Gráfico 4 – Chegadas de Turistas: América do Sul e Brasil (milhões de chegadas)

Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo, 2008.

No que se refere às receitas cambiais, a entrada de divisas com a visitação turística, na América do Sul, cresceu com taxa de 4% ao ano, entre 1997 e 2007, contra a marca de 16,3% ao ano, quando se observa apenas o Brasil. O resultado do processo é que o Brasil passou de receita cambial de US\$ 379,31 por turista, em 1997, equivalente a 53% da média mundial, para a de US\$ 1.000 em 2007, superando a média mundial (Tabela 4).

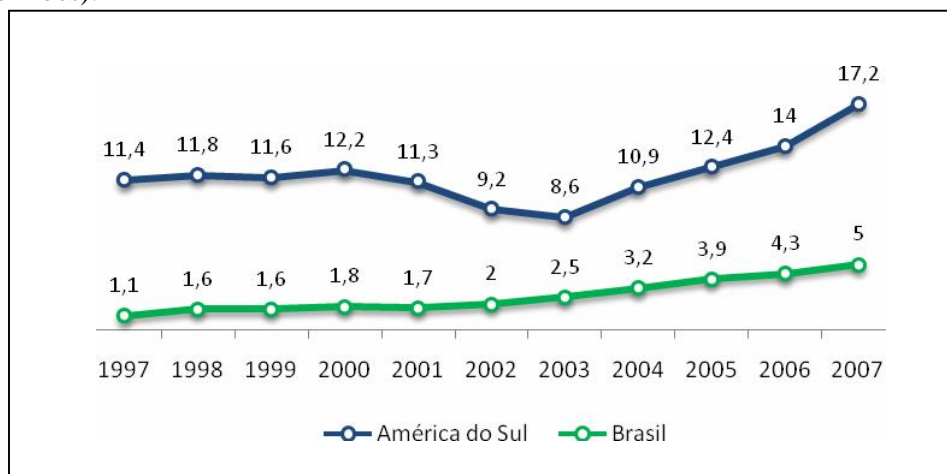
Tabela 4 – Receita Cambial média por chegada: Mundo, América do Sul e Brasil (US\$).

Ano	Mundo	América do Sul	Brasil
1997	713,82	844,44	379,31
2007	947,64	919,79	1.000,00

Fonte: Elaborada a partir de dados da OMT e MTur.

Faz-se necessário compreender o crescimento do turismo na América do Sul e Brasil para entender o crescimento do Ceará nesse contexto.

Gráfico 5 – Evolução das Receitas Cambiais geradas pelo Turismo: América do Sul e Brasil (US\$ bilhões).



Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo.

Apesar do crescimento, nos últimos anos, o país ocupa posição marginal no mercado do turismo mundial. As tabelas 5 e 6 mostram a participação do Brasil e da América do Sul nesse mercado. Sobre chegadas, conforme Tabela 5, em 1997, a América do Sul participava com 2,21% do total mundial e o Brasil com apenas 0,47%, e na América do Sul, com 21,11%.

Em 2007, a participação da América do Sul era de 2,07% e do Brasil de 0,56%. Em comparação com a América do Sul, o Brasil vai para uma participação de 26,88% nesse ano.

Tabela 5 – Participação da América do Sul e Brasil nas chegadas turistas /mundo

Ano	Participação %		
	América do Sul no Mundo	Brasil na América do Sul	Brasil no Mndo
1997	2,21	21,11	0,47
1998	2,47	31,08	0,77
1999	2,32	33,82	0,79
2000	2,21	34,95	0,77
2001	2,12	32,69	0,69
2002	1,79	29,8	0,53
2003	1,97	30,17	0,59
2004	2,12	29,55	0,63
2005	2,27	29,44	0,67
2006	2,21	26,83	0,59
2007	2,07	26,88	0,56

Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo.

Em receitas cambiais, entre 1997 e 2007, a América do Sul, no mundo, cai de 2,61% para 2% e Brasil sobe de 0,25% para 0,60%, o que contribuiu para a participação do Brasil, na América do Sul, passar de 9,38% em 1997 para 28,80% em 2007.

Tabela 6 – Participação da América do Sul e do Brasil nas receitas cambiais de turismo.

Ano	Participação %		
	América do Sul no Mundo	Brasil na América do Sul	Brasil no mundo
1997	2,61	9,38	0,25
1998	2,67	13,44	0,36
1999	2,61	14,03	0,37
2000	2,53	14,84	0,37
2001	2,40	15,32	0,37
2002	1,94	21,72	0,42
2003	1,64	28,83	0,47
2004	1,72	29,56	0,51
2005	1,83	31,14	0,57
2006	1,90	30,80	0,60
2007	2,00	28,80	0,60

Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo.

Entre 10 maiores países em presença de turistas e em receita cambial (o maior destino é a França) – não é o país que auferir maior receita cambial com turismo, ranking liderado pelos Estados Unidos. O grupo dos 10 maiores recebe 46% do fluxo mundial (participação que se mantém praticamente inalterada entre 2003 e 2007).

Os 10 maiores em receita cambial que recebem 50% já foi de 52% em 2003. Assim, o crescimento do fluxo cresceu 6% ao ano, entre 2003 e 2007 (Tabela 7). O da receita cambial do segundo grupo cresceu a mais da média do período de 12% ano (Tabela 8).

Tabela 7 – Dez maiores países em chegadas de turistas (milhões de chegadas) até 2007.

Ano	2003	2004	2005	2006	2007
Mundo	696,6	765,5	802,5	847,3	903,3
França	75	75,1	75,9	78,9	81,9
Espanha	51,8	52,4	55,9	58,2	59,2
USA	41,2	46,1	49,2	51	56
China	33	41,8	46,8	49,9	54,7
Itália	39,6	37,1	36,5	41,1	43,7
Reino Unido	24,7	25,7	28	30,7	30,7
Alemanha	18,4	20,1	21,5	23,5	24,4
Ucrânia	12,5	15,6	17,6	18,9	23,1
Turquia	13,3	16,8	20,3	18,9	22,2
México	18,7	20,6	21,9	21,4	21,4
Total por chegadas	328,20	351,30	373,60	392,50	417,30
% dos dez maiores por chegadas no mundo	47%	46%	47%	46%	46%

Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo.

Apesar da diversidade territorial e cultural, de contar com belezas naturais, clima e hospitalidade do povo, o Brasil não é grande *player* no cenário internacional tendo o que fazer para elevar sua posição.

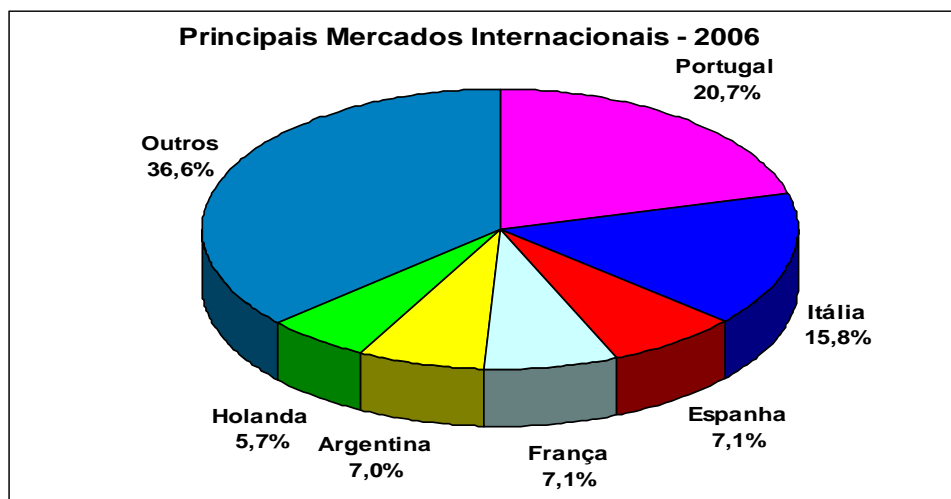
Tabela 8 – Dez maiores países em receitas cambiais do turismo (US\$ bilhões) até 2007.

Ano	2003	2004	2005	2006	2007
Mundo	525,1	632,7	676,4	742,2	856
Estados Unidos	64,3	74,5	81,8	85,7	96,7
Espanha	39,6	45,2	48	51,1	57,8
França	36,6	45,3	44	46,3	54,2
Itália	31,2	35,7	35,4	38,1	42,7
China	17,4	25,7	29,3	33,9	41,9
Reino Unido	22,7	28,2	30,7	33,5	37,6
Alemanha	23,1	27,7	29,2	32,8	36
Austrália	10,3	15,2	16,9	17,8	22,2
Áustria	14	15,6	16,1	16,6	18,9
Turquia	13,2	15,9	18,2	16,9	18,5
Total por receitas cambiais	272,40	329,0	349,60	372,70	426,50
% dos dez maiores por receitas cambiais no mundo	52%	52%	52%	50%	50%

Fonte: Organização Mundial do Turismo/Ministério do Turismo.

Dados de pesquisas da Policia Federal sobre imigração mostram que turistas internacionais, com destino ao Ceará, são predominantemente da Europa. A Itália destaca-se como principal emissor respondendo por 24,21%, em segundo lugar Portugal 22,44%, em terceiro a França com 8% e em quarto lugar a Espanha com 6,28%. Embora os dados sejam de 2006, Portugal (20,7%) apareceu em primeiro lugar, seguido da Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).

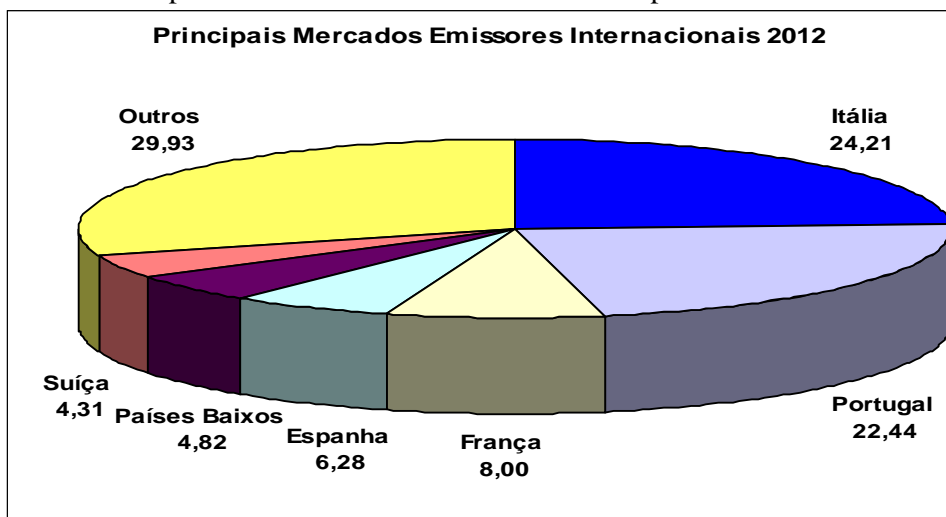
Gráfico 6 - Principais mercados internacionais emissores para o Ceará – 2006



Fonte: SETUR/CE⁴, 2012.

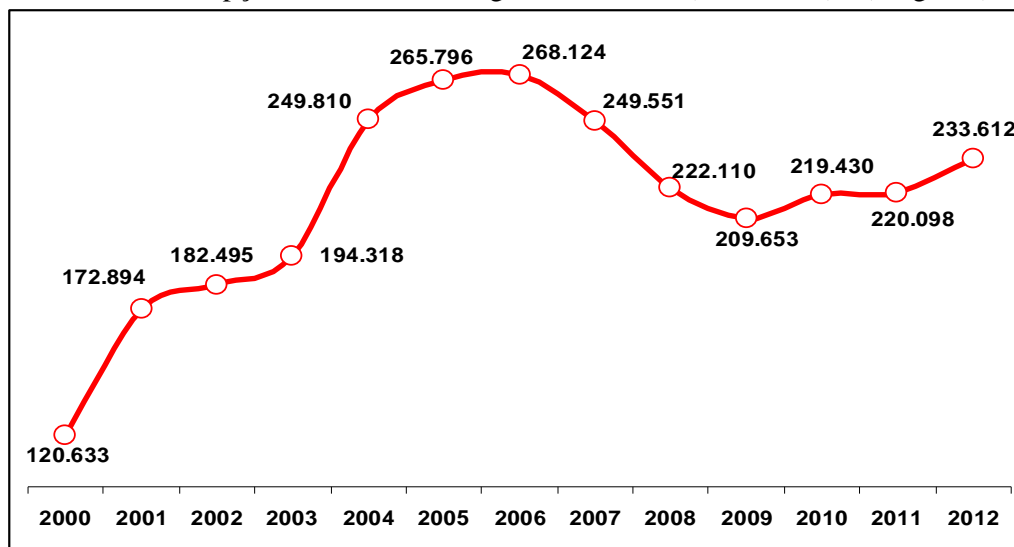
Em 2012 os números dos gráficos 7 e 8 demonstram a evolução da atividade turística com momentos de baixas e picos.

⁴ A receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Per capita e Demanda Turística via Fortaleza.

Gráfico 7 - Principais mercados internacionais emissores para o Ceará 2012.

Fonte: SETUR/CE⁵, 2012.

O Ceará registra evolução da atividade turística nos últimos anos – notadamente no turismo internacional. Dados da Secretaria de Turismo mostram que, entre 2000 e 2012, a demanda via Fortaleza mais do que dobrou, de 120.633 para 233.612, crescimento médio da ordem de 5,4% ao ano (Gráfico 8).

Gráfico 8 – Recepção de turistas estrangeiros no Ceará (2000-2006) - (chegadas)

Fonte: Secretaria de Turismo – Estado do Ceará.

Turistas estrangeiros, em visitaçao ao Brasil, desembolsam, em média, US\$ 65,6 dólares por dia. No entanto os gastos variam consideravelmente dependendo do motivo da

⁵ A receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Per capita e Demanda Turística via Fortaleza.

viagem: com finalidade de visitar parentes e amigos ou de estudo inclusive, desembolsam-se, em média, US\$ 46,6 por dia, e por motivo de lazer gastam-se cerca de US\$ 73,4 por dia.

Turista de negócios, participantes de congressos, feiras e exposições comerciais despendem US\$ 112,9 por dia (Gráfico 8), 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.

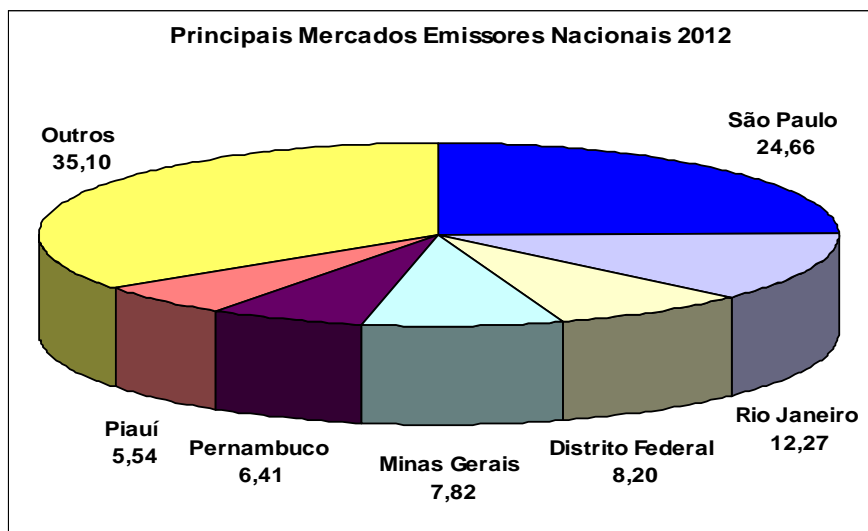
À análise dos principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, há predominância de residentes da região Sudeste. Entre brasileiros o estado de São Paulo destacou-se como principal emissor, com 24,66%, em segundo lugar Rio de Janeiro 12,27%, terceiro Distrito Federal 8,20% e quarto Minas Gerais com 7,82%. Dados de 2006 mostram que São Paulo (24,1%) aparece em primeiro lugar, seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro com (9,3%).

Gráfico 9 - Mercados Nacionais Emissores 2006



Fonte: SETUR/CE⁶, 2012.

⁶ A receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Percapita e Demanda Turística via Fortaleza.

Gráfico 10 – Principais Mercados Emissores Nacionais 2012

Fonte: SETUR/CE⁷, 2012.

Apresentados os principais emissores ao Ceará, em níveis internacional e nacional, tem-se que o estado cresceu nos últimos 6 anos analisados pela SETUR/CE. Na análise, contempla-se a Metrôpole Fortaleza e meios de que dispõe para conservação do turismo.

2.4 Metrôpole Fortaleza e Oferta Turística

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

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

“A ocorrência de um crescimento expressivo do fluxo turístico via Fortaleza, no período de 1995/2011, quando a taxa média de crescimento foi de 8% ao ano. Fortaleza saltou de 762 mil em 1995 para mais 2 milhões e oitocentos mil turistas em 2011. (...) O aumento do fluxo turístico demandou que fizéssemos investimentos também em mão de obra qualificada e infraestrutura. Para isso, em parceria com o Ministério do Turismo, a

⁷ A receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Per capita e Demanda Turística via Fortaleza.

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*).

Estudo da Secretária de Turismo (SETUR/CE), em 2000/2012, apresenta fluxo turístico, via Fortaleza, de 1.507.914 para 2.995.024 visitantes. O internacional, no período, aumenta de 120.632 para 220.094 turistas, com variação de 82,5%. O nível de emprego de setores produtores de bens e serviços de consumo de alojamento cresceu. A pesquisa em serviços de hospedagem (2011), do IBGE, mostra crescimento maior de demanda do turismo receptivo. Para cativar o cliente, fez-se necessário preparação estrutural de espaços de eventos, objetivo definido pelo Governo.

A capital concentra o maior fluxo turístico do Estado, de acordo com a SETUR/CE (2012) 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.

Quadro 10 - Agregados Turísticos do Ceará – 2000/2012

Agregados	Período		Variações(%)	
	2000	2012	Total	Anual
Demanda Turística Via Fortaleza	1.507.914	2.995.024	98,6	5,4
. Nacional	1.387.282	2.774.930	100,0	5,5
. Internacional	120.632	220.094	82,5	4,7
Demanda Hoteleira de Fortaleza	719.337	1.633.641	127,1	6,5
Taxa de ocupação hoteleira (%)	58,7	69,6	18,6	1,3
Receita Turística Direta (R\$ milhões)	939,8	5.031,6	435,4	13,8
Renda Gerada (R\$ milhões)	1.644,7	8.805,4	435,4	13,8
. Impacto sobre o PIB (%)	7,9	11,4	44,4	2,9
Oferta Hoteleira em Fortaleza (UHs)	8.149	10.557	29,5	2,0
Empregos no Setor Alojamento	9.942	14.016	41,0	2,7
Movimento no Aeroporto (mil Pax)	1.813	5.955	228,5	9,6

Fonte: SETUR/CE⁸.

A demanda hoteleira de Fortaleza passa de 719.337 para 1.633.641 hóspedes, com variação de 127,1%, e crescimento anual de 6,5%. A oferta de rede hoteleira, medida pela capacidade em termos de Uhs, aumentou de 8.149 em dezembro de 2000, para 10.557 em 2012, com variação de 29,5%. No mesmo período, a taxa de ocupação média anual da rede hoteleira de Fortaleza oscilou entre 58,7% e 69,6%, em média de 18,6%.

O ciclo de crescimento da rede hoteleira adapta-se à demanda, com variação de 719.337 para 1.633.641 hóspedes, de 127,1% (Quadro 11).

Quadro 11 – Oferta hoteleira de Fortaleza (2000/2012).

Anos	Hotéis			Pousadas			Flats			Albergues			Rede Hoteleira		
	MH	UHs	Leitos	MH	UHs	Leitos	MH	UHs	Leitos	MH	UHs	Leitos	MH	UHs	Leitos
2000	88	5.353	11.611	99	1.217	3.466	27	1.561	4.250	1	18	87	215	8.149	19.414
2001	94	6.232	13.434	107	1.380	3.725	29	1.962	5.096	1	18	116	231	9.592	22.371
2002	97	6.670	14.699	106	1.418	3.806	27	1.784	4.767	2	31	156	232	9.903	23.428
2003	101	6.915	15.429	96	1.313	3.398	24	1.765	4.547	3	38	168	224	10.031	23.542
2004	103	7.140	15.963	91	1.282	3.261	25	1.781	4.653	3	48	212	222	10.251	24.089
2005	103	7.568	16.796	88	1.226	3.240	25	1.565	4.371	3	48	234	219	10.407	24.641
2006	105	7.778	17.531	84	1.209	3.295	23	1.369	3.943	3	38	195	215	10.394	24.964
2007	102	7.752	17.499	80	1.151	3.044	21	1.374	3.883	3	39	184	206	10.316	24.610
2008	101	7.656	17.692	82	1.228	3.261	22	1.442	4.054	3	39	184	208	10.365	25.191
2009	98	7.639	18.047	76	1.213	3.334	23	1.557	4.356	2	31	154	199	10.440	25.891
2010	97	7.766	19.185	77	1.323	3.594	22	1.437	3.998	3	43	190	199	10.569	26.967
2011	99	7.773	18.924	72	1.264	3.430	23	1.416	3.786	6	57	262	200	10.510	26.402
2012	102	7.887	19.165	75	1.330	3.552	24	1.399	3.408	6	64	294	207	10.680	26.419

Fonte: SETUR/CE - Pesquisa Direta

Obs: a) 2000/12 (posição em dezembro de cada ano) e b) MH= Meio de Hospedagem; UHs= Unidades Habitacionais (alojamentos); e b) Taxas médias anuais de crescimento no período 1995/2011: Estabelecimentos (-0,3%); UHs (2,1%) e Leitos (2,4%).

⁸ 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 per capita e demanda turística via Fortaleza; e c) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi 1,75.

A oferta turística básica é o conjunto de bens e serviços vinculados às atividades do lugar de destino. Os serviços prestados a visitantes, função de agências de mediação entre oferta e demanda via comercialização, ou seja, tudo o que necessita estruturado para receber turista. Alojamento, alimentação, transporte, lazer, cultura e atividades esportivas, espaços de lazer e consumo, ou seja, cadeia produtiva do turismo.

Fortaleza dispõe de excelentes espaços e hotéis, pousadas, flats, albergues e restaurantes. Com opções de lazer para todos os dias da semana, Fortaleza possui 26.419 mil leitos. Com os demais municípios do Estado são mais de 1.261 opções de hospedagem e mais de 31 mil apartamentos e 78 mil leitos (Quadro 12).

Quadro 12 - Oferta Hoteleira de Fortaleza – 2006/13

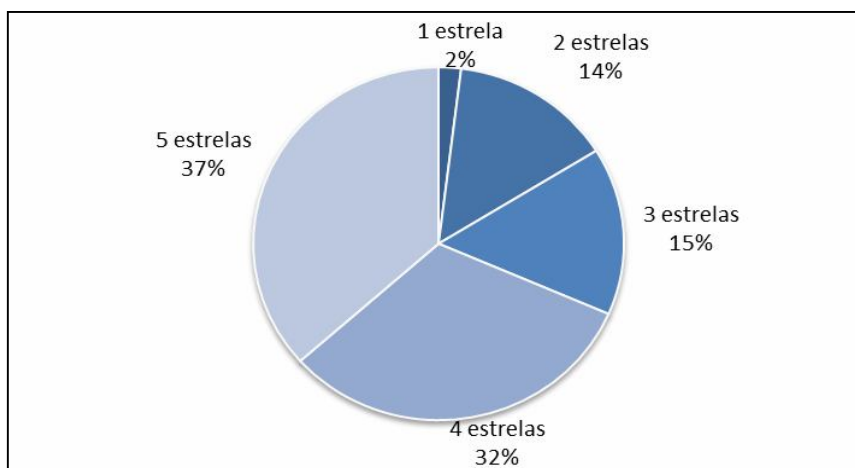
Categoria	2006			2013			Crescimento (%)		
	Mh	Uhs	Leitos	Mh	Uhs	Leitos	Mh	Uhs	Leitos
Hotel	102	7.752	17.499	102	8.084	19.091	0,00	4,28	9,10
Pousadas	80	1.151	3.044	78	1.425	3.858	-2,50	23,81	26,74
Flats	21	1.374	3.883	24	1.261	3.311	14,29	-8,22	-14,73
Albergues	3	39	184	8	78	310	166,67	100,00	68,48
Total	206	10.316	24.610	212	10.848	26.570	2,91	5,16	7,96

Fonte: SETUR/CE – AIRES FILHO, J.V.M.

A oferta hoteleira de Fortaleza entre os anos de 2006 e 2013, é variada, com diversidade de hotéis, pousada, flats, albergues e *resorts*. Os albergues tiveram crescimento considerável, 68,48% de leitos, 100% UHs ou triplicado o valor percentual do meio de hospedagem em 166,67%.

A metrópole conta com 103 hotéis e 23 flats, segundo dados da Secretaria de Turismo do Estado. Do total de hotéis, 11 qualificados como 3 estrelas, 5 com 4 e 2 com 5 estrelas. Quanto aos flats, dois de 3 estrelas, onze qualificação 4 estrelas e dez 5 estrelas (Gráfico 11).

Ao todo, Fortaleza conta com 26.570 leitos em 10.848 unidades de habitação (segundo dados da SETUR-CE) divididos da seguinte maneira: 37% dos leitos em estabelecimentos classificados como 5 estrelas, 32% em estabelecimentos 4 estrelas, 15% em estabelecimentos 3 estrelas, 14% em estabelecimentos 2 estrelas e 2% em estabelecimentos 1 estrela como se vê no Gráfico 11.

Gráfico 11 – Leitos por categoria de hospedagem em Fortaleza

Fonte: Secretaria de Turismo – Estado do Ceará.

Em determinadas épocas do ano, principalmente nos meses de julho, agosto, dezembro e janeiro, a rede hoteleira atinge lotação máxima, por dois motivos: primeiro, é que o turismo, em Fortaleza, é predominantemente de férias, o que faz com que a ocupação seja de caráter sazonal; segundo, a característica da demanda é sazonalidade que funcionava como restrição ao surgimento de novos empreendimentos hoteleiros, o que limita a oferta de leitos por parte da indústria. Dados recentes mostram queda de sazonalidade, com ocupação o ano todo, ou seja, alta o ano todo: alta e alta baixa. Há queda de quantidade de meios de hospedagem das pousadas, mesmo continuando com saldo positivo. A maior queda ocorreu na categoria Flats, com taxa negativa de 14,73%.

Quadro 13 - Oferta Hoteleira de Fortaleza Segundo Divisão Espacial

	Oferta Hoteleira				
	Mh	UHs (Apartamentos)		Leitos (Camas)	
		Qtd.	(%)	Qtd.	(%)
Aldeota	11	264	2,43	722	2,72
Centro	37	695	6,41	1.851	6,97
Meireles	62	3.946	36,38	9.390	35,34
Mucuripe	8	644	5,94	1.432	5,39
Praia do Futuro	21	1.192	10,99	2.833	10,66
Praia Iracema	53	2.907	26,80	7.096	26,71
Outros	20	1.200	11,06	3.246	12,22
TOTAL	212	10.848	100,00	26.570	100,00

Fonte: SETUR/CE - AIRES FILHO, J.V.M.⁹

⁹ a) 2006/13 (posição em dezembro de cada ano) e b) MH= Meio de Hospedagem; UHs=Unidades Habitacionais (alojamentos); e b) Taxas médias anuais de crescimento no período 2006/13.

Os bairros que concentram maior quantidade de meios são também os diretamente ligados à região litorânea, Bairro do Meireles como ponto mais forte, com 3.946 apartamentos, seguido de Praia de Iracema e do Futuro, com 2.907 e 1.192, respectivamente.

O principal portão de conexão de Fortaleza com o mundo é o Aeroporto Internacional Pinto Martins que dispõe de rotas aéreas, com conexão para grandes cidades estrangeiras, e apresenta referenciais em números:

Siglas IATA/Infraero: FOR / SBFZ

Terreno Aeroportuário: 5.305.215 m²

Pátio das Aeronaves:

- Pátio 1 (aviação geral): 36.720 m²
- Pátio 2 (aviação comercial): 52.991 m²
- Pátio 3 (aviação cargueira): 45.056 m²

Pontes de Embarque: 07

Estacionamento de Aeronaves:

- Pátio 1 (aviação geral): 25 posições
- Pátio 2 (aviação comercial): 14 posições (sendo 7 pontes e 7 posições remotas)
- Pátio 3 (aviação cargueira): 7 posições

Pista (dimensões): 2.545m x 45m

Terminal de Passageiros: 35.660 m²

Capacidade/Ano: 6,2 milhões de passageiros

Estacionamento de veículos - capacidade: 848 vagas.

Figura 13: imagem do aeroporto em 2011.

Figura 13 - Aeroporto Internacional Pinto Martins – Complexo Aeroportuário Atual

Fonte: Infraero, 2011.



A movimentação de voos, entre os anos de 2000 e 2012, é notável em comparação com o quadro abaixo, em que desembarques em 2000 representavam menos de 1 milhão ao ano, no ano de 2006 crescimento de 62,7%, quase 1,6 milhão, e em 2012, quando os programas de desenvolvimento do turismo estavam ativos e contemplados, 3 vezes maior que no início de 2000, na perspectiva de desembarques.

Quadro 14 - Movimentação no Aeroporto Internacional Pinto Martins

Anos	Embarques		Desembarques		Total	
	Pax's	Índice	Pax's	Índice	Pax's	Índice
2000	887.460	100,0	925.978	100,0	1.813.438	100,0
2001	948.612	106,9	1.019.886	110,1	1.968.498	108,6
2002	926.409	104,4	999.704	108,0	1.926.113	106,2
2003	818.516	92,2	885.270	95,6	1.703.786	94,0
2004	986.572	111,2	1.062.713	114,8	2.049.285	113,0
2005	1.142.885	128,8	1.256.479	135,7	2.399.364	132,3
2006	1.412.175	159,1	1.538.155	166,1	2.950.330	162,7
2007	1.558.769	175,6	1.663.250	179,6	3.222.019	177,7
2008	1.537.668	173,3	1.573.902	170,0	3.111.570	171,6
2009	1.881.155	212,0	1.920.271	207,4	3.801.426	209,6
2010	2.216.703	249,8	2.397.225	258,9	4.613.928	254,4
2011	2.397.225	270,1	2.691.808	290,7	5.089.033	280,6
2012	2.726.351	307,2	2.862.815	309,2	5.589.166	308,2

Fonte: SETUR/CE e INFRAERO.

Há voos diretos para estados nacionais (Quadro 15), destino sudeste, centro-oeste, norte e nordeste.

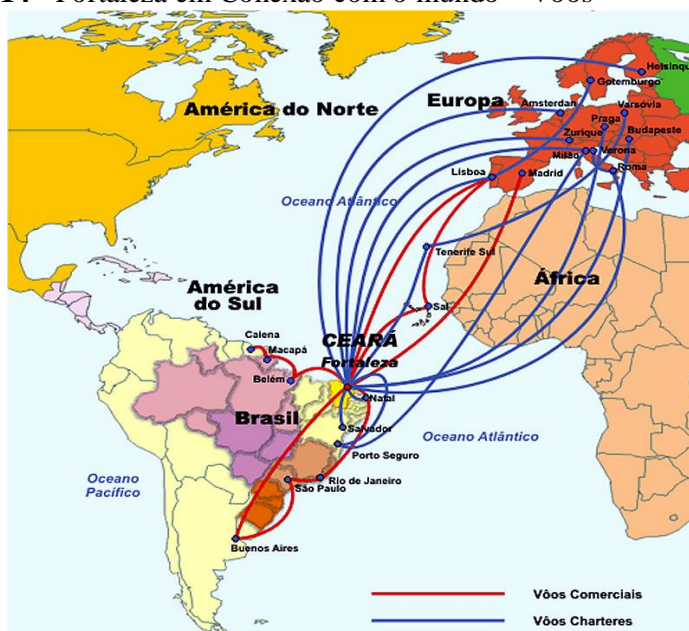
Quadro 15 – Maiores rotas domésticas saindo de Fortaleza (2011)

Rank	Cidade	Passageiros	Companhias
1	 São Paulo, SP (GRU)	743.389	Avianca, GOL, TAM, Webjet
2	 Brasília, DF	625.485	Avianca, GOL, TAM
3	 Rio de Janeiro, RJ	429.954	Azul, GOL, TAM, Webjet
4	 Recife, PE	322.390	Azul, GOL, TAM
5	 Salvador, BA	297.931	Azul, GOL, TAM, Webjet
6	 Belém, PA	251.073	GOL, Puma Air, TAM
7	 Campinas, SP	209.627	Azul, GOL, TAM
8	 Teresina, PI	201.801	Azul, GOL, TAM
9	 São Luís, MA	197.668	GOL, TAM
10	 Natal, RN	189.901	GOL, TAM, Webjet

Fonte: Anuário do transporte aéreo e ANAC.

O potencial turístico estadual é divulgado em países, com abertura de rotas para capitais mundiais. Figuras 14 e 15: relação e rotas aéreas. Figura 14: voos domésticos e internacionais diretos, é que Fortaleza facilita a comercialização com países do continente europeu, e também com o continente africano, além de voos para a América do Sul.

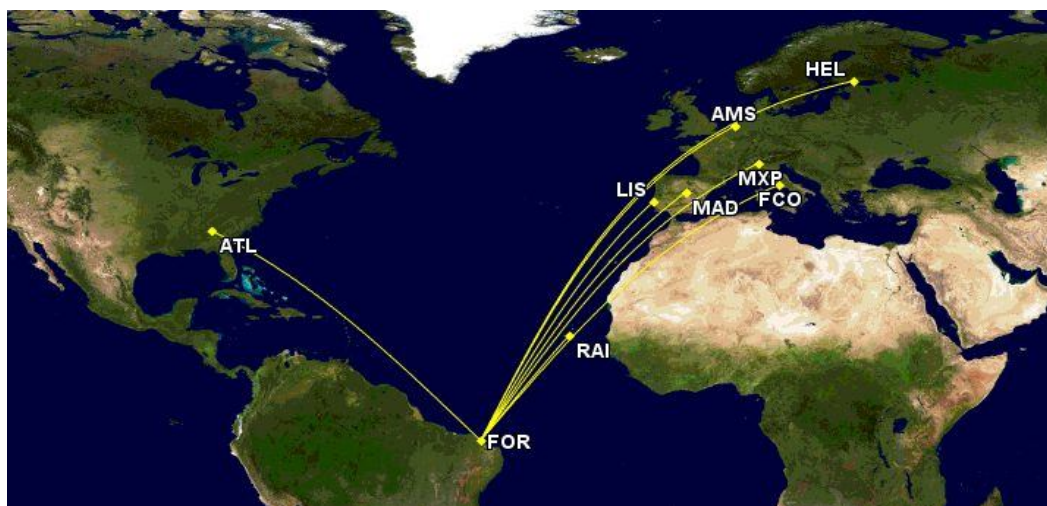
Figura 14 - Fortaleza em Conexão com o mundo – Voos



Fonte: SETUR, 2002.

É determinação conseguir e dinamizar estruturas aeroportuárias na conquista da América do Norte.

Figura 15 - Rota para a América do Norte



Fonte: SETUR/CE, 2002.

Com linhas aéreas em operação no Aeroporto Internacional Pinto Martins, também nos em processo de negociação, é possível maior quantidade de empresas interessadas.

Figura 16 - Companhias aéreas com destino a Fortaleza

Companhias Aéreas (ano 2013):	
- Companhias Nacionais:	
..... 	Absa
..... 	Avianca
..... 	Azul
..... 	Gol
..... 	TAM
..... 	Total
..... 	Colt Cargo
- Companhias Internacionais:	
..... 	Air Italy
..... 	Alitalia
..... 	Arkefly/Tui Airlines Belgium
..... 	TACV
..... 	TAP Air Portugal
..... 	Andes Líneas Aéreas (charter)
..... 	Miami Air (charter)
..... 	Ryan International Airlines (charter)
- Novos Destinos em Negociação:	
..... 	Air Berlin (Berlin)
..... 	American Airlines (Miami)
..... 	LOT Polish Airlines (Varsóvia)
..... 	TUI Nordic (Estocolmo)
..... 	UTAIR (Moscou)
- Especulações e Boatos:	
..... 	Air Europa (Madri)
..... 	Air France (Paris)
..... 	Copa Airlines (Panamá)

Fonte: <http://www.skyscrapercity.com>¹⁰

O aeroporto de Fortaleza passa por transformações, desde 7 de janeiro de 1974 (Portaria nº 120/GM5, de 3 de dezembro de 1973), e por meio de acordo entre estado e Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (INFRAERO), com uma série de obras de ampliação: construção do pátio e do terminal de passageiros, recebendo em 1997, pela Portaria 393 GM5, de 9 de junho de 1997, automação como aeroporto internacional,

¹⁰ Site com a maior fonte histórica sobre o Aeroporto Internacional Pinto Martins, elenca todas as espécies de mídias disponíveis para pesquisa histórica e atual.

inaugurado em 1998 pelo governador¹¹, que considera a obra uma das realizações com maior demanda turística. Com o crescimento do turismo, houve necessidade de novos reordenamentos territorial e espacial.

A ampliação do Pinto Martins foi iniciada em março de 2013, com previsão de termino em dezembro de 2013, com Até a Copa do Mundo de 2014, a capacidade será de 9 milhões de PAX's e, para 2016, 12 milhões de passageiros/ano.

Figura 17 - Situação Atual do Aeroporto – Infraero 2011



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com>.

Fase 1 – Copa 2014: ampliação de pátios de estacionamento de aeronaves; adequação do sistema viário de acesso; construção de pátio de equipamentos de rampa; ampliação do TPS; interligação com TPS, Fase 2 – Pós Copa: conclusão da ampliação do TPS e reforma do TPS existente (Figura 18).

Figura 18 - Fase 2 – Etapas das obras.



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com>.

¹¹ Governador Tasso Jereissati na sua segunda gestão (1995/02)

O plano de ampliação, de acordo com a Infraero, tem finalização prevista para 2016 (Figura 19).

Figura 19 - Ampliação do Aeroporto – Infraero 2011



Fonte: http://www.youtube.com/watch?v=KQISF0IS_ak

Via de escoamento importante é o porto do Mucuripe, terminal de passageiro Virgílio Távora, com nova estrutura e um dos mais modernos do país, segundo Sousa (2010), em área de 5 hectares, pelo plano da Companhia Docas do Ceará (CDC). A finalização do projeto é esperada para início de 2014, para a Copa do Mundo (Figura 20).

Figura 20 - Porto do Mucuripe – visão geral.



Fonte: SETUR/CE

Quadro 16: datas de atracação de navios com passageiros, previsto o primeiro para início de dezembro deste ano (2013). Próximos navios confirmaram passagem até 2015, época de conclusão do Porto.

Quadro 16 - Relatório de Navios de passageiros Esperados – 2013/ 2014/ 2015

Navio	Agente	Armador	Tipo Navio	Data Esperada	Previsão Atracação
CRYSTAL SYMPHONY	V.CASTRO & CIA. LTDA.	CRISTAL SHIP LTD.	PASSAGEIRO	03/12/2013 07:00:00	03/12/2013 08:00:00
ALBATROS	BRANDAO FILHOS FORTSHIP AGENCIA MARITIMA LTDA.	ALBATROZ SHIPING LINE	PASSAGEIRO	18/01/2014 18:00:00	18/01/2014 19:00:00
QUEEN VICTORIA	BRANDAO FILHOS FORTSHIP AGENCIA MARITIMA LTDA.	CUNARD LINE LTDA.	PASSAGEIRO	20/01/2014 09:00:00	20/01/2014 10:00:00
CRYSTAL SYMPHONY	V.CASTRO & CIA. LTDA.	CRISTAL SHIP LTD.	PASSAGEIRO	26/12/2015 07:00:00	26/12/2015 08:00:00
Quantidade de navios: 30					

Fonte: Ministério do Turismo (2013).

O porto de passageiros e de pequenas cargas é administrado e explorado comercialmente pela Companhia das Docas. Com sua ampliação, poderá receber navios de até 70 mil toneladas, e de turistas para a Copa do Mundo de 2014, além de servir como hotéis extras. A reforma torna Fortaleza espaço destinado ao turismo marítimo, com novas rotas de acesso.

Os investimentos são do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC 2) com R\$ 105 milhões, contando com posto da Polícia Federal, alfândega, e estruturas necessárias para recebimento do turista de forma organizada.

As novas instalações darão condição para receber cruzeiros: na Copa 2014, os navios servirão de hotéis, sob controle da Secretaria de Turismo do Ceará e gestão do Porto do Mucuripe.

Um dos primeiros trabalhos de ampliação do Porto do Mucuripe foi dragagem para aprofundamento do mar, realizada entre 2010/2011, orçada em R\$ 54,6 milhões. Era a via de acesso marítima que faltava operar em Fortaleza, para o Turismo, em virtude de a mesma destinar-se quase que exclusivamente ao transporte de cargas. É mais uma porta de entrada do turista.

Ao turista optante pela rota terrestre, oferecem-se-lhe rodoviárias, empresas de taxi, de aluguel de automóveis, além de fretes de Vans, micro-ônibus, topiques.

A maior via de acesso a Fortaleza é a BR-116, principal rodovia federal, que vai ter com 10 estados. A rodovia longitudinal termina na cidade de Jaguarão, Rio Grande do Sul, fronteira com o Uruguai, numa extensão de aproximadamente 4,385 quilômetros.

“A marcação quilométrica inicia-se em Fortaleza e reinicia-se em cada estado Ceará. Começando em Fortaleza, a BR 116 é a principal rodovia ligando o Nordeste ao Sul do país, no estado do Ceará saindo de Fortaleza a BR-116 passa pelos municípios de Itaitinga, Horizonte, Pacajús, Chorózinho, Russas, Limoeiro do Norte, Tabuleiro do Norte, Alto Santo, Jaguaribe, Icó, Ipaumirim, Milagres, Brejo Santo, Jati e sai do Ceará pelo município de Penaforte. O percurso no Ceará tem 544,5 quilômetros sendo à saída de Fortaleza duplicada até o km 50 no município de Pacajus e restante do trecho até o km 544,5 rodovia com 2 vias em sentido duplo e acostamento em ambos os lados até a divisa do estado do Ceará com o estado de Pernambuco”. (SECRETARIA DO TURISMO DE FORTALEZA).

Rodovia de acesso, Radial, BR-020, liga Fortaleza a Brasília (DF) passando por Goiás, Bahia e Piauí, com trechos em terra batida nos estados da Bahia e Piauí. Poucos trechos acabados e tantos em fase de planejamento, forçando motoristas a utilizar outras rodovias.

A BR-222, via federal, com início em Fortaleza, interliga Pará, Piauí e Maranhão, sem boa estrutura e conservação. Concluída vai integrar-se pela federalização da Estrada do Rio Preto, no município de Marabá, região mineradora no território nacional. Via de acesso muito utilizada, BR-304, é Rodovia federal diagonal que liga a capital do Rio Grande do Norte à cidade de Russas no Ceará.

Para deslocamento terrestre, tem-se o Terminal Rodoviário Engenheiro João Tomé, no bairro de Fátima, com mais de 37 anos, a 5 km da Praia de Iracema, com intensa circulação de passageiros; operando 35 empresas, a rodoviária conta com serviços de apoio, restaurantes, estacionamento e guarda-volumes.

Muitas agências: Asa Branca, Boa Esperança, Coopetrater, Expresso Canindé, Expresso Praturus, Expresso Serrano, Fretcar, Gontijo, Guanabara, Ipú Brasília, Itapemirim, Litorânea, Nordeste, Paraíba, Pegasus, Penha, Rápido Juazeiro, Rápido Limoeiro, Rápido Morada Nova, Real Transportes, Redenção, Rio Jaguaribe, Rio Negro, São Benedito, São Geraldo, Serra do Felix, Transbrasiliana, Transnacional, Vale do Jaguaribe, Viação Pinheiro e Princesa dos Inhamuns, comunicam a MetrÓpole com regiões do estado.

Terminal Rodoviário, inaugurado em 2000, construído pela Socicam, no Bairro Antônio Bezerra, tem pequeno espaço, em relação ao anterior, com boa estrutura de acessibilidade, banheiros e corredores preparados.

O ultimo construído, para melhor deslocamento e fluxo, é o de Messejana em 2010, pela Socicam e Governo, que beneficia cerca de 230 mil usuários das rodovias CE-040 (litoral leste) e BR-116 (centro-sul). É de fácil e rápida acessibilidade de passageiros, com lanchonetes, guarda-volumes, transportes.

O táxi é também opção de locomoção, com uma frota de mais de 4000 taxistas, deles bilíngues para atender melhor o cliente. Cooperativas operam por toda a grande Fortaleza.

Fortaleza oferece estrutura de lazer e diversão bastante desenvolvida, com programação noturna diversificada, o que constitui fator diferencial em relação às capitais do Nordeste.

O Ceará é rico em arte, cultura e personalidades. Terra da escritora Rachel de Queiroz - primeira mulher a ocupar cadeira na Academia Brasileira de Letras -, do poeta Patativa do Assaré, do escritor José de Alencar, do maestro Eleazar de Carvalho, à frente das maiores orquestras do mundo, de humoristas Chico Anysio, Renato Aragão e Tom Cavalcante, do cantor Fagner e tantos outros.

O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura é promotor de cultura, com mais de 30.000m² para cinema, teatro, artes plásticas, literatura e dança. Destaca-se a beleza neoclássica do Theatro José de Alencar e museus, que guardam a memória histórica de Fortaleza e obras de grandes mestres da cultura nordestina.

O cearense é conhecido por sua habilidade por tratar bem turista, que conquista pela hospitalidade e bom humor do povo. A noção de humor dada por “qualquer mensagem – expressa por atos, palavras, escritos, imagens ou música cuja intenção é a de provocar risos ou sorrisos”. (BREMNER E ROODENBURG, 2000, p.13).

Exemplo folclórico é a vaia ao sol, em janeiro de 1942, no centro, quando Fortaleza tinha pouco mais de 180 mil habitantes, sem arranha-céus. Casas de muros baixos e

praças arborizadas. Jornais circulavam notícias sobre a Segunda Guerra Mundial. O que acontecia pelos países chegava via rádio deixando moradores sob tensão.

Pela Praça do Ferreira (Feira-Nova, Pedro II, da Municipalidade e do Ferreira desde 1871), assuntos de guerra se dividiam com os de futebol, em placas espalhadas. Nesses espaços “bebuns” capenga esbarravam em intelectuais e tropeçavam nas moças da sociedade que se esquivavam da ralé circulante. Bancos eram ocupados pela “estirpe” de gente, intelectuais, políticos, católicos, comunista. Exatamente no “coração da cidade”, deu-se a vaia ao Sol, há 71 anos. O fato é passado de boca em boca, contado de várias formas: diz-se que o tempo estava bonito para chover, ou que chovia forte há dois dias. O Ceará, saindo de seca, clamava para que o sol desse uma trégua por mais uns dias, mas, em 30 de janeiro de 1942, teima em varar grossas nuvens e aparecer avermelhado no horizonte.

Em direção ao setor de redação do O POVO, repórter “esgueirando-se pelas calçadas molhadas” vê grupo numeroso de pessoas aglomerado a reparar “o esforço desesperado do sol para aparecer” e registra o fato na edição vespertina: “Olhando para o alto e apontando, começou um barulho estrondoso, vaiando o astro vencido e apagado, naquele momento, num grito uníssono de várias bocas. Mas afinal o velho rei das alturas venceu, botando todo corpo vermelho para fora das nuvens e dispersando os vaiadores”.

O que acontecia na Praça do Ferreira, como ato tão inesperado é logo sabido pela pequena população fortalezense. O episódio é visto como prova de que a verve cômica do cearense vem de muito antes de Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão ou Rossicléa.

O professor e pesquisador Gilmar de Carvalho diz que uma aluna mostrar-lhe xérox do *O POVO* do dia, e acredita no fato apenas como lenda urbana. O autor da peça ‘O dia em que vaiaram o sol na Praça do Ferreira’, escrita em 1983, Gilmar, diz que a dimensão e visibilidade dada à vaia é coisa recente.

Para garantia de diversão e risos, além da gastronomia, existem em Fortaleza locais específicos, marcados pela regionalidade do humor cearense, por exemplo, espaço cultural do Teatro do Humor, na Avenida Beira-Mar, com programação diversificada, onde artistas do humor cearense são as principais estrelas da noite.

Na Praia de Iracema, lócus do turismo, riso e humor são garantidos. Na cervejaria Luppus Bier, há programação humorística que leva alegria ao público, nas terças, sextas, sábados e domingos. Humoristas como Rocicléa, Zé Modesto, Skolástica, Augusto Bonequeiro, Adamastor Pitaco, entre principiantes, dão show e divertem espectadores. O Teatro São José, na praia de Iracema, recebe, em dias da semana, com programação voltada ao humor, destacados comediantes.

Espaço também frequentado é Beira-Mar Grill, na Avenida Beira-Mar, restaurante que oferece programação diária de shows de humor. Humoristas conhecidos, Lailinho, Biba, Augusto Bonequeiro e Aurineide Camurupim, revezam-se ao longo da semana para arrancar risos de residentes e turistas.

A barraca de praia Crocobeach, na Praia do Futuro, apresenta shows de humor, durante a semana. A América do Sol tem, às terças-feiras, show de humor com Ciro Santos, humorista reconhecido, com trabalhos em rádio e TV.

Programa de férias em apoio ao humor e segunda edição do FestHumor realizam-se em Shopping de grande porte, apresentando trabalhos de arte cênica, plástica ou vídeos de humor, além disso, pockets shows de humoristas com Glayco Sales, LC Galetto, Celso Júnior, Tom Leite, Dinho Santana.

O humor é levado a sério e contribui para aumento de presença de residentes e de turistas que compreendem que também de risos se faz turismo e economia.

3. OS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS DO DESTINO CEARÁ

O turismo se estrutura em segmentos, formas de oferta, lazer e serviços. É notório o espectro da segmentação do turismo em ampliação contínua à medida que as atividades adquirem maior representatividade econômica. A identificação de cada segmento turístico é feita por meio de fatores originados na oferta de produtos turísticos, sobretudo considerando a demanda, pois, em última análise, é a confluência da oferta e demanda que disciplina o mercado.

Como condicionante da oferta, a segmentação turística está atrelada a atrativos naturais, aspectos socioculturais e oferta de infraestrutura, atributos que dão finalidade e qualidade para transformação em produtos turísticos. Pela demanda, identificar consumidores revela preferências e motivações que, satisfeita preenchem expectativas de promotores que aplicam recursos no segmento, para consumo dos turistas que procuram o produto.

É explicável que roteiros e produtos turísticos são muito mais influenciados pela oferta do que pela demanda, pois, consoante referência anterior, são os atrativos naturais, disponibilidade de infraestrutura para prestação de serviços ao turista (hotel, restaurante, transporte, entretenimento, etc.) e especificidades que definem e baseiam o sucesso do destino. Como turismo é um bem que não pode ser levado ao lugar de origem do mercado consumidor, é o consumidor que se desloca para consumir, a oferta exerce papel decisivo sobre a demanda.

A lógica da comercialização em que o turismo se enquadra é fator determinante da segmentação. A concorrência cada vez maior, em diversos segmentos, leva inapelavelmente à busca de diferenciais que garantam clientes identificados com o produto oferecido. Assim, consegue maior vantagem a empresa que conhece os clientes e o mercado potencial. A identificação é base que direciona, com menor custo e maior eficiência, os recursos financeiros e adequação e, de modo mais competente, expõe o produto no mercado.

Forma e momento de determinado destino segmentar o turismo, ou seja, fazer opção por especialização num campo, condicionam-se por vários fatores. Faz-se necessário identificar forças atrativas e poder de atendimento ao expresso desejo dos consumidores, cada vez mais específicos e pontuais. Assim, quando a empresa encontra nicho certo de seu produto, oferece maior aproximação com o consumidor e melhor qualidade de bens e serviços

a preços competitivos. Isso favorece o processo de comercialização, pelo melhor uso dos canais de distribuição e mais adequados veículos de publicidade. Pois segmentar implica, para o destino turístico, transformar gradativamente o mercado geral substituindo-o por um, (ou vários) específico, com vantagens comparativas que reduzem custos e melhoria de eficiência.

Estudiosos do turismo, sob o prisma da atividade econômica que precisa ser lucrativa e sustentada, mostram que a melhor maneira de vender ou planejar o mercado turístico é por meio da segmentação. A forma é uma técnica que permite decompor o turismo em grupos homogêneos, possibilitando a criação de marketing específico e eficaz, com os próprios canais de distribuição, motivações diferentes e outros fatores. Segundo Beni (1998), é pela segmentação que surge a possibilidade de conhecimento de especificidades e vocação dos destinos. É preciso identificar atributos geográficos, tipos de transporte, composição etária do mercado, nível econômico ou de renda, incluindo situação social, como escolaridade, ocupação e estilo de vida.

O motivo da viagem: lazer, negócios, intercâmbio, é meio disponível para segmentar-se o mercado. A segmentação traz vantagens para todas as atividades econômicas e permite o surgimento de economia de escala das empresas, aumento do poder de concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada e patrocínio de maior número de pesquisas científicas e modelos gerenciais da indústria e também do turismo, serviço de apoio às indústrias.

Existem formas, modelos, conceitos e pensamentos de segmentação do turismo. Pimenta; Richres (1991) formulam critérios e modalidades pautados na geografia, demografia, estilo de vida, personalidade, assim forma de segmentação tem relevância para o mercado. Bacal e Sarah (1990) alicerçam seus estudos pela comparação de consumo de bens e produto gerais com produtos turísticos. Beni (1998) refere e classifica o turismo pelo público alvo do centro emissor, a diretriz como marco mercadológico, de modo a precisar se a procura é por descanso, esportes, gastronomia, saúde, religião. Existem conceitos das mais diversas tendências de segmentação do turismo. Quadro 17: forma importante de representação.

Quadro 17 - Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará

MODALIDADE	CRITÉRIOS
Geográfica	Extensão do mercado, potencial, concentração geográfica, transporte e acesso, polarização, bairros e ruas, tráfego, centro de compras.
Demográfica	Idade, sexo, domicílio, família, ciclo de vida (jovem, adulto, idoso).
Socioeconômica	Classe de renda, instrução, ocupação, status, migração, mobilidade social.
Padrões de Consumo	Frequência de compra, local de compra, lealdade a marcas, <i>heavy & light user</i> , curva ABC.
Benefícios Procurados	Satisfação sensorial, prestígio social, emulação-preço favorável, qualidade/durabilidade, redução de custos, atendimento e serviços.
Estilo de Vida	Expectativa de vida, uso do tempo, interesses predominantes, participação em eventos e agrupamentos sociais, uso do dinheiro, amizades e relações pessoais.
Personalidade	Bases culturais, atitudes e valores, liderança, agentes de mudanças.
Caracterização Econômica	Setor de atividade, tamanho das empresas, atuação de concorrentes, acessibilidade, uso e aplicações, unidade de decisão de compra, demanda derivada.

Fonte: Pimenta; Richers (1991).

No destino turístico, pode-se optar por uma ou várias especializações, porém é necessário preencher requisitos de demanda do mercado. Não é com decisão unilateral que se implanta segmentação de destino turístico. A análise da viabilidade contempla o lado da oferta com o segmento da demanda ou mercado pretendido.

O segmento turismo social embute, no conteúdo, termos de relevância para a comunidade incluindo princípios de equidade, solidariedade, cidadania e inclusão social. “Turismo social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promover a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão.” (BRASIL, 2006). É busca pela massificação do turismo, estendendo os benefícios sociais às camadas da população de menor renda, com maior integração das comunidades dando-lhes sentido humanístico.

O ecoturismo, por exemplo, é um segmentos que se desenvolve em destinos de fortes atratividades. Trata-se de “Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar da sociedade.” (BRASIL,

2006). O comprometimento do turismo com a conservação e a educação ambiental são parâmetros indissociáveis que precisam ser cultivados.

O ecoturismo presume, pelo menos, três vertentes indeclináveis que se reportam à sustentabilidade do patrimônio natural e cultural, consciência ambientalista e elevação do bem-estar das populações interagindo.

O relacionamento do turismo com a cultura, principalmente ao reportar-se a polos receptivos, tem que se efetivar de modo sustentável, com absoluto respeito aos padrões e valores existentes, de modo que seja mantido o patrimônio cultural prevalecente que, na verdade, é fonte de atratividade. O segmento “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais do turismo.” (BRASIL, 2006). Dessa forma, a integração turismo/cultura há que correlacionar-se pois, se a valorização do turismo descaracterizar o acervo cultural do destino, estará prejudicando o produto e sem possibilidades de sustentabilidade.

A modernidade acelera o ritmo de crescimento do fluxo turístico para finalidade de estudo e intercâmbio. O segmento “constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação do conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional.” (BRASIL, 2006). O segmento se expande sendo comum identificar instituições governamentais e privadas especializadas na promoção de estudos por intercâmbio que alcança estudantes e técnicos de nível médio e superior. A sistemática deixa de ser privilégio das classes de maior renda, para atender a público cada vez mais diversificado, por exemplo, universidades públicas brasileiras que enviam e recebem estudantes e profissionais dos países, forma salutar de observar os benefícios gerados pela ampliação do conhecimento, desenvolvimento profissional e convivência social.

As competições esportivas, amadoras e profissionais impulsionam fluxos turísticos próprios que geram inter-relação e conagração culturais. O segmento “compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.” (BRASIL, 2006). Não se desconhece que os deslocamentos de pessoas para prática de esportes se ampliam ocasionando, para determinados destinos, segmentação viável de negócio. Dado importante é que o turismo de esporte tem característica

de estímulo de produtos turísticos depender de recursos naturais, promoverem confraternização e sociabilidade, repercutindo na cadeia produtiva do turismo.

O turismo de aventura “compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura, de caráter recreativo e não competitivo.” (BRASIL, 2006). É importante que aventura no turismo está associada a experiências físicas e sensoriais recreativas que implicam desafios, riscos calculados, controláveis e assumidos que proporcionam sensações diversas: liberdade, prazer, superação, e não atividade imprevista, perigosa, exercida de forma não criteriosa. As políticas públicas de apoio ao turismo de aventura sugerem que este seja organizado por prestadores de serviços turísticos credenciados, na presença de profissionais qualificados e sempre que necessário utilizados equipamentos de segurança apropriados.

O segmento sol e praia, em destaque no Ceará e Nordeste, oferece condição igual ou superada por poucos países. Define-se como “atividades relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.” (BRASIL, 2006). No caso do Ceará, tem-se 573 km de orla marítima, mar de águas tépidas, clima tropical e um dos maiores períodos de insolação conhecido, oferecem-se condições naturais de desenvolvimento do turismo tendo como motivação o tradicional binômio sol e praia. Favorecimento do ambiente natural e estrutura receptiva em funcionamento ampliam fluxos induzidos de sobremaneira por investimentos de capitais externos que viabilizam o turismo convertendo-o em indeclinável opção de desenvolvimento econômico.

Segmento de destaque é o turismo de negócios e eventos que “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, comercial, promocional técnico, científico e social.” (BRASIL, 2006). Fomenta-se o turismo como indicador econômico. O patrocínio de negócios e eventos, congressos, feiras, exposições, seminários técnicos, reuniões, simpósios, convenções empresariais, considera-se de alta rentabilidade para todos os atores que integram a cadeia, funcionando como fator de redução de efeitos da sazonalidade permitindo ajustamento da oferta e demanda, ao longo do ano. Em polos selecionados, o segmento assume economicamente papel relevante, como o caso da cidade de São Paulo.

O turista de negócios e eventos tende a despender maior soma de recursos no destino e é agente multiplicador de “marketing” estimulando a viagem de pessoas de seu

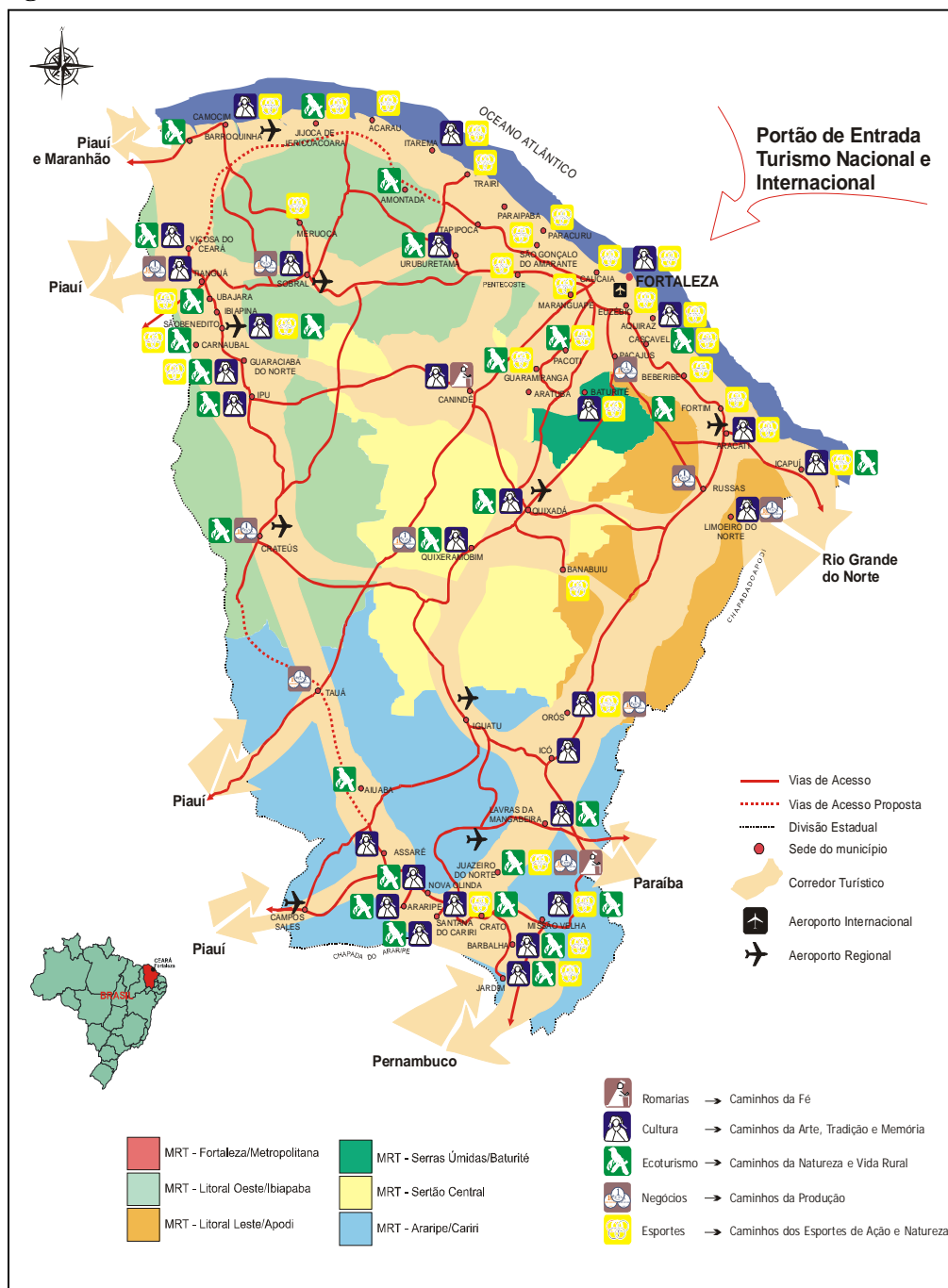
relacionamento. Insere-se nas possibilidades de interiorização, pois muitos eventos programados se realizam em polos turísticos em cidades de menor porte.

O modo de vida estressante das grandes metrópoles, principais polos emissores de fluxos, explica, em parte, o crescimento do turismo rural. Como forma de melhorar a qualidade de vida, moradores dos grandes centros urbanos buscam convivências com a natureza e com o modo simples das comunidades. Desejam encontrar o lúdico, natural, afetivo transmitido pela cultura do homem da zona rural. “Turismo rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produto e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.” (BRASIL, 2006).

A distinção de grupos culturais e oferta de ambiente físico diferenciado é o desejo de turistas e representa nicho de mercado. Do lado da oferta, registra-se a agregação de valor de pequenas propriedades rurais que buscam, no turismo, complementação das atividades produtivas. No Ceará, a atração de fluxo turístico se dá em maior proporção, em função do binômio sol e mar, para o que o estado tem ambiente favorável e disponibiliza infraestrutura que atende às exigências do mercado.

Os produtos turísticos ofertados, nessas regiões, têm características diversificadas que possibilitam criação e desenvolvimento de variada segmentação de atividades e roteiros turísticos, permitindo a atração de diferentes segmentos e nichos de mercado (Figura 21).

Figura 21 - Roteiros Turísticos Temáticos



Fonte: SETUR/CE, 2012.

Do ponto de vista econômico, o turismo é produto diversificado, cada vez mais enriquecido, divisível e segmentado. Na verdade, o destino tende a ofertar um conjunto de combinações específicas de bens e serviços destinados a segmentos cada vez mais identificados. Combinações de produtos ofertados dependem das potencialidades naturais e da capacidade de formatar o produto composto.

De acordo com estudos e pesquisas da SETUR, o produto turístico do Ceará tem como componentes predominantes os segmentos sol e praia, eventos e negócios, visitas a parentes/amigos e religiosidade. Os componentes cultura e compra se consideram de cunho transversal ou complementar. Na questão cultural, por razões de natureza histórica e socioeconômica, não exercem poder de atração marcante. As motivações do ecológico, arqueologia e esportes de aventura também são de pouca representatividade. Quadro 18: segmento e destinos.

Quadro 18 - Segmentação e Destinos Turísticos do Ceará

SEGMENTOS		DESTINOS	
C U L T U R A L	Sol e Praia	C O M P R A S	<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza e entorno • Canoa Quebrada • Jericoacoara • Porto das Dunas • Cumbuco • Outros
	Eventos e Negócios		<ul style="list-style-type: none"> • Fortaleza • Pólos Agrícolas e Industriais do interior • Guaramiranga • Sobral • Outros
	Visita Parentes/Amigos		<ul style="list-style-type: none"> • Litoral • Serras • Sertão
	Religioso		<ul style="list-style-type: none"> • Canindé • Juazeiro do Norte • São Benedito • Barbalha • Quixadá • Outros
	Outros		<ul style="list-style-type: none"> • Santana do Cariri: Arqueológico • Ubajara: Espeleologia • Litoral, Serras e Sertão: Esportes/Aventuras e Ecológicos/Rural.

Fonte: (*) Na associação dos segmentos com os destinos, tomou-se como referência o documento SETUR/CE (1998).

Assim, destino define combinações próprias na formação dos produtos. Em Jericoacoara e Camocim, por exemplo, o produto ofertado é fundamentado pelos segmentos sol e praia, ecologia e esporte de aventura, cultura, compra e gastronomia.

A segmentação é importante instrumento de indução de desenvolvimento da oferta turística, com diversidade de critérios na segmentação do mercado turístico, que ajuda e

às vezes prejudica. De acordo com informações do Quadro 19, o principal motivo da viagem ao Ceará via Fortaleza é a passeio (47,1%), em seguida, negócios (21,7%) e visita a parentes/amigos (18,6%).

Quadro 19 - Demanda turística via Fortaleza segundo a motivação – 2012

Motivação	Turistas		Perm. (dias)	Gastos (R\$)		Receita Turística		Impacto no PIB(%)
	Total	(%)		Percapita	Percapita/Dia	R\$ Milhões	(%)	
Passeio	1.411.255	47,1	11,2	1.684,24	150,38	2.376,9	58,5	5,0
Visita Parente/Amigo	557.074	18,6	12,3	1.491,85	121,29	831,1	20,4	1,8
Negócios/Trabalho	649.920	21,7	6,5	1.931,58	297,17	1.255,4	30,9	2,6
Congressos/Eventos	311.482	10,4	6,1	2.196,75	360,12	684,2	16,8	1,4
Outros	65.292	2,2	10,7	1.280,28	119,65	137,9	3,4	0,3
Total	2.995.024	100,0	10,9	1.710,25	156,90	5.122,2	100,0	10,8
Negócios/Eventos	961.403	32,1	6,3	2.064,2	327,65	1.939,6	47,7	4,1

Fonte: SETUR/CE¹²

Passeio: com 47,1% do fluxo turístico, em 2012, e 58,55% de receita turística. Os turistas do segmento fazem gasto per capita diário de R\$ 150,38 e permanência média de 11,2 dias.

Visita a parentes e amigos: representa 18,6% do fluxo, responsável por 20,4% da receita turística. O gasto per capita diário é de R\$ 121,29 e permanência média de 12,3 dias.

Negócios/trabalho e congressos/eventos: Este segmento corresponde a 32,1% do fluxo turístico e 47,7% da receita. O gasto per capita diário foi de R\$ 327,65 a permanência média de 6,3 dias.

O Ceará implementa infraestrutura do segmento turístico, de incentivo a Negócios e Eventos, com mais de 32,1% do fluxo de turistas, o que corresponde a 961.403 turistas e impacta aproximadamente 4,1% do PIB. A cada R\$ 1,00 gasto em promoção e marketing, o

¹² a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística Total (Direta e Indireta) e o PIB; b) A Receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto Percapita e Demanda Turística via Fortaleza; c) Receita Turística Total (Direta+Indireta) ou Renda Gerada, decorre do processo iterativo dos gastos dos turistas na economia via propensão marginal a consumir (efeito multiplicador); d) O multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi de 1996=1,34, 1997=1,43, 1998=1,53, 1999=1,64 e 2000 a 2012=1,75 (in Ferreira, Assuêro e Oliveira, Aécio – Estruturação da Matriz de Insumo - Produto do Turismo do Ceará, Fortaleza, março de 1996); e e) PIB cf(2007 a 2012) estimativa do IPECE/CE.

Ceará recebe R\$ 3,59. Em 2013, no novo Centro de Eventos, realizaram-se 128 eventos, 69 locais, 14 regionais, 38 nacionais e 7 internacionais.

Sobre gastos do segmento, os valores vão de 2.4 bilhões em 2006, para 4.6 bilhões em 2011 (Quadro 20), superados em 2012, com 5,2 bilhões de reais. Segundo levantamento da Secretaria de Turismo do Ceará (Setur), os maiores gastos médios de visitantes se concentram em compras (28,0%), alimentação (21,5%) e hospedagem (19,2%). Quadro 20: média estabelecida de gastos.

Quadro 20 - Estrutura dos Gastos dos Turistas

Estrutura dos Gastos	Período						Média (%)	Receita (R\$ milhões)					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011		2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hospedagem	16,4	18,5	19,4	21,8	18,7	20,6	19,2	409,5	470,6	564,3	791,0	760,2	946,1
Alimentação	18,5	21,4	23,5	25,3	20,1	20,3	21,5	461,9	544,3	683,5	918,0	817,1	932,4
Transportes	9,8	11,3	9,5	9,4	10,4	11,0	10,2	244,7	287,4	276,3	341,1	422,8	505,2
Compras	27,5	30,2	28,0	25,3	28,1	28,9	28,0	686,6	768,2	814,4	918,0	1.142,3	1.327,3
Diversão/Passoio	19,9	15,1	15,6	14,8	17,7	16,1	16,5	496,9	384,1	453,8	537,0	719,6	739,5
Outros	7,9	3,5	4,0	3,4	5,0	3,1	4,5	197,3	89,0	116,3	123,4	203,3	142,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	2.496,9	2.543,6	2.908,7	3.628,5	4.065,3	4.592,9

Fonte: SETUR/CE¹³, 2012.

Embora o segmento negócios ou eventos seja foco do turismo, os atrativos naturais são determinantes para escolha, o que revela forte poder de atração de praias e clima, sendo o segmento que mais vende, não anula nem prejudica o outro.

3.1 Turismo de Sol e Praia

O sucesso do turismo no Ceará, na avaliação dos turistas, é pelos atrativos naturais e beleza da Metrópole, o que não significa obrigatoriamente só praia. O litoral mede 573 quilômetros de costa atlântica, com praias baixas e arenosas, muitas dunas, rios, lagos e vegetação exuberante de mangues e coqueirais, águas adequadas a banho.

O segmento de arrancada do turismo é sol e praia, ou seja, principal fator de atração na geração de escalas de aglomeração e de expansão da oferta básica e complementar. Embora focado no segmento sol e praia, o produto turístico, face à diversidade e

¹³ A receita direta é obtida pelo produto entre gasto *per capita* e Demanda Turística, via Fortaleza.

potencialidade dos recursos naturais (litoral, serra e sertão), econômicos e culturais, tende a ser cada vez mais diversificado e enriquecido.

A oferta está voltada ao atendimento do turismo de lazer e, considerando que a base econômica é pouco diversificada e, sem dimensão e infraestrutura de turismo de negócio em escala nacional e internacional, o fluxo turístico é afetado pelo fenômeno da sazonalidade. Nesse sentido, surge a necessidade de implantação do Centro de Eventos do Ceará – CEC.

Com sua implantação, o turismo não só ganha força como tende a se espalhar pelo interior, com importância econômica e social, face aos impactos no produto e geração de emprego. No tocante à geração de renda, embora inquestionável sua importâncias, no sentido agregado e de expansão da massa salarial, a questão torna-se duvidosa nos aspectos distributivos, notadamente que se refere à distribuição pessoal ou individual.

Considerando-se dados e índices relacionados neste estudo, diz-se que atividades e atrativos turísticos baseados no usufruto do binômio sol e praia continuarão carro-chefe. E mais: a demanda de regiões litorâneas aumenta continuamente, por serem destinos consolidados que desfrutam de imagem presente no público consumidor nacional e/ou internacional.

Mas o governo se prepara para o problema causado pelo uso de recursos naturais como atrativos. Com a crescente demanda turística, é preciso preparação para possíveis efeitos negativos do turismo não causarem transtornos ao invés de resultados positivos.

Existe prioridade de políticas públicas e investimentos privados em áreas litorâneas, fazendo com que segmentos continuem sem desenvolvimento adequado, sendo pouco provável aumento de permanência do turista. A continuar apenas o direcionamento sol e praia como atrativos, não se tem diferencial no mercado. No Ceará, diferente da maioria de pontos turísticos do país, não se fixa apenas em um ponto como meio de garantir lucratividade com o turismo.

Mesmo sendo fator de maior demanda, a beleza natural da região, sol e praia se consolidam como maiores motivadores da presença de turistas.

- **Polo de Fortaleza**

Com dunas e mar verde-azulado, Fortaleza é a capital, que oferece mais horas de sol durante o ano. É também famosa pela excelente infraestrutura. A rede hoteleira está entre as mais modernas. Durante o dia, praias do Futuro, do Cumbuco, do Porto das Dunas são espaços de diversão garantidos à beira-mar, no Beach Park, maior parque aquático da América Latina. Em destaque, praia do Futuro com início no Mucuripe até a foz do Rio Cocó, numa extensão de 8 km. Considerada a principal praia da capital, contempla faixa de oito quilômetros de areia branca e águas limpas, é preferida para banho.

Tem-se infraestrutura para receber nativos e turistas de todas as partes, com barracas preparadas, normalmente com piscinas, play ground, palcos para shows de música e humorismo. As barracas oferecem a tradicional caranguejada nas noites de quinta-feira, conhecidas devido às festas na madrugada. A Praia do Futuro reserva bons ventos para a prática do surf e windsurf, requer apenas atenção redobrada de banhistas, pelo solo irregular.

A Praia do Meireles é um forte corredor de animação de Fortaleza, totalmente urbanizada, inclusive com quadras esportivas e largo calçadão próprio para a prática de cooper, de ciclismo e passeio. Concentra a orla hoteleira da região, com variação de clubes e bares, situada entre feirinha de artesanato e o clube Náutico e grande número de restaurantes, lojas e serviços turísticos, vans para praias. Também, na região, estão largas calçadas de passeio, e barracas à beira-mar, com almoços e jantares, ou apenas para parada entre uma corrida e outra pela orla.

A Praia do Mucuripe é área bastante movimentada durante o dia, por fortalezenses e turistas. Mucuripe é a continuação da Praia do Meireles, no sentido leste. Não há claro marco divisório entre praias. Tradição portuária e encantos artístico-culinários são características marcantes do bairro do Mucuripe. Pescadores com jangadas embelezam os fins de tarde. Destacam-se hotéis e restaurantes famosos pelas peixadas. Os adeptos do windsurf encontram-se na praia, sempre em ótimas condições para a prática do esporte. Na enseada do Mucuripe, localiza-se o maior símbolo cultural, Estátua de Iracema.

A Praia de Iracema homenageia a índia do Romance de José de Alencar, no Centro de Fortaleza, antiga Praia do Peixe, é um dos cartões postais da cidade a Ponte dos Ingleses. Na região, também o Espaço Cultural do Estoril, antigo cassino dos soldados

americanos, na Segunda Guerra. Construído no início do século passado, o Estoril, por muitos anos, foi ponto de encontro da boemia intelectual de Fortaleza. Conta com o Centro Cultural Dragão do Mar de Arte e Cultura que dispõe de espaço multicultural.

Na Praia de Iracema, os visitantes sentam em barzinhos com amigos para boa música, namoro e assistir ao pôr do sol. A praia é limitada por quebra-mares, com ondas fortes, recifes e areia grossa.

A praia da Barra do Ceará é marco inicial da colonização cearense, devido à construção do Fortim de Santiago, primeira edificação, datada de 25 de julho de 1604. Praia pequena, reta, com larga faixa de areia clara, cortada pelo braço do Rio Ceará, tem formação de mangues e dunas, de onde se pode admirar o mais belo pôr do sol. Construída no rio, a ponte, chamada José Martins Rodrigues, serve de ligação Fortaleza a Caucaia, aumentando, assim, o fluxo turístico na área.

3.2 Turismo Religioso

Existe entendimento entre religião e cultura, por ser (religião) parte do contexto histórico do país: a doutrina Cristã contribui no desenvolvimento do sistema religioso brasileiro.

É fundada a Igreja Presbiteriana de Fortaleza, única reconhecida pelo governo até 1883, e a igreja católica “foi uma grande força política no passado, sobretudo até a primeira metade do século XX, época em que organizações católicas influenciaram decisivamente os rumos da política estadual.” (ANUÁRIO DO CEARÁ – 2007).

A partir do século XX, igrejas se instalaram e religiões começaram a surgir. Entretanto o Ceará é o segundo estado com maior proporção de católicos, 85% segundo dados de 2000. Pela transcrição a seguir, é possível compreender a dedicação do povo ao culto católico:

“A religiosidade do povo cearense é outro destaque. O município de Canindé, a 120 km de Fortaleza, é conhecido pela devoção a São Francisco das Chagas e por ser o segundo maior centro de peregrinação franciscana do mundo, perdendo apenas para a cidade de Assis, na Itália. Anualmente, a cidade recebe milhares de romeiros de todo o País. Outra cidade que merece

ser visitada é Juazeiro do Norte, localizada na região do Cariri, extremo sul do Estado. A cidade é marcada pela fé em Padre Cícero Romão Batista, um homem que não é considerado pela Igreja Católica como um santo oficial, mas que foi canonizado pelo povo. Juazeiro abriga uma estátua de 25 metros do sacerdote, que foi um dos fundadores do município. Nas datas de nascimento e morte de Padre Cícero, multidões de fiéis vindos de todos os lugares do Brasil se reúnem para louvar o santo conhecido, popularmente, como 'Meu Padim Padre Cicho'. (BRAGA, 2011, p.02).

Contando com cerca de 80% da população voltada ao catolicismo, têm-se verdadeiros espetáculos de devoção, com milhares de romeiros em Juazeiro do Norte (devotos do Padre Cícero), Canindé (São Francisco) e Quixadá (Santuário Nossa Senhora Imaculada Rainha do Sertão). Cada município tem o padroeiro:

“[...] os 184 municípios cearenses possuem padroeiros. O padroeiro do Ceará é São José, daí porque o seu dia, no calendário religioso - 19 de março - é feriado estadual. Segundo a tradição popular cearense e os Profetas da chuva, essa data tem grande significado, pois, se nesse dia houver chuva, o "inverno" (estação chuvosa) estará garantido. Do contrário, a seca estará inegavelmente caracterizada”. (DIÁRIO DO NORDESTE – 2005).

O turismo religioso é uma das principais demandas e agiliza o setor econômico e serviços, mostra vigor não apenas no interior (Juazeiro do Norte, Barbalha, São Benedito, Quixadá e Canindé), mas também em Fortaleza. A cidade sedia eventos que atraem mais de um milhão de fiéis, Caminhada com Maria (15 de agosto) e o Halleluya, na última semana de julho do ano, geralmente realizado no Condomínio Espiritual Uirapuru (CEU).

Canindé, com a maior romaria franciscana do Brasil e Juazeiro do Norte, com a devoção a Nossa Senhora das Candeias e ao padre Cícero, reúnem anualmente milhões de sertanejos; Barbalha com a festa do Pau da Bandeira e homenagens a Santo Antônio; São Benedito, com romarias Nossa Senhora de Fátima, e Quixadá, que abriga o Santuário de Nossa Senhora Rainha do Sertão.

Na festa de Nossa Senhora da Assunção, padroeira de Fortaleza, no dia de agosto, ocorre a maior procissão da cidade. A Caminhada com Maria, em 2013, comemora 150 anos de fundação. O evento mobiliza dois milhões de pessoas, do Santuário de Nossa Senhora da Assunção, na Barra do Ceará, em direção à Catedral, com coroação e missa celebradas pelo bispo. Milhares de católicos nacionais e de países participam de eventos, de atividades paroquiais e de vivência da realidade, além de visitas a pontos turísticos.

Além da Caminhada com Maria e do Halleluya, Fortaleza sedia importantes celebrações religiosas e procissões, Caminhada Penitencial, Evangelizar é preciso, romarias de São José e de Nossa Senhora de Fátima. Ações que atraem mais visitantes para roteiros de fé, fortemente marcados pela religiosidade pelas maiores festas religiosas, procissões e romarias. O Estado tem 78,84% da população declarada católica, de acordo com o Censo 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). É o segundo maior percentual no Brasil, atrás apenas do Piauí, com 85,06%.

São Francisco de Assis (Canindé), São José (Fortaleza), Nossa Senhora Rainha do Sertão (Quixadá), das Dores e das Candeias (Juazeiro do Norte), de Fátima (São Benedito e Fortaleza), e de Santo Antônio (Barbalha) são as festividades mais conhecidas. Além que, há o culto ao Padre Cícero, no Cariri. Anualmente, cerca de dois milhões de peregrinos se dirigem às cidades da região – Juazeiro e Barbalha, principalmente – nas romarias.

O turismo religioso não apenas tem relação estreita com a cultura, como também é elemento de desenvolvimento, sobretudo no interior. A SETUR/CE implanta projeto religioso “Caminho de Assis”, que aproveita as comemorações das romarias de Canindé para melhorar a vida de comunidades do entorno, incentivando e fortalecendo o artesanato e a gastronomia produzidos pela própria população, além de fazer com que comunidades gerem mais emprego e renda.

3.3 Turismo de Negócios e Eventos no Ceará

Em Fortaleza, em 2011 realizaram-se 182 eventos, 52 locais, 47 regionais; 69 nacionais e 14 internacionais. Os dados demonstram que a capital está se consolidando como destino de eventos. Fato importante é que 26,4% dos eventos são socioculturais, ou seja, shows e entretenimentos, 24,7% congressos/convenções, direcionados para entidades de classe: medicina, odontologia, contabilista; 16,5 foram feiras/exposições, Frutal, Salão Imobiliário, Bienal do Livro; 15,4%, reuniões/encontros e 8,2% eventos de cunho esportivo.

Fortaleza conta, desde 2012, com espaços de grande porte para feiras e exposições o ano inteiro, Centro de Convenções do Ceará, objeto de estudo desta pesquisa, Centro do Dragão do Mar de Arte e Cultura, e modernos espaços turísticos, próximos à rede hoteleira, além de espaços de luxo dos grandes hotéis, disponíveis o ano inteiro para

congressos e reuniões corporativas. À escolha da capital cearense para negócios, tem-se beleza como bônus.

Perfil de crescimento de negócios, no interior, encontra-se nas Serras de Aratanha e Baturité, onde fica a cidade de Guaramiranga, e tudo é tranquilo, organizado e de clima frio. No período de folia e carnaval, a cidade abre espaço para o Festival de Jazz e Blues. Além de diferenciar o ritmo, agrada a população que prioriza o descanso. Em Guaramiranga, conta-se com o Festival de Teatro, no Teatro Raquel de Queiroz, onde se apresentam grupos de todo o país. Contemplam-se os festivais, Negócios e Eventos com Vinho e Flores em Pacoti, em exposição de produções.

O Cariri é a região de negócios, com seus grandes eventos: Mostra Cariri de Teatro, FENEC - Feira de Negócios do Cariri, FETECC - Feira de Tecnologia e Calçados do Cariri e Juá Forró. Em Crato, um dos municípios mais importantes, realiza-se a EXPOCRATO, feira de Agropecuária do Nordeste, evento anual que mistura exposição agropecuária, cultura e shows.

Para negócios ou eventos de natureza esportiva, segundo o Anuário do Ceará (2007), a região é o polo de Jericoacoara, desde as praias do Icaraí, Cumbuco, Paracuru, Flexeiras que desenvolvem Campeonatos de KiteSurf, e de Icaraizinho de Amontada e Preá em Jericoacoara com campeonatos de Windsurf. Tem-se também o festival gastronômico com nome de Jeri Sabor.

No Polo de Canoa Quebrada, hotéis oferecem espaços para congressos e encontros corporativos. Fazem-se Regatas de Jangadas e em nível internacional, acontece o Festival Latino-Americano de Curta Metragem, nomeado Curta Canoa, Festival de Gastronomia e Festival da Lagosta, em Icapuí.

O turismo de eventos é importante fator de benefícios para a economia local e nacional. Facilidades e infraestrutura trazem retornos significativos com os gastos de organizadores e participantes, com impacto direto e indireto. O segmento turismo de eventos compõe-se de subsetores: (a) exposições e feiras; e (b) conferências, congressos e reuniões internacionais.

A indústria de exposições comerciais é importante setor da economia do país, criada há cerca de 43 anos, com a Fenit (Feira Nacional da Indústria Têxtil), primeira no ano

de 1958. Desde então, a despeito de muitas dificuldades, o setor continuou a crescer e a atrair organizadores de exposições internacionais, como Miller Freeman, Reed Exhibition, Messe Frankfurt e Messe Hanover. Segundo a UBRAFE – União Brasileira dos Promotores de Feira, 45 mil empresários de 30 países visitam anualmente as principais feiras de negócios, no Brasil, todos os anos (UBRAFE, 2009).

Quadro 21: crescimento do mercado de feiras, no Brasil, entre 1992 e 2008 e estimativa para 2009. O número de feiras saltou de 38 para 124 em 2008 e 148 em 2009. Empresas expositoras/participantes, de 7.500 para 32.500 em 2008, previstas 35.000 em 2009. Mais importante é a quantidade de área alocada por ano, é que o faturamento dos Centros de Convenções está diretamente relacionado a esse indicador. Em 2008, foram locados 2.250 mil m² de área contra 500.000 m² – crescimento de quase 10% ao ano. Para 2009 o previsto é da ordem de 11%, esperando-se sejam locados cerca de 2.500 m² de área em centros de convenções e exposições no Brasil. Trata-se de mercado em plena expansão, apesar da crise financeira mundial, a exigir mais espaço, instalações modernas e espalhar-se pelo território nacional.

Quadro 21 – Evolução do Mercado de Feiras no Brasil

Ano	Nº de Feiras	Empresas	Visitantes	Área Locada (m ²)
1992	38	7.500	-----	500.000
1993	46	9.200	-----	585.000
1994	56	10.700	-----	750.000
1995	63	15.200	-----	830.000
1996	72	18.000	-----	1.285.000
1997	90	21.600	4.300.000	1.214.000
1998	75	20.300	4.600.000	1.227.000
1999	99	22.700	4.700.000	1.685.000
2000	128	25.500	5.600.000	1.640.000
2001	143	31.000	5.400.000	2.116.000
2002	142	35.000	6.800.000	2.500.000
2003	144	33.500	5.800.000	2.275.000
2004	161	38.000	6.500.000	2.400.000
2005	156	35.000	5.800.000	2.300.000
2006	122	31.000	5.000.000	2.200.000
2007	125	31.300	5.000.000	2.150.000
2008	124	32.500	5.100.000	2.250.000
2009	148	35.000	4.600.000	2.500.000

Fonte: UBRAFE.

A International Congress and Convention Association (ICCA) acompanha as atividades de reuniões internacionais que atendem aos seguintes critérios: organizadas periodicamente; alternam entre pelo menos três países; e atraíam um mínimo de 50 participantes.

Eventos de maior destaque em 2010: Miss Ceará (desde 1955), Cine Ceará (desde 1991): é o Festival de Cinema do Brasil, com participações de filmes estrangeiros; o Fortal (desde 1991), micareta fora de época, no final das férias, e um dos maiores festivais de Pop do Brasil: Ceará Music (desde 2001). Fortaleza, capital do Forró, tem o mês de junho dedicado a este estilo musical: JuaForró (Juazeiro do Norte – Ceará), além de festas juninas. O Halleluya (desde 1995), evento religioso, fortifica catolicismo.

3.4. Vulnerabilidades do Ceará como Desafios às Políticas Públicas

Sobre vulnerabilidade, têm-se visíveis problemas que distorcem a imagem do Estado, com sérios confrontos dentro da própria estrutura administrativa. Percalços de políticas públicas advêm da própria cultura, mais, iniciam em âmbito nacional, com a má distribuição dos recursos entre a população. É que pequeno grupo contempla o poder e detém dinheiro, em detrimento da maioria à mercê das oportunidades, numa realidade negativa, em que elevado nível de desigualdade social é expressamente ativo no país, e, Ceará mais ainda, tendo em vista carência de solo agricultável castigado pelas secas.

Mesmo em franco crescimento econômico e com grande desempenho em atividades turísticas, o Ceará tem sérios contrastes e desafios. De um lado, apresenta um dos melhores PIBs do Brasil (IBGE), de outro, imagem rebaixada pelos problemas sociais. A desigualdade compreende desde a falta de oportunidades, como acesso à escola, empregos e melhores condições econômicas.

De acordo com o IPECE, cerca de 90% da população economicamente ativa têm, em média, 7,4 anos de escolarização. Os 10% representam a parcela dos mais ricos, cuja média de escolaridade é de 10,8 anos, sendo a educação primeiro foco no que compete à criação de oportunidades. Qualificação e capacitação da juventude para melhoria social.

Assim, em 2011, o Estado atingiu menor nível de desigualdade social dos últimos 30 anos, chegando à marca de 0,5397 no Índice de Gini¹⁴.

Em verdade, com mais educação, têm-se melhores oportunidades: é concentrar a educação como principal mecanismo para melhor distribuição de renda via mercado de trabalho. Pesquisa do LEP, ao comparar o nível de escolaridade do Ceará com o de outros estados, e tendo como base Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do IBGE, 17,04% dos economicamente ativos não têm nenhuma instrução, contra 4,57% dos paulistas e 5,18% dos catarinenses. Em relação aos com 13 anos ou mais de estudo - o que corresponde a, pelo menos, ao ensino médio completo - o percentual, no Ceará, é de apenas 8,39%, enquanto, em São Paulo, chega a 17,08% e, em Santa Catarina, a 16,13%. Não por coincidência, os dois estados têm menores proporções de pobres (25% no Ceará, 4,74% em São Paulo e 3,67% em Santa Catarina) e maiores participações na renda (2,83% no primeiro, 27,71% no segundo e 5,18% no terceiro). (DIÁRIO DO NORDESTE, 2013).

Baixa escolaridade e pobreza são fatores que corroboram com forte deficiência do turismo, pela prostituição e violência, fatores atribuídos à falta de oportunidades. Para o coordenador do estudo sobre desigualdade¹⁵ de renda, a social é o ponto inicial no desencadeamento dos problemas.

Tema constrangedor é a questão do turismo sexual: ter imagem de belezas naturais atreladas ao turismo sexual¹⁶ em sites e jornais europeus (The Guardian - Inglaterra) e americanos, é uma dura realidade que assola a capital. Mais uma vez, falta de educação e oportunidade de bons empregos é o início do caminho da prostituição de mulheres e homens.

De acordo com o Ministério do Turismo (MTUR, 2013), com a imagem do país divulgada sendo atrelada a praias paradisíacas, a beleza da mulher brasileira e sua sensualidade, de acordo com a EMBRATUR entre 2004 e 2008 desembarcaram no Brasil mais de cinco milhões de turistas

¹⁴ O Índice de Gini é um coeficiente utilizado pelo IBGE para medir o grau de desigualdade social de uma determinada região. A medição é feita entre zero e um. O valor zero representa a situação de igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda. O valor um (ou cem) está no extremo oposto, isto é, uma só pessoa detém toda a riqueza. Na prática, o cálculo costuma comparar os 20% mais pobres e os 20% mais ricos. O índice de Gini leva esse nome porque foi criado pelo matemático italiano Conrado Gini. (DIÁRIO DO NORDESTE).

¹⁵ Vitor Hugo Miro.

¹⁶ Consiste na chegada de vários estrangeiros a regiões como o Nordeste brasileiro em busca de sexo. Meninas pobres, moradoras das regiões periféricas e precárias ao redor dos grandes centros ocupam as principais ruas e avenidas para se oferecerem como mercadoria barata neste mercado do sexo que se estabelece em endereços turísticos por todo o Brasil, principalmente nas praias nordestinas.

estrangeiros, sendo a Itália o país que mais envia turistas europeus. Assim sendo, a cidade de Fortaleza tornou-se a porta de entrada para turistas em busca do sexo fácil, associada à atração do clima, localização e nível socioeconômico da população. De acordo com os dados do Ministério do Turismo, dentre os países que visitam o estado do Ceará, os italianos respondem com maior percentual, seguidos pelos portugueses e norte americanos, entre os anos de 2005 e 2011. (MTUR, 2013).

A maioria das pessoas expostas à prostituição como profissão têm vulnerabilidades decorrentes da situação socioeconômica e cultural, normalmente, buscam melhoria de condição de vida, mesmo que, de certa forma, tenham que se submeter a tais situações, visam à ‘oportunidade’ de serem vistas e aceitas (o modelo sociocultural brasileiro reproduz, com naturalidade, discriminação contra a mulher, fruto de valores machistas, vista como objeto destituído de valor, de consciência e liberdade), pelos estrangeiros. A dualidade de realidades se contrapõe e se cruza, invadindo padrões legais da sociedade. Sobre exploração sexual, em Fortaleza, Piscitelli (2007) afirma que: “O turismo sexual em Fortaleza caracteriza-se pelo contexto de dinheiro, sexo e amor. Os relacionamentos existentes com turistas estrangeiros são marcados por noções de gênero, etnicidade e cor”.

Ainda analisando a dualidade namoro/sexo entre as meninas de Fortaleza e os estrangeiros, em sua maioria italianos, segundo Piscitelli (2007), a questão é dual, por ser em alguns casos, apenas a consideração de uma troca de serviços, no qual as meninas oferecem o sexo e o amor, em troca das mordomias e dos presentes oferecidos pelos estrangeiros para a permanência das mesmas ao seu lado. O uso do termo ‘meninas’ se refere diretamente a esta questão, da inocência/ignorância ou por outro lado até do oportunismo, das meninas-mulheres que anseiam por uma união ‘conto de fadas’ sem perceber o que estão realizando. O oportunismo é fato gerado em contrapartida também, visto que os estrangeiros incitam as brasileiras (fortalezenses) ao contrato de casamento, visando com isso à oportunidade da dupla nacionalidade.

As autoridades não conseguem lidar com a questão, de forma a resolvê-la. Os espaços desse perfil de turista e prática de desvios são de conhecimento público, mas políticas públicas que visam à resolução do caso, não lograram êxito.

Um dos maiores escândalos foi “Meninas de Fortaleza”, em dezembro de 2004, pela participação de italianos e alemães em esquemas de prostituição, com repercussão, só divulgado porque Interpol e polícia italiana buscaram desmascarar, além da ajuda da polícia local. Em momento mais recente, precisamente na Copa das Confederações, quando a seleção

espanhola resolve ‘comemorar’ a vitória sobre a Nigéria por 3x0, em boates, o Diário do Nordeste divulga reportagem sobre o tema, mostrando inclusive o hotel e o que aconteceu, confusão de jogadores campeões mundiais, prostitutas.

Governo e população não desejam apresentar mazelas sociais senão cultura mas antes de tudo, é ter consciência da existência e buscar formas de contorná-las, mais ainda, evitar novos focos, diante da ampliação do espaço turístico.

Fator preocupante tem sido a segurança pública, tema mais comentado, que recebe reclamações de residentes e turistas. O Ceará é visto, entre os estados como inseguro, pela falta de segurança de qualidade, pelo o que mais anseia a população. Não obstante o trabalho do Ronda do Quarteirão, com maior investimento, não diminui a criminalidade. Ocorrem crimes contra residentes e turistas, o que é de lamentar para uma Metrópole como Fortaleza. As infrações com turistas, em 2011 e 2013, estão expostas no Quadro 22.

Quadro 22 - Infrações ocorridas com os turistas: 2001/13

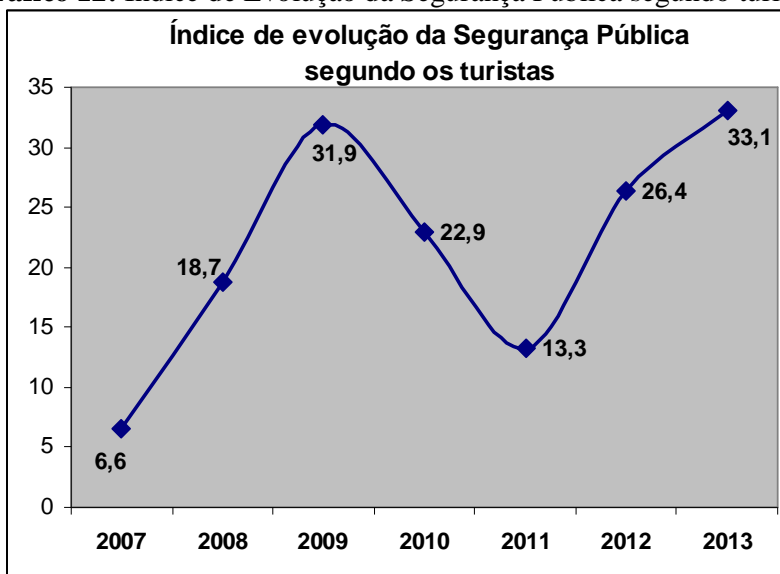
Infrações	Período			Var(%)
	2011	2012	2013	
Furto	416	466	539	29,57
Perda/Extravio de Documentos	348	397	406	16,67
Roubo	237	393	349	47,26
Comunicação Falsa (não delituoso)	42	46	73	73,81
Clonagem cartão/placa/celular	113	68	50	- 55,75
Danos	22	31	39	77,27
Crime contra o consumo/economia popular	51	64	38	- 25,49
Lesão Corporal Dolo/Culpa e Trânsito	5	7	27	440,00
Acidentes	27	25	28	3,70
Tentativa de Furto/Roubo	5	4	17	240,00
Suicídio/Morte Nat/Homicídio/Latrocínio	3	4	16	433,33
Roubo/Furto de Veículo/moto	1	4	15	1.400,00
Sequestro Relâmpago	1	1	14	1.300,00
Outros	62	39	52	- 16,13
Total Geral	1.333	1.549	1.663	24,76

Fonte: Secretaria de Segurança Pública (*Delegacia do Turista), 2013.

A SETUR/CE realiza periodicamente pesquisas de avaliação da percepção de turistas e análise de pontos positivos e negativos. A avaliação dos turistas é importante para adoção de medidas corretivas, diante das deficiências apontadas, incluindo-se aspectos que

não tenham obtido conceito de qualidade. Neste sentido, tem-se como parâmetro indicador da necessidade de intervenção, percentual mínimo de 80% das respostas que pontuam (Bom+Ótimo) - (Ruim+Péssimo) para cada item avaliado. O índice do item segurança pública é calculado com base no critério descrito acima (Gráfico 12).

Gráfico 12: Índice de Evolução da Segurança Pública segundo turistas.



Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE.

O quadro, sobre Infrações com turistas, faz apanhado de todos os tipos de agressões que o turista sofre, apresentando-lhe o fato que o mesmo passa adiante, o que contribui para má fama. No gráfico que mede o Índice de evolução da Segurança Pública é perceptível a oscilação de variação de aceitação positiva dos turistas, com relação ao que consideram níveis de segurança.

De acordo com o Jornal Tribuna do Estado, em 2012, contabilizaram-se 317 Boletins de Ocorrências, enquanto que, no ano 2013, 1.085. “Apesar do levantamento, o comandante do Batalhão de Policiamento Turístico (BPTur)¹⁷, acredita que há poucos casos de violência contra turistas na capital.” (TRIBUNA DO ESTADO, 2013). O argumento do coronel se baseia na quantidade de turistas.

Marcam negativamente o nome da Capital, por todo o mundo, casos com europeus: em 12 de agosto de 2001, chacina dos portugueses, na Praia do Futuro, expôs, de

¹⁷ Coronel Francisco Cláudio Mendonça.

forma negativa, a imagem do Ceará para a Europa. Divulgado em jornais da época, segue trecho de reportagem do Portal Terra, sobre o tema.

Chacina de portugueses no Ceará causa revolta . Uma viagem de turismo e negócios acabou em tragédia para seis portugueses no dia 12 agosto, em Fortaleza (Ceará). Os turistas, todos empresários da construção civil, foram barbaramente assassinados na praia do Futuro, em um crime que teve alta repercussão em Portugal e causou revolta no país europeu. Na mesma noite em que desembarcaram na capital cearense, Joaquim Silva Mendes, de 52 anos, Joaquim Manuel Pestana da Costa, 49 anos, Joaquim Fernandes, 57 anos, Manoel Joaquim Barros, 55 anos, Vítor Manuel Martins, 53 anos, e Antônio Correia Rodrigues, 42 anos, foram mortos a tiros, facadas, pedradas e pauladas. Depois, foram enterrados na barraca do também português Luiz Miguel Melitão Guerreiro, 31 anos. (PORTAL TERRA, 2001).

O caso, em 2001, causou forte impacto na imagem do Ceará, com o país a enfatizar, em reportagens, taxas de violência contra turistas no Estado, fatores que desqualificam a capital de certa forma, com relação à segurança. Em 23 de maio de 2010 mais violência com morte.

O italiano Giuseppe Paparone, 52, que passava férias no Ceará com quatro amigos e retornaria à Europa ainda ontem, foi a vítima mais recente da violência que avança na Capital cearense. Ele foi baleado e morto durante um assalto, na noite do último domingo (23), depois que o carro em que o grupo estava apresentou problemas mecânicos na Avenida Washington Soares, no bairro Edson Queiroz. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2010).

O crime repercute pelos países: principais sites de notícias, italianos, espanhóis, ingleses e canadenses, divulgaram em destaque o que aconteceu com a vítima, e alegaram falta de segurança de turistas em território cearense. E acrescentam que a vítima tinha forte interesse em morar em Fortaleza. Enquanto sites noticiavam a morte do italiano, repercussão negativa crescia em outros setores.

Apesar de tentativas em consertar o maior problema, violência, Fortaleza (Ceará) continua em situação constrangedora com relação à segurança pública, do qual é necessário uma análise dos últimos dados apresentados, para que possa ser possível especificar como está atualmente o Ceará, e principalmente sua capital, diante da questão de segurança. Em comparação dos últimos 10 anos, apresentando a elevação da violência no Estado.

De acordo com o Mapa da violência 2013 (O GLOBO, 2014), alguns estados conseguiram baixar a taxa de violência, entretanto, o Ceará nos últimos 10 anos conseguiu

quase triplicar o número (negativamente). Passou de 9,4 para 25 no índice de violência e mortes por 100 mil habitantes.

Segundo dados mais aproximados do Ministério da Saúde (MS), somente em 2011, a taxa no Brasil estava em 27,4 casos para cada grupo de 100 mil habitantes. Enquanto isso, no mesmo período, o Ceará registrou uma taxa de 32,7 homicídios. No ano seguinte, passa a ser a primeira capital do Nordeste, segundo o IBGE, em mortes por violência, situação altamente negativa.

Para finalizar o estudo referente à violência, têm-se os valores mais impactantes da pesquisa, no ano de 2013, o Brasil tem índice de 27,4 e o Ceará sobe para 50,8¹⁸, do qual eleva Fortaleza a ser uma das mais violentas do mundo como informa o relatório da ONG mexicana Conselho Cidadão para a Segurança Pública e Justiça Penal, sobre cidades mais violentas do mundo, atesta que a capital cearense é a 7ª mais violenta do mundo, entre 50 catalogadas.¹⁹

Assim, falta de educação e de oportunidades, de profissionalização geram problemas sérios, sobretudo violência, prostituição e turismo sexual que comprometem a imagem, e não somente isto, mas comprometem a valorização da própria sociedade em si, aumentando o medo e a sensação de insegurança e impotência da população.

¹⁸ Conforme o último balanço apresentado pela Secretaria da Segurança Pública (SSPDS), 4.449 assassinatos foram registrados no ano passado, elevando para 50,8 a taxa de Crimes Violentos Letais Intencionais (CVLI), que incluem homicídios, latrocínios e lesões seguidas de morte. (O POVO ONLINE – 21/01/2014).

¹⁹ O Brasil é o sétimo colocado no mundo em casos de homicídios. A cada 100 mil habitantes, 27,4 são vítimas de crimes. No caso de jovens entre 14 e 25 anos, o número aumenta para 54,8. De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), compilados pelo Mapa da Violência 2013: Homicídios e Juventude no Brasil, divulgado hoje (18), pelo Centro de Estudos Latino-Americanos (Cebela) todos os dez países com os mais altos índices de homicídios entre jovens estão na região da América Latina e do Caribe. (EXAME, 2014).

4 O CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ E O FORTALECIMENTO DO TURISMO DE NEGÓCIOS

Os projetos públicos têm como objetivo fornecer estruturas urbanas e serviços que aumentem o bem-estar da sociedade. Para suporte à tomada de decisões governamentais, tem-se o método de análise custo-benefício e a forma de avaliar a validade de execução de políticas, é que sendo o custo infinitamente superior, é onerosa a ação pública, que tem sido a melhor maneira de resolver impasses e exigências de bancos financiadores. A partir dos anos sessenta, os responsáveis pela elaboração dos projetos públicos e de investimento se preocuparam com externalidades causadas pelos projetos, como impactos antropológicos, socioeconômicos e ambientais.

A análise custo-benefício indica a validade dos projetos havendo, contudo, dificuldade de se ter unidade de medida padrão para mensuração de externalidades. Mesmo com dificuldades, existem formas de incorporação dos aspectos externos na análise econômica do projeto. Contudo não há caminho perfeitamente estabelecido e aceito de quantificação dos efeitos. Apesar disso, tais impactos não podem ser ignoradas na avaliação social de projetos.

A avaliação, estruturada na análise custo-benefício, apresenta indicadores econômicos e financeiros que merecem maior consideração, na apreciação de projeto:

- Apresentação do Projeto;
- Procedimentos e ferramentas metodológicas;
- O mercado de turismo de eventos;
- Análise de viabilidade socioeconômica;
- Resultados finais;

O Brasil é considerado país líder da América do Sul no setor de convenções e exposições comerciais e dispõe de quantidade cada vez maior de organizações e associações dedicadas a exposições/feiras e convenções/conferências em crescimento. Os eventos da América do Sul têm sido realizados no Brasil e na Argentina.

O Ceará é beneficiado pela posição geográfica estratégica e atrativos naturais, consolidado como destino turístico nacional, o que tem impulsionado a economia. O aproveitamento de inestimável patrimônio natural requer ações governamentais que priorizem

a sustentabilidade: planejamento e implantação de infraestrutura estratégica e adequada promoção de destino turístico.

Em que pese o expressivo crescimento dos investimentos públicos e privados do setor turístico, nos últimos anos, o desequilíbrio sazonal e insuficiente patamar da demanda na “baixa estação” constituem restrições importantes ao pleno desenvolvimento. A experiência internacional e nacional mostra que a solução passa pelo incremento de segmentos de turismo que se desenvolvem na “baixa estação”. É composta de Congressos, Feiras/Exposições, Shows e entretenimentos Socioculturais, Seminários e Eventos Esportivos.

Mercado altamente competitivo, sustentado pelas atividades culturais, representa, certamente, segmento de maior significado do Ceará. Fortaleza, grande metrópole do Nordeste, todavia, carece de equipamentos técnicos mais exigentes, nas atividades do segmento, em razão de o antigo Centro de Convenções Edson Queiroz apresentar reconhecidas limitações físicas e técnicas, não atendendo às exigências do mercado.

Assim, o Governo propõe-se construir o Centro de Eventos do Ceará, CEC, para atender à demanda de mercado, evitando que eventos importantes sejam direcionados para centros mais bem equipados.

Para incremento às atividades de eventos artísticos, culturais e comerciais, construíram-se dois Pavilhões de Feiras, na Av. Washington Soares, vizinhos ao antigo Centro de Convenções Edson Queiroz: o novo CEC com capacidade para abrigar feiras, exposições, eventos de grande porte.

A arquitetura do equipamento enfatizava marcantes elementos da paisagem litorânea e do artesanato: falésias (forma e cor) e rendas (textura). (Figura 22).

Figura 22 – Inspiração para a Fachada do CEC.



Fonte: SETUR/CE, 2013.

Forma-se o prédio por volumes curvos, opostos entre si, constituídos pela justaposição de módulos em prismas trapezoidais articulados de modo variado, visando provocar ritmo dinâmico das fachadas (Figura 23).

Figura 23 – Fachada do CEC no Projeto Inicial



Fonte: SETUR/CE, 2013.

Divisões (Figura 25).

- Pavimento Térreo (A e B): sanitários, área para eventos (foyer), depósitos/escritórios, docas, depósitos de divisórias, área para eventos, heliponto, carga e descarga, e hall de elevadores/escadas/circulação;
- 1º Mezanino (Pavilhão A e B): salas de apoio a eventos, área locável para eventos (foyer), sanitários, passarelas, casa de máquinas e hall de elevadores/escadas/circulação; e,
- 2º Mezanino (Pavilhão A e B): salas de apoio a eventos, área locável para eventos (foyer), sanitários, hall de elevadores/escadas/circulação, e casa de máquinas.

Figura 24 - Vista Interna do Pavilhão

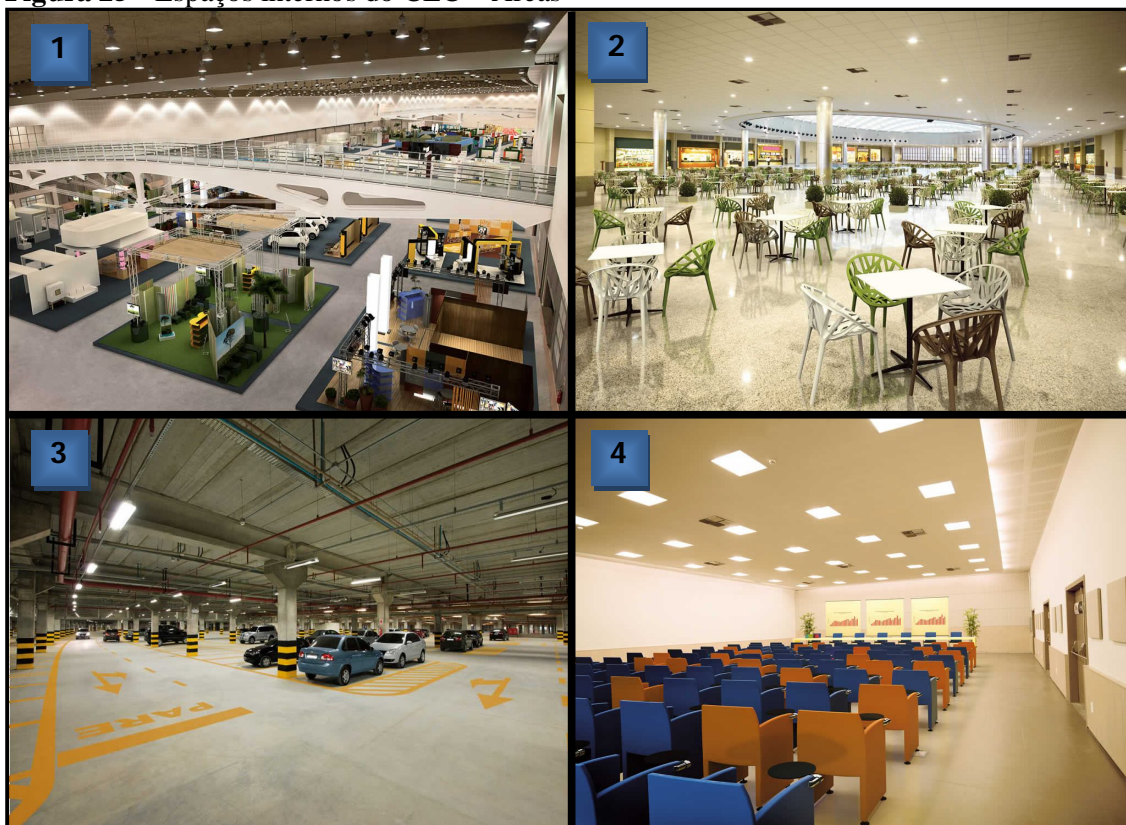


Fonte: SETUR/CE, 2013.

Separam os setores e as áreas dois grandes pavilhões de 13.780 m² cada, que comportam 30 mil pessoas, simultaneamente. Caso necessários espaços interativos, é possível subdividir pavilhões em salas, com 56m de largura, por 30m de comprimento ou até 250m, dependendo do evento. Todos os espaços possuem ambiente climatizado, isolamento acústico e sistema Wifi disponíveis.

Para conveniência, existe Área de Convivência com 7.006 m², com melhores e maiores redes de alimentação do país. E para comodidade dos visitantes, foi estruturado para receber grandes quantidades de turistas, destinando 3.200 vagas para carros no estacionamento, com 1.760 em local coberto.

Figura 25 - Espaços internos do CEC – Áreas



Fonte: SETUR/CE, 2012.

Nos pavilhões, sanitários comportam área de 2.202,00 m². As áreas de eventos (foyer) correspondem a 9.431,62 m². A de depósitos/escritórios é de 1.240,94 m². As docas compõem área de 6.784,12 m². O depósito de divisórias abrange 515,52 m². A área de eventos correspondente a 27.811,26 m². O heliponto tem área de 706,86 m². A de carga e descarga é de 8.804,15 m². Existe *hall* de elevadores/escadas/circulação, em área de 2.626,95 m² (Figura 26).

Figura 26 - Vista Interna do Pavilhão.



Fonte: SETUR/CE, 2012.

Com relação ao 1º Mezanino, somando-se as áreas de salas de apoio às de eventos, têm-se 4.364,02 m² distribuídos em 14 unidades (07 salas para cada volume do Pavilhão). As áreas de eventos (foyer), em número de 04 (duas para cada volume do Pavilhão), correspondem a 2.622,28 m². Os sanitários de 04 unidades (02 em cada volume do Pavilhão) estão dispostos nas extremidades do mezanino e, somados, correspondem a 1.715,88 m² contendo fraldários e vestiários. Quatro passarelas interligam os lados do mezanino, com área de 827,12 m². Por fim, existe no mezanino hall de elevadores/escadas/circulação com 4.973,72 m², além de casas de máquinas (225,16 m²). (Figura 27).

Figura 27 - Vista Interna – propícia a mega eventos.



Fonte: SETUR/CE, 2012.

O 2º Mezanino difere pouco do 1º, pois contém praticamente os mesmos ambientes, apenas diferenciando-se pelo tamanho das suas áreas constituintes. Assim, as de salas de apoio a eventos compõem-se por 14 unidades (07 salas em cada lado do Pavilhão), correspondendo a 6.105,50 m². As áreas de eventos (foyer), 04 unidades (duas para cada volume do Pavilhão), correspondem a 2.367,58 m². Os sanitários, 04 unidades (02 em cada volume do Pavilhão), estão dispostos nas extremidades do mezanino e, somados, correspondem a 1.715,88 m², contidos fraldários e vestiários. Por fim, no mezanino, hall de elevadores/escadas/circulação (2.123,88 m²), além de casas de máquinas (8.449,26 m²).

Dois volumes do Pavilhão Multiuso envolvem-se por fachada de grandes chapas metálicas, em tons variam entre dourado e vermelho, translúcidas a partir das perfurações rendilhadas que dão translucidez à edificação. Assim, durante o dia, a luz solar provoca efeitos sobre as chapas perfuradas, e, à noite, luminotécnica especial projeta feixes de luz de cores diversificadas (Figura 28).

Figura 28 - Vista final do CEC



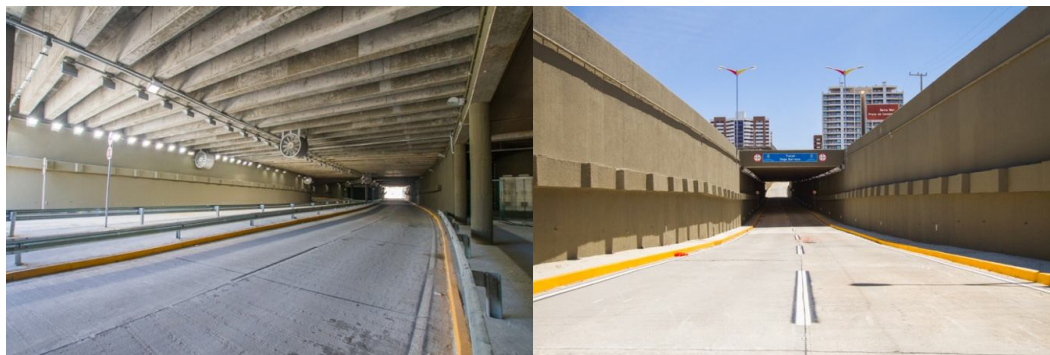
Fonte: SETUR/CE, 2013.

A fachada é suspensa três metros do solo, distanciada das paredes externas. Na faixa correspondente à altura, ao longo das paredes exteriores, utiliza-se vidro espelhado para fechamento. O artifício acentua a leveza da composição e dá a impressão de que a massa edificada flutua no espaço.

O acesso do público é por quatro entradas, e realização de eventos simultâneos (cada volume pode ser subdividido em módulos estanques). Para facilitar o acesso de veículos, construíram-se túneis, priorizando o tráfego da região, com quatro trincheiras (túneis) subterrâneas de 9,5 metros de largura, facilitando o trânsito na Avenida com eliminação de semáforos. Segundo a SETUR/CE, orçados em R\$ 94.662.962,62, obras realizadas pelo consórcio Galvão Engenharia S/A e Construtora Andrade Mendonça S/A. Os túneis favorecem cerca de 60 mil motoristas:

- **Túnel 01:** denominado Deputado Edson Queiroz Filho, com 700 metros de extensão. Sentido: por baixo da Av. Washington Soares, sentido praia - sertão. Termina no estacionamento do CEC.
- **Túnel 02:** Pintor Antônio Bandeira, com 665 metros de extensão. Sentido: Av. Washington Soares pela avenida Des. Manoel Sales, sentido oeste-leste, ligando a Avenida Rogaciano Leite ao CEC. Também facilita o acesso ao estacionamento da Universidade de Fortaleza (Unifor).
- **Túnel 03:** Sérgio Nogueira, com 465 metros de extensão. Sentido: Av. Washington Soares pela Des. Manoel Sales, com saída do CEC e da Unifor, rumo a Messejana.
- **Túnel 04:** Olga Barroso, com 365 metros de extensão. Sentido: Av. Washington Soares pela Firmino Aguiar, saída do CEC, UNIFOR (Figura 29).

Figura 29 – Túneis na Av. Washington Soares



Fonte: SETUR/CE, 2013.

Figura 30: estacionamento com capacidade de 3.124 vagas, ao redor do Pavilhão (1.542 vagas) e no subsolo (1.582 vagas) com entradas laterais.

Figura 30 - Estacionamento

Fonte: SETUR/CE, 2013.

As áreas de cargas e descargas situam-se entre módulos do Pavilhão, para carros de apoio e caminhões em serviço. A praça de convivência, sobre o pátio de carga e descarga, integrando os dois volumes do pavilhão, onde se localizam equipamentos gastronômicos e espaços de encontro, lazer e entretenimento (Figura 31).

Figura 31 - Pátio de Carga e Descarga

Fonte: SETUR/CE, 2013.

Há heliponto sobre a praça, interligando dois módulos. No térreo, área verde de 33.504,10 m². O subsolo comporta parte das vagas, além de casas de máquinas. Terreno e calçadas do Pavilhão correspondem a 170.350,54 m², área edificada de 155.733,82 m².

O Centro de Eventos incorpora-se às políticas, incrementa o segmento turismo de negócios e eventos, com estratégia, em 2007, para qualificação de pessoas e espaços, para aumento e distribuição de fluxos turísticos. A capital se considera dormitório de turistas que passam o dia em praias, fora, havendo, pois necessidade de produtos turísticos, para novas

atividades turísticas. O Estado é tido como destino de mercados estratégicos do Brasil e do exterior. Fato que trouxe ao Ceará, a exclusão da baixa estação, e a criação de dois tópicos, alta e altíssima estação. O Turismo envolve ampla cadeia produtiva, exerce impacto, direta ou indiretamente, em 52 setores da economia.

O Centro de Eventos impacta na hotelaria, na organização de eventos, operadoras de turismo, agências de viagens, receptivos, tradutores, taxistas, locação de áudio e vídeos, empresas de brindes, gráficas, transportes aéreos, gastronomia, entre outros. Considera-se uma das maiores obras do estado, pelos valores disponibilizados, pelo tamanho do empreendimento (Quadro 23).

Quadro 23 – Centro de Eventos/ CEC em números

CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ - CEC EM NÚMEROS	
Valor da Obra em milhões	R\$ 479.746.984,61
Área do Terreno	170.350m ²
Área Módulos de Exposição	1.530m ²
Área Total Módulos	27.540m ²
Área Térreo	50.126m ²
Área Praça Convivência	5.928m ²
Área Subsolo	61.100m ²
Quantidade de Vagas	3.200
Salas de Exposição 1º Mezanino	5.200m ²
Salas de Exposição 2º Mezanino	6.060 m ²
Área Total Construída	176.000m ²

Fonte: SETUR/CE, 2012.

O mercado de eventos capta, de forma acentuada, público não residente, que se enquadra no conceito de turismo de negócios. Relaciona-se a conjuntos de agentes com interesses e ocupações comuns, com destaque para áreas profissionais, técnico-científicas, corporativas e de reuniões fechadas, o que requer:

- Acessibilidade de transporte aéreo/terrestre;
- Equipamentos de hospedagem de categoria superior, próximos ao evento;
- Estrutura comercial varejista e de serviços diversificada e de qualidade;
- Instalações destinadas a eventos com áreas de reuniões/salões; área de mostra de dimensões moderadas; serviços específicos;
- Concentração de eventos fora dos meses de alta estação turística; estrutura mercadológica especializada em promoção, captação e apoio;

- Serviços de apoio na área de organização e gerenciamento, concepção, montagem, e ambientação de eventos.

O Centro de Eventos do Ceará (CEC) é reconhecido um dos melhores equipamentos do gênero no País, prêmio “*Os dez mais do turismo*”²⁰, categoria Espaço para Eventos - 2013. O secretário²¹ de turismo do Ceará foi eleito ‘Secretário Estadual de Turismo do Ano’ (2013), “reconhecimento ao trabalho desenvolvido na qualificação de pessoas e espaços para desenvolver o turismo no Ceará.” (SETUR/CE – 2013). Os prêmios corroboram com a ideia central de que o Centro de Eventos aumenta as possibilidades turísticas e, modifica a perspectiva dos turistas, quanto ao destino Ceará, visto como aparelhado com equipamento *top*.

Diz-se o segundo maior espaço para feiras e eventos do Brasil, primeiro do Nordeste. Entretanto, ao se comparar a qualidade de ambientes e tecnologia investida, considera-se o melhor, podendo receber até 30 mil pessoas em único evento. O projeto em união foi executado pelas construtoras Galvão Engenharia S/A e Andrade Mendonça S/A, com início em agosto de 2009, concluído em 2013, com investimentos de R\$ 580 milhões.

É um megaequipamento, pelos 152. 694 mil m² de área construída, em terreno de 17 hectares: 21 mil m² de jardins, e 3,2 mil vagas em estacionamento. Com espaços para todos os tipos de demandas, conta com vestiários e banheiros para família, além de fraldaria, ambulatório, refeitórios particulares, salas especiais, área administrativa e, para garantir tranquilidade dos eventos, conta com espaços de “segurança, brigada de incêndio, juizado de menores, vigilância sanitária e ouvidoria.” (SETUR/CE – 2013). O empreendimento oferece cerca de 400 empregos diretos, e dois mil indiretamente.

Fator positivo é a sustentabilidade, considerando que o equipamento foi criado sob principais requisitos de preservação do meio ambiente: serviços de refrigeração, iluminação e sanitários atendem as expectativas ambientais (escoamento a vácuo), e acessibilidade (banheiros especiais). (SETUR/CE).

²⁰ O título faz parte da premiação “Os dez mais do turismo”, criada há 28 anos pelo Grupo *Travel News*, e agracia Equipamentos, empresas, gestores públicos, empresários, executivos, e jornalistas especializados que se destacam na indústria do turismo no Brasil. (SETUR/CE – 2013).

²¹ Bismarck Maia.

O Centro dispõe de 36 salas moduláveis, Salas Multiuso, com 300 m², para eventos de pequeno ou grande porte, localizadas sobre mezaninos, e, como os pavilhões, têm estrutura de isolamento acústico, sistema de climatização e Wifi. Os benefícios trazem possibilidades de retorno econômico do investimento:

- Acréscimo de renda de investimentos na implantação de nova capacidade;
- Acréscimo da renda decorrente de gastos de turistas explicados pelo acréscimo anual da demanda turística por motivo de convenções, desembolsados no novo centro de convenções;
- Excedente do consumidor incidente sobre demanda de visitantes e moradores às convenções, feiras e eventos culturais; e,
- Receita operacional anual do Centro Multifuncional de feiras e Convenções.

Incorporam-se duas ordens de benefícios: a) geração de empregos direto e indireto e b) acréscimo de arrecadação de impostos.

4.1 Investimento e Impactos do Centro de Eventos no Turismo do Ceará

De acordo com pesquisa da Fundação Getúlio Vargas/EMBRATUR (2008), o impacto econômico de evento internacional é grande, visto que o gasto médio diário do turista estrangeiro é de 285 dólares, contra 68 do turista convencional.

Arrecadaram-se 122 milhões de dólares com 254 eventos internacionais ao ano, mostrando confiança na rentabilidade. Quadro 24: impactos do Centro de Eventos do Ceará.

Quadro 24 - Impactos gerados pelo CEC

SOCIAIS	Geração de empregos e renda; Melhoria da qualidade de vida da população; Inclusão/acesso da população na participação de eventos; técnicos/científicos e comerciais; Aumento da renda per capita da população; Aumento da competitividade turística do Estado; Acessibilidades aos deficientes físicos; e Incentivo á criação de novos cursos no setor de eventos;
ECONÔMICOS	Oportunidades de novos negócios; Aumento da renda gerada pelo turismo e impacto sobre o PIB; Implantação e ampliação de equipamentos hoteleiros; e Aumento da arrecadação tributária;
AMBIENTAIS	Reaproveitamento da água utilizada para jardins Matriz energética eólica (energia limpa) Descargas dos banheiros a vácuo; e Aproveitamento da luz natural;

Fonte: Pesquisa da SETUR/CE – 2012.

O Turismo impacta 52 serviços de economia com ações, desde atividades pertinentes ao próprio: hospedagem, alimentação, agência de viagens, promotores de eventos, locadoras de táxi, taxistas, e move ações na indústria têxtil, instituições de fomento, construção civil, área de saúde, academias, entre outras. A tabela 9 mostra 52 serviços impactados pelo turismo.

Tabela 9 - Serviços impactados pelo Turismo

1. Hotelaria e hospedagem	27. Profissionais Liberais
2. Organizadoras de Eventos	28. Educação
3. Operadoras	29. Cultura e Museus
4. Agências de Viagens	30. Estacionamento
5. Montadoras	31. Têxtil e vestuários
6. Promotoras de eventos	32. Limpeza
7. Guias de Turismo	33. Teatros
8. Receptivo	34. Shows
9. Tradutores	35. Residentes
10. Motoristas de Táxi	36. Grupos Fisicamente Impactados
11. Locadoras de veículos	37. Proprietários de terrenos – Imóveis
12. Ambulantes	38. Construtoras
13. Empresa Locação Áudio Visual	39. Agencias de propaganda
14. Empresas de Brindes	40. Igrejas
15. Gráficas e papéis	41. Serviços Públicos (infraestrutura)
16. Transportes (aéreo/terrestre)	42. Área Saúde (Hospitais, Postos e Farmácias)
17. Alimentação e Gastronomia	43. Entidades de Classe
18. Setores Produtivos	44. Clientes

19. Vida Noturna	45. Parceiros (trade privados e financeiros)
20. Entretenimento/lazer	46. Terceiro Setor
21. Comunicação	47. Urbanistas
22. Comércio de Varejo	48. Turismólogos
23. Comércio do Artesanato	49. Instituições de Fomento
24. Fornecedores de Equipamentos	50. Setor Imobiliário
25. Poder Público	51. Artes
26. Segurança	52. Academias

Fonte: IPECE/CE, 2012.

De acordo com estudo da SETUR/CE e IPECE/CE, com ferramenta de Matriz de Insumos e Produtos do Banco do Nordeste, o Centro de Eventos do Ceará impacta em 1% do PIB estadual, gerando 87,6 mil empregos diretos, na cadeia produtiva de turismo, além de provocar aumento em R\$ 318,3 milhões na massa salarial. Os impactos do Centro de Eventos fora do PIB²², no Quadro 25.

Quadro 25 - Impactos fora CEC²³

IMPACTOS	CE	NE	RBR	TOTAL	FICA CE
Tributos	186,1	23,4	151,0	360,5	51,6
Salários	318,3	24,8	131,0	474,1	67,1
Empregos	87,6	6,9	16,3	110,8	79,1
Impacto no PIB	1,0%	-	-	-	1,0%

Fonte: IPECE/CE, 2012.

Os impactos sobre a economia do Estado, segundo o IPECE/CE (2012), apontam que o CEC já reflete de forma positiva dentro da economia cearense, com valores expressivos na geração de emprego e renda, além de retorno aos cofres públicos na forma de uma arrecadação maior, tendo em vista que os recursos gerados serão, em sua maioria, internalizados no Estado.

Outros dados apresentados pelo estudo destacam que além de produzir efeitos na economia, produz também em outros segmentos da área produtiva no estado, como mostra a

²² Os impactos para economia cearense foram calculados tomando-se como base a utilização de um Modelo Multirregional de Matriz Insumo-Produto para o Nordeste, desenvolvido pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB) em parceria com a Universidade de São Paulo (USP) no ano de 2010. (IPECE, 2012).

²³ O estudo é resultado da parceria entre o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE, órgão vinculado à Secretaria de Planejamento e Gestão do Ceará (SEPLAG), e a Secretaria do Turismo (Setur) para avaliar os impactos do funcionamento do Centro de Eventos do Ceará (CEC) sobre a economia cearense. E foi possível dentro da Matriz de Insumo-Produto, desenvolvida para o Nordeste e seus estados. (IPECE, 2012).

tabela 9, anterior. O primeiro estudo é uma projeção dos impactos na economia, decorrentes da operação do Centro.

O estudo ressalta que o equipamento deverá passar a focar-se no mercado internacional, a fim de garantir a constante evolução do equipamento, para além de movimentar os demais setores do estado, ser também auto-suficiente. Destaca-se, ainda, que a busca por eventos de grande porte será um diferencial para a efetivação do CEC como um dos grandes fomentadores do desenvolvimento do estado do Ceará.

Sobre o valor adicionado²⁴ e o PIB, o impacto do valor aplicado inicialmente soma-se 2,3 vezes o valor investido, alcançando a soma de R\$ 1,3 bilhão. A participação por região condiz com 62,3% do impacto total estimado, o equivalente a R\$ 837,5 milhões, destinados somente para a economia cearense. E os outros R\$ 506,2 milhões seriam distribuídos entre as demais unidades da Federação.

Os tributos que aparecem na análise constatarem que o choque inicial da demanda, associado aos gastos para a realização do novo Centro de Eventos seria reembolsado ao governo por meio de tributos, dos quais gerariam R\$ 186,1 milhões, representando 51,6% do total gerado. Esta arrecadação é realizada sob a Matriz de Insumo-produto (MIP), atribuídas aos seguintes tributos; COFINS, ICMS, Imposto de Importação, PIS/PASEP, IPI, CSSL, IRPJ e outros pagamentos que incidem sobre a produção.

Dentro desta análise, no que compete aos efeitos sobre o emprego, tem-se a criação de novos postos de trabalho e a ampliação da massa salarial para o estado. Resultando em 110,9 mil novas vagas formais e informais. Ou ainda, 87,6 mil postos adicionais de empregabilidade, visto que o turismo ao chegar, buscaria serviços de sua necessidade, e este aumento na quantidade de usufruir, tem-se a necessidade da criação de novos serviços, ou a ampliação dos já existentes, favorecendo assim a criação de novas oportunidades para a cadeia de empregos no estado.

Entre serviços impactados diretamente pelo CEC, está a rede hoteleira e taxistas, que abrangem outros serviços (Quadro 26).

²⁴ O valor adicionado corresponde às somas das remunerações aos empregados, impostos e o excedente operacional bruto, subtraindo-se os subsídios, podendo ser diretamente associado ao conceito do Produto Interno Bruto (PIB) a preços de mercado. Nesse raciocínio, as repercussões internas na economia cearense resultariam em um impacto de 0,9% no PIB cearense, considerando, para tanto, as estimativas realizadas pelo IPECE, de um PIB de R\$ 92,7 bilhões, em 2012. (IPECE, 2012).

Quadro 26 - Serviços da economia impactados

OS SETORES DA ECONOMIA RELACIONADOS	
Taxistas (combustíveis, autopeças, oficinas, impostos, supermercados, escolas, lazer, etc.)	Rede Hoteleira (têxtil, alimentos e bebidas, móveis, eletrodomésticos, material de limpeza, impostos, tributos etc.)

Fonte: IPECE/CE, 2013.

A relação de impactos do CEC na economia, no que compete aos seguintes enquadramentos: tributos, salários, empregos e PIB apresenta percentual que condiz com a realidade, de estrutura favorável e ativa no crescimento do Estado. Quadro 27: impactos da economia.

Quadro 27 - Impactos na Economia

Tributos	O choque inicial da demanda provocado pelos gastos associados aos eventos previstos para o CEC será de R\$ 360,5 milhões . Somente para o Ceará ficarão R\$ 186,1 milhões , ou seja, 51,6% ;
Salários	O número de contratações e o aquecimento no mercado de trabalho resultarão em um aumento de R\$ 474,1 milhões na massa salarial. O Ceará ficará com 318,3 milhões , ou seja, 67,1% .
Empregos	O crescimento da produção vai repercutir na criação de novos postos de trabalho e ampliação da massa salarial no Ceará. Como resultado dos gastos identificados, ocorre geração de 110,8 mil novas vagas. O Ceará ficará com 87,6 mil novas vagas, ou seja, 79,1% .
Impacto PIB	As repercussões internas na economia cearense resultariam em impacto equivalente a 1,0% no PIB do CE.

Fonte: IPECE/CE, 2012.

Os impactos foram aferidos pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), no estudo “Impactos Econômicos da Operacionalização do CEC”, que estima os reflexos do Centro na economia do Estado. O estudo foi elaborado em conjunto com a SETUR/CE, apresentado em agosto de 2012. A expectativa é de que, em 12 meses, a partir da inauguração, o equipamento tenha acrescentado R\$ 318,3 milhões aos valores de salários pagos. O incremento da massa salarial é de 87,6 mil empregos diretos e indiretos na cadeia produtiva de turismo e eventos, além de R\$ 186,1 milhões a mais em tributos, o que resulta em incremento de 1% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual.

No ano anterior à inauguração do Centro de Eventos, 2011, o Ceará recebeu 2,85 milhões de visitantes, 31,1% por negócio/trabalho, congressos eventos. Os impactos, na economia chegaram a 4,1% do PIB. De acordo com a Coordenação de Estudos e Pesquisas da

SETUR/CE, o segmento negócios tem gastos per capita de R\$ 1.896,75 e permanência média de 6,1 dias, além de gastos diários de R\$ 310,94. O valor ultrapassa o dobro da média de gastos do segmento sol e praia, R\$ 148,06, com 10,7 dias. Em 2011, a cadeia produtiva do turismo gerou R\$ 8 bilhões em renda e respondeu por 11% do PIB, enquanto a demanda turística cresceu 38,1% entre 2006 a 2011.

Na categoria empregos, o Centro de Eventos estima que em 10 anos, desde a criação, será gerado o equivalente a quase quatro mil empregos (Quadro 28).

Quadro 28 - Empregos gerados pelo Centro de Eventos do Ceará (CEC)

Anos	Empregos		
	Diretos	Indiretos	Total
1	280	2.000	2.280
2	310	2.120	2.430
3	340	2.247	2.587
4	370	2.382	2.752
5	400	2.525	2.925
6	430	2.676	3.106
7	460	2.837	3.297
8	490	3.007	3.497
9	520	3.188	3.708
10	550	3.379	3.929

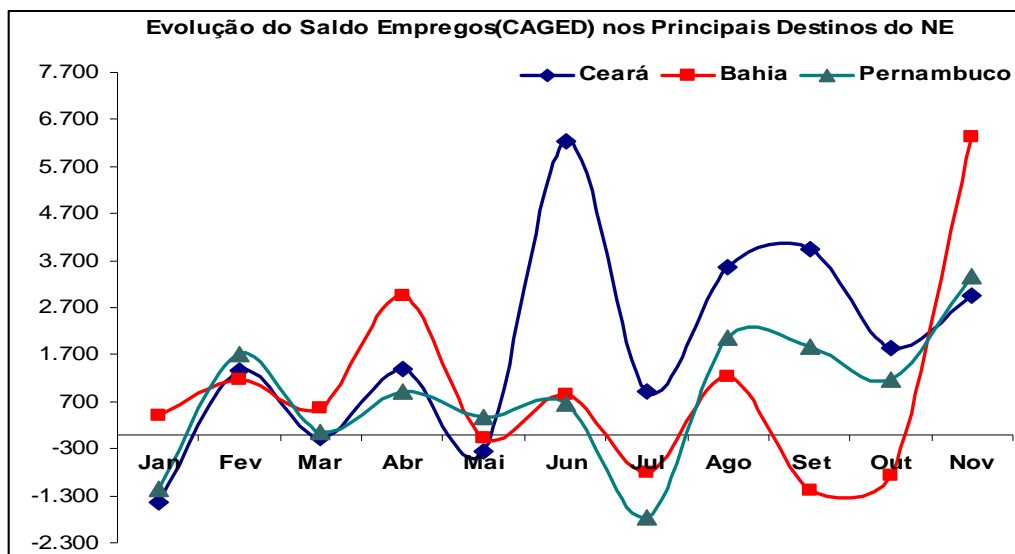
Fonte: SETUR/CE (dados estimados), 2013.

Importante destacar que, em de janeiro a novembro de 2013, o Ceará ficou em primeiro lugar do rank no saldo de empregos (CAGED) gerados no Setor de Serviços, em que a atividade turística se insere, entre os principais destinos turísticos do Nordeste com 20.313 novos postos de trabalho; Bahia ficou em segundo lugar com 10.614 postos e Pernambuco com 9.250, segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego. Vale ressaltar que, nos meses de junho a outubro, o Ceará liderou o rank consecutivamente. Fator relevante é que o Ceará, no período, alcança 100% de novos postos, em comparação com o segundo lugar do ranking, Bahia (Quadro 29 e Gráfico 13).

Quadro 29 - Evolução do Emprego Segundo Setor de Serviços - 2013

Meses	Principais Destinos Turísticos do NE			
	Ceará	Bahia	Pernambuco	RN
Jan	-1.427	399	-1.166	-345
Fev	1.370	1.165	1.717	871
Mar	-85	570	45	525
Abr	1.389	2.969	903	514
Mai	-352	-82	361	531
Jun	6.229	861	647	541
Jul	904	-815	-1.747	399
Ago	3.566	1.242	2.077	895
Set	3.928	-1.170	1.880	923
Out	1.834	-864	1.162	-44
Nov	2.957	6.339	3.371	-348
Total	20.313	10.614	9.250	4.462

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

Gráfico 13 – Evolução do Saldo de Empregos nos Principais Destinos do NE

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

Feita a análise dos impactos que sucederam à criação do CEC, cabe comparação do mercado voltado a eventos de grande porte no Brasil. O processo garante reconhecimento da concorrência, e possibilidade de segmentação de novo meio.

4.2 Centros de Eventos que Competem com o Centro de Eventos do Ceará

Para entender a demanda de mercado do Centro de Eventos do Ceará, é importante avaliar dados estatísticos de locais equivalentes ou concorrentes, em potencial, que oferecem instalações para convenções/exposições. Para análise, escolheram-se locais competitivos e equivalentes, sob os seguintes critérios:

- Instalações para convenções/exposições capazes de acolher eventos regionais, nacionais ou internacionais.
- Locais com estruturas de mercado similares.

Entre os locais competitivos e equivalentes, citem-se: Acapulco (México), Belo Horizonte, Brasília, Bridgetown (Barbados), Cancun (México), Cartagena (Colômbia), Curitiba, Florianópolis, Foz do Iguaçu, Guadalajara (México), Havana (Cuba), Lisboa (Portugal), Medellín (Colômbia), Monterrey (México), Natal, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, San Juna (Porto Rico), São Paulo. Tabela 10: características de instalações competitivas dos principais centros de eventos no Brasil e em países.

Tabela 10: Características das Instalações Competitivas/Equivalentes

	Localização	Área de Expos./Pavilhão*	Quant. Máxima Salas Reun.	Área Total /BR/ Reun./Audit*	Maior Capacid. Audit.	Estacion no Local	Proporção entre Área Total/BR/ Reun./Audit e Área Exh
Riocentro	Rio de Janeiro	69.859	16	6.344	2.578	5.000	0.09
Anhembi	São Paulo	60.776	4	7.786	3.368	10.000	0.13
Expo Center Norte	São Paulo	41.606	N/O	1.455	1.300	20.000	0.03
Curitiba Expo Trade Center ⁽³⁾	Curitiba	32.157	5	704	N/O	3.000	0.02
International Trade Mart	São Paulo	31.958	8	1.860	N/O	1.000	0.06
Expo Guadalajara	Guadalajara, México	25.750	N/O	2.100	N/O	1.800	0.08
Centro Convenções de Pernambuco	Recife	25.000	13	5.837	2.405	2.000	0.23
Centro Convenções da Bahia	Salvador	21.035	17	3.583	2.000	1.300	0.17
Convention Center Acapulco	Acapulco, México	14.062	17	2.610	1.193	250	0.19
Centro de Convenções de Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	12.058	10	1.119	N/O	800	0.09
Centro de Congressos de Lisboa ⁽²⁾	Lisboa, Portugal	10.000	20	5.384	1.500	1.300	0.54
Cintermex	Monterrey, México	9.190	14	3.170	N/O	1.000	0.34
Palácio Expos. e Convenções de Medellín	Medellin, Colômbia	8.500	1	600	N/O	550	0.07
Centro de Convenções do Ceará	Fortaleza	8.433	12	3.058	1.000	463	0.36
Minascentro	Belo Horizonte	7.442	4	3.230	1.726	N/A	0.43
CentroSul	Florianópolis	7.200	14	2.770	N/O	1.000	0.38
Centro de Convenções de Natal	Natal	6.452	8	1.071	800	500	0.17
Havana International Conference Center ⁽⁴⁾	Havana, Cuba	4.741	11	5.426	2.101	N/A	1.14
Centro de Convenções Ulysses Guimarães	Brasília	2.100	17	2.661	798	800	1.27
Cartagena de Indias Convention & Exhibition Center	Cartagena, Colombia	779	8	2.112	1.506	400	2.71
Cancun Convention Center	Cancun, México	N/O	18	4.561	N/O	60	N/A
Sherbourne Conference Centre	Bridgetown, Barbados	N/O	7	2.257	2.000 ⁽¹⁾	600	N/A

(1) Em construção

(2) Possui 960m² de área de auditório, 210 m² de áreas de reuniões, e 800 vagas de estacionamento que estarão disponíveis ao final de 2001.

(3) Possui área externa adicional de 192.600m² para exposições.

(4) A área de exposição de 4.741 m² está situada em Pabexpo, parte do mesmo complexo.

* Metros quadrados

N/O -- Não oferecido N/A -- Informações não disponíveis

Fonte: Facility Floor Plans, Facility Management

Equipamentos têm concorrentes e disputam diretamente os mesmos clientes. Desta forma, o Centro de Eventos do Ceará tem como principais concorrentes diretos: Anhembi (São Paulo), Riocentro (Rio de Janeiro), Centro de Convenções de Natal (Rio Grande do Norte), Centro de Convenções de Pernambuco e o Centro de Convenções da Bahia, espaços que disputam eventos locais, regionais, nacionais e internacionais, em disputa pelos meios diretos eleitos como melhores. Figura 33: Centros concorrentes e respectivas notas. Notas coletadas em pesquisa direta da SETUR/CE, dentro do próprio Centro de Eventos, no pavilhão de eventos, dando o do Ceará, com maior nota, 9,42. Admite-se a subjetividade da avaliação.

Figura 32 - Centros de Eventos do Brasil – Concorrentes do Centro de Eventos do Ceará



Fonte: Pesquisa da SETUR/CE – 2012.

- Centro de Eventos Anhembi

Situado em São Paulo, considera-se o segundo melhor espaço global de negócios, administrado pela empresa São Paulo Turismo (SPTuris), em sociedade com a prefeitura do município. “O Anhembi é o mais versátil e um dos maiores centros de eventos da América Latina.” (SPTuris). É considerado o maior do Brasil, em espaços disponíveis.

Em 1970, de acordo com a SPTuris, o empreendedor Caio de Alcântara Machado inaugura o Anhembi com o ‘Salão do Automóvel’, e declara que será ali, o começo para tornar o Centro um dos maiores da América do Sul.

“Hoje, com seus mais de 400 mil m² de área total, o Anhembi sedia 30% dos principais eventos que acontecem no Brasil e 55% dos eventos da Região Sudeste do país. O complexo recebe anualmente mais de 11 milhões de pessoas durante os cerca de 1.000 eventos de todos os portes e gêneros realizados em seus espaços. Por suas áreas de exposição já passaram Dalai Lama, Ballet Bolshoi, Amy Winehouse, Papa João Paulo 2º, comitiva de Fidel Castro, entre tantos outros”. (SPTURIS, 2013).

O espaço abriga as principais feiras de negócios do País, grandes shows nacionais e internacionais, com seu grande espaço que compreende Pavilhão de Exposições, Palácio das Convenções, duas arenas de shows. Sedia, inclusive, o carnaval Paulista, no sambódromo assinado por Oscar Niemeyer. A localização do Centro é privilegiada, por estar próximo de aeroportos, hotéis, vias expressas, preparado para receber eventos de todos os portes e 8,5 mil veículos em seus estacionamentos.

- Centro de Eventos Riocentro

No Rio de Janeiro é tido como o melhor da América do Sul (2011) pelo *World Travel Awards*, administrado pela GL Events Brasil desde 2006, um dos mais antigos centros de eventos, com 36 anos, modernizado e adequado às necessidades dos usuários, e se enquadra em padrões internacionais de qualidade.

De acordo com a assessoria o Riocentro tem área de 571 mil m², “composto por cinco pavilhões interligados e climatizados que totalizam 87 mil m² de área coberta.” (RIOCENTRO). Salas modulares e adaptáveis que comportam 30 até quatro mil pessoas, além de cozinha industrial, estacionamento para 7 mil veículos, heliponto e postos de atendimento médico.

“Palco dos maiores acontecimentos nacionais e internacionais realizados no Brasil, o Riocentro recebe cerca de 90 eventos por ano e uma média de 1 milhão e 800 mil visitantes. Com temas e públicos diversos, cada evento realizado é único e marcante para a cidade, reunindo diferentes culturas em um só lugar. No Riocentro você realiza feiras e exposições, congressos, seminário, eventos corporativos e sociais, shows, festas de confraternização, formaturas, premiações, entre outros”. (RIOCENTRO – SITE OFICIAL).

Escolhido para sediar a RIO +20 em 2011, ganha repercussão mundial, e bem como Centro Internacional de Transmissão (IBC) da Copa do Mundo da FIFA™ 2014.

- O Centro de Convenções de Natal

O Centro de Convenções de Natal é o principal do estado, na Via Costeira, administrado pela Cooperativa de Desenvolvimento da Atividade Hoteleira e Turística (COOHOTUR). Com área de 68.805 m², 16 mil construídas, mantém estacionamento de quase 7 mil carros. No Parque das Dunas de Natal, na Via Costeira, abrange área privilegiada, margeada por vias de integração, próximo ao complexo hoteleiro da cidade.

“Projetado para sediar Simpósios, Congressos, Seminários, Reuniões, Eventos Artísticos, Feiras e Exposições, o Centro de Convenções se encontra próximo a um complexo hoteleiro dos mais modernos, com bares, restaurantes, praias, shoppings, ciclovias, agências de turismo, locadora entre outros serviços”. (CENTRO DE CONVENÇÕES DE NATAL).

Pelo empenho no desenvolvimento, o Centro recebe o prêmio ‘Jacaré de Ouro’ na 10ª Edição do Prêmio Caio (o Oscar do Turismo) em 2010, considerado o melhor Centro de Convenções de grande porte do Nordeste para eventos. Ganha também o ‘Jacaré de Ouro’, na categoria “Destino para Eventos de Pequeno e Médio porte da Região Nordeste”.

- Centro de Convenções de Pernambuco

O Centro de Convenções de Pernambuco (CECON) tem capacidade para receber mais de seis mil pessoas, em dois teatros, conta com quatro auditórios, e 22 salas de convenções, disponibiliza espaços para eventos, workshops, seminários e espetáculos culturais, qualifica-se como espaço confortável, recentemente passa por reforma para ampliação, tendo em vista a concorrência. Faz parte do complexo hotel de perfil empresarial, com 360 salas, em sete pavimentos.

A “ampliação prevê a construção de um segundo pavilhão (27.300 m²), edifício garagem com cinco mil vagas, salas multifuncionais, auditório, praça de alimentação e administração. A estimativa de investimento é de R\$ 520 milhões.” (CECON). É intenção continuar na disputa com o CECON, visto que os espaços não eram compatíveis com os demais centros.

De acordo com a SETUR/PE, o acesso ao CECON é entre as cidades de Olinda e Recife, a 12 km do aeroporto internacional Gilberto Freyre, um dos fortes pontos de entrada de turistas no nordeste, próximo a shopping centers, casas de shows, parques de diversão. O CECON possui, além de teatros, auditórios, salas de reunião, Pavilhão de Exposições, e Feiras e Espaço Cultural, grandes depósitos agregados ao Pavilhão de Feiras, para uso de clientes. “O Cecon dispõe ainda de estacionamento para 2.500 veículos, pontos de táxi, Central de Informações Turísticas e Central de Atendimento ao Cliente.” (SETUR/PE).

- Centro de Convenções da Bahia

O Centro de Convenções da Bahia é de 1979, administrado pela Empresa de Turismo da Bahia S/A (Bahiatursa), assim como os demais, situa-se em lugar estratégico, equidistante 15 minutos do Aeroporto Internacional Luís Eduardo Magalhães, a 20 minutos do Centro Histórico e terminal rodoviário.

Tem vias de acesso sinalizadas e modernas, pela região litorânea têm-se as avenidas Otávio Mangabeira, Dorival Caymmi, e via expressa (paralela), próximo ao eixo empresarial da cidade e com acesso fácil e rápido aos principais pontos de Salvador. Cerca-se de “hotéis, shoppings, restaurantes, bares, cinemas, teatros e praias, e também, ao Aero clube Plaza Show, um grande centro de lazer e gastronomia.” (CENTRO DE CONVENÇÕES DA BAHIA).

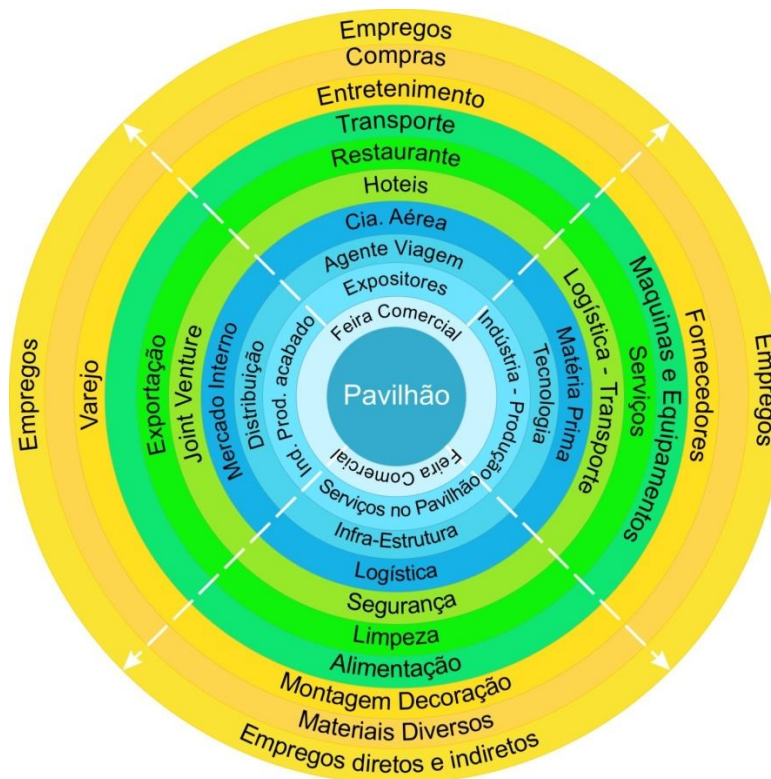
A área é de 153.000 m², 57.000 m² de construídos, com 5 pisos, 17 auditórios que dispõem de espaço para 60 ou 2 mil pessoas, 22 salas de apoio para eventos, com capacidade para 30 e 120 pessoas, salas VIP, foyers, depósitos facilitadores, salas e auditórios moduláveis, ambientes climatizados com isolamento acústico, além de cabeamento estruturado no Pavilhão de Feiras.

Sua área de exposição é de 28.400m², com estacionamento para 1.300 veículos, instalações para postos de atendimento médico, e serviços de reprografia, além de espaços de conveniência, lanchonetes e restaurantes. Como disponibilidade extra, seu pé direito pode ter variação entre 4m e 8,60m, dependendo da necessidade do evento. “Além dos equipamentos de qualidade disponíveis no Centro de Convenções, (...) conta com apoio especializado e completa assessoria técnica para a realização do seu evento.” (BAHIATURSA).

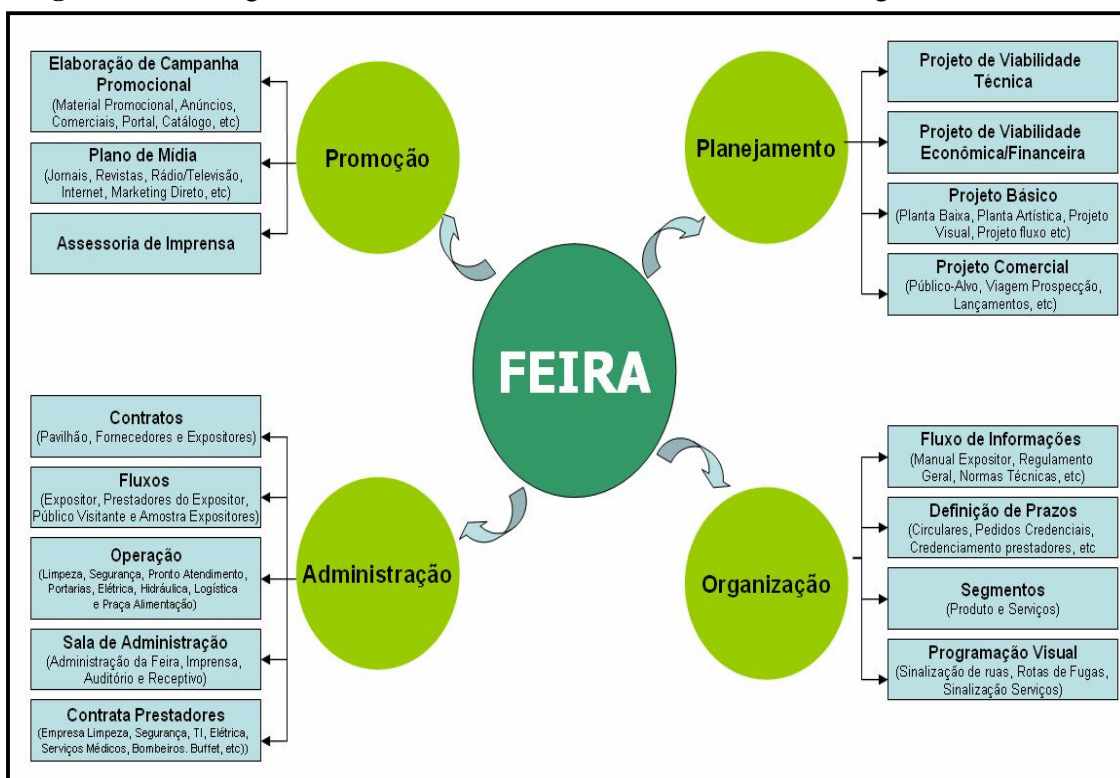
4.3 Estrutura Produtiva do Setor de Eventos

Pelos relatos anteriores, a atividade turística é impactada por 52 serviços e ações, desde atividades pertinentes como expositores, montadoras, organizadoras de eventos, promotores, hospedagem, alimentação, agência de viagens, locadoras de veículos, taxistas, e move ações na indústria, instituições de fomento, construção civil, decoração, arquitetura, limpeza, segurança, entre outras. Figura 33: principais elos da estrutura produtiva do setor de eventos.

Figura 33 - Estrutura produtiva



Fonte: SETUR/CE, 2012.

Figura 34 - Fluxograma da Cadeia Produtiva do Setor de Feiras de Negócios

Fonte: SETUR/CE, 2012.

A Associação Internacional de Congressos e Convenções mostra o que de melhor se tem para constatação de algo: comparação e apresentação direta de valores (Quadro 30) onde se pode verificar que o Brasil se consolida entre 10 países que lideram o ranking da ICCA²⁵ (Associação Internacional de Congressos e Convenções), em 7ª posição, entre países que mais produzem eventos no mundo, com crescimento percentual de 18,42% entre 2011 e 2012, de 304 para 360 eventos anuais.

²⁵ A ICCA é a principal entidade mundial de eventos associativos e seu ranking é referência para todo o segmento de turismo de eventos no mundo. A entidade só contabiliza eventos itinerantes (que acontecem em diferentes países), com periodicidade definida e número mínimo de 50 participantes. Com critérios bem definidos, o ranking de realização de eventos internacionais é divulgado anualmente pela ICCA. O levantamento de 2009 foi o mais completo feito pela entidade até hoje: foi registrada a realização de 8.315 eventos, 815 a mais do que em 2008 (7.500 eventos). (MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL).

Quadro 30 - Ranking de eventos mundiais – 2011/12

ICCA 2011/12				
Rank	Países	Eventos		VAR (%)
		2011	2012	
1	USA	759	833	9,75
2	Germany	577	649	12,48
3	Spain	463	550	18,79
4	United Kingdom	434	477	9,91
5	France	428	469	9,58
6	Italy	363	390	7,44
7	Brazil	304	360	18,42
8	China	302	311	2,98
9	Netherlands	291	315	8,25
10	Áustria	267	278	4,12

Fonte: ICCA - International Congress and Convention Association.

Conforme dados de estudos do Ministério do Turismo, o Brasil vem tendo crescimento desde 2003, quando a EMBRATUR começa o processo de captação de eventos internacionais. Nesse ano, ocupava a 19ª colocação no Ranking, crescendo 15,4% já em 2009, enquanto o mundo apenas 10,8%. Além disso, para tanto, a contribuição é que “tem sido registrada forte descentralização na realização de eventos no país” (ASCOM, 2010), pela criação de novos espaços para eventos, como o CEC em 2012.

Na região, Fortaleza (CE) disputa também captação de eventos internacionais e avança em 2010 e 2012, do 11º para o 9º lugar, criando expectativas positivas para consolidação em 2013 (Quadro 31).

Quadro 31 - Ranking de eventos internacionais no Nordeste – 2010/12

Destinos	2010		2011		2012		Var (%)
	Eventos	Rank	Eventos	Rank	Eventos	Rank	
Salvador	9	7º	17	3º	16	5º	77,8
Recife	7	9º	10	7º	5	12º	-28,6
Natal	4	13º	6	14º	-	-	-100,0
Fortaleza	4	11º	5	1º	8	9º	100,0

Fonte: International Congress & Convention Association – ICCA

Nota: São considerados internacionais os eventos itinerantes, com periodicidade fixa, mínimo de 50 participantes e que estejam, pelo menos, em sua terceira edição.

Constata-se que os demais estados perderam percentuais, primeiro, em disputa entre eles mesmos, depois, diretamente com o Centro de Eventos do Ceará, com seus percentuais (Quadro 32).

Quadro 32 - Eventos realizados no CEC por Origem 2012/13

Origem	2012		2013			Var(%)
	Eventos	(%)	Eventos	(%)	Público	
Local	26	66,67	69	53,91	258.265	165,4
Regional	2	5,13	14	10,94	137.500	600,0
Nacional	8	20,51	38	29,69	264.150	375,0
Internacional	3	7,69	7	5,47	106.105	133,3
Total Geral	39	100,00	128	100,00	766.020	228,2

Fonte: SETUR/CE (Centro de Eventos do Ceará).

Inauguração oficialmente em 15 de agosto de 2012, até dezembro de 2013, o equipamento de responsabilidade da Secretaria do Turismo do Estado do Ceará (SETUR/CE) recebe 167 eventos, entre feiras, congressos, palestras, seminários, convenções e espetáculos artísticos, mesmo operando em sistema *soft opening*. Análise merece reflexão: é que 66,28% do público estimado em 766.020 participaram de eventos vindos de fora.

O primeiro espetáculo é o das cantoras Jennifer Lopez e Ivete Sangalo, evento-teste. Na abertura concerto do tenor Plácido Domingo e Giro Cultural, com apresentações gratuitas.

Até o fim de 2014, agendaram-se mais 53 eventos e outros em fase de fechamento e de captação para os próximos anos. O secretário²⁶ do turismo do Estado do Ceará destaca que o Centro tem eventos programados até 2019. Para o próximo ano, 11 confirmados. Em março de 2014, acontecerá encontro para divulgação do Centro de Eventos em todo o mundo, *Cúpula dos BRICs* (Bloco econômico composto por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul).

Mostra o quadro 33 que ocorreram 128 eventos no novo CEC, com público estimado em 766.020 participantes, entre turistas nacionais, internacionais e residentes: 68,4% participaram de feiras/exposições, eventos socioculturais (shows artísticos) em terceiro lugar, de reuniões/encontros com 6,4%. Os dados são bastante relevantes porque feiras e exposições, na maioria, têm-se como megaeventos com grande volume de pessoas e, conseqüentemente, maiores impactos da economia.

²⁶ Bismarck Maia.

Quadro 33 - Eventos realizados no CEC por tipologia em 2012/13

Tipologia de eventos	2012		2013				Var (%)
	Eventos	(%)	Eventos	(%)	Público	(%)	
Congressos/Convenções	6	15,4	10	7,8	33.500	4,4	66,7
Feiras/Exposição	11	28,2	33	25,8	524.250	68,4	200,0
Socioculturais (shows artísticos)	12	30,8	22	17,2	111.670	14,6	83,3
Seminários	6	15,4	33	25,8	47.650	6,2	450,0
Reuniões/Encontros	4	10,3	30	23,4	48.950	6,4	650,0
Total Geral	39	100,0	128	100,0	766.020	100,0	228,2

Fonte: Centro de Eventos do Ceará (CEC).

Ainda sobre eventos de 2013, o Quadro abaixo corrobora com constatações anteriores, por evidenciar que 92,39% eram de grande porte, 5,54% de médio e 2,07% pequeno.

Quadro 34 - Eventos realizados no CEC por porte em 2013

Porte	2013			
	Eventos	(%)	Público	(%)
Pequeno	38	29,69	15.870	2,07
Médio	32	25,00	42.450	5,54
Grande	58	45,31	707.700	92,39
Total Geral	128	100,00	766.020	100,00

Fonte: Centro de Eventos do Ceará (CEC).

O CEC muda o perfil da atividade turística com o segmento turismo de negócios. Colabora significativamente para fortalecimento de todos os segmentos, principalmente de negócios, o mais lucrativo. Pelo equipamento, a cadeia produtiva de negócios ligada à do turismo é fortalecida, inclusive de hoteleiros até prestadores de serviços esporádicos, taxistas, profissionais de beleza, entre outros.

Os preços têm sido menores, não implicando qualidade de serviços e espaços, apenas como forma de conquista de mercado, diante dos demais, há anos no mercado. Mesmo com o valor abaixo da média nacional, o Ceará consegue diminuir gastos com aluguéis de espaços, com energia inclusa, o que não acontece em nenhum dos concorrentes. Quadro 35: preços praticados pelos Centros de Eventos.

Quadro 35 - Preços Praticados em Centros de Convenções do Brasil

Centros convenções	Valor r\$ (m2)
Centro Eventos Ceará (CEC)	2,00
Natal (RN)	3,00
Recife (PE)	3,50
Anhembi (SP)	11,60
Salvador (BA)	3,50

Nota: Energia elétrica é cobrada separadamente e no Ceará está incluso.

Fonte: Pesquisa Direta. 2012.

A estrutura do setor de eventos é uma das que mais crescem no mundo, ampliada pela facilidade de acesso entre continentes, abrindo para eventos internacionais. Assim, fez-se levantamento a fim de detectar o perfil de novos visitantes.

4.4 O Perfil do Turista de Eventos do CEC

Como forma de aprofundamento do estudo relativo ao CEC, e sendo a questão da economia um dos motivadores da pesquisa, fez-se necessária uma pesquisa de campo no CEC, para avaliar o perfil socioeconômico, as características e seus impactos dentro da cadeia produtiva do turismo, na metrópole Fortaleza. Contribuindo assim tanto para as afirmações doravante apresentadas, quanto para as premissas estabelecidas nos objetivos desta pesquisa.

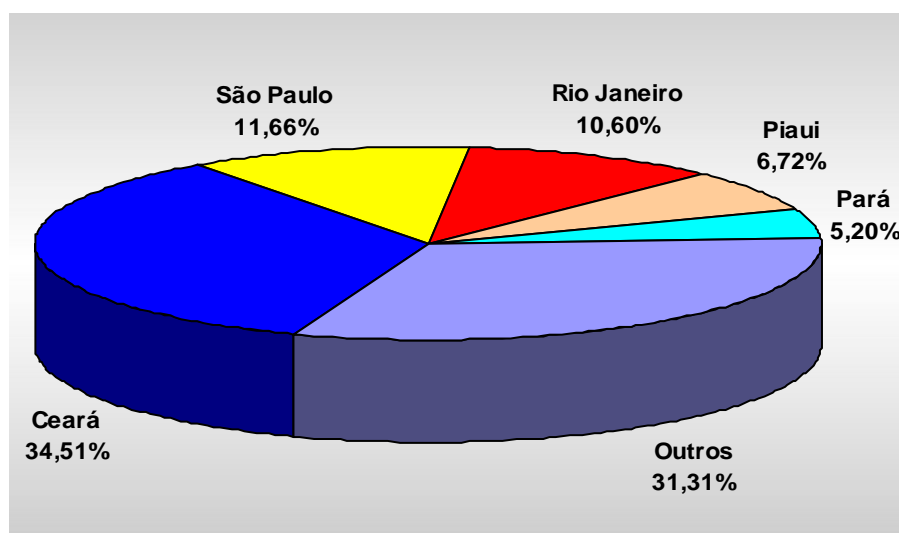
Para traçar o perfil do turista de eventos, foi realizada uma pesquisa diretamente no Centro de Eventos do Ceará, em Setembro de 2012, para tal, fez se uma análise dos possíveis congressos a serem realizados no Ceará. E, foi estabelecido que o Congresso Internacional de Odontologia poderia vir a ser o foco da pesquisa, primeiro porque seria a oportunidade de acesso dos pesquisadores a um grande público, advindos de vários estados do Brasil, favorecendo a construção do perfil do Turista de Eventos do CEC, visto que o evento estava ocorrendo neste local. Assim, constatam-se os dados que serão aqui apresentados.

De acordo com pesquisa realizada no portão de entrada do Congresso Internacional de Odontologia em setembro de 2012, os turistas eram residentes no Ceará (34,51%); os demais, 11,66%, do Estado de São Paulo 10,60%, do Rio de Janeiro, 6,72% do Piauí, 5,20% do Pará, 4,54% da Bahia e 4,15% do Maranhão (Quadro 36 e no Gráfico 14).

Quadro 36 - Principais Mercados

Mercados	Total	
	Turistas	(%)
Ceará	1.048	34,51
São Paulo	354	11,66
Rio Janeiro	322	10,60
Piauí	204	6,72
Pará	158	5,20
Bahia	138	4,54
Maranhão	126	4,15
Alagoas	102	3,36
Distrito Federal	102	3,36
Pernambuco	95	3,13
Minas Gerais	75	2,47
Paraíba	68	2,24
Sergipe	65	2,14
Espírito Santo	60	1,98
Rio Grande Norte	58	1,91
Santa Catarina	25	0,82
Outros	37	1,22
Total Geral	3.037	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 14 - Principais Mercados Emissores

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

A pesquisa estende-se aos participantes do evento (391). Pela entrevista, os principais mercados emissores de participantes foram São Paulo com 21,99%, seguido de Rio

de Janeiro com 16,62%, Piauí com 13,30%, Bahia com 10,23%, Ceará e Pernambuco com 6,14% (Quadro 37).

Quadro 37 - Procedência dos Turistas

Locais	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
São Paulo	55	28,21	31	15,82	86	21,99
Rio de Janeiro	27	13,85	38	19,39	65	16,62
Piauí	26	13,33	26	13,27	52	13,30
Bahia	19	9,74	21	10,71	40	10,23
Ceará	10	5,13	14	7,14	24	6,14
Pernambuco	10	5,13	14	7,14	24	6,14
Sergipe	16	8,21	7	3,57	23	5,88
Paraíba	9	4,62	13	6,63	22	5,63
Distrito Federal	7	3,59	8	4,08	15	3,84
Maranhão	1	0,51	7	3,57	8	2,05
Pará	2	1,03	4	2,04	6	1,53
Alagoas	1	0,51	3	1,53	4	1,02
Paraná	2	1,03	2	1,02	4	1,02
Santa Catarina	3	1,54	-	-	3	0,77
Minas Gerais	1	0,51	1	0,51	2	0,51
Outros	6	3,08	7	3,57	13	3,32
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

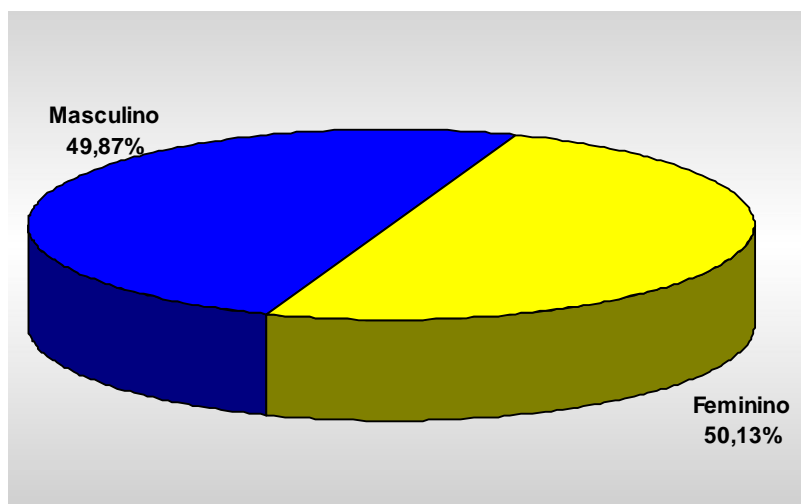
Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 38 e Gráfico 15: entre os turistas entrevistados quase não houve diferença de quantidade em relação a gênero.

Quadro 38 - Gênero dos Entrevistados

Gênero	Total	
	Turistas	(%)
Masculino	195	49,87
Feminino	196	50,13
Total Geral	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 15 - Gênero dos Entrevistados

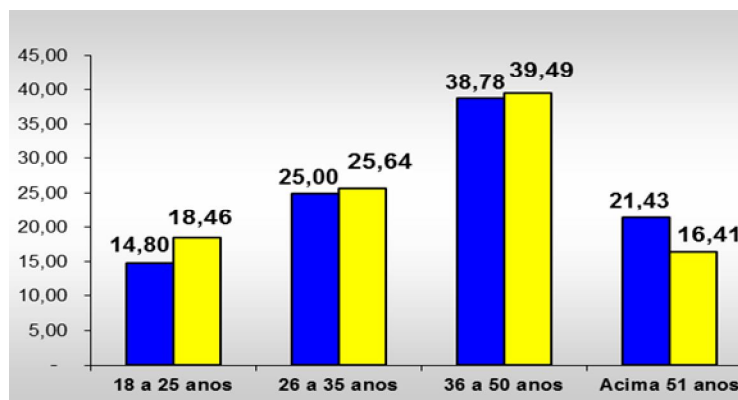
Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

A faixa etária está entre 36 a 50 anos com 39,13% dos entrevistados, 26 a 35 com 25,32% e 51 a 65 anos com 18,16% (Quadro 39 e Gráfico 16), que faz distinção comparativa entre o percentual masculino (azul) e feminino (amarelo).

Quadro 39 - Faixa Etária dos Entrevistados

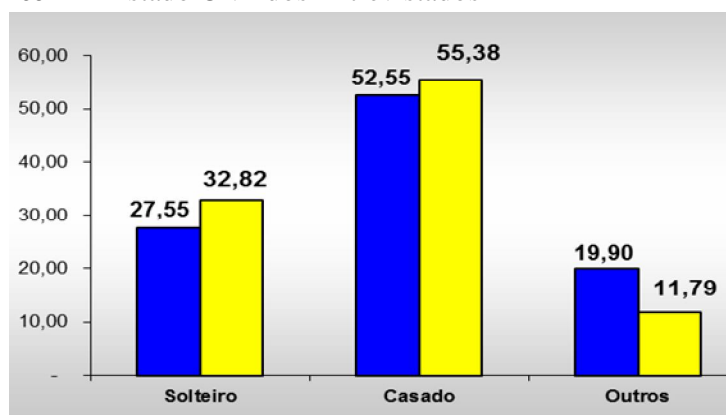
Faixa etária	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
18 a 25 anos	29	14,80	36	18,46	65	16,62
26 a 35 anos	49	25,00	50	25,64	99	25,32
36 a 50 anos	76	38,78	77	39,49	153	39,13
51 a 65 anos	40	20,41	31	15,90	71	18,16
Acima 65 anos	2	1,02	1	0,51	3	0,77
Total Geral	196	100,00	195	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 16 - Faixa Etária dos Entrevistados

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

O percentual de entrevistados, casados, atinge 53,96% (Gráfico 17). Destes, 55,38% são do sexo feminino e 52,55% masculino.

Gráfico 17 - Estado Civil dos Entrevistados

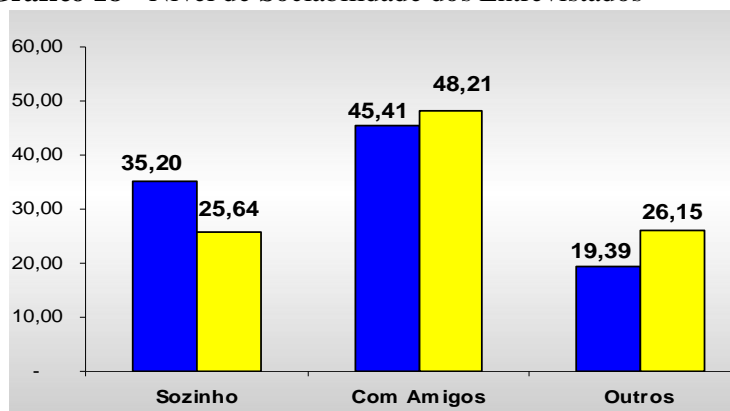
Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012

Quadro 40 e Gráfico 18: 46,80% dos entrevistados viajam com amigos e 30,43% sozinhos e 22,25% com a família.

Quadro 40 - Nível de Sociabilidade dos Entrevistados

Sociabilidade	masculino		feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Sozinho	69	35,20	50	25,64	119	30,43
Com Amigos	89	45,41	94	48,21	183	46,80
Com Família	37	18,88	50	25,64	87	22,25
Excursão	1	0,51	1	0,51	2	0,51
Total Geral	196	100,00	195	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 18 - Nível de Sociabilidade dos Entrevistados

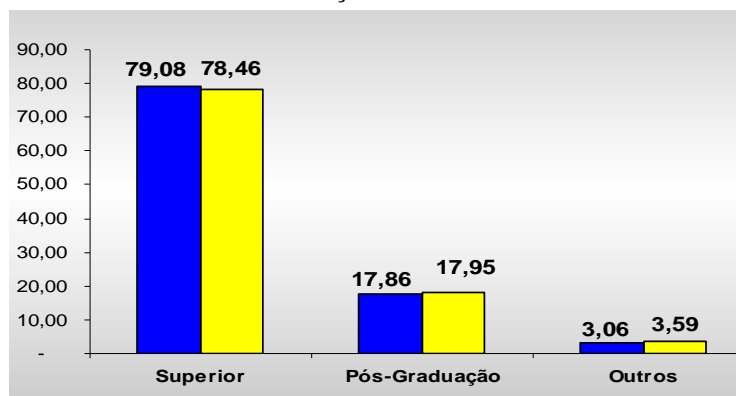
Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Em relação ao grau de instrução, os entrevistados têm grau de instrução elevado: 78,77%, ensino superior, quase 79,08%, homens; 17,90% pós-graduados na área de odontologia, em que mulheres predominam com 17,95%, 11,32% em nível fundamental II e 0,77% do nível médio (Quadro 41 e Gráfico 19).

Quadro 41 - Grau de Instrução dos Entrevistados

Grau instrução	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Fundamental II	3	1,53	3	1,54	6	1,53
Superior	155	79,08	153	78,46	308	78,77
Pós-Graduação	35	17,86	35	17,95	70	17,90
Ensino Médio	-	-	3	1,54	3	0,77
Outros	3	1,53	1	0,51	4	1,02
Total Geral	196	100,00	195	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 19 - Grau de Instrução dos Entrevistados

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

O total dos pesquisados (78,77%) são odontólogos, 79,08% são do sexo feminino, e estudantes com 14,32, 15,38% homens (Quadro 42).

Quadro 42 - Principais Ocupações dos Entrevistados

Ocupação	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Odontólogos	153	78,46	155	79,08	308	78,77
Estudantes	30	15,38	26	13,27	56	14,32
Atendentes	1	0,51	5	2,55	6	1,53
Professores	3	1,54	2	1,02	5	1,28
Outros	8	4,10	8	4,08	16	4,09
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Sobre os aspectos econômicos, 32,45% dos entrevistados apresentam renda per capita superior a R\$ 6.436,89, ou seja, acima de 10 salários mínimos, e gasto per capita de R\$ 2.572,18, diário de R\$ 435,96. A permanência média é de 5,9 dias e o número de pessoas *incluídas* nos gastos, de 1,3. Em relação à estrutura, 43,1% compras, 24,60% em hospedagem e 15,10% em alimentação (Quadro 43).

Quadro 43 - Gastos e Permanências no Congresso de Odontologia

Especificações	Total
1. Permanência Média (dias)	5,9
2. Renda mensal individual (R\$)	6.436,89
3. Gastos Efetuados (R\$)	
Gasto per capita	2.572,18
Gasto Diário	435,96
4. Estrutura dos Gastos (%)	
Hospedagem	24,6
Alimentação	15,1
Transporte	7,2
Compras	43,1
Diversões/Passeio	9,7
Outros	0,3
Total	100,0
5. Pessoas Incluídas nos Gastos	1,3

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Para 81,07 % dos turistas, o avião é o principal meio de transporte, seguido de ônibus, com 12,28% (Quadro 44).

Quadro 44 - Principais Meios de Transporte Utilizados.

Transporte	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Avião	164	84,10	153	78,06	317	81,07
Ônibus	21	10,77	27	13,78	48	12,28
Automóvel	10	5,13	16	8,16	26	6,65
TOTAL GERAL	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Meios de hospedagem: opção de hotel com 43,73%, em seguida, parentes e amigos com 26,34% e pousada com 22,25% (Quadro 45).

Quadro 45 - Demanda Turística por Hospedagem (%)

Especificação	masculino		feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Hoteleira:	151	77,44	127	64,80	278	71,10
Hotel	83	42,56	88	44,90	171	43,73
Pousadas	53	27,18	34	17,35	87	22,25
Flats/Apart	15	7,69	5	2,55	20	5,12
Extra-Hoteleira:	44	22,56	69	35,20	113	28,90
Casa Parentes/Amigos	41	21,03	62	31,63	103	26,34
Casa Própria	1	0,51	5	2,55	6	1,53
Casa/Apto. Aluguel	2	1,03	2	1,02	4	1,02
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 46: Avaliação dos meios de hospedagens segundo entrevistados: 58,63% têm a rede hoteleira como ótima; 39,57% como boa e apenas 1,80%, ruim ou péssima.

Quadro 46 - Avaliação dos Meios de Hospedagens segundo Entrevistados

Avaliação rede hoteleira	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Ótimo	88	58,28	75	59,06	163	58,63
Bom	62	41,06	48	37,80	110	39,57
Ruim/Péssimo	1	0,66	4	3,15	5	1,80
Total geral	151	100,00	127	100,00	278	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Para a totalidade dos turistas entrevistados, o principal motivo da viagem é Congresso com 96,42%, em seguida, Negócio/Trabalho com 1,79% (Quadro 47).

Quadro 47 - Principais Motivações

Motivação	masculino		feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Eventos/Congressos	186	95,38	191	97,45	377	96,42
Negócio/Trabalho	6	3,08	1	0,51	7	1,79
Outros	3	1,54	4	2,04	7	1,79
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 48: para os turistas entrevistados, o principal fator de influência da viagem é internet com 59,85%. O segundo, em ordem de importância, é conhecimento do local, com 14,58%.

Quadro 48 - Principais influenciadores da viagem

Grau de influência	masculino		feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Internet	124	63,59	110	56,12	234	59,85
Já Conhecia o local	26	13,33	31	15,82	57	14,58
Comentário Parente/Amigo	12	6,15	18	9,18	30	7,67
Stand/Eventos	8	4,10	12	6,12	20	5,12
Propaganda	16	8,21	13	6,63	29	7,42
Outros	9	4,62	12	6,12	21	5,37
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Perguntados se é a primeira visita 68,03% disseram não, e 31,97% informaram ser a primeira vez (Quadro 49).

Quadro 49- Primeira visita ao Ceará

Primeira vez	masculino		feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Sim	73	37,44	52	26,53	125	31,97
Não	122	62,56	144	73,47	266	68,03
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Teve que 98,47% dos entrevistados permaneceram em Fortaleza, e 1,53% visitaram localidades (Quadro 50: a Capital, destino, ou seja, turismo de negócios e eventos).

Quadro 50 - Nesta viagem visitou outras localidades, além de Fortaleza?

Visitou interior	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Sim	5	2,56	1	0,51	6	1,53
Não	190	97,44	195	99,49	385	98,47
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Para a viagem (Quadro 51) 95,14% dos entrevistados não utilizaram agência.

Quadro 51 - Forma de Organização da Viagem

Agência viagem	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Sim	9	4,62	10	5,10	19	4,86
Não	186	95,38	186	94,90	372	95,14
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

O perfil permite construir e manter equipamento voltado aos interesses do grupo, com melhor aproveitamento, principalmente no fator econômico. Neste contexto, é válida avaliação de desempenho em relação ao CEC.

4.5 Avaliação do Desempenho do Centro de Eventos do Ceará

A pesquisa aprofundou-se ainda numa análise de percepção individual do turista com objetivo de avaliar alguns pontos considerados importantes na atividade turística como atrativos naturais, equipamentos, serviços e, notadamente o novo Centro de Eventos do Ceará como objeto de estudo dessa dissertação. Contudo, a avaliação servirá também para uma possível adoção de medidas, corretivas ou compreendidas dentro de uma melhor ampliação de procedimentos para garantir rentabilidade e a sustentabilidade do empreendimento.

A avaliação é para adoção de medidas corretivas, diante de deficiências apontadas, inclusive aspectos que não tenham obtido conceito mínimo de qualidade. Neste sentido, adota-se como parâmetro indicador da necessidade de intervenção percentual mínimo de 80% das respostas (Bom + Ótimo) - (Ruim + Péssimo) para cada item (Quadro 52).

Quadro 52 - Avaliação Geral segundo os Entrevistados

Itens avaliados	Avaliações						Índice (%)
	Positivos			Negativos			
	Ótimo	Bom	Total	Ruim	Péssimo	Total	
1. Atrativos Turísticos	65,2	27,9	93,0	5,8	1,1	7,0	86,1
Atrativos Naturais	65,2	27,9	93,0	5,8	1,1	7,0	86,1
2. Novo Centro Convenções	61,1	34,0	95,1	3,5	1,4	4,9	90,2
Espaço Físico	71,1	27,6	98,7	0,5	0,8	1,3	97,4
Salas / Auditório	67,5	30,7	98,1	1,6	0,3	1,9	96,3
Localização	66,1	30,7	96,9	1,0	2,1	3,1	93,7
Estacionamento	64,0	33,9	97,9	0,8	1,3	2,1	95,7
Climatização (Ar condicionado)	53,8	36,9	90,7	8,2	1,1	9,3	81,4
Acessos ao CEC	63,7	32,1	95,8	2,1	2,1	4,2	91,6
Iluminação	63,8	33,6	97,4	1,3	1,3	2,6	94,8
Placas de Sinalização	58,2	35,0	93,2	5,5	1,3	6,8	86,3
Limpeza/Higiene	58,4	36,4	94,8	3,9	1,3	5,2	89,5
Banheiros/Limpezas (*)	43,5	41,6	85,1	12,6	2,4	14,9	70,2
Infraestrutura Geral	61,9	35,7	97,6	1,3	1,1	2,4	95,2
3. Equipamentos e Serviços	40,1	57,4	97,5	1,4	1,1	2,5	95,0
Equipamentos de Lazer	36,0	62,0	98,0	1,7	0,3	2,0	96,0
Hospitalidade Povo	64,2	33,1	97,3	1,1	1,6	2,7	94,6
Informações Turísticas	33,4	64,7	98,1	1,2	0,6	1,9	96,3
Guias de Turismo	32,6	63,6	96,2	3,1	0,6	3,8	92,5
Meios de Hospedagens	34,6	61,7	96,3	2,2	1,6	3,7	92,5
Comercio/Compras	45,1	52,7	97,8	1,1	1,1	2,2	95,7
Diversões Noturnas	47,9	50,1	98,0	0,6	1,4	2,0	96,1
Serviços de Táxis	37,0	61,4	98,4	0,3	1,4	1,6	96,7
4. Infraestrutura	30,6	61,2	91,8	6,9	1,3	8,2	83,6
Sinalização Urbana/Turística	28,2	67,6	95,7	3,5	0,8	4,3	91,5
Segurança Publica (*)	25,1	56,6	81,7	16,4	1,9	18,3	63,5
Limpeza Pública (*)	25,5	56,7	82,2	16,5	1,3	17,8	64,3
Ônibus Urbano	37,6	55,0	92,6	5,7	1,7	7,4	85,2
Terminal Rodoviário	39,5	57,0	96,4	2,7	0,9	3,6	92,8
Aeroporto	29,6	66,4	95,9	2,3	1,7	4,1	91,9
Avaliação geral da Localidade	28,7	69,4	98,1	1,3	0,5	1,9	96,2
Média Geral	34,0	14,5	48,4	1,0	0,6	1,6	46,9

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE – Setembro 2012.

Obs.: a) O índice para cada item é calculado com base na avaliação do turista pela relação (ótimo + bom) - (ruim + péssimo); e c) (*) índices abaixo de 80%.

Na avaliação dos turistas, item atrativos turísticos, os naturais obtiveram conceitos acima de 80,0% dos entrevistados com índice de 86,10%. Com relação ao Novo Centro de Convenções do Estado do Ceará, de 11 itens avaliados, 10 tiveram conceito acima de 80,0%, entre eles, Espaço Físico com 97,4%, Salas / Auditório com 96,3%, Estacionamento com 95,7%, infraestrutura Geral com 95,2% e Iluminação com 94,8%. Apenas Banheiros/Limpezas com conceito menor que 80%, indicando necessidade de melhorias.

Sobre Equipamentos e Serviços Turísticos, de 11 itens avaliados, todos alcançaram conceito acima de 80% dos entrevistados, entre eles, Serviços de Táxis com 96,7%, Informações Turísticas com 96,3%, Diversões Noturnas com 96,1%, Equipamentos de Lazer com 96,0%, Comercio/Compras com 95,7% e Passeios Oferecidos com 95,5%.

Resultados da avaliação da infraestrutura e da localidade (96,2%), Terminal Rodoviário (92,8%), Sinalização Urbana/Turística (91,5), Ônibus Urbano (85,2%), de 80% dos entrevistados.

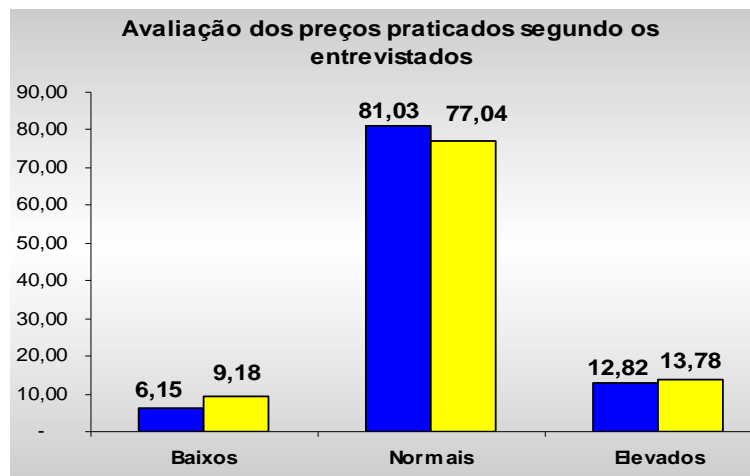
Itens com menores índices de conceito: Ônibus Urbano (17,2%), Limpeza Pública (25,5%) e segurança Pública (25,1%). No extremo, têm-se o Espaço Físico do Centro de Convenções (71,1%), Salas / Auditório do Centro de Convenções (67,5%), Localização do Centro de Convenções (66,1%) e Hospitalidade Povo (64,2%) com conceito Ótimo. Segurança Pública (18,3%) e Limpeza Pública (17,8%) com os maiores índices de conceito Ruim para os entrevistados.

Quadro 53 e Gráfico 20 apresentam a opinião de turistas, sobre preços, mostrando que, em geral, os níveis podem ser considerados normais para expressiva maioria (78,77%). Contudo não se pode desconsiderar a opinião de 13,30% dos entrevistados que consideraram os preços elevados.

Quadro 53 - Avaliação dos Preços Pagos pelos Turistas

Preços praticados	Nacional		Internacional		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Baixos	12	6,15	18	9,18	30	7,67
Normais	157	80,51	151	77,04	308	78,77
Elevados	25	12,82	27	13,78	52	13,30
Não Sabe	1	0,51	-	-	1	0,26
Total Geral	195	100,00	196	100,00	391	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Gráfico 20 - Avaliação dos Preços Pagos pelos Turistas

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 54: os principais locais de compras, por exemplo, o próprio Centro de Eventos, Feirinha da Beira Mar, Shoppings, Mercado Central e Avenida Monsenhor Tabosa.

Quadro 54 - Principais Locais de Compras

Locais	Turistas	(%)
Centro Convenções CEC	391	100,0
Feirinha Beira Mar	285	72,9
Shopping	164	41,9
Mercado Central	70	17,9
Monsenhor Tabosa	37	9,5
Farmácias	17	4,3
Centro da Cidade	9	2,3
Bares/Restaurantes	6	1,5
Outros	12	3,1

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 55: os principais produtos adquiridos pelos turistas entrevistados - Bijuterias, Confecções/roupas, Livros, Artesanatos/Souvenir, Bebidas, Castanhas, Instrumentos Clínicos, entre outros.

Quadro 55 - Principais Produtos Adquiridos

Produtos	Turistas	(%)
Bijuterias	173	44,2
Confecções/Roupas	168	43,0
Livros	157	40,2
Artesanatos/Souvenir	131	33,5
Bebidas	109	27,9
Castanhas	95	24,3
Instrumentos Clínicos	65	16,6
Bolsas	44	11,3
Redes	20	5,1
Calçados	19	4,9
Doces/Sucos	18	4,6
Medicamentos	17	4,3
Óculos	16	4,1
Outros	10	2,6

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Em relação ao grau de satisfação do atendimento, 69,21% dos turistas disseram ótimo; 29,21% Bom, 1,36% regular e 0,27% péssimo (Quadro 56).

Quadro 56 - Grau de Satisfação com o Atendimento

Nível satisfação	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Ótimo	127	67,55	127	70,95	254	69,21
Bom	60	31,91	47	26,26	107	29,16
Regular	1	0,53	4	2,23	5	1,36
Péssimo	-	-	1	0,56	1	0,27
Total Geral	188	100,00	179	100,00	367	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

Quadro 57: o Grau de Satisfação com produtos, 93,46% dos turistas afirmaram que corresponderam plenamente, apenas 6,54% disseram em parte.

Quadro 57 - Grau de Satisfação com os Produtos Adquiridos

Nível Satisfação	Masculino		Feminino		Total	
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	Turistas	(%)
Correspondeu Plenamente	170	90,43	173	96,65	343	93,46
Correspondeu em Parte	18	9,57	6	3,35	24	6,54
Total Geral	188	100,00	179	100,00	367	100,00

Fonte: Pesquisa Direta SETUR/CE - Setembro/2012.

De uma forma geral, os estudos da SETUR/CE e IPECE dão a compreensão e especificação do perfil turístico distinto, facilitando, assim, meios que favorecem visita e permanência do fluxo por mais tempo, em Fortaleza, aumentando a economia.

O Ceará, em específico, o CEC, recebe turistas do setor de negócios e eventos advindos de estados brasileiros, tendo o Sudeste maior representatividade e perfil compatível com a realidade empresarial da região.

Em menção ao perfil pela análise, existe pequena diferença no que se refere ao gênero com maior percentual: o feminino. A faixa etária predominante é dos 36 aos 50 anos.

A estrutura produtiva do Setor de Eventos apresenta o Brasil em 7ª posição em relação ao número de Congressos e Eventos Internacionais, com cerca de 360 eventos anuais.

Segundo estudo do ICCA e ASCOM, o Ceará, com investimento no Centro de Eventos favorece a descentralização dos eventos pelo Brasil considerando que os Centros de Eventos do país já se haviam estabelecido e tiveram perda de percentual de eventos, principalmente nos estados da Região Nordeste.

CONCLUSÕES

Na introdução desta pesquisa foram elencados alguns questionamentos, que serviram para nortear e estruturar todo o desenvolvimento desta análise. A fim de estabelecer respostas e conhecimento dentro do que se analisava. Conclui-se inicialmente que todas as questões aqui levantadas, como: *Quais as políticas públicas de turismo que incidem e modificam o espaço geográfico de Fortaleza?*; *Como se apresenta a cadeia produtiva cearense de negócios e eventos?*; *Por que o Centro de Eventos do Ceará (CEC) gerou tantas polêmicas e conflitos?*; *Como o CEC dinamiza os eventos e feiras?*; *Quais os principais impactos decorrentes do CEC no território e na dinâmica da economia cearense?* Sendo, portanto, estes questionamentos os objetivos específicos para a realização e consolidação da presente pesquisa.

Baseando-se nestas premissas, tem-se o primeiro direcionamento, no que compete em explicar as transformações espaciais no território cearense pelas políticas públicas de turismo. Como apresentado nesta pesquisa, e, aqui ressaltado, as políticas públicas voltadas ao turismo se condicionam em três premissas; cultura, social e economia. Sendo estes os vetores de posicionamento no que compete ao turismo.

As transformações que ocorreram podem ser abarcadas a partir da comparação entre o passado do Ceará e sua atualidade. Voltando à década de 1970, período inicial da evolução do turismo no Ceará, momento vivenciado pelo fluxo turístico espontâneo. Salvo a necessidade dos processos de maturação do ciclo econômico do Estado. Até então, não havia qualquer organização voltada à questão do turismo como fonte sustentável.

É perceptível que todas as transformações voltadas às políticas públicas tenham começado em meados de 1992, com o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR), que nos subprogramas, dentre os quais o Programa de Ação Para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR/NE), sendo este o pontapé inicial para a compreensão do Ceará como espaço voltado ao turismo. Propendendo a melhoria do Estado do Ceará, o Governo local incrementou um guia de investimentos e programas que nortearam a estruturação do Ceará, a fim de melhorar a própria imagem, além de propiciar ao Estado a abertura para todos os investimentos possíveis atribuídos ao Turismo. A imagem do Ceará, perante o país era

desagradável, considerado até então, um lugar seco, sem vida, sem perspectiva de melhoria, onde o sol maltratava as pessoas que aqui tentavam sobreviver.

Com o desenvolvimento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) diretamente com as sub-regiões do Estado, além de ter preparado a sociedade para a importância socioeconômica do turismo, capacitou técnicos nos municípios potencialmente turísticos, para que estes pudessem contribuir no desenvolvimento da atividade turística nestas localidades, e na descentralização do planejamento turístico. Assim, pode-se compreender que as diretrizes se voltavam desde os planos, aos meios pelos quais passariam esta execução. Criando literalmente uma nova cadeia produtiva no Estado.

Este espaço de tempo, em meio os primeiros investimentos e a contemplação do Turismo como ministério, compreendeu a Fase do Turismo Intermitente, que culminou no Estado do Ceará na criação da SETUR/CE, órgão que coordena e executa obras voltadas ao crescimento do Estado pelo financiamento público e/ou privado. Este meio favoreceu o processo de estruturação do setor e implantação dos primeiros projetos de infraestrutura e de equipamentos turísticos no Estado, embora de forma descontínua e sazonal. Assim, o primeiro Plano Nacional voltado especificamente ao avanço do turismo propriamente dito começou a funcionar com metas estabelecidas e cumpridas entre 2003/2007. Sobretudo, a SETUR/CE estabeleceu suas metas em longo prazo, desde 1995 até 2020.

A primeira obra visível do Estado foi o desenvolvimento da malha viária asfaltada, passando de 309 km para 6.123 km. Fato que facilitou a acessibilidade ao território cearense, melhorando inclusive as relações comerciais entre interior e capital, e, também com os estados vizinhos.

Com o interesse de transformar o Ceará em um destino turístico consolidado, mediante basicamente o marketing promocional, implantação de infraestrutura geral e turística. O Aeroporto Pinto Martins foi reformado e ampliado em quatro ocasiões, visando aumentar e melhorar sua capacidade de movimentação de passageiros, sendo este o maior meio de desembarque de pessoas no Estado. A rede hoteleira cresceu também neste período, visto que entre a década de 1980 e 2001, cresceu o equivalente a 95%.

O Estado não buscou o crescimento apenas para a Capital cearense, mas para todas as regiões, a fim de garantir o fortalecimento da economia para todos os cearenses,

como define o Marketing apresentado pelo Governo do Estado do Ceará. As extremidades do litoral do Ceará receberam do Governo aeroportos para interligar a capital às suas pontas equidistantes, como Jericoacoara e Aracati, facilitando o acesso a estas regiões, o trajeto era possível apenas de transportes terrestres, e ainda com déficits no percurso.

Assim sendo, grosso modo, a evolução do turismo no Ceará pode ter, ainda, a seguinte leitura: década de setenta houve a etapa da iniciação ao turismo, se desenvolvendo na década de oitenta com a aprendizagem empírica sobre o turismo e suas possibilidades. Para então, na década de noventa se planejar e ter maturidade turística, com a implantação do PRODETUR, e a criação da SETUR/CE, além do surgimento de novos cursos de ensino superiores voltados à área do turismo.

O Estado abriu espaço para o turismo, criando motivações na própria sociedade, como a aceitabilidade e a hospitalidade do povo cearense, considerados grandes fatores para a permanência e a volta dos turistas ao Ceará. Agregando ao fator cultural, tem-se na natureza o seu maior motivador econômico, no que compete ao turismo local. Mas, não apenas a natureza traz turistas ao Estado, tem-se o grupo que desembarca pelo segmento religioso, outros, e este, o público-alvo desta pesquisa, que são os turistas de negócios e eventos, considerado o segmento que retirou a sazonalidade das estações, ao qual estava estagnando o Turismo no Ceará.

Entretanto, toda a preparação que os órgãos públicos tiveram em projetar e desenvolver programas, que trouxessem boa visibilidade para o Estado desmorona quando a desigualdade social é posta em contexto. O Ceará contempla alguns problemas, quando se volta à questão da exploração ao turismo pelo Estado. Abrindo foco para as vulnerabilidades deste procedimento em sua estrutura, e, estes fatores ainda não tiveram análises ou propostas satisfatórias para sua resolução.

O Ceará é conhecido por suas belezas e sua hospitalidade, fatores que sempre contribuíram para o engrandecimento do Turismo no Estado. Entretanto, esta infelizmente não é a única imagem que é divulgada pelos noticiários. O Estado apresenta as suas vulnerabilidades, no que compete aos problemas locais, tem-se a desigualdade social como o grande mal.

E desencadeiam-se outros problemas, como a questão da falta de escolaridade, apresentando um déficit na educação local. Fator que também propicia o aumento na criminalidade, e, esta se agrega diretamente a violência, e ainda a insegurança, tanto nos habitantes locais, quanto nos turistas que passam a ser o reflexo do meio em que estão inseridos.

Os problemas funcionam como uma corrente e partem de um mesmo fator comum, a desigualdade social. Outro caso é o da prostituição, problema presente em todas as cidades que buscam o turismo como fonte econômica. Por conta da entrada constante de estrangeiros no Ceará, o alcance de pessoas de poucos recursos aos meios sociais, possibilita e facilita a comunicação (mesmo que de forma errada, para a sociedade erudita), e, assim o aumento da prostituição, que é um fator prejudicial para a imagem e o contexto social da região.

As vulnerabilidades da sociedade cearense são comuns às demais capitais que visam o turismo como uma de suas potências econômicas. Mas, diferente das demais, esta deve preservar-se, buscar resoluções para tais problemas, e assim, se diferenciar das demais, sendo a que conhece e consegue superar. Nada adiantará ao poder público investir em boa imagem, se a realidade continuar sendo a sua maior ruína.

O segundo objetivo desta pesquisa era identificar a contribuição do Centro de Eventos do Ceará (CEC) para o território e economia cearense. No compete à contribuição territorial, tem-se o fortalecimento da cadeia de negócios do Estado, uma necessidade de melhoria constante na rede hoteleira, a abertura de novas empresas prestadoras de serviços. Outro fator que se deu a partir do CEC foi um alívio da sazonalidade, visto que agora durante todo o ano, têm-se eventos que possibilitam ao Estado uma demanda maior e constante de turistas.

O Equipamento ainda favoreceu o desenvolvimento da infraestrutura de acesso ao mesmo, criando túneis, enlanguescendo as ruas, favorecendo assim o fluxo do trânsito na região. O CEC no início recebeu críticas no trato quanto ao investimento, mas a sua realização modificou em apenas um ano, o perfil do turista que adentra a região cearense, ou sendo, ainda mais exato constituiu um novo grupo, mas este é um tema que ainda será mais amplamente apresentado nesta conclusão.

No que tange o desenvolvimento socioeconômico da região, o CEC oferece diretamente cerca de 400 empregos, e outros, dois mil indiretamente, aumentando conforme a necessidade do evento. Este já pode ser considerado um ponto forte do empreendimento, visto que possibilita a geração de empregos para o povo cearense. O Centro de Eventos do Ceará gera 87,6 mil empregos diretos na cadeia produtiva do turismo, além de provocar aumento em R\$ 318,3 milhões na massa salarial do Ceará. Ainda, permite a inclusão/acesso da população na participação de eventos técnicos/ científicos e comerciais. Diretamente aumenta a renda per capita da população.

O CEC solidificou a competitividade turística do Estado, apresentando desde a oportunidade de novos negócios, quanto o aumento de renda gerada pelo turismo e impacto sobre o PIB representando 1% de todo o estado. Um único setor como o Turismo, consegue impactar em outros 52 setores da economia com suas ações. Por este, entre outros motivos, que o Ceará de forma correta, resolveu usar as suas atribuições naturais como motivador para a prospecção de turistas do mundo inteiro.

Dentre os desafios competidos ao CEC, dois são potencialmente, os que devem ser assegurados para a contínua competitividade no Mercado nacional e internacional. O preço do m² para os eventos, contra os seus concorrentes é uma qualidade, visto que é considerado o mais moderno. Entretanto, o que possui o menor valor, foi este um dos focos considerados na entrada do CEC, para o mercado dos mega empreendimentos voltados aos negócios e eventos. Permanecer com o mesmo padrão e ainda seguir com a sustentabilidade é o fator a ser contemplado e apresentado de forma mais amplas, a fim de atração de eventos de grande porte para o estado.

Como já possui uma boa imagem com relação as suas qualificações físicas e geográficas, o Estado começou a investir em um novo perfil turístico, visando garantir desde o contínuo fluxo de turista anual, quanto à permanência das atividades voltadas ao turismo por todo o Estado.

Esta pesquisa comprova nos dados apresentados, baseadas em fontes analisadas por órgãos públicos e de pesquisa, como o IPECE, a SETUR/CE e o IBGE que o Estado cresceu bastante na economia nos últimos 10 anos, por intermédio de todos os investimentos concedidos ao mesmo. Criando inclusive na própria sociedade, um interesse em se apresentar bem e receber com estima o turista que aqui desembarca. Todos estes processos foram

trabalhados por anos, até seu resultado positivo e atual, é visível a melhoria na condição de vida da sociedade local, e o desenvolvimento de sua infraestrutura. Mas as falhas ainda existem, e devem ser analisadas, para evitar piores transtornos em um futuro próximo.

REFERÊNCIAS

ACEP. **Considerações adicionais sobre a viabilidade de investimento público no novo Centro de Eventos do Ceará.** Fortaleza: SETUR-CE, 2003. 27 p.

Aeroporto Internacional Pinto Martins (FOR/SBFZ). Disponível em: <<http://www.infraero.gov.br/index.php/br/aeroportos/ceara/aeroporto-internacional-pinto-martins/complexo-aeroportuario.html>>. Acesso em: 12 out, 2013.

AIRES FILHO, José Valdo Mesquita. **Cronologia da Linha do Tempo do Turismo no Ceará.** 2013.

ANHEMBI. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <<http://www.anhembicom.br/o-anhembiparque/>>. Acesso em: 02 out, 2013.

ARAÚJO, JR., RAMOS, F. **O impacto do investimento em infraestrutura sobre o crescimento econômico e a pobreza no Brasil:** Uma abordagem de equilíbrio geral computável. Anais do Fórum BNB de Desenvolvimento econômico. Fortaleza: BNB, 2006.

BAHIATURSA - Empresa de Turismo da Bahia S. A. Disponível em: <<http://www.bahiatur.sa.ba.gov.br/institucional/apresentacao/>>. Acesso em: 12 out, 2013.

BARRETO, L. R. & TÁVORA JR. J. L. **Avaliação de projetos públicos e impactos ambientais:** um resumo metodológico. Recife: PIMES, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.

_____. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: SENAC, 2001

BENEVIDES, Ireleno Porto. **Turismo e Prodetur:** dimensões e olhares em parceria. Fortaleza: Edições UFC, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil – 2007/2010,** 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil.** FIPE/EMBRATUR/Ministério do Turismo, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo.** Diretrizes, Metas e Programas 2003/2007. 2003.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo:** marcos conceituais. 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo:** marcos conceituais, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo cultural:** orientações básicas, 2006.

BREMMER, Jan. ROODENBER, Herman. **Uma história cultural do humor.** Rio de Janeiro. São Paulo: Record, 2000.

BID. BNB. **Critério de elegibilidade e avaliação de projetos do setor de saneamento no âmbito do Prodetur NE/II.** Relatório Operacional, Anexo M. Fortaleza: 2002. Obtido em: www.bnb.gov.br. Acessado em: 18 fev. 2009.

_____. **Critério de elegibilidade e avaliação de projetos de centros de convenções no âmbito do Prodetur NE/II.** Relatório Operacional, Anexo P. Fortaleza: 2002. Obtido em: www.bnb.gov.br. Acessado em: 18 fev. 2009.

BNDES. **Site institucional.** Acessado em: 10.fev.2009.

BORDEAUX-RÊGO, R.; et all. **Viabilidade econômico-financeira de projetos.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CEC - Centro de Eventos do Ceará. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <http://centrodeeventos.ce.gov.br/site/cec/apresentacao/>. Acesso em: 12 out, 2013.

CECON - Centro de Convenções de Pernambuco. **Site oficial. Institucional. 2013.** Disponível em: <http://www.cecon.pe.gov.br/o-cecon-pe/>. Acesso em: 12 out, 2013.

CENTRO DE CONVENÇÕES DE NATAL. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <http://www.ccnatal.com.br/institucional/>. Acesso em: 12 nov, 2013.

CENTRO DE CONVENÇÕES DA BAHIA. Site oficial. Disponível em: <http://ccb.bahiatursa.ba.gov.br/>. Acesso em: 12 nov, 2013.

CLARK, Elwood. **Avaliação econômica e financeira de projetos de irrigação.** Brasília: Bureau of Reclamation, 2002.

CONTADOR, C. **Projetos sociais:** avaliação e prática. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes T. A intervenção do estado do Ceará na atividade turística. In: Lima, Luiz Cruz (org.). **Da cidade ao campo:** a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: UECE, 1998. p. 356-381.

_____. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza.** São Paulo - SP: Annablume, 2006.

DANTAS JR, Anchieta; SOUSA, Sérgio de. Aeroporto de Aracati será ampliado para atender à Copa. **Jornal Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jul. 2013. Negócios. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=1287243>. Acesso em 03 jul. 2013.

DANTAS, Eustógio. Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará. In: **Mercator** - Revista de Geografia da UFC, ano 01, número 01, 2002.

_____. Imaginário social nordestino e Políticas de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, N° 22, pp. 09 - 30, 2007. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.geografia.fflch.usp.br%2Fpublicacoes%2FGeousp%2FGeousp22%2FArtigo_Eustogio.pdf&ei=ze2tUsLHL6TJsQTX3oHoBQ&usq=AFQjCNEJHDJcm9HGXPumylBnXiTazVgtOA. Acesso em: 02 out, 2013.

DEVOTOS rendem homenagens ao Santo Padroeiro. In: **Diário do Nordeste**, Caderno Regional. 2005. Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=231322>>. Acesso em: 02 out, 2013.

DIAS, Sergio Roberto, et al. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

DWEYER, Larry e FORYSTH, Peter. **International handbook on the economics of tourism**. Cheltenham: Edwar Elgar, 2006.

Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009 /IBGE, Coordenação de Contas Nacionais. In: Estudos e pesquisas. Informação econômica. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. 56 p.

EMBRATUR. **Estudo da demanda turística internacional 2005-2007**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008a.

_____. **Pesquisa do impacto econômico dos eventos internacionais realizados no Brasil – 2007/2008**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008b.

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **Estudo da demanda turística internacional**. 52 p, Ministério do Esporte e Turismo. Brasília. 1999. Disponível em: <http://www.braziltour.com/site/arquivos/dados_fatos/demanda%20turistica/EstudodaDemandaInternacional1999.pdf>. Acesso em: 20 ago, 2013.

EMCETUR. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <<http://emcetur.com.br/>>. Acesso em: 12 out. 2013.

ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO. **Instituições e Políticas Públicas de Turismo**. 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/INSTITUIxES_E_PO LxTICAS_PxBLICAS_DE_TURISMO.pdf>. Acesso em: 02 out, 2013.

EXAME. **Brasil é o sétimo colocado no mundo em casos de homicídios**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/brasil-e-o-setimo-colocado-no-mundo-em-casos-de-homicidios?page=1>>. Acesso em: 20 mar, 2014.

FERREIRA, P. Investimento em infraestrutura no Brasil: fatos estilizados e relações de longo prazo. In: **Pesquisa e Planejamento econômico**, IPEA, v. 28, n. 2, ago.

FRANÇA, F; MAVIGNIER C. e SOUSA NETO, J. M. **Análise da viabilidade econômico-financeira do Programa de Infraestrutura Municipal de Mossoró-RN** Mossoró: PMM, 2007.

_____; _____ & BARBOSA, A. A. **Análise da viabilidade econômico-financeira do Projeto de Reurbanização da Avenida Beira Mar, nos Bairros Praia de Iracema e Meireles**. Fortaleza: SEINF/PMF, 2007.

_____; _____ e SANTOS, Marcos. **Análise de viabilidade econômica da duplicação, adequação e melhoramento da Rodovia CE-040**. Fortaleza: SETUR-CE, 2009.

HORTENCIO, Paulo. Documento da INFRAERO apresentado na FIEC sobre a ampliação do Pinto Martins. Disponível em: <http://developmentissues.files.wordpress.com/2011/10/sbfz_1-2092011105628-paulo-hortencio-de-medeiros-neto-infraero.pdf>. Acesso em: 12 out, 2013.

INFRAERO. Vídeo sobre a Ampliação que tem início em Jun/2012, previsto de completar a primeira etapa até Dez/2013 e a segunda etapa (final) até 2016. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=KQISFOIS_ak>. Acesso em: 12 out, 2013.

IPECE – Instituto de Planejamento do Estado do Ceará. **Anuário Estatístico do Ceará**. Perfil Básico dos Municípios. 2008. Disponível em: <www.ipece.ce.gov.br>. Acesso em: 19 jul, 2013.

INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION. **Country and City Rankings Report**. 2011. Disponível em: <<http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1364>>. Acesso em: 19 jul, 2013.

LIM, Christine. A survey of tourism demand modeling practice: issues and implications. In: **International handbook on the economics of tourism**. Cheltenham: Edwar Elgar, 2006.

MT - Ministério do Turismo. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores**. 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/01estudos_indutores.html>. Acesso em: 12 out, 2013.

MT - Ministério do Turismo. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Destinos Indutores**. 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Competitividade.pdf>. Acesso em: 12 out, 2013.

NASCIMENTO, Nadjha Natascha de Sá. **O impacto da promoção governamental na imagem do destino turístico Ceará. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro**. 2008. Disponível em: <<http://ria.ua.pt/bitstream/10773/3715/1/240589.pdf>>. Acesso em: 02 out, 2013.

O GLOBO. In: **País**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/infograficos/mapa-da-violencia-estados/>>. Acesso em: 21 mar, 2014.

O POVO. PAIVA, Thiago. Os desafios da segurança pública no Ceará em 2014. In: **Jornal de Hoje** – Cotidiano. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2014/01/21/noticiasjornalcotidiano,3194108/o-desafio-da-seguranca-publica-no-ceara-em-2014.shtml>>. Acesso em: 21 mar, 2014.

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Tendências do Turismo Internacional: O mundo e as Américas**. 57 p. Conselho Executivo da OMT. Madrid, Espanha. 2001.

PLANO NACIONAL DE TURISMO/ 2013 – 2016. **O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/conselhonacional/documentos_conselho/Apresentacao_PNT.pdf>. Acesso em: 12 jul, 2013.

PISCITELLI, Adriana. **Sexo tropical em um país europeu:** migração de brasileiras para a Itália no marco do “turismo sexual” internacional. In: Estudos Feministas, Florianópolis, 15(3): 336. UNICAMP, set-dez/2007.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. **Proposta para o Centro de Convenções em Fortaleza.** SETUR.CE, 2001. 133 p.

RIOCENTRO. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <<http://www.riocentro.com.br/canal/?o-riocentro/2681/quem-somos/>>. Acesso em: 12 out, 2013.

ROGERS, Tony. **Conferences and conventions: a global industry.** Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.

SETUR. CE. **Projeto básico do CEC.** Fortaleza: 2008a.

_____. **Carta consulta ao BNDES:** financiamento do Pavilhão Multiuso do Ceará. Fortaleza: 2008b.

_____. **Edital de licitação do Pavilhão Multiuso do Ceará.** Fortaleza: 2008c.

SETUR - Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste/ **PRODETUR.** 2008. Disponível em: <http://www.setur.ce.gov.br/setur/prodetur_1.jsp>. Acesso em: 19 jul, 2013.

SETUR/PE. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <<http://www.empetur.com.br/web/setur/>>. Acesso em: 12 OUT, 2013.

SMITH, Roberto e NOGUEIRA, Sérgio V. B. ACEP. **O Centro Multifuncional de Feiras e Convenções de Fortaleza e o mercado de eventos.** Fortaleza: SETUR. CE, 2001. 56 p.

SOLHA, Karina Toledo. **Divulgação de Imagens Turísticas.** O exemplo de Porto Seguro (Bahia). Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade de São Paulo. 1999.

SPTURIS - São Paulo Turismo S/A. Site oficial. Mice. Disponível em: <http://www.spturis.com/v7/index.php>>. Acesso em: 02 out, 2013.

TEIXEIRA, Ma. Do S. Gondim, CASTELAR, I. L, SOARES, F. A. Impactos de gastos turísticos sobre o produto, renda e emprego usando a matriz de insumo produto estadual. Fortaleza: CAEN/UFC, 1998.

UBRAFE. **Apresentação da União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE.** São Paulo: 2009. Disponível em: <<http://www.ubrafe.org.br/port>>. Acesso em: 19 jul, 2013.

VALE, Naara. O dia em que o cearense vaiou o sol. In: **O Povo Online.** 2013. Disponível em: <http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaarte/2012/01/30/noticiasjornalvidaarte,2775144o-dia-em-que-o-cearense-vaiou-o-sol.shtml>. Acesso em: 02 out, 2013.

ANEXOS

ANEXO A – Formulário de solicitação de Eventos 2012

PAUTA PARA CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ – 2012

Meses	Tipologia	Origem	Público
Junho			17.000
Art Musical Festival - Show Janiffer Lopez/Ivete Sangalo	Sócio-Cultural	Local	17.000
Agosto			9.000
15º Congresso Brasileiro dos Conselhos de Enfermagem	Congresso	Nacional	9.000
Apresentação Plácido Domingo	Sócio-Cultural	Local	3.000
Giro Cultural	Sócio-Cultural	Local	4500
Setembro			63.000
Workshop Fernando Torquatto	Seminário	Local	300
Top Móvel – Feira de Móveis	Feira	Regional	20.000
IV Congresso Internacional de Odontologia	Congresso	Internacional	3.500
Frutal	Feira	Local	5.000
Miss Brasil	Sócio-Cultural	Nacional	2.200
Salão Imobiliário	Feira	Local	1.500
Pet Show	Feira	Local	2.500
Feira do Empreendedor	Feira	Nacional	28.000
Outubro			59.000
Fortaleza Fashion Week	Feira	Nacional	1.500
Show Infantil Patati Patatá	Sócio-Cultural	Local	2.000
Seminário Augusto Cury	Seminário	Local	1.500
XIX Congresso Brasileiro de Cancerologia	Congresso	Nacional	4.000
Expo pavimentação	Feira	Local	5.000
Recicla Nordeste	Feira	Regional	5.000
Encontro da Beleza	Feira	Local	40.000
Novembro			687.200
Congresso de Medicina Intensiva	Congresso	Nacional	4.000
Lançamento Programa 2º Tempo - Secretaria dos Esportes	Seminário	Local	1.000
Mitsubishi	Feira	Nacional	2.000
Congresso Gestão Pública	Congresso	Local	400
Convenção Jotujé	Encontro	Local	400
Show Preta Gil	Sócio-Cultural	Local	3.000
Eleição OAB	Encontro	Local	12.000
XI Semana Brasileira do Aparelho Digestivo Congresso	Congresso	Nacional	400
X Bienal Internacional do Livro	Feira	Internacional	660.000
Evento MERCOSUL/Ministros	Encontro	Internacional	1.000
Show Os Melhores do Mundo	Sócio-Cultural	Local	3.000
Dezembro			28.000
Seu Filho na TV (Óticas Diniz)	Sócio-Cultural	Local	500
Fórum de Jovens Lideranças Empresariais	Seminário	Local	500
Festa Zé do Egito	Sócio-Cultural	Local	500
Igreja Adventista 7º Dia	Seminário	Local	500

Método CIS - Paulo Vieira	Seminário	Local	500
Lançamento Uniforme Ceara Sport Clube	Encontro	Local	500
Show Maria Betânia	Sócio-Cultural	Local	2.500
Kaiser Fest	Sócio-Cultural	Local	21.000
Entrega Selo UNICEF	Sócio-Cultural	Local	1.500
Total Geral para 2012			870.700

ANEXO B – Formulário de solicitação de Eventos 2013

PAUTA PARA CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ – 2013

Meses/Evento	Tipologia	Origem	Publico estimado	Porte
Janeiro			44.300	
Sana fest 2013	Feira	Nacional	32.000	Grande
Verão crente gospel	Sociocultural	Local	6.000	Grande
Posse da diretoria oab	Sociocultural	Local	3.000	Grande
Unimed	Seminários	Local	1.200	Médio
Aprece -seminário novos gestores	Seminários	Local	1.100	Médio
Cerapió	Sociocultural	Regional	500	Médio
Sinedori-ce	Seminários	Local	250	Pequeno
Ceará pão - lançamento	Sociocultural	Local	200	Pequeno
Reunião planejamento -trade	Encontro	Local	50	Pequeno
Fevereiro			3.570	
Colação grau estacio/fic	Sociocultural	Local	3.500	Grande
Evento governador cdl	Sociocultural	Local	70	Pequeno
Março			13.100	
All about energy	Feira	Internacional	7.000	Grande
Encerramento e posse dos inspetores policia civil	Encontro	Local	2.000	Grande
Lazy town	Sociocultural	Local	2.000	Grande
Metodo cis	Seminários	Local	1.000	Médio
Pin br mania	Seminários	Regional	1.000	Médio
Reunião abad	Encontro	Internacional	100	Pequeno
Abril			58.950	
Arena pop	Sociocultural	Local	30.000	Grande
Bazar la boutique	Feira	Local	13.000	Grande
Show caetano veloso	Sociocultural	Local	3.000	Grande
Banco do brasil	Seminários	Nacional	2.500	Grande
Convenção beach park	Seminários	Local	2.000	Médio
Luxo de festa	Feira	Regional	2.000	Grande
Colação de grau formatura unip	Sociocultural	Local	1.500	Médio
Presidente dilma	Encontro	Nacional	1.200	Médio
Policia civil	Encontro	Local	1.000	Médio
Secretaria dos esportes	Seminários	Local	800	Médio
Seminário dos prefeitos do ceará	Seminários	Local	400	Pequeno
Esporte na minha cidade	Encontro	Local	300	Pequeno
Encontro segurança secopa	Encontro	Local	300	Pequeno
Audição de bandas	Encontro	Local	300	Pequeno
Ministério da justiça	Seminários	Nacional	250	Pequeno
Lançamento fenin	Encontro	Nacional	200	Pequeno

Reunião jotujé	Encontro	Local	200	Pequeno
Maio			50.300	
Feirão caixa econômica	Feira	Local	20.000	Grande
Encontro de mulheres pague menos	Feira	Nacional	12.000	Grande
Congresso brasileiro de psicologia	Congresso	Nacional	7.500	Grande
Encontro de casais com cristo	Sociocultural	Local	3.200	Grande
Fenim -feira da moda	Feira	Nacional	2.000	Grande
Dias branco	Encontro	Local	1.500	Médio
Escola saude publica	Seminários	Local	1.000	Médio
Cress -ce	Congresso	Local	900	Pequeno
Posse da pefoce	Encontro	Local	600	Pequeno
Metodo cis	Seminários	Local	600	Pequeno
Palestra gracon	Encontro	Local	500	Pequeno
Sindipostos	Seminários	Local	200	Pequeno
Dia do defensor publico	Encontros	Local	150	Pequeno
Defensoria/bombeiros	Encontro	Local	100	Pequeno
Encontro abad	Feira	Internacional	50	Pequeno
Julho			90.200	
Sana	Feira	Nacional	32.000	Grande
Feira internacional de artesanato	Feira	Internacional	30.000	Grande
Conferencia municipal de educação	Encontros	Local	15.000	Grande
Expoevangélica	Feira	Regional	4.000	Grande
Presidente dilma - pronatec	Encontros	Nacional	3.000	Grande
Festa de formatura medicina unifor	Sociocultural	Local	3.000	Grande
Programa mais medicos	Encontro	Local	1.000	Médio
Feirão redecarr	Feira	Regional	1.000	Médio
Solenidade dia do comerciante	Encontro	Local	600	Pequeno
Metodo cis	Seminários	Local	600	Pequeno
Agosto			91.650	
Abad	Feira	Internacional	30.000	Grande
Abad	Feira	Internacional	30.000	Grande
Maquintex	Feira	Nacional	20.000	Grande
Palestra divaldo franco	Seminários	Regional	4.000	Grande
Congresso de regulação	Congresso	Nacional	2.000	Grande
Ceará pão	Feira	Regional	2.000	Grande
Qualidade de vida e prática profissional	Encontro	Local	1.150	Médio
Monavie	Seminários	Regional	1.000	Médio
Integra brasil	Seminários	Nacional	800	Pequeno
Xix congresso cearense de cardiologia	Congresso	Nacional	600	Pequeno
Curso de brigadista	Seminários	Local	100	Pequeno
Setembro			137.400	
Lookbook 2013	Feira	Nacional	30.000	Grande
Pecnordeste	Feira	Regional	30.000	Grande
Frutal	Feira	Nacional	30.000	Grande
Nordeste pret a porter	Feira	Regional	15.000	Grande
Fican - semana de negócios da moda	Feira	Nacional	15.000	Grande
Gal costa	Sociocultural	Local	4.000	Grande
Congresso brasileiro de infectologia	Congresso	Nacional	3.000	Grande
Ecomex	Seminários	Nacional	3.000	Grande
Umceb	Congresso	Regional	2.000	Grande
Palestra unip	Seminários	Local	1.500	Médio
Conferencia estadual de educação	Sociocultural	Local	1.100	Médio

Almoço umceb dallas	Encontro	Nacional	1.000	Médio
Palestra agosto cury	Seminários	Local	1.000	Médio
Solenidade policia civil	Encontro	Local	500	Pequeno
Bradesco	Seminários	Nacional	300	Pequeno
Outubro			79.300	
Encontro regional da beleza	Feira	Regional	35.000	Grande
Expoconstruir	Feira	Nacional	10.000	Grande
Fenóptica	Feira	Nacional	8.000	Grande
Fortaleza fashion week	Feira	Nacional	6.000	Grande
Congresso de fisioterapia	Congresso	Nacional	5.000	Grande
Signs nordeste	Feira	Nacional	5.000	Grande
Simc - salão imobiliário	Feira	Local	3.000	Grande
Universo estacio	Seminários	Local	3.000	Grande
Enic	Seminários	Nacional	2.000	Médio
Forum iep	Encontros	Local	2.000	Médio
151ª reunião da confaz	Sociocultural	Nacional	300	Pequeno
Novembro			134.350	
Bazar la boutique	Feira	Local	30.000	Grande
Feira de emprego do ceará	Feira	Regional	30.000	Grande
Salão gestantes e bebes	Feira	Local	20.000	Grande
Art music festival	Sociocultural	Local	10.000	Grande
Avec -vitoria em cristo	Congresso	Nacional	10.000	Grande
Encontro internacional sobre natureza 02	Feira	Internacional	9.000	Grande
Formatura policia militar	Encontro	Local	6.000	Grande
Spaace	Encontro	Local	6.000	Grande
Reunião forever living	Seminários	Nacional	2.000	Médio
Seminário sep logística	Seminários	Nacional	2.000	Médio
Congresso brasileiro de doenças cerebrovascul	Congresso	Nacional	1.500	Médio
Festa antares	Sociocultural	Local	1.500	Médio
Congresso gestão publica	Encontros	Local	1.000	Médio
Palestra unip	Seminários	Local	1.000	Médio
Educação popular sus	Encontros	Nacional	1.000	Médio
Xiii congresso consems	Congresso	Nacional	1.000	Médio
Encontro de lideres banco central	Seminários	Nacional	800	Pequeno
Dia damásio fortaleza	Seminários	Nacional	700	Pequeno
Inova	Seminários	Nacional	500	Pequeno
Zona cyber	Seminários	Local	350	Pequeno
Dezembro			62.900	
Kaiserfest	Sociocultural	Local	30.000	Grande
Auto show	Feira	Nacional	10.000	Grande
Lançamento alfaville	Seminários	Regional	10.000	Grande
Confraternização festa unimed	Sociocultural	Local	4.000	Grande
Balet monica luiza	Sociocultural	Local	2.000	Médio
Ballet michele borges	Sociocultural	Local	2.000	Médio
3º festival dos cães	Feira	Local	1.200	Médio
Presentação trabalhos unifor	Encontro	Local	1.000	Médio
Formatura unichristus	Sociocultural	Local	800	Pequeno
Dia damásio fortaleza	Seminários	Local	700	Pequeno
Selo tcm	Encontro	Local	600	Pequeno
Confraternização idibra	Encontros	Local	600	Pequeno
Total Geral 2013			766.020	

ANEXO C – Regiões, Municípios e Segmentação Turística do Ceará

Regiões / Municípios	Segmentos									
	1. Sol e Praias	2. Eventos	3. Ecológico	4. Cultural	5. Esporte e Aventura	6. Religioso	7. Científico	8. Rural	9. Negócios	10. Outros
Fortaleza/Região Metropolitana										
1. Fortaleza	•	•	•	•	•		•		•	•
2. Euzébio				•				•		
3. Chorozinho				•		•				
4. Maracanaú									•	
5. Pacajus				•				•	•	
Vale do Jaguaribe										
6. Alto Santo				•						
7. Jaguaribe				•					•	
8. Limoeiro do Norte				•						
9. Morada Nova				•					•	•
10. Jaguaribara				•				•	•	•
11. Pereiro				•						
12. Russas				•						•
13. São J. Jaguaribe				•						
14. Tabuleiro do Norte				•		•				•
Cariri										
15. Araripe		•	•	•	•			•		•
16. Assaré		•		•						

Regiões / Municípios	1. Sol e Praias	2. Eventos	3. Ecológico	4. Cultural	5. Esporte e Aventura	6. Religioso	7. Científico	8. Rural	9. Negócios	10. Outros
17. Aurora		•		•				•		
18. Barbalha		•	•	•				•		•
19. Campos Sales		•		•				•		
20. Crato		•		•	•	•	•	•	•	•
21. Jardim		•	•		•			•		
22. Juazeiro do Norte		•		•		•		•	•	•
23. Missão Velha		•	•	•	•			•		
24. Nova Olinda		•	•	•	•			•		
25. Santana do Cariri		•	•	•		•	•	•		
Ibiapaba										
26. Carnaubal			•	•	•			•		
27. Croata			•	•				•		
28. Guaraciaba do Norte			•	•	•			•	•	
29. Ibiapina			•	•	•			•	•	
30. Ipú			•	•				•		
31. São Benedito			•	•				•	•	
32. Tianguá		•	•	•	•			•	•	
33. Ubajara		•	•	•	•			•		
34. Viçosa do Ceará		•	•	•	•			•		
Litoral Extremo Oeste										
35. Barroquinha	•		•		•					
36. Camocim	•	•	•	•	•			•	•	•
37. Chaval	•		•		•					
38. Cruz	•		•		•					
39. Granja			•	•	•			•		
40. Jijoca de Jericoacoara	•		•		•					•
Litoral Leste										
41. Aquiraz	•	•	•	•	•				•	

Regiões / Municípios	Segmentos									
	1. Sol e Praias	2. Eventos	3. Ecológico	4. Cultural	5. Esporte e Aventura	6. Religioso	7. Científico	8. Rural	9. Negócios	10. Outros
42. Aracati	•	•	•	•	•				•	
43. Beberibe	•	•	•		•				•	
44. Cascavel	•	•	•		•				•	
45. Fortim	•	•	•							
46. Icapuí	•	•	•							
47. Pindoretama								•		
Serra Baturité / Aratanha										
48. Aratuba			•	•	•			•		
49. Baturité		•	•	•	•	•		•	•	
50. Caridade			•	•		•				
51. Guaiúba			•	•	•			•		
52. Guaramiranga		•	•	•	•					
53. Itapiuna										
54. Maranguape		•	•	•	•			•	•	
55. Mulungu			•	•	•				•	
56. Pacatuba			•	•	•			•	•	
57. Pacoti			•	•	•			•		
58. Redenção			•	•	•			•		
Sertão Central										
59. Banabuiú			•		•			•		
60. Canindé			•	•	•	•		•		
61. Itatira			•		•			•		
62. Pedra Branca			•					•		
63. Quixadá			•	•	•	•		•	•	
64. Quixeramobim			•	•	•	•		•	•	
65. Senador Pompeu			•	•	•			•		
Sertão dos Inhamuns										
66. Auiaba				•						

Regiões / Municípios	Segmentos									
	1. Sol e Praias	2. Eventos	3. Ecológico	4. Cultural	5. Esporte e Aventura	6. Religioso	7. Científico	8. Rural	9. Negócios	10. Outros
67. Crateús				•	•				•	
68. Independência				•						
69. Itaporanga				•						
70. Nova Russas				•						
71. Parambu				•						
72. Poranga				•						
73. Tauá			•	•	•		•	•	•	
Vale do Acaraú										
74. Massapé			•	•					•	
75. Meruoca		•	•	•	•	•			•	
76. Sobral		•	•	•			•	•		
77. Forquilha		•	•	•			•	•		
Vale do Salgado										
78. Cedro		•		•		•				•
79. Iço		•		•		•				•
80. Iguatu		•		•		•			•	•
81. Orós		•	•	•	•	•				•
82. Várzea Alegre		•		•		•				•
83. Quixelô		•		•		•				•
Litoral Oeste / Vale do Curu										
84. Acaraú	•		•					•	•	
85. Amontada	•		•							
86. Caucaia	•		•							
87. Itapajé			•		•			•		
88. Itapipoca	•		•		•			•		
89. Itarema	•							•		
90. Paracuru	•							•	•	
91. Paraipaba	•							•	•	

Regiões / Municípios	1. Sol e Praias	2. Eventos	3. Ecológico	4. Cultural	5. Esporte e Aventura	6. Religioso	7. Científico	8. Rural	9. Negócios	10. Outros
92. Pentecoste			•		•					
93. São Gonçalo Amarante	•	•								
94. Tejuçuoca			•		•			•		
95. Trairi	•	•	•		•				•	
96. Uruburetama			•					•		