

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIAS E CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**A EVOLUÇÃO DO SETOR TURÍSTICO NO
ESTADO DO CEARÁ**

LAERTE BRAGA BASTOS

ORIENTADOR: FRANCISCO DE ASSIS SOARES

FORTALEZA/1997

**A EVOLUÇÃO DO SETOR TURÍSTICO NO
ESTADO DO CEARÁ**

LAERTE BRAGA BASTOS

Monografia submetida à coordenação do curso de Economia da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

FORTALEZA/1997

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Graduação em Economia, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em de Bacharel em Ciências Econômicas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará-UFC.

Laerte Braga Bastos

Profº Francisco de Assis Soares
ORIENTADOR

Profº Luiz Ivan de Melo Castelar

Profº Flávio Ataliba F. D. Barreto

Monografia aprovada em 25 de novembro de 1997.

Aos meus pais, à minha mulher e ao meu
filho.

RESUMO

O turismo tem-se tornado uma das principais alternativas econômicas para o desenvolvimento sócio-econômico de algumas localidades. Isto é verdade, na medida em que este setor é altamente gerador de renda e conseqüentemente gerador de emprego e receitas tributárias.

O Estado do Ceará apesar de possuir, por natureza, um imenso potencial turístico, ou seja, uma costa litorânea de 573 km com praias possuindo características próprias, serras, centros religiosos, artesanato etc., não havia se dado conta da importância do setor turístico como umas das alternativas para solucionar seus graves problemas econômicos e sociais.

Só a partir de meados da década de 70 é que o Estado passou a explorá-lo economicamente. No entanto, o Estado carecia de infra-estrutura básica, enfrentava problemas institucionais e de mão-de-obra qualificada.

A partir de 1987 o Estado iniciou uma verdadeira política para a exploração desta atividade econômica, sobretudo quando criou uma nova concepção em relação a sua exploração, quando esta passou a ser empregada em moldes empresariais.

A partir de então, o Estado passou a intervir de forma impulsionadora para a alavancagem do setor turístico, dando suporte na parte de infra-estrutura e institucional, com a criação de vários projetos e programas. O engajamento da iniciativa privada, agindo de forma criativa e eficiente, ampliou a capacidade de crescimento deste setor.

Hoje, com programas ainda em andamento, já se percebe, mesmo que timidamente, a evolução na demanda turística do Estado. Do lado da oferta, esta evoluiu satisfatoriamente graças a intervenção estatal e a iniciativa privada.

No que se refere a geração de renda tem-se percebido o seu crescente aumento. Já em relação à geração de emprego sugere-se que este também tenha aumentado, mas não há dados estatísticos seguros.

SUMÁRIO

Introdução	01
1. Turismo: Uma Conceituação	03
1.1. O Que é Turismo	03
1.1.1. Uma Definição do Turismo	04
1.2. Considerações Gerais para a Promoção do Turismo.....	04
1.2.1. Potencialidade Turística	04
1.2.2. Motivação	05
1.2.3. Permanência.....	05
2. O Turismo no Estado do Ceará.....	07
2.1. Potencialidades Turísticas do Estado	07
2.1.1. Atrativos Culturais/Históricos	07
A. Arquitetura Antiga	08
B. Artesanato	08
C. Culinária	10
D. Folguedos Populares.....	11
E. Eventos	11
2.1.2. Distribuição dos Espaços Turísticos.....	12
A. Litoral	12
B. Serras	12
2.2. Políticas para o Setor Turístico Estadual no Período 1971-1986	13
2.3. Políticas para o Setor Turístico Estadual no Período 1987-1996	18

2.3.1. Considerações.....	18
2.3.2. Período 1987-1991.....	20
2.3.3. Período 1991-1994.....	25
2.3.4. Atual Governo (1995-1998).....	26
3. Oferta e Demanda Turísticas no Ceará.....	33
3.1. Oferta Turística.....	33
3.1.1. Definição.....	33
3.1.2. Classificação.....	33
3.1.3. Síntese da Oferta Turística no Ceará.....	35
3.2. Demanda Turística.....	37
3.2.1. Definição.....	37
3.2.2. Demanda Turística no Estado do Ceará.....	37
3.2.3. Perfil do Turista que visita o Ceará.....	40
4. A Importância sócio-econômica do Turismo para o Ceará com ênfase para a geração de renda.....	44
4.1. Estimativa da Receita Turística no Ceará 1991/1996.....	45
Conclusão.....	51
Bibliografia.....	53

INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade em ascensão na moderna sociedade industrial, tendo-se tornado, nas últimas décadas uma atividade na qual se engajam milhares de pessoas em todo o mundo. Para se ter uma idéia, em cada quinze pessoas empregadas, em todo o planeta, uma está trabalhando na atividade turística (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT). Ele passou a ocupar uma presença marcante nas relações econômicas internacionais, devendo, segundo previsões abalizadas pela OMT, vir a se converter num dos mais importantes setores em termos de geração de receita e de oferta de empregos no próximo século.

Na verdade, o turismo tem sido, para alguns países ou regiões, o elemento propulsor fundamental do seu progresso como, por exemplo: Bahamas, Bermudas, Jamaica, Kênia, etc. Salientando, ainda, os países que têm o turismo como o principal responsável pelo seu Produto Interno Bruto (PIB), como é o caso da Espanha. Em países com a economia em desenvolvimento, como é a situação do Brasil, o impacto é ainda maior, pois esses países são predominantemente receptores.

No Estado do Ceará, o turismo, como atividade econômica significativa, é relativamente recente, tendo-se iniciado a exploração em bases comerciais a partir de meados da década de 70. E, a partir de então, observando a trajetória do turismo até recentemente, constata-se que o potencial turístico do Estado ainda está pouco explorado, de modo que há amplas possibilidades de aproveitamento do mesmo por parte do setor público e do "Trade Turístico".

Nesse sentido, o que me motivou a fazer este trabalho, foi a carência de políticas agressivas direcionadas ao setor turístico, conhecidos os atrativos naturais e culturais/históricos de que dispõe o nosso Estado. Concentramos o estudo sobretudo no período 1987-1996, pois foi a partir de 1987, que o turismo em nosso Estado passou a ser implementado em moldes empresariais.

Para uma melhor compreensão do trabalho, este foi dividido em quatro capítulos. No primeiro capítulo faremos uma conceituação do turismo. No segundo capítulo, veremos as potencialidades turísticas do Estado com suas respectivas limitações e ainda uma descrição das políticas para o setor turístico com maior ênfase para o período 1987-1996. No terceiro capítulo uma descrição das oferta e demanda turísticas do Estado. Por fim, no quarto capítulo falaremos sobre a importância sócio-econômica do turismo no Ceará com ênfase para a geração de renda.

1 TURISMO: UMA CONCEITUAÇÃO

1.1 O Que é Turismo

A palavra turismo apareceu na língua inglesa no começo do século XIV e a palavra “tour” estava mais associada à idéia de viagem, de peregrinação ou circuito como na casa dos “tours teatrais”, do que com a idéia do indivíduo estar temporariamente fora de seu lar com o propósito de lazer.

Antes da revolução industrial as viagens eram feitas por motivos de trabalho ou oficiais e raramente por motivos particulares.

No início do século XVI começaram as viagens de estudo e por curiosidade sobre o modo de vida de habitantes de outras partes do país e até do estrangeiro.

No século XVIII tem-se o início das viagens à procura de estâncias balneárias hidrominerais, em busca de supostas curas através da água mineral ou do mar, as quais com o tempo foram se transformando em viagens de entretenimento.

Após a Revolução Industrial da Inglaterra são traçados os destinos do turismo moderno e com a vinda do século XX, o turismo passa a progredir de forma nunca visto antes, consolidando-se de vez como uma das alternativas de desenvolvimento econômico a vários países, inclusive o Brasil.

Mesmo enfrentando alguns obstáculos (I Guerra Mundial, Grande Depressão de 30 e II Guerra Mundial), percebe-se que o turismo vem se desenvolvendo a passos largos neste século. Sobretudo em torno de 1950, com as conquistas sociais, como as leis trabalhistas, as férias remuneradas e os ganhos de

produtividade, que proporcionaram um aumento e uma melhor distribuição de renda, refletindo-se no crescimento do setor.

Outros setores também desenvolveram-se, como as estradas e a construção civil, promovendo e facilitando o desenvolvimento do turismo como atividade econômica.

1.1.1 Uma definição de Turismo

A EMBRATUR (1992) define o Turismo como sendo “uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações (compra e venda de bens e serviços turísticos) efetuados entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que se têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local da visita”.

1.2 Considerações Gerais para a Promoção do Turismo

1.2.1 Potencialidade Turística

Para promover o turismo de um determinado local é necessário que se tenha conhecimento de sua potencialidade turística. Mas além desse conhecimento completo para sua ótima exploração, é necessário que se ofereça um produto turístico de qualidade para que o turista se torne fiel e propagador da oferta turística local. Caso contrário, o turista se tornará um agente propagador de forma negativa, demonstrando insatisfação com o produto (cidade), deixando de atraí-lo e causando prejuízos irreparáveis para a comunidade.

1.2.2 Motivação

Segundo CÁRDENAS (1986), “em termos gerais, o turismo se realiza por prazer, por estudo, por descanso, por contemplação e apreciação de curiosidade e belezas naturais, por motivos de saúde, por devoção, por desejo de desfrutar de alimentos e bebidas desconhecidas”. Daí, percebe-se que devem existir motivações para que os deslocamentos aconteçam. Essas motivações são os chamados atrativos turísticos, e elas se constituem no produto que é vendido e comercializado no mercado turístico.

Assim, a motivação é a mola propulsora do turismo e tem origem na oferta turística e nas necessidades dos consumidores em potencial. É natural que cada usuário tenha um motivo para a compra, motivo consciente e inconsciente, mas real, que pode vir a ser classificado como motivação.

Contudo, cabe ao núcleo receptor oferecer exatamente o que o usuário potencial quer encontrar.

1.2.3 Permanência

Quando falamos em permanência queremos nos referir ao tempo em que o turista fica presente no local visitado. É o tempo, ou ainda o número de dias que o turista passa em cada local, estado ou país. A permanência envolve os bens e serviços necessários, porque nesse período ele desenvolve atividades e utiliza os meios de hospedagem, os restaurantes, casas de espetáculos, visita aos atrativos no local, percebendo a partir daí, os níveis de aproveitamento do espaço turístico bem como a qualidade dos serviços prestados.

Salientando que o turismo é uma atividade que deve ser exercida de maneira eficiente e procurando sempre ofertar ao turista aquilo que ele deseja encontrar.

2 O TURISMO NO ESTADO DO CEARÁ

As atividades turísticas no Ceará vêm registrando, nos últimos anos, sensível incremento, firmando-se como um setor de crescente importância na economia estadual, contribuindo diretamente para a geração adicional de renda, emprego e tributos e, indiretamente, via efeitos multiplicadores para a dinamização dos segmentos inter-relacionados e o surgimento de novas oportunidades de negócios e de investimentos.

Para o aproveitamento do potencial turístico do Estado concorreram, nos últimos nove anos, “não apenas as políticas de promoção do turismo por parte do governo do Estado, mas também o próprio engajamento e iniciativa do setor privado, que vem explorando de forma criativa as possibilidades existentes de desenvolvimento do turismo, investindo e fazendo parcerias para a instalação de novos projetos e, assim, apostando na factibilidade de uma opção turística como uma das alternativas econômicas do Ceará” (IPLANCE, 1996).

Nos tópicos a seguir, mostraremos as potencialidades turísticas do Estado e suas limitações, as políticas governamentais direcionadas ao setor turístico no período 1987/1996 e fazemos ainda, uma breve explanação das políticas anteriores a este período.

2.1 Potencialidades Turísticas do Estado

2.1.1 Atrativos Culturais/Históricos

A. *Arquitetura Antiga**

A arquitetura antiga do Ceará procede do século XIX. Quando já se encerrará o ciclo barroco. Evidencia, além de raros elementos dessa fase, um caráter popular, utilitário e ecológico, reduzida ao essencial, condicionado às parcas disponibilidades financeiras e sempre erguida com o emprego de técnicas imprevistas e materiais de construção locais, como a carnaúba, a pedra solta nos muros dos currais, o entaipamento sobre cercas de faxina, o couro nas dobradiças e nas amarrações das madeiras, o tijolo branco de diatomita, achatados, antitérmicos. Esse é o comumente testemunho material que se encontrará no litoral, nos vales ou sertões - nas casas de fazenda, nos engenhos de rapadura, nas velhas casas de câmara e cadeia, nas pequenas capelas rurais, nas igrejas, nos mercados, nos sobrados urbanos. As novas técnicas e algum material importado só foram surgir, em Fortaleza, ao se encerrar o século XIX. É o caso do Teatro José de Alencar, considerado o mais importante conjunto arquitetônico da capital, constituído de impressionante estrutura metálica desenhada em arquitetura eclética, e toda construída em aço e ferro.

Ressalte-se ainda o acervo arquitetônico que singulariza algumas cidades como Icó, Aracati, Aquiráz e Sobral, constituem-se num valioso patrimônio histórico-cultural.

B. *Artesanato**

A imagem do Ceará está para sempre ligada à figura da mulher rendeira. A renda, também conhecida por renda-de-bilro ou renda da terra, é uma atividade exercida por mulheres nas comunidades interioranas e sua produção está distribuída principalmente na faixa litorânea. O labirinto foi introduzido no Brasil pelo povoador

português. É também conhecido pelo nome de Crivo e vem do latim Cribum, que quer dizer peneira. O labirinto é encontrado nas praias cearenses praticado por mulheres de jangadeiros, principalmente na região de Aracati, Beberibe, Cascavel e Fortaleza. O artesanato da cestaria e do trançado no Ceará é denominado pelo emprego da palha de carnaúba, do bambu e do cipó para a confecção dos mais variados objetos, tais como: chapéus, bolsas, cestas, etc. Os núcleos produtores mais destacados estão nos municípios de Sobral, Russas, Limoeiro do Norte, Jaguaruana, Aracati, Massapê, Cratêus, Baturité e Camocim. A cerâmica cearense, de influência portuguesa, indígena e africana, se presta para fins utilitário, decorativo e lúdico. Além de Fortaleza, os centros mais representativos são Cascavel, Ipú e Juazeiro do Norte.

O Ceará possui uma antiga tradição de artigos artesanais feitos em couro. A significativa participação da pecuária e da exportação de couros na nossa economia explica a rica variedade de peças artesanais produzidas com este material. Os principais núcleos produtores são: Fortaleza, Jaguaribe e Juazeiro do Norte.

O artesanato têxtil do Estado tem como principal característica a produção de redes maciçamente localizadas no municípios de Fortaleza e Jaguaruana.

O artesanato de metal abrange diferentes ramos, tais como: lataria, ferraria, serralharia e cutelaria. No artesanato de madeira, o Ceará destaca-se na fabricação de móveis de todos os tipos. Em Barbalha existe o artesanato ligado a maquinaria de engenhos de cana. Os escultores e talhadores em madeira estão concentrados em grande parte na capital cearense. No artesanato de artes gráficas, a mais importante contribuição artística do Ceará é a xilogravura para ilustração de capas de folhetos de cordel. A religião no Ceará tem profundas ligações com o

artesanato e os imaginários são uma prova concreta da paixão do povo por suas crenças e seus santos, retratados pelas imagens de ex-votos. Dois centros se destacam como locais de veneração místico-religiosa, Juazeiro do Norte e Canindé.

*C. Culinária**

A culinária cearense baseia-se, fundamentalmente, na pesca e algumas culturas agrícolas. Da pesca sobrevivem a lagosta, as inúmeras variedades de peixe, o camarão, o caranguejo e pratos como a peixada, o camarão ensopado e à alho e óleo, o caranguejo cozido, as patinhas à milanesa e o casquinho recheado, dentre outros. Da produção agrícola destacam-se a macaxeira, a batata-doce, o coco e o milho, responsáveis pelos bolos, cuscuz, mungunzá, canjica, pamonha, pé-de-moleque e o próprio milho cozido ou assado. O feijão e o arroz oferecem um dos pratos mais típicos da região, o baião-de-dois com manteiga e queijo da terra. Da cana-de-açúcar o seu nutritivo caldo, a popular rapadura, mas é a cachaça o seu principal produto degustativo, apresentado sob rótulos de marcas já nacionalmente famosas. A carne seca, herança do ciclo do couro, é aproveitada no preparo da paçoca, batida no pilão com farinha de mandioca e, assada, acompanhada o baião-de-dois. A panelada, a buchada, o sarrabulho ou sarapatel são exemplos de pratos salgados difundidos no Estado. Das frutas tropicais, caju, mamão, coco, manga, goiaba, maracujá, graviola, abacate, jaca, sapoti, murici, cajá, são elaborados doces, sucos e sorvetes. E, ainda, como subprodutos do caju, ressalte-se a cajuína e a castanha, industrializada ou de produção caseira.

D. *Folgedos Populares**

As manifestações folclóricas do Estado tiveram influência das distintas colonizações e são resultantes da fusão cultural das raças européias, indígena e africana. Dentre os folgedos populares existentes no Ceará, os mais expressivos são:

- ✓ Bumba-meu-boi;
- ✓ Pastoril;
- ✓ Reisado;
- ✓ Caninha Verde;
- ✓ Coco de Praia;
- ✓ Maneiro Pau;
- ✓ Tiração de Reis;
- ✓ Banda Cabaçal;
- ✓ Violeiros, Cantores e Emboladores.

E. *Eventos**

Vários eventos são realizados durante todo o ano, como as Quadrilhas Juninas, a Regata de Jangadas Dragão do Mar em Fortaleza, as Regatas de Jangadas em vários municípios como Aracati, Paracuru e outros, as Vaquejadas do Crato e Juazeiro do Norte, a Feira de Exposição Agropecuária e os vários congressos e feiras que são realizados no Centro de Convenções em Fortaleza.

* Os textos com os títulos em negrito/italico foram extraídos do Manual de Informações Turísticas da CODITUR.

2.1.2 Distribuição dos Espaços Turísticos

A. Litoral*

Das praias de Camocim até o município de Aracati, no extremo leste do Estado, estendem-se 573 km de costa. Um de seus aspectos mais marcantes é a regularidade costeira, quebrada apenas por tímidas pontas, pequenas e tranqüilas enseadas e pelas estreitas fazes dos rios. Na beira mar uma brisa constante, caracterização expressiva do litoral cearense, importante fator moderador das condições climáticas. É banhada por águas de tonalidade verde azulada e de temperatura que oscila entre 25 e 28°, sem falar na pureza das fontes de água doce à beira mar. O litoral cearense apresenta uma seqüência de praias, ora primitivas, ora com razoável infra-estrutura e equipamentos de apoio ao turismo. Fortaleza, Prainha, Iguape, Iparana, Icarai e Cumbuco pertencem a região metropolitana; Caponga, Morro Branco, Praia das Fontes, Fortim, Maceió, Canoa Quebrada, Majorlândia, Icapuí e Ibicuitaba ao litoral leste; Pecém, Taíba, Paracuru, Lagoinha, Mundaú, Baleia, Almofala, Jericoacoara e Camocim à costa norte.

Ainda no litoral, destacam-se os recursos faunísticos e hídricos. A fauna marinha estadual oferece condições de exploração quer em termos de pesca em escala industrial para fornecimento de alimentação típica, quer em termos esportivos com a prática da pesca amadora. Já as lagoas e as barras dos rios são aptas à prática de esportes náuticos.

B. Serras*

As serras de Baturité, Ibiapaba e Araripe apresentam, a princípio, atrativos peculiares às regiões serranas, tais como: clima ameno, baixas temperaturas,

paisagens de vales e formações florestais, curiosidades do relevo e mananciais que originam os pequenos rios, bicas, cascatas e cachoeiras.

O planalto da Ibiapaba, ou Serra Grande, é composto, principalmente, pelos municípios turísticos de Viçosa do Ceará, Tianguá, Ubajara e Ipú. Estende-se por toda fronteira oeste do Estado.

Os municípios de Baturité, Guaramiranga e Pacoti compõem a zona turística da Serra de Baturité, localizada à nordeste do sertão central, a 96 km da capital. Ao sul do Estado da Serra do Araripe e, aos seus pés, o Vale do Cariri, abrigando os municípios do Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha.

2.2 Políticas para O Setor Turístico Estadual no Período 1971-1986

No Ceará, o turismo, como atividade econômica significativa, é relativamente recente, tendo-se iniciado sua exploração em bases comerciais a partir de meados da década de 70.

Em 1971, o Estado carecia de uma instituição que atuasse na área do turismo. O então governador, hoje falecido, Cel. César Cals lançou através do seu plano de governo, o PLAGEC - Plano de Governo do Estado do Ceará (1971), as bases para a formação desta instituição. Seria uma sociedade por ações, com participação majoritária do Estado e que se denominaria Companhia de Turismo do Ceará. Alguns meses depois passou a se chamar EMCETUR - Empresa Cearense de Turismo.

Ressalte-se, porém, que a criação desta instituição não foi uma atitude isolada do Governo Estadual, mas sim em consequência de uma política nacional para

* Os textos com os títulos em negrito/italico foram extraídos do Manual de Informações Turísticas da CODITUR.

o turismo, do Governo Federal, que em 16 de fevereiro de 1967 criara a Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR.

No PLAGEC (1971-1974), as principais metas do Governo Estadual na área turística, estavam relacionadas com:

- ✓ a criação da Companhia de Turismo do Ceará;
- ✓ a realização de um levantamento das potencialidades turísticas do Estado;
- ✓ a fomentação da melhoria e expansão da rede hoteleira; e
- ✓ a promoção de melhorias das condições de ligação às praias próximas a Fortaleza, mediante a pavimentação de 120 km de rodovias litorâneas e acesso ao mar.

Nesse sentido, percebe-se a preocupação já naquela época do Governo Estadual com a precariedade da estrutura física e institucional e dos equipamentos e serviços indispensáveis ao desenvolvimento turístico.

No período compreendido entre 1975 e 1979, tem-se o governo do Cel. Adauto Bezerra, cujo plano de governo se chamou I PLANDECE - I Plano Quinquenal de Desenvolvimento do Ceará.

O financiamento figurava entre as principais medidas de desenvolvimento do turismo no Estado. A iniciativa privada tinha o apoio creditício para a instalação dos equipamentos de exploração direta (hotéis, bares, restaurantes, etc).

Tentou-se também, nesse período, se definir uma política de turismo visando “integrar as demais áreas de exploração turística do Estado, aproveitando suas

potencialidades específicas, assim como promover uma utilização mais eficiente do equipamento preexistente” (I PLANDECE).

Entre os principais objetivos do I PLANDECE, destacam-se:

- ✓ integrar a romaria no acervo das atrações turísticas;
- ✓ possibilitar o acesso às praias, notadamente àquelas fora da área metropolitana de Fortaleza; e
- ✓ estimular a formação e aperfeiçoamento da mão-de-obra para as atividades de turismo.

Além das preocupações do governo anterior, nota-se neste governo a preocupação com a formação de pessoal na prestação de serviços turísticos.

Foi ainda neste período que se procurou fazer um estudo mais detalhado sobre a atividade turística no Estado do Ceará, com o conseqüente programa de promoção do turismo no Ceará. No entanto este plano turístico só se concretizou no governo seguinte.

Em 1979, assume o governo do Estado do Ceará pela segunda vez, o hoje falecido Cel. Virgílio Távora, que apresentou o seu plano de governo, que se chamava II PLAMEG - II Plano de Metas Governamentais.

O II PLAMEG (1979-1983) no que tange a atividade turística, procurou fazer um diagnóstico identificando as deficiências físicas e institucionais e a caracterização da indústria turística na época.

Dentre as principais metas do II PLAMEG para a área de turismo, pode-se citar:

✓ desenvolver projeto para consolidação do conhecimento disponível sobre os recursos naturais e socioculturais, com vistas à sua utilização para fins turísticos;

✓ esclarecer delimitação clara das atribuições da EMCETUR, do DAT/SIC, integrando-os num esquema de cooperação com o I PLANCE e o BEC;

✓ intensificar a promoção do turismo estadual nos grandes centros emissores do Sudeste e Sul do país e, em articulação com a EMBRATUR, em diversos centros internacionais;

✓ promover a intensificação do fluxo nas épocas da baixa estação do turismo no Ceará; e

✓ promover a implantação de conjuntos integrados de atrações naturais ou histórico-culturais, com itens receptivos, artesanato e equipamento de lazer/recreação.

Nota-se que foi no período 1979-1983 (segundo governo Virgílio Távora) que teve início a promoção do turismo cearense em outras regiões do país, através de uma estratégia de marketing.

Foi durante o II PLAMEG (1979-1983) que se elaborou o I Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico do Estado do Ceará. Este teve início no governo anterior, do Cel. Aduino Bezerra (I PLANDECE). Foi produzido pelo IPLANCE.

Esse plano constituía-se de dois volumes. Um contendo o diagnóstico e outro com a programação da atividade turística no Estado, para os anos seguintes a 1979.

Já no período (1983-1986) do governo do Prof. Gonzaga Mota, o seu plano de governo denominado PLANED - Plano Estadual de Desenvolvimento examinava a situação do Mercado Turístico no Estado, através dos dados fornecidos pela EMBRATUR, entre 1972 e 1980, analisando a oferta turística, mostrando o potencial turístico do Estado, seus atrativos e equipamentos turísticos (hotéis, aeroporto, etc.).

No que se refere à política para o setor turístico no Estado para o período 1983-1987, pode-se destacar os seguintes objetivos:

- ✓ reorganizar, nos diversos níveis de ensino, a capacitação turística, integrando os setores público e privado vinculados à atividade;
- ✓ favorecer a cooperação técnico-institucional entre os diversos órgãos envolvidos com as atividades, organizando um esquema inter-setorial e inter-regional de apoio à atividade turística;
- ✓ otimizar e divulgar o conhecimento técnico-científico do fenômeno turístico, compilando a documentação existente, elaborando investigações específicas e propiciando o intercâmbio de informações; e
- ✓ incrementar a demanda de turismo interno, incorporando à atividade o segmento de mercado que ainda não teve acesso à prática do turismo.

Para a consecução desses objetivos, foi elaborada uma programação contendo a política de ação governamental que continha sete programas básicos:

- ✓ programa de implantação e modernização de equipamentos turísticos;
- ✓ programa de promoção turística;

- ✓ programa de utilização, preservação e delimitação de áreas e locais de interesse turístico;
- ✓ programa de revalorização e aproveitamento dos valores culturais;
- ✓ programa de capacitação turística;
- ✓ programa de apoio ao turismo; e
- ✓ programa de animação turística.

Do exposto acima, nota-se a preocupação deste governo com o impacto negativo que o turismo pode causar ao ambiente natural. No entanto, procurou-se junto ao IBDF realizar campanhas educacionais de preservação ambiental.

2.3 Políticas para O Setor Turístico Estadual no Período 1987-1996

2.3.1 Considerações

Em 1987, quando assumiu o governo do Estado o empresário Tasso Ribeiro Jereissati, a sua equipe de governo relacionada com o setor turístico constatou, que o rico acervo de atrativos naturais e culturais de que dispõe o Estado do Ceará não se traduzia em maior escala, numa efetiva oferta turística, pela precariedade da estrutura física e institucional e dos equipamentos e serviços indispensáveis ao desenvolvimento turístico.

Desta forma, “configurava-se a existência de uma demanda turística insatisfeita, em termos do fluxo turístico, que deixava de se dirigir ao Ceará devido às deficiências da infra-estrutura local. Vale destacar que estas restrições a viabilização do turismo em proporções mais expressivas frustavam a geração de renda, emprego e recursos tributários para o Estado”(Plano de Mudanças, 1987).

Equipamentos e Serviços Turísticos:

Em relação aos equipamentos turísticos, em 1987, havia um significativo crescimento das unidades de hospedagem. O problema estava na concentração deste crescimento na capital do Estado, Fortaleza, ficando as regiões serranas, sertanejas e como também as regiões litorâneas, distantes da capital.

Não havia um sistema rodoviário pelo litoral, como também a inexistência de terminais de ônibus nas cidades praianas, com vistas à recepção do turismo de massa.

O aeroporto da capital apresentava, dimensões e conforto incompatíveis com a sua condição de ser a mais populosa cidade brasileira situada a menor distância dos grandes mercados turísticos mundiais (Europa e Estados Unidos).

O Centro de Convenções de Fortaleza carecia de recuperação e adequação para que funcionasse como o “fórum” apropriado para congressos e seminários de abrangência nacional ou internacional.

Problemas Institucionais:

Em termos institucionais, o Ceará não contava com um órgão de turismo capaz de elaborar projetos negociáveis de alto nível técnico para a captação de recursos financeiros, e para a realização de estudos e pesquisas indispensáveis ao conhecimento objetivo da realidade que se pretendia modificar. Também percebia-se lacunas na formação de pessoal em todos os níveis de prestação de serviços turísticos.

Carecia também o turismo cearense de um trabalho de efetiva divulgação nos principais centros de emissão turística, bem como de um eficiente sistema de informações para o turista que aqui chegasse.

Não havia a preocupação em preservar os recursos paisagísticos do Estado, principalmente o litoral, margens de rios, açudes, lagoas e reservas ecológicas e florestais.

No que se refere aos atrativos turísticos culturais, não se desenvolvia um trabalho visando à adequação, manutenção e divulgação de museus e monumentos de importância turística.

Do exposto acima, percebe-se a riqueza sociocultural do Estado do Ceará, e ainda o dom de ser um Estado com potencial turístico por natureza.

Como já foi dito, em que pese ao seu considerável potencial turístico o Estado do Ceará ainda explorava insatisfatoriamente as suas possibilidades econômicas nesta área, tudo pela precariedade da estrutura física e institucional e dos equipamentos e serviços indispensáveis ao desenvolvimento turístico.

Conhecidas as potencialidades e limitações dos atrativos turísticos do Estado do Ceará, procuraremos no tópico a seguir, mostrarmos que políticas foram implementadas para o setor turístico no período 1987-1996. Em seguida, tentaremos mostrar a importância do turismo para o Estado do Ceará, e ainda algumas evidências como resultado da implementação das políticas para o setor turístico no período em questão, 1987-1996.

2.3.2 Período 1987-1991

No seu plano de governo “Plano das Mudanças” (1987-1990), no tocante ao turismo, o governo tinha como meta e prioridade deflagrar um programa substantivo para promover o turismo no Estado. Seria dada ênfase à interiorização

No Plano de Mudanças também havia uma política para o artesanato, pois como se sabe, o artesanato é um recurso/atrativo sociocultural dos mais importantes que o Estado dispõe. Essa política tinha como objetivo geral, apoiar e incentivar a organização, valorização e profissionalização dos artesãos para uma sensível melhoria das suas condições de vida e a expansão e integração econômica da atividade artesanal no Estado do Ceará.

O Plano de Mudanças também traçava um diagnóstico com relação à atividade turística contendo várias críticas:

- ✓ abandono do Teleférico de Ubajara;
- ✓ falta de serviço de segurança pública e salva-vidas nas praias;
- ✓ necessidade de recuperação do Centro de Convenções;
- ✓ falta de preservação nas praias da capital e praias próximas; e
- ✓ a inexistência de um trabalho de marketing turístico nos centros emissores de turistas nacional e internacional.

Pelo o exposto acima, percebe-se, neste governo, a preocupação em combater os pontos de estrangulamentos da atividade turística do Estado e ainda, a preocupação em explorar o turismo de forma sustentável, na medida em que se preocupa com os impactos negativos que o turismo pode causar aos ambientes social e natural.

Neste sentido, a visão do governo em relação ao setor turístico era de que este setor despontava como uma das alternativas para a solução dos graves problemas econômicos e sociais que assolavam o Estado. Para tanto, se fazia necessário a implementação urgente de políticas que promovessem o desenvolvimento dos equipamentos e serviços turísticos (Plano de Mudanças, 1987).

Nota-se o objetivo em explorar a atividade turística em moldes empresariais. Para tanto, o governo traçou na sua política para o turismo os seguintes objetivos específicos:

- ✓ reformular e aumentar a eficiência da base institucional responsável pela coordenação, estímulo e apoio ao turismo no Ceará;
- ✓ apoiar e incentivar a iniciativa privada na implementação de projetos capazes de viabilizar o fluxo turístico oriundo do exterior;
- ✓ adequar, recuperar e expandir os equipamentos e a infra-estrutura básica necessários à implementação do turismo;
- ✓ atenuar o efeito da sazonalidade do fluxo turístico, estimulando mecanismos de promoção ao longo do ano; e
- ✓ melhorar o atendimento direto ao turista, com a oferta eficiente de informações e animações turísticas, utilizando mão-de-obra especializada.

Percebe-se a objetividade do governo em extinguir as deficiências físicas e institucionais, e dos equipamentos e serviços turísticos indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística.

E com a pretensão de tornar o Estado do Ceará como sendo o maior centro receptor turístico da região Nordeste, o Governo Estadual traçou em seu plano de governo, “Plano de Mudanças”, as seguintes diretrizes:

- ✓ promover o produto turístico cearense nos principais centros de emissão de turistas nacionais e estrangeiros através de campanhas promocionais, folhetaria, divulgação do calendário anual de eventos turísticos e da realização de encontros comerciais;

- ✓ promover campanha educativa, visando criar uma mentalidade turística na população;
- ✓ apoiar a cultura local através do estímulo às manifestações folclóricas, artesanais e artísticas;
- ✓ integrar os roteiros turísticos cearenses internamente e com outros Estados através da ampliação, conclusão e recuperação de rodovias, da instalação de terminais de ônibus e da utilização do transporte ferroviário;
- ✓ apoiar o ramo de turismo através da instalação de escolas de formação de profissionais da área;
- ✓ tombar e preservar os atrativos naturais e culturais de interesses turísticos; e
- ✓ promover a instalação de complexos turísticos capazes de integrar a infra-estrutura e os serviços, nas áreas de elevado potencial turístico.

Assim, traçados os objetivos e as diretrizes da política para o turismo, o governo fez uma programação incluindo as metas a serem atingidas no período 1987-1990. A programação estava assim apresentada:

- ✓ programa de valorização e preservação do patrimônio turístico do Estado;
- ✓ programa de recuperação e reaparelhamento da infra-estrutura turística do Ceará;
- ✓ programa de capacitação técnica-organizacional do turismo;
- ✓ programa de marketing turístico; e
- ✓ programa de implantação de complexos turísticos.

O programa de valorização e preservação do patrimônio turístico do Ceará visava despertar nas municipalidades o interesse na exploração dos recursos naturais e culturais, como forma dinamizadora da atividade turística. Este programa tinha como principais projetos e metas: restaurar monumentos histórico-culturais; promover seminários e palestras; enquadrar e sinalizar áreas turísticas; e realizar pesquisas/inventários.

O programa de recuperação e reaparelhamento da infra-estrutura turística objetivava prover as regiões do Estado de equipamentos turísticos, respeitando a identidade cultural e seu meio ambiente. Este programa seria viabilizado através da implementação dos projetos de recuperação da infra-estrutura básica e da sinalização turística, criação de parques, equipamentos de hospedagem e lazer. Tinha este programa como metas a atingir no período 1987-1990 as seguintes:

- 1) manter e aparelhar parques eco-turísticos;
- 2) recuperação do Teleférico de Ubajara, do Centro de Convenções, do Teatro Carlos Câmara e do Restaurante da Prainha;
- 3) montar a primeira Estação Paleontológica em Santana do Cariri.

Já o programa de capacitação técnica-organizacional do turismo objetivava reformular a estrutura administrativa da EMCETUR e reorientar a formação de técnicas, integrando as entidades de ensino e treinamento às empresas turísticas. Este programa seria viabilizado através da reestruturação organizacional da EMCETUR e capacitação turística. Tinha como principais metas: treinar técnicos da EMCETUR e realizar cursos de apoio ao turismo.

Um outro programa de suma importância e que pela primeira vez foi implantado de forma objetiva, específica, foi o programa de marketing turístico.

Visava este programa a divulgação e o melhoramento da imagem turística do Estado, com fins de incrementar o fluxo turístico. Suas principais metas eram: consolidar roteiros turísticos; participação de eventos nos mercados locais, internos e externos; elaboração de “pacotes” específicos para turistas estrangeiros; criar linhas aéreas internacionais; captar vôos chatters semanais; e elaborar um programa interno de turismo de grupo, para funcionários públicos estaduais.

O programa de implantação de complexos turísticos, também não menos importante, objetivava promover e/ou apoiar a implantação de complexos turísticos no litoral e outros pontos selecionados do território cearense, como potencial do aproveitamento turístico. Este programa envolveria projetos localizados principalmente na extensão costeira do Estado, destacando-se a construção de marinas; implantação de balneários e construção de complexos hoteleiros.

Mesmo o Estado do Ceará possuindo um rico acervo de atrativos naturais e culturais, como já foi dito antes, é somente a partir do “Governo das Mudanças” do Sr. Tasso Jereissati que a atividade turística passa a ser explorada no Estado de forma eminentemente empresarial, respondendo aos anseios do empresariado ligado ao setor, tornando-se também uma atividade eficiente na absorção de mão-de-obra, gerando, é claro, mais emprego, como também aumentando as receitas do Estado.

2.3.3 Período 1991-1994

A política para o setor turístico deste período, do qual o governador do Estado era o Sr. Ciro Ferreira Gomes, não foi modificada em relação à política do governo anterior do Sr. Tasso Jereissati. O que existiu na verdade foi uma maior

agressividade no programa de marketing turístico, na tentativa de atrair cada vez mais turistas estrangeiros e também, é claro, turistas de outras regiões do Brasil.

Houve também neste período uma reformulação de ordem institucional dos órgãos estaduais ligados ao setor turístico. O objetivo era tornar mais eficiente e agilizar as ações governamentais.

O governo do Estado transformou a anterior CDI em CODITUR - Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará. Este órgão, vinculado à Secretaria de Indústria e Comércio, incorporou a EMCETUR e a CEMINAS, abrangendo as áreas de mineração, indústria e turismo do Estado do Ceará.

2.3.4 Atual Governo (1995-1998)

No atual Governo, segundo de Tasso Jereissati, as diretrizes traçadas em seu plano tem como pontos-chaves a descentralização e a diversificação da economia. Segundo TEIXEIRA (1996), “a descentralização ocorre através da interiorização da indústria com a criação de pólos regionais”. TEIXEIRA (1996) “também refere-se a Diversificação da Economia como o incentivo que é dado a novos ramos industriais”.

Confirmando as crenças de que o turismo pode propiciar ao Estado um maior desenvolvimento, o Governo determinou estratégias para atingir este desenvolvimento econômico.

Uma de suas principais medidas foi a criação da Secretaria Estadual de Turismo - SETUR, através do Decreto-Lei nº 12.456 de 16/06/95, com a finalidade de planejar, coordenar, executar e fomentar o turismo, elaborando uma política específica para o setor, composta de estratégias de planejamento e marketing, visando a captação de novos mercados e investimentos para o Estado.

Com o objetivo de transformar o Estado em um produto turístico diferenciado, dentro de um enfoque sistêmico, resultante da ação do Governo. Esta ação está dividida em três frentes:

I - Ação Territorial: através do ordenamento do espaço físico, criando macroregiões e observando os aspectos físicos, geográficos, ambientais, sócio-econômicos e normativos da base territorial. Esta ação prevê os seguintes programas: o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Litoral Cearense - PRODETURIS, o PRODETUR, Macroplanos de Desenvolvimento e o Programa de Centros Turísticos Integrados.

II - Ação Institucional: compreende as atividades de promoção, marketing e informação para os níveis e/ou áreas de Governo, usuários investidores e operadores, incluindo a gestão institucional e a capacitação de recursos humanos;

III - Ação Comercial: “visa à comercialização e ao fomento do turismo, voltados para investidores e operadores, envolvendo a captação de negócios e comercialização de equipamentos turísticos” (TEIXEIRA, 1996).

Atualmente, está em andamento o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará, o PRODETURIS, que visa a implantação de complexos turísticos ao longo da costa cearense. Constitui-se num plano de longo prazo, visando dotar o Estado de infra-estrutura básica para o desenvolvimento das chamadas regiões turísticas.

A área de estudo do PRODETURIS abrange 22 municípios cearenses, sendo que a área do turismo propriamente dita, corresponde a uma franja de até 6 km da costa interior do litoral do Estado.

Foi realizado um zoneamento no litoral cearense, dividindo-o em 4 regiões turísticas de desenvolvimento. Cada região turística apresenta um conjunto de atratividades, potencialidades e vocações diferenciado. Esse conjunto é expresso por indicadores de atrativos naturais, atrativos socioculturais, fatores ambientais, núcleos nativos, equipamentos e serviços turísticos, infra-estrutura básica dos núcleos urbanos, estrutura de apropriação, uso e ocupação do solo, acesso e transporte, e nível das atividades produtivas.

A Região Turística I compreende a área consolidada da Região Metropolitana de Fortaleza, composta pelos municípios litorâneos de Caucaia, Fortaleza e Aquiraz, cujos limites extremos, oeste e leste, são, respectivamente, o Rio Cauipe e o Rio Pacoti.

Nessa Região I, Fortaleza é responsável pela maior atratividade sociocultural e estrutura de animação do litoral, com capacidade de atrair uma demanda bastante heterogênea, distribuindo-a para as outras regiões turísticas do programa.

A Região Turística II compreende a área prioritária do programa, sendo composta pelos municípios de Itapipoca, Trairi, Paraipaba, Paracacuru, São Gonçalo do Amarante e Caucaia cujos limites extremos, oeste e leste, são, respectivamente, o Rio Mundaú e o Rio Ceará.

Foi escolhida como região prioritária, por seus municípios apresentarem grande valor natural e sociocultural, pelo fato de possuir relativa infra-estrutura de hospedagem e serviços turísticos e por manter com a Região Turística I uma maior interação de dependência com Fortaleza, se comparada com as Regiões III e IV.

A Região Turística III, chamada de Região Integrada do Litoral Leste, é composta pelos municípios de Aquiraz, Cascavel, Beberibe, Aracati e Icapuí, cujos limites extremos, oeste e leste, são, respectivamente, o Rio Pacoti e o limite com o Estado do Rio Grande do Norte.

O conceito de região integrada é resultante de sua configuração mais homogênea em relação aos atrativos existentes nos cinco municípios, cujas relações socioeconômicas internas são bem desenvolvidas.

Já a Região Turística IV, é chamada de Região Programa, pois depende única e exclusivamente do programa de turismo a ser implantado pelo governo do Estado para gerar o seu desenvolvimento socioeconômico.

Essa Região IV situa-se no litoral extremo oeste, sendo composta pelos municípios de Barroquinha, Camocim, Cruz, Acaraú, Itarema, Amontada e Itapipoca, cujos limites extremos, oeste e leste, são, respectivamente, o Rio Timonha, que separa o Ceará do Piauí, e o Rio Mundaú.

Outro programa que se encontra em andamento, é o PRODETUR. É um programa a nível regional, incluindo todos os Estados da Região Nordeste.

O Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste - PRODETUR/NE, foi concebido a partir de gestões dos governadores dos Estados do Nordeste, junto ao Banco do Nordeste do Brasil S/A (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, como atividade geradora de divisas e emprego urbano. O programa tem como agente financeiro externo o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), como órgão executor o Banco do Nordeste

do Brasil (BNB) e subtomadores do empréstimo os Estados Nordestinos. No Estado do Ceará, o PRODETUR tem como órgão coordenador e executor a Secretaria do Turismo - SETUR.

O objetivo básico do programa é o desenvolvimento econômico do Estado, elevando o nível de emprego e renda da população, a partir da organização da infra-estrutura que possibilitará o fomento aos investimentos na indústria do turismo, na agroindústria e no setor de serviços.

Parte da costa SOLPOENTE a Região Turística II do PRODETURIS - CEARÁ, litoral a oeste de Fortaleza, se constitui a primeira etapa do PRODETUR-CE. Engloba seis sedes urbanas e oito distritos e localidades, distribuídas nos municípios de Itapipoca, Trairi, Paraipaba, Paracuru, São Gonçalo do Amarante e Caucaia, numa extensão de mais de 130 quilômetros de litoral.

O PRODETUR-CE é um programa principalmente de obras múltiplas, constituindo em um desdobramento no setor de infra-estrutura básica do programa PRODETURIS-CE. O cenário no qual inserem-se as intervenções do PRODETUR-CE, são definidas pelo PRODETURIS-CE o instrumento de orientação e parceria dos investimentos da iniciativa pública - Estado e Prefeituras - e da iniciativa privada. O governo é o indutor através das ações de infra-estrutura básica, fortalecimento institucional e meio ambiente. A iniciativa privada é o agente interventor dos projetos de serviços e equipamentos turísticos e dos projetos de atividades produtivas que assegurem o desenvolvimento econômico da região.

Os recursos do PRODETUR previstos para esta primeira etapa no Estado do Ceará totalizam, inicialmente, US\$ 126,084 milhões (ver TABELA 1), e destinam-se a obras de estradas, construção de vias de acesso e do novo terminal do Aeroporto

Pinto Martins de Fortaleza, sistemas de abastecimento d'água e esgotamento sanitário, meio ambiente e proteção ambiental, ações de assistência técnica e fortalecimento institucional dos Órgãos Estaduais e Municipais envolvidos no programa (SETUR, 1996).

TABELA 1 - RESUMO - RECURSOS

Empréstimo BID	US\$ 63,042 milhões (50%)
Contrapartida do Estado	US\$ 33,042 milhões (26%)
Contrapartida da União	US\$ 30,000 milhões (24%)
Total investimento	US\$ 126,084 milhões
1. Infra-estrutura básica	US\$ 56,661 milhões (44,76%)
1.1 Rodovias	US\$ 29,191 milhões
1.2 Abastecimento d'água	US\$ 7,100 milhões
1.3 Esgotamento Sanitário	US\$ 20,370 milhões
2. Meio ambiente e proteção ambiental	US\$ 5,123 milhões (4,05%)
2.1 Recup. Ambiental da Praia do Pecém	US\$ 0,365 milhões
2.2 Recup. Ambiental da Praia do Paracuru	US\$ 0,479 milhões
2.3 Recup. Ambiental da Lagoa das Cobras	US\$ 0,280 milhões
2.4 Recup. Ambiental das Lagoas	US\$ 1,299 milhões
2.5 Implantação UPA's	US\$ 2,000 milhões
2.6 Educação Ambiental	US\$ 0,700 milhões
3. Construção do novo terminal de passageiros	US\$ 60,000 milhões (47,79%)
4. Desenvolvimento institucional	US\$ 4,300 milhões (3,40%)
TOTAL	US\$ 126,084 milhões

Fonte: Síntese da Ação do Programa PRODETUR/CE, 1995

Nota: O item Administração do Programa no valor de US\$ 2,43 milhões, será contrapartida Estadual.

3 OFERTA E DEMANDA TURÍSTICAS NO CEARÁ

3.1 Oferta Turística

3.1.1 Definição

Para a quase totalidade dos autores, oferta turística se resume em tudo que determinada localidade possa oferecer, natural ou artificialmente, ao visitante que, de forma direta ou indireta, utiliza da estrutura e serviços ofertados de modo a satisfazer suas necessidades enquanto turista. Todos os conceitos referem-se a um determinado espaço geográfico capaz de, com suas belezas naturais e/ou artificiais e da oferta de produtos peculiares à mesma, atrair visitante que buscam consumir este produto turístico.

Utilizaremos a definição usada pelo PRODETUR-CE (Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Ceará) em que oferta turística é definida como “conjunto integrado de elementos que determinam uma capacidade de atrair visitantes a um determinado local”.

3.1.2 Classificação

A) Atrativos Turísticos

Entende-se como atrativos turísticos “todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (BEZERRA, 1996). Dentre os quais podemos destacar:

A. 1) Recursos Naturais - litoral, serras, parques ecológicos etc.;

A. 2) Recursos Histórico-culturais - festas religiosas, folclore, gastronomia etc.;

A. 3) Acontecimentos Programas - convenções e congressos, feiras e exposições etc.

B) Equipamentos e Serviços Turísticos

Entende-se como equipamentos e serviços turísticos, também denominada de super-estrutura pois inclui as principais instalações de superfície, “o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística” (BEZERRA, 1996). Dentre os principais podemos destacar:

B. 1) Meios de hospedagem - hotéis, pousadas, pensões, motéis e acampamentos;

B. 2) Serviços de alimentação - restaurantes, bares, confeitaria etc.;

B. 3) Entretenimentos - áreas de recreação e instalações desportivas, cinema, teatro etc.

C) Infra-estrutura de apoio turístico

A infra-estrutura de apoio turístico, ou simplesmente infra-estrutura, composta de todas as construções subterrâneas e de superfície, “é formada pelo conjunto de edificações, instalações de estrutura física e de base que proporciona o desenvolvimento da atividade turística” (BEZERRA, 1996). Dentre as quais podemos citar:

C. 1) Sistemas de transportes - terrestres (rodovias, terminais, estações rodoviárias e ferroviárias), aéreos (aeroportos e serviços aéreos), hidroviários e marítimos etc.;

C. 2) Sistemas de comunicações - agências postais e telegráficas, postos telefônicos etc.;

C. 3) Sistemas de segurança - delegacias de polícia, postos de polícia rodoviária, corpo de bombeiro etc.;

C. 4) Outros sistemas - saneamento básico, água, eletricidade etc.;

C. 5) Equipamento médico-hospitalar - pronto socorros, hospitais, clínicas, maternidades etc.

3.1.3 Síntese da Oferta Turística no Ceará

Com relação aos atrativos naturais o Ceará possui uma costa litorânea com 573 quilômetros de extensão, com praias diversas e características próprias. O Estado possui ainda como atrativos naturais as Serras de Baturité, Ibiapaba e Araripe (FREIRE, 1995).

O Forte de Nossa Senhora da Assunção, o Farol do Mucuripe e o Teatro José de Alencar são os mais importantes atrativos históricos (FREIRE, 1995).

Em termos de atrativos culturais, dois centros religiosos destacam-se no Estado: a cidade de Juazeiro do Norte, onde a atração principal está relacionada com o Padre Cícero Romão Batista; e a cidade de Canindé que possui como atração a Basílica de São Francisco das Chagas (FREIRE, 1995).

Com relação à infra-estrutura básica temos o novo Aeroporto Pinto Martins em fase de conclusão, onde foram supridas as suas deficiências que emperravam o crescimento do turismo.

Já as rodovias estaduais encontram-se em um relativo bom estado, sem falarmos das obras implantadas pelo PRODETUR-CE. O mesmo não acontece com as rodovias federais em alguns trechos (BR-116, BR 222, BR 020, BR 101 e BR 304).

Outro aspecto importante com relação à infra-estrutura, é que as instituições (governamentais ou não) responsáveis pelo setor turístico do Estado estão levando em consideração a preservação do meio ambiente e vêm praticando um turismo associado a questões ambientais. De acordo com essa concepção, destacam-se os programas PRODETUR-CE, PROURB-CE (Projeto de Desenvolvimento Urbano e Gestão de Recursos Hídricos) e SANEAR (Programa de Saneamento de Fortaleza).

Em relação aos meios de hospedagem, os dados da SETUR mostram que a cidade de Fortaleza - que representa parcela majoritária do turismo no Ceará - contou, em 1996, com 146 meios de hospedagem, distribuídos em 26 hotéis classificados, envolvendo 3.018 unidades habitacionais (UHs) e cerca de 6.477 leitos, além de 120 extra hotéis, correspondendo a 3.017 unidades habitacionais e 6.945 leitos, destacando-se, nesta categoria, os hotéis não classificados (37%), as pousadas (36%), os apart-hotéis/flats (8,2%) e os albergues (1,4%) (ver TABELA 2).

**TABELA 2 - FORTALEZA OFERTA DE UNIDADES HABITACIONAIS E
LEITOS NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM - 1996**

DISCRIMINAÇÃO	Nº DE MEIOS DE HOSPEDAGEM	Nº DE UNIDADES HABITACIONAIS	Nº DE LEITOS
Hotéis Classificados	26	3.018	6.477
Hotéis Não Classificados	120	3.017	6.945
TOTAL	146	6.035	13.422

Fonte: Informações Turísticas 1996/SETUR-CE
Elaboração: IPANCE/DEP/DEAC

3.2 Demanda Turística

3.2.1 Definição

A demanda turística é definida no PRODETUR-CE (Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Ceará) como sendo “a totalidade de turistas que, segundo hierarquia de diversos níveis e padrões de turismo”.

Segundo TEIXEIRA (1991), “existem dois tipos de demanda: o potencial e o real. A demanda potencial é constituída de pessoas que têm tempo de lazer, renda disponível e vontade de viajar; enquanto que a demanda real é constituída por aqueles que realmente viajam”.

3.2.2 Demanda Turística no Estado do Ceará

O principal indicador de demanda é o número total de hóspedes registrados nos hotéis classificados de Fortaleza - que representa uma amostra oficial do turismo no Ceará. De acordo com o Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH)

referente ao período de 1988 a 1995 podemos observar que não houve grandes variações no “número de turistas que visitaram o Estado do Ceará, oscilando sempre em torno de 211.259,88 turistas (ver TABELA 3); e que os meses de janeiro e julho despontam como os de maior demanda turística com relação aos outros meses do ano, evidenciando uma descontinuidade em relação ao fluxo turístico, sendo caracterizado por períodos de alta e baixa estação” (VIEIRA, 1997).

TABELA 3**NÚMERO TOTAL DE HÓSPEDES REGISTRADOS NOS HOTÉIS CLASSIFICADOS DE FORTALEZA****PERÍODO**

	1988	1989	%89/88	1990	%90/89	1991	%91/90	1992	%92/91	1993	%93/92	1994	%94/93	1995	%95/94
JANEIRO	21.574	26.238	22,0	26.232	0,00	23.559	-10,20	22.470	-4,60	24.456	8,84	23.994	-2,00	25.805	7,50
FEVEREIRO	15.968	18.407	13,3	17.734	-3,70	15.578	-12,20	16.845	8,10	20.124	19,47	15.646	-22,20	19.888	27,10
MARÇO	15.219	18.308	20,3	14.270	-22,10	16.987	19,00	14.317	-15,70	16.354	14,23	16.221	-0,80	18.660	15,00
ABRIL	14.462	17.276	19,5	11.576	-33,00	15.852	36,90	13.347	-15,80	13.455	0,81	13.922	3,50	17.117	23,00
MAIO	14.777	16.983	15,0	13.529	-20,30	17.439	28,90	12.107	-30,60	11.596	-4,22	13.687	18,00	16.605	21,30
JUNHO	13.815	14.678	6,2	13.696	-6,70	16.967	23,90	11.938	-29,60	11.629	-2,59	11.882	2,10	14.667	23,40
JULHO	23.226	25.076	8,0	23.223	-7,40	24.381	55,00	20.400	-16,30	20.809	2,00	20.056	-3,60	22.808	8,70
AGOSTO	17.052	19.675	15,4	17.764	-9,70	19.744	11,10	16.308	-17,40	15.914	-2,42	18.845	18,40	15.400	-18,20
SETEMBRO	14.722	19.067	30,0	17.767	-6,80	20.491	15,30	14.357	-29,90	14.910	3,85	18.494	24,00	16.294	-12,00
OUTUBRO	18.042	19.304	7,0	18.033	-6,60	21.549	19,50	17.812	-17,30	18.413	3,37	19.831	7,70	17.387	-12,30
NOVEMBRO	14.610	17.741	21,4	16.128	-9,10	17.680	9,60	17.350	-1,90	14.900	-14,12	19.161	28,60	18.355	-4,20
DEZEMBRO	16.534	18.421	11,4	16.758	-9,00	17.045	1,70	16.046	-5,90	15.535	-3,18	21.372	37,50	17.433	-18,40
TOTAL	200.001	231.174	16,0	206.710	-10,60	227.272	9,90	193.297	-14,90	198.095	2,48	213.111	7,50	220.419	3,40

Fonte: Extraído de VIEIRA (1997).

3.2.3 Perfil do Turista que visita o Ceará

A) Quanto à procedência

TABELA 4
PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS

REGIÕES DE ORIGEM	JAN/95 %	JUL/95 %	JAN/96 %	JUL/96 %	MÉDIA %
NORTE	13,11	12,46	13,70	21,61	15,22
NORDESTE	21,97	33,77	22,75	28,01	26,63
CENTRO-OESTE	16,75	10,95	15,52	9,12	13,09
SUL	8,15	7,38	10,48	9,33	8,84
SUDESTE	35,86	35,44	37,55	31,93	35,20
ESTRANGEIROS	4,16	-	-	-	1,04
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Pesquisa Direta - SEBRAE -CE/ZAYTEC

Observando a tabela 4 nota-se que a região Sudeste e o restante dos estados nordestinos, sobretudo Pernambuco e Bahia, são responsáveis por algo em torno de 60% dos turistas que visitam o Estado do Ceará.

B) Quanto ao nível de renda

TABELA 5
TURISTA, SEGUNDO A RENDA

FAIXA DE RENDA	JAN/95 %	JUL/95 %	JAN/96 %	JUL/96 %	MÉDIA %
Até R\$ 200,00	6,50	5,90	2,70	4,70	4,95
de R\$ 201,00 a R\$ 500,00	11,00	12,80	6,00	8,80	9,65
de R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	22,80	18,00	16,80	13,10	17,68
de R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00	26,90	21,60	26,80	29,30	26,15
de R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	15,90	19,30	22,80	13,90	17,85
Acima de R\$ 3.000,00	16,90	17,20	18,90	18,70	17,93
Não Resp.	-	5,20	6,00	11,50	5,68
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Pesquisa Direta - SEBRAE -CE/ZAYTEC

Segundo o nível de renda pessoal, como pode-se observar na tabela 5, em sua maioria, 26,15% dos turistas que visitam o Ceará possuem renda mensal média que varia entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00; em seguida, com 17,93%, estão os turistas com renda mensal média acima de R\$ 3.000,00. Estão incluídos neste percentual os turistas estrangeiros, esta categoria que visita o Brasil possui renda mensal média de R\$ 3.306,24 (VIEIRA, 1997).

C) Quanto à composição dos gastos

TABELA 6
TURISTA, SEGUNDO A COMPOSIÇÃO DOS GASTOS

COMP. DOS GASTOS	JAN/95 %	JUL/95 %	JAN/96 %	JUL/96 %	MÉDIA %
HOSPEDAGEM	17,40	15,40	18,20	17,30	17,08
ALIMENTAÇÃO	22,40	22,50	21,80	22,20	22,23
DIVERSÃO	28,55	28,29	28,20	28,00	28,26
COMPRAS	22,90	24,50	25,00	25,70	24,53
TRANSPORTE	8,70	9,30	6,80	6,80	7,90
TOTAL	99,95	99,99	100,00	100,00	99,99

Fonte: Pesquisa Direta - SEBRAE -CE/ZAYTEC

Quanto à composição dos gastos, observando a tabela 6 nota-se que três setores, alimentação (22%), diversão (28%), e compras (25%) juntos respondem por 75% dos gastos dos turistas no Ceará.

Ainda referente ao perfil do turista que visita o Estado do Ceará podemos afirmar que, em sua maioria, os turistas possuem idade que oscila entre 36 e 50 anos o que perfaz 30,10%, sendo que 56,38% têm até 35 anos, ou seja, os turistas são de uma faixa etária jovem. Apenas 13,23% são de pessoas com idade superior a 50 anos, evidenciando um baixo índice de turismo associado à terceira idade.

Uma parcela significativa dos turistas, 63,45% possuem escolaridade de nível superior e ocupações diversas, tais como: funcionário público, 17,80%;

comerciante, 13,58%; profissional liberal, 15,53%; estudante, 10,90%; aposentado, 3,85%; bancário, 4,00% etc.

Os turistas que visitam o Estado do Ceará hospedam-se preferencialmente em hotéis, 40,10%; casa de amigo/família, 31,00%; e pousada, 14,90%; são atraídos basicamente pelas praias, 34,28%, e pelo clima, 15,33%; viajam em grupo, 75,88%, e não utilizam os serviços de agência de viagem, 75,33%; tendo o avião como principal meio de transporte, 65,00%.

4 IMPORTÂNCIA SÓCIO-ECONÔMICA DO TURISMO PARA O CEARÁ COM ÊNFASE PARA A GERAÇÃO DE RENDA

Segundo RABAHY (1990), “a rigor, os efeitos econômicos e sociais do turismo receptivo não se restringem à captação de divisas para o país e/ou à geração de renda, emprego e receitas tributárias para as localidades, mas devem ser entendidos em sua concepção mais ampla, envolvendo além dos aspectos econômico e social, os aspectos políticos, culturais e ambientais. Assim, a avaliação dos efeitos consiste numa tarefa complexa, não apenas pelas dificuldades associadas à obtenção dos dados estatísticos necessários, mas também pela complicação inerente às imprecisões metodológicas da análise relativa aos segmentos econômicos que compõem o setor terciário ou de serviços.

De todo modo, o impacto do turismo sobre as condições sócio-econômicas dos locais que o exploram se manifesta de forma diferenciada, conforme as características e especificidades de cada área ou região. Nos locais mais desenvolvidos, os impactos da atividade turística em termos de efeito multiplicador de renda e do emprego tendem a ser maiores do que em áreas mais atrasadas e com menor integração intersetorial.

Procuraremos no tópico a seguir a partir de dados coletados na Fundação Instituto de Planejamento do Ceará (IPLANCE) fazermos uma estimativa da receita turística no período de 1991-1996.

4.1 Estimativa de Receita Turística 91/96

A metodologia aplicada pelo IPLANCE para o cálculo da estimativa de receita turística auferida é feito a partir de fluxos de turistas verificados e dos parâmetros de gasto médio *per capita* e de permanência média, que o “Trade Turístico”, composto pelas agências de viagens, as companhias de transportes e de hotelaria, os proprietários de bares, restaurantes e de estabelecimentos de lazer etc., faturaram diretamente.

Para cálculo da receita indireta o IPLANCE usou o multiplicador de 1,96 (estimado pela EMBRATUR para o Brasil como um todo).

A propósito, convém mencionar que a Convenção de Haia “considera que nos países em que a atividade turística supera 2% do PIB esta pode ser considerada um segmento econômico sólido e altamente importante para o desenvolvimento econômico nacional” (IPLANCE, 1993).

TABELA 7

ESTIMATIVA DA RECEITA TURÍSTICA DE FORTALEZA/CEARÁ EM 1991 E 1992

DISCRIMINAÇÃO	1991	1992	VARIAÇÃO 91/92 %
I - FLUXOS DE TURISTAS (UNIDADES)			
1.1 Hotéis Classificados	227.278	193.231	-14,9
1.1.1 Hóspedes Nacionais	213.305	158.449	-25,7
1.1.2 Hóspedes Estrangeiros	13.972	34.782	+148,9
1.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis			
1.2.1 Hóspedes Nacionais e Estrangeiros	314.286 (*)	279.255	-11,1
II - GASTO MÉDIO DIÁRIO (US\$)			
2.1 Hotéis Classificados	27,79 (**)	28,63	+3,0
2.1.1 Hóspedes Nacionais	71,03 (**)	73,16	+3,0
2.1.2 Hóspedes Estrangeiros			
2.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis			
2.2.1 Hóspedes Nacionais e Estrangeiros	12,62 (**)	13,00	+3,0
III - PERMANÊNCIA MÉDIA (DIAS)			
3.1 Hotéis Classificados			
3.1.1 Hóspedes Nacionais	7,9	7,9	0,0
3.1.2 Hóspedes Estrangeiros	7,0	7,0	0,0
1.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis	9,0	9,0	0,0
IV - RECEITA TURÍSTICA DIRETA (US\$)			
89.472.814	86.322.911	-3,5	
3.1 Hotéis Classificados			
3.1.1 Hóspedes Nacionais	46.829.193	35.837.519	-23,5
3.1.2 Hóspedes Estrangeiros	6.947.018	17.812.557	+156,4
3.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis	35.696.604	32.672.835	-8,5
V - RECEITA TURÍSTICA INDIRETA (US\$)			
85.893.902	82.869.995	-3,5	
VI - RECEITA TURÍSTICA TOTAL (US\$)			
175.366.717	169.192.906	-3,5	
Participação da Receita Total no Produto Interno Bruto do Ceará (%)			
	2,12	1,97	-

Fonte: CODITUR, CTI-NE, EMBRATUR, IPLANCE

Elaboração: IPLANCE

(*) Estimativa do IPLANCE, com base na tendência verificada no Estado da Bahia.

(**) Os parâmetros referentes ao gasto médio e a permanência média foram extraídos do estudo do mercado turístico do PRODETUR (vol. III, março de 1993) e estendidos ao ano de 1991, sendo ajustados pelo Índice de Preços ao Consumidor dos Estados Unidos.

Pela tabela 7, pode-se verificar que nos anos 1991 e 1992 a conjugação dos gastos diretos e indiretos do turismo, em Fortaleza/Ceará teria resultado, respectivamente, em receitas turísticas totais US\$ 175,3 milhões e US\$ 169,2 milhões representando cerca e 2,2% do PIB no primeiro ano e 1,97% no último.

Ademais, considerando somente a receita direta do turismo no Estado, verifica-se que a mesma foi equivalente, em 1991, a cerca de 1/3 (um terço) das receitas de exportação para o mercado externo, sendo ligeiramente superada, individualmente, apenas pelas vendas externas de castanha de caju. No ano de 1992, a participação caiu para 28,4% das exportações, porém ainda assim, ultrapassou, em larga medida, o segundo item de exportações da pauta cearense, ou seja, os fios têxteis, que alcançaram o faturamento cambial de US\$ 48,3 milhões (IPLANCE, 1993).

TABELA 8

ESTIMATIVA DA RECEITA TURÍSTICA NO CEARÁ EM 1993 E 1994

DISCRIMINAÇÃO	1993	1994	VARIAÇÃO %
I - FLUXOS DE TURISTAS (UNIDADES)			
1.1 Hotéis Classificados	198.095	216.111	+9,09
1.1.1 Hóspedes Nacionais	148.770	183.694	+23,48
1.1.2 Hóspedes Estrangeiros	49.325	32.417	-34,28
1.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis			
1.2.1 Hóspedes Nacionais e Estrangeiros	331.133 (*)	402.867(*)	-5,83
II - GASTO MÉDIO DIÁRIO (US\$)			
2.1 Hotéis Classificados	-	-	-
2.1.1 Hóspedes Nacionais	29,46	29,46	-
2.1.2 Hóspedes Estrangeiros	75,28	75,28	-
2.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis	13,00	13,00	-
2.2.1 Hóspedes Nacionais e Estrangeiros	-	-	-
III - PERMANÊNCIA MÉDIA (DIAS)			
3.1 Hotéis Classificados	-	-	-
3.1.1 Hóspedes Nacionais	6,8	6,8	-
3.1.2 Hóspedes Estrangeiros	6,8	6,8	-
1.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis	6,8	6,8	-
IV - RECEITA TURÍSTICA DIRETA (US\$)	84.324.617	89.537.284	+6,18
3.1 Hotéis Classificados	-	-	-
3.1.1 Hóspedes Nacionais	29.802.796	36.799.051	+23,48
3.1.2 Hóspedes Estrangeiros	25.249.664	16.594.391	-34,28
3.2 Hotéis não Classificados e Extra-hotéis	29.272.157	36.143.842	+23,48
V - RECEITA TURÍSTICA INDIRETA (US\$)	80.951.632	85.955.792	+6,18
VI - RECEITA TURÍSTICA TOTAL (US\$)	165.276.249	175.493.076	+6,18
Participação da Receita Total no Produto Interno Bruto do Ceará (%)	1,81	1,93	-

Fonte: CODITUR, CTI-NE, EMBRATUR, IPLANCE

Elaboração: IPLANCE

(*) Estimativa do IPLANCE, com dados fornecidos pela CODITUR.

(**) Os parâmetros referentes ao gasto médio e a permanência média foram extraídos do estudo do mercado turístico do PRODETUR.

Observando a tabela 8, tem que o “Trade Turístico” faturou em 1994, US\$ 85,9 milhões. Daí resulta um faturamento global de US\$ 175,4 milhões, cifra equivalente a cerca de 1,93% do PIB estadual. Esse valor superou em +6,18% o estimado para o ano de 1993, cuja marca alcançará US\$ 165,2 milhões.

O desempenho do setor serviços no Ceará, em 1996, foi positivo e seguiu a mesma tendência do comportamento em nível regional e do país. A taxa de variação foi de 4,86% sobre o ano de 1995, o que gerou, em termos monetários, R\$ 10,21 bilhões, significando 65,98% do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado (R\$ 15,47 bilhões). O item alimentação e alojamento, um dos componentes deste setor, e que corresponde ao PIB do Turismo, apresentou variação de 1,51%, correspondente a um volume de R\$ 518,99 milhões. Deste modo, o subsetor turismo contribui, em 1996, com 3,5% para a formação do PIB total do Estado e, com 5,08% para o PIB do setor serviços (Ver TABELA 9).

TABELA 9 - ESTADO DO CEARÁ - PRODUTO INTERNO BRUTO - 1995/1996

DISCRIMINAÇÃO	VALOR CORRENTE (R\$ 1.000)		VALOR REAL (%)	PARTICIPAÇÃO (%)	
	1995	1996	1996/95	1995	1996
PIB SETOR SERVIÇOS	8.341.071,38	10.209.500,86	4,86	64,37	65,98
Alimentação e Alojamento	469.635,70	518.997,71	1,51	3,62	3,35
PIB TOTAL DO ESTADO	12.957.441,86	15.474.408,64	5,32	100,00	100,00

Fonte e Elaboração: IPLANCE/DEP/DEAC

Segundo as previsões da SETUR é de que visitem o Ceará, em 1997, cerca 800.311 turistas, o que significa um acréscimo de 3,50% em relação a 1996.

Deste total, 777.114 são turistas nacionais e 23.197 estrangeiros, sendo que 392.152 turistas deverão procurar a rede hoteleira e 408.159 se alojarão na rede extra-hoteleira, constituída pelos hotéis não classificados, os apart-hotéis/flats, os albergues e pousadas.

Se estimarmos a receita com base na mesma metodologia aplicada em 1996, temos que a receita para 1997 está estimada em 537,16 milhões.

CONCLUSÃO

Procurou-se mostrar neste trabalho que o Estado do Ceará face ao seu imenso potencial turístico (litoral, serras, folclore, artesanato etc.) pode encontrar no turismo uma alternativa econômica para o seu desenvolvimento.

No entanto é somente a partir do governo das mudanças, meados da década de 80, que verificou-se uma reorientação nas prioridades, o que contribuiu para recolocar o turismo como um dos ramos de atividade de maior importância para o Estado, procurando-se, desde então, redefinir as estratégias e as políticas oficiais de apoio ao setor, buscando atrair fluxos turísticos internacionais e o aporte de recursos e parcerias para a realização de pesados investimentos voltados para a infra-estrutura de suporte aos empreendimentos turísticos.

Para tanto, foram criados projetos e programas para dar suporte ao Estado em termos de infra-estrutura turística. Dentre os quais destacamos: o PRODETUR-CE (Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Ceará); o PROURB-CE (Projeto de Desenvolvimento Urbano e Gestão de Recursos Hídricos) e o SANEAR (Programa de Saneamento de Fortaleza). Quando o SANEAR estiver concluído, Fortaleza terá a sua orla marítima totalmente saneada.

Em relação à oferta turística percebe-se um aproveitamento satisfatório, embora não o desejado, do potencial turístico do Estado. Isto deve-se apenas não somente as políticas de apoio e promoção do governo do Estado, mas também ao próprio engajamento e iniciativa do setor privado, que vem explorando de forma criativa as possibilidades existentes de desenvolvimento do turismo.

Em termos de demanda turística nota-se ainda uma resposta ainda tímida em relação às políticas governamentais. Isto se explica em parte no período inflacionário pela corrosão salarial, já que 95% dos turistas que visitam o Ceará são nacionais; “e após o plano de estabilização, as altas taxas de juros adotadas pelo governo federal objetivando basicamente a contenção do consumo agregado, tornando o financiamento dos pacotes domésticos caros, afetando assim o fluxo de turistas nacionais” (VIEIRA, 1997).

Outro fator importante é o conhecimento do perfil do turista que visita o Estado do Ceará. E certamente os dados coletados em pesquisa feita (SEBRAE, 1996) nos leva a desenvolver uma política mais aguerrida de marketing já com o alvo principal, ou seja, o turista apontado pela pesquisa.

Do exposto, pode-se concluir que o Estado do Ceará, tanto no setor público quanto privado, deve orientar suas estratégias de consolidação do turismo não apenas por condicionantes de curto prazo, mas também e com mais ênfase baseando suas ações nas grandes linhas e tendências ditadas pelo panorama turístico internacional, e sobretudo, pelas perspectivas da economia nacional, visto que ambos fatores constituem-se determinantes básicos para assentar uma política consistente e conseqüente de longo prazo para essa indubitável vocação econômica do Ceará que é o Turismo.

BIBLIOGRAFIA

- ARAGÃO, Ana Silvia R. Impactos Econômicos do Turismo no Estado do Ceará. Monografia de graduação em Economia, UFC, Fortaleza, 1997;
- BEZERRA, José Max A. Turismo: Uma abordagem econômica do setor com ênfase para a região Nordeste. Dissertação para a obtenção do grau de mestre, CAEN/UFC, Fortaleza, 1996;
- CEARÁ, PLACEC - Plano de Governo do Estado do Ceará. Governo do Estado do Ceará, 1971;
- _____, I PLANDECE - I Plano Quinquenal de Desenvolvimento do Ceará, Governo do Estado do Ceará, 1975;
- _____, II PLAMEG - II Plano de Metas Governamentais, Governo do Estado do Ceará, 1979;
- _____, PLANED - Plano Estadual de Desenvolvimento, Governo do Estado do Ceará, 1983;
- _____, Plano de Mudanças, Governo do Estado do Ceará, 1987;
- EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo - Departamento de Economia do Turismo, Conceitos Turísticos, março/92, 11 p;
- FREIRE, L. L. R. O Turismo e sua importância para a Economia do Nordeste, Fortaleza/BNB, 1990;
- IPLANCE. Desempenho Recente e Impactos Econômicos do Turismo no Ceará, Fortaleza, 1993;

_____. O Desempenho do Turismo no Estado do Ceará, anos 1993, 1994, 1995, 1996. Fortaleza.

LEITE Jr., Francisco T. Turismo: Fundamentos e algumas evidências para o Estado do Ceará. Monografia de graduação em Economia, UFC, Fortaleza, 1994;

Mensagens do Governador à Assembléia Legislativa do Estado do Ceará. Anos 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995;

OTOCH, Luciana P. Turismo e Hotelaria no Ceará. Monografia de graduação em Economia, UFC, Fortaleza, 1994;

PRODETUR/CE, Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Ceará, Costa do Sol Poente, Governo do Estado do Ceará, 1993;

RABAHY, W. Planejamento do Turismo - Estudos Econômicos e Fundamentos Econométricos, Edições Loyola, 1990;

SOUSA, Maria do Carmo V. O Turismo Cearense e o Marketing como promovedor do seu desenvolvimento. Monografia de graduação em Administração de Empresas, UFC, Fortaleza, 1994;

TEIXEIRA, Maria do Socorro G. O terciário na Estrutura produtiva no Ceará: Uma análise de organização do setor de turismo. Dissertação para obtenção do grau de mestre, CAEN/UFC, Fortaleza, 1991;

VIEIRA, César. Oferta e Demanda Turísticas, Políticas Públicas e a Geração de Renda e Emprego no Ceará. Monografia de graduação em Economia, UFC, Fortaleza, 1997.