

TURISMO E HOSPITALIDADE - VOL. 2

ESTUDOS TEMÁTICOS E SETORIAIS



**Prefeitura de
Fortaleza**
Instituto de Planejamento
de Fortaleza



FCPC
FUNDAÇÃO CEARENSE
DE PESQUISA E CULTURA



FORTALEZA2040

Fortaleza, Ceará
Julho de 2015

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO DE FORTALEZA - IPLANFOR
FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA - FCPC

PROJETO:

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL -
FORTALEZA 2040**

Autores do Estudo:

Luiza Neide Menezes Teixeira Coriolano
Laura Mary Marques Fernandes

ANEXO VII – TURISMO E HOSPITALIDADE VOL II

FORTALEZA / CE

JULHO / 2015

ETAPA 2ª - DIAGNÓSTICO SOCIOECONÔMICO (HISTÓRIA, PROCESSO DE CRESCIMENTO, ATUALIDADE, TENDÊNCIAS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS)

PRODUTO 2 - LEVANTAMENTO DAS POTENCIALIDADES, ESTRANGULAMENTOS E DESAFIOS DO TURISMO EM FORTALEZA.

FORTALEZA/CE

MARÇO/2015

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO.....	7
2	A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO	8
3	FORTALEZA	
	10	
3.1	Potencialidades de crescimento futuro do turismo	11
3.2	O que dificulta a competitividade e crescimento do setor.....	12
3.3	Desafios futuros	13
4	MEIOS DE HOSPEDAGEM	16
4.1	Potencialidades de crescimento futuro	17
4.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	17
4.3	Desafios futuros	18
5	AGÊNCIAS DE TURISMO	19
5.1	Potencialidades de crescimento futuro	19
5.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	20
5.3	Desafios futuros	20
6	SEGMENTO DE NEGÓCIOS E EVENTOS.....	21
6.1	Potencialidades de crescimento futuro	21
6.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	21
6.3	Desafios futuros	21
7	PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARQUITETÔNICO, EQUIPAMENTOS E ATIVIDADES CULTURAIS E DE LAZER	23
7.1	Potencialidades de crescimento futuro	24
7.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	24
7.3	Desafios futuros	25
8	EQUIPAMENTOS GASTRONÔMICOS.....	26
8.1	Potencialidades de crescimento futuro	26
8.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	27
8.3	Desafios futuros	27
9	CAPACITAÇÃO PARA O TURISMO	28

9.1	Potencialidades de crescimento futuro	29
9.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	29
9.3	Desafios futuros	30
10	INFRAESTRUTURA BÁSICA DE APOIO AO TURISMO	31
10.1	Potencialidades de crescimento futuro	31
10.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	31
10.3	Desafios futuros	32
11	QUADRO INSTITUCIONAL.....	34
11.1	Potencialidades de crescimento futuro	34
11.2	O que dificulta a competitividade e crescimento	34
11.3	Desafios futuros	35
	BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	36
	APÊNDICE	41

1 APRESENTAÇÃO

Este relatório apresenta potencialidades, dificuldades e desafios para o desenvolvimento do turismo em Fortaleza. Contempla atividades da cadeia produtiva do turismo e considerou os projetos realizados e em realização na Metrópole Fortaleza, bem como o posicionamento mercadológico do destino turístico. Considerou-se ainda a relação do turismo com outros temas de discussão mundial como avanço tecnológico e meio ambiente.

O estudo baseia-se em dados existentes, e para isso foram utilizados vários documentos, entre eles, o Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável do Município de Fortaleza desenvolvido no âmbito do Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR e o Plano de Fortalecimento do Produto Turístico Fortaleza. Entretanto, realizou-se também uma pesquisa junto aos representantes do trade turístico que participam do Fórum de Turismo do Ceará indagando sobre as potencialidades, estrangulamentos e desafios por segmento de atuação no turismo.

A estruturação do documento traz à tona embasamentos teóricos para nivelar os técnicos do Projeto 2040 sobre turismo e considera situações em que a cidade está submetida por conjunturas externas, nas quais ocorrem intervenções por meio de políticas estatais e/ou privadas. Foram levados em conta projetos desenvolvidos com resultados: a médio e longo prazo e projetos a serem desenvolvidos.

Na estruturação do documento optou-se por apresentar, inicialmente, a análise relativa à Fortaleza turística de modo geral, em seguida, são apresentados por área os componentes da cadeia produtiva do turismo na Metrópole.

2 A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

A cadeia produtiva do turismo compreende o conjunto de agentes econômicos e as relações que se estabelecem entre eles para produzir os serviços turísticos, além dos bens e atender as necessidades dos turistas. Envolve todos os que participam na viagem de turismo, desde o momento em que se adquire a passagem de ida ao destino desejado até o momento em que se retorna ao destino de origem. Além das agências de viagens, inclui hotéis, e outros estabelecimentos de hospedagem, restaurantes, transportes, empresas de entretenimento, de atividades culturais, passeios, lazer, compras, entre outros serviços. Inclui ainda o fornecimento de insumos, máquinas e equipamentos, além de todo o aparato tecnológico e institucional - legal, normativo, financeiro, para que a cadeia possa se articular e produzir a fim de atender as demandas.

O turismo é um serviço de fluxo, de trabalho contínuo no tempo e no espaço, com atividades distintas que não se pode estocar é caracterizado pela intangibilidade, simultaneidade, incomensurabilidade, variabilidade, uso intensivo de recursos humanos e de informações, que torna qualquer tentativa de descrever a cadeia produtiva do turismo uma atividade complexa. Todavia, a ideia de cadeia produtiva do turismo é consagrada por especialistas e mercado turístico. Em geral, trata-se de uma atividade que não está vinculada a um processo de produção propriamente dito, sendo essencialmente intangível, posto que no turismo o que é vendido é algo imaterial: felicidade, prazer, sonhos, desejos, aventuras e viagens. A realização do consumo dessas imaterialidades exige também o consumo de bens materiais como leito de hotel, comida, roupa, *souvenirs*, passeios, lazer, dentre outras mercadorias.

Os serviços do turismo convencional são registrados no CADASTUR, o registro obrigatório junto ao órgão oficial de turismo. Contudo existem simultaneamente aos serviços do turismo convencional os serviços alternativos realizados por comunidades e micro empreendedores encontrando maneiras de participar da cadeia produtiva do turismo com formas alternativas de organização do trabalho e da produção do lazer e do turismo. Pequenos empreendimentos se tornam produtos turísticos embora alguns não tenham o cadastro do turismo, ação obrigatória junto ao órgão oficial de turismo. Os serviços do

turismo alternativo não são apenas mais um negócio da cadeia do turismo, mas oportunidade de crescimento e valorização cultural de grupos periféricos pelo turismo. O que faz o turismo ser de inclusão, sobretudo, em regiões consideradas pobres como o Nordeste.

Da cadeia produtiva analisam-se atividades características do turismo: alojamento, agências de viagem, cultura e lazer. E ainda equipamentos e serviços relacionados à atividade. Considerando que a cadeia produtiva do turismo é constituída por elos que estão interligados formando o negócio turístico e que o lugar é o núcleo polarizador da cadeia produtiva iniciou-se a análise pelo destino turístico Fortaleza, seguida das análises específicas por área.

3 FORTALEZA

Fortaleza é considerada destino turístico consolidado no mercado nacional, mas se sabe que o posicionamento dos destinos turísticos no mercado não é imutável, portanto, há necessidade de gestão e ações contínuas para manter a competitividade do destino. A cidade possui alto índice de desigualdade social enfrenta sérios problemas nas áreas da saúde, educação, segurança, mobilidade, o que afeta a qualidade de vida da população residente e a experiência sonhada dos turistas na Metrópole.

Pesquisa realizada pela SETUR/CE relativa ao período de 1997 a 2012 sobre a satisfação do turista quanto aos atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura revela que a melhor média é dos atrativos 79,7, seguida por equipamentos e serviços turísticos com 76,4. A infraestrutura fica em último lugar com 44,1. No ano de 2012, os atrativos naturais obtêm a melhor avaliação 84,3. Equipamentos e serviços turísticos ficam em segundo lugar com 80,4 e infraestrutura fica com 47,2. No mesmo ano, entre os atrativos, os naturais recebem a maior pontuação, 92,3. Entre os equipamentos e serviços turísticos a hospitalidade do povo é o item melhor avaliado com 89,3. Os itens diversão e vida noturna ficam em segundo lugar. Na infraestrutura, o aeroporto obtêm a melhor avaliação, 89,8. Os itens limpeza e segurança pública recebem as piores avaliações 6,2 e 30,4 respectivamente.

Verifica-se que os desafios para Fortaleza não se restringem às ações estritamente relacionadas ao turismo, como é o caso, da promoção nacional e internacional, integram aspectos relacionados à infraestrutura urbana e social. Os dados da pesquisa revelam a importância dos atrativos naturais indicando a necessidade de cuidar dos atrativos. Apesar da boa avaliação da hospitalidade do povo, avalia-se que é preciso agregar à boa vontade e espontaneidade cearense mais profissionalismo, pois muitas situações envolvem a prestação e o consumo de serviços.

3.1 Potencialidades de crescimento futuro do turismo

Vários fatores contribuem para o crescimento do turismo em Fortaleza e precisam ser considerados quando se avalia a potência de um destino turístico. Entre esses fatores pode-se citar:

- A localização geográfica em relação ao acesso aéreo dos principais mercados emissores internacionais.
- Posicionamento no mercado nacional como destino de férias.
- Posicionamento no mercado nacional como destino de negócios e eventos.
- Destino regional como Polo de moda e confecção com eventos sistemáticos e significativos.
- Boa rede hoteleira
- Boa estrutura de receptivo (agências, transportadoras, guias de turismo)
- Existência do Beach Park
- Existência das barracas na Praia do Futuro
- Existência da oferta da Av. Beira Mar
- Existência do Centro de Eventos e Feiras.
- Existência do Convention & Visitors Bureau
- Existência do Porto do Mucuripe
- Projeto Av. Beira mar
- Projeto Praia de Iracema
- Projeto Praia do Futuro
- Ampliação do Aeroporto Internacional
- A hospitalidade do povo cearense
- Possibilidade da construção do Aquário
- Possibilidade de interligação da Costa Leste com a Oeste.
- Possibilidade de implantação do HUB da TAM
- Possibilidade de melhoria da mobilidade com a implantação dos Veículos Leves sobre trilhos – VLTs.

- Pouca probabilidade de tensões religiosas e catástrofes naturais como furações e terremotos.
- Existências de áreas turísticas desenvolvidas e de áreas turísticas a desenvolver (como a Praia da Sabiaguaba e Barra do Ceará). (PDTIS).
- Visibilidade do Brasil ao mundo via Copa das Confederações e Copa do Mundo 2014.
- Gastronomia a artesanato bem aceito pelos visitantes.
- Espaços propícios ao desenvolvimento do Surf, Kitesurf e Windsurf.

3.2 O que dificulta a competitividade e o crescimento do turismo

No entanto muitos fatores têm dificultado a competitividade e o crescimento do turismo em Fortaleza, como os listados:

- Risco país: crise econômica, insegurança urbana e violência.
- Imagem da Metrópole comprometida pela violência, insegurança e epidemias.
- Custo elevado do acesso aéreo para o mercado internacional.
- Poucas ligações aéreas internacionais.
- Situação precária do transporte rodoviário interno: estado e segurança das rodovias.
- Inexistência do Plano de Política Pública de turismo para o Estado.
- Inexistência de planejamento integrado do turismo a médio e longo prazo.
- Descontinuidade das políticas públicas.
- Desarticulação entre governos e universidades nas ações do turismo.
- Pouca articulação entre os gestores públicos e o setor privado.
- Carência de pessoal qualificado nos órgãos oficiais de turismo.
- Inexistência de estudos prospectivos para o turismo sobre o Ceará, destinos concorrentes, mercados emissores e tendências de mercado.
- Banco de dados deficiente sem coletas sistematizadas dos órgãos de turismo.
- Precariedade da promoção do destino nos mercados nacional e internacional.
- Áreas de interesse turístico estagnadas: Praia do Futuro, Conjunto Santa Terezinha, Praia de Iracema e Centro histórico.
- Serviços urbanos básicos deficientes comprometendo a imagem da cidade.

- Mobilidade urbana deficiente com saturação dificultando o deslocamento de turistas na cidade.
- Visão empresarial do lucro imediato.
- Baixos salários da área.
- Baixo nível de educação e qualificação dos profissionais do turismo. (PDTIS).
- Degradação de ativos ambientais, paisagísticos e histórico culturais com potencial turístico (Centro histórico, Parangaba, orla marítima).
- Amadorismo.
- Competitividade dos destinos turísticos vizinhos.
- Descaracterização dos produtos regionais em especial o artesanato.
- Pouca expressividade do Carnaval e das festas Juninas de Fortaleza.
- Fraca identidade cultural de Fortaleza.
- Imagem da Cidade ligada a exploração sexual e infanto-juvenil.
- Balneabilidade comprometida das praias de Fortaleza
- Falta de ordenamento espacial do comércio informal da Cidade.
- Existência de Prestadoras de serviços turísticos atuando no mercado informal

3.3 Desafios futuros

Assim, os desafios futuros para Fortaleza turística, são:

- Elaboração e execução de política de Estado para o turismo.
- Manutenção da competitividade de Fortaleza como destino de sol e praia.
- Consolidação do segmento de eventos e negócios.
- A imagem do destino: melhoria da cidade nos aspectos culturais, qualidade de vida, diminuição da desigualdade social, serviços públicos de saneamento, transporte, saúde, coleta seletiva e reciclagem do lixo e embelezamento dos espaços públicos.
- Investir em produtos que dependam do potencial geográfico e cultural da cidade (segmento de esporte e aventura, gastronômico etc)
- Diversificação da oferta de produtos (segmentação) e requalificação turística de Fortaleza.
- Diversificação e ampliação da oferta hoteleira.

- Melhoria da balneabilidade das praias.
- Inserção de novas áreas nos roteiros turísticos. Ex.: Barra do Ceará.
- Promoção de atrações e diversão diurnas na cidade incluindo o uso do patrimônio natural e cultural.
- Aumento do fluxo turístico nacional e internacional.
- Aumento da receita proveniente do turismo.
- Dinamização da organização local e regional do turismo.
- Capacitação dos profissionais do turismo e da sociedade em idiomas estrangeiros.
- Diminuição da sazonalidade turística.
- Aumento e/ou manutenção dos dias de permanência do turista na cidade.
- Desenvolvimento de rede de informações turísticas.
- Preparação de ambiente propício ao lazer de idosos, assim como do turismo para a terceira idade.
- Gestão do comércio ambulante.
- Restauração do patrimônio histórico do Centro da cidade.
- Reforço à atratividade da cidade com a criação de áreas para pedestre.
- Realização de coleta seletiva e reciclagem do lixo.
- Controle do Estado na cobrança da responsabilidade social e ambiental dos empreendimentos turísticos e imobiliários.
- Responsabilidade social e ambiental das empresas de turismo.
- Lidar com novos hábitos de consumo derivados do uso da internet.
- Gestão dos negócios turísticos em tempos de crise econômica.
- Gestão pública diante do terrorismo mundial e epidemias locais.
- Fazer face ao aumento da oferta hoteleira nos municípios vizinhos.
- Combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.
- Capacitação para gestores da cadeia produtiva.
- Inovação da tecnologia
- Investimento na logística
- Incentivos para melhorar a competitividade
- Aquecimento global implicando nos climas, elevação da temperatura das águas no norte, aumento do nível do mar e consequências da exposição ao sol.
- Resistência aos voos de longa distância devido ao uso do combustível fóssil.

- Manter-se competitivo frente a Salvador, Recife e Natal.

4 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Hospedagem é mais que hospedar e oferecer alojamento e proporcionar repouso e descanso aos viajantes, como se fez em toda história da humanidade. A hospedagem era para os gregos uma questão de honra e deve ser para o turismo contemporâneo. A proteção e a segurança do hóspede acolhido é dever do hospedeiro. Os primeiros meios de hospedagens estavam ligados aos transportes e eram rudimentares como as tabernas que são precursoras dos restaurantes, as estalagens que ofereciam alojamentos sem grandes comodidades e eram locais de troca de correspondências trazidas por cavaleiros. Os albergues eram hospedarias organizadas por caridade para atender viajantes pobres.

As mudanças ocorridas nos meios de hospedagens com a expansão do turismo são evidenciadas no final do século XX, com os hotéis ditos inteligentes, que absorvem técnicas racionais, economizam, conservam, facilitam a vida dos clientes e causam menos impactos. Mudaram as preferências da localização hoteleira dos centros para litorais, montanhas, áreas distantes mais naturais e mais panorâmicas.

A atmosfera familiar dos meios de acomodação passa a dar lugar ao profissionalismo na hotelaria, e os hotéis passam a serem empresas. Os saberes da hotelaria suíça pioneira dispersam-se pelo mundo, e surgem as potentes cadeias hoteleiras. Ampliam-se os serviços hoteleiros que além dos tradicionais da hotelaria oferecem serviços eletrônicos, animação turista, piscinas, saunas, refrigeração, lojas diversas, *boites*, suítes de luxo, bancas de revistas, restaurantes requintados, jogos, salão de esportes, serviços personalizados, conduções e agências de receptivos. Tornou-se um conglomerado de serviços especializados exigindo profissionais competentes.

Na Metrópole Fortaleza os meios de hospedagem se concentram na orla de Fortaleza, com pequena quantidade localizada no entorno da rodoviária e no Centro histórico, onde estão algumas pousadas e pequenos hotéis ligados, principalmente, à atividade de negócios de moda. Nas imediações do Aeroporto Internacional Pinto Martins não há oferta de meios de hospedagem.

Na Região Metropolitana de Fortaleza- RMF, a implantação de resorts aumentou, consideravelmente, a oferta de leitos. Em Caucaia, apenas o Vila Galé acrescentou 465

apartamentos no litoral de Caucaia e o Dom Pedro Laguna Beach Villas & Golf Resort 102 apartamentos em Aquiraz. O aumento da oferta de meios de hospedagem deste nível fortalece a RMF, mas, em particular, os municípios vizinhos.

Desde 1980 vêm sendo cobradas das empresas uma atuação com ética e responsabilidade social e a hotelaria tem incorporado práticas sustentáveis. O Brasil é um dos primeiros países a possuir norma sobre hospitalidade e sustentabilidade no turismo. A Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT publicou a Norma Brasileira sobre sustentabilidade para meios de hospedagem. Essa norma, a NBR 15401 - Meios de Hospedagem - Sistema de Gestão da Sustentabilidade traz parâmetros verificáveis referentes à sustentabilidade de hotéis e pousadas. A adequação dos meios de hospedagem aos padrões de qualidade fortalece a cadeia produtiva do turismo.

4.1 Potencialidades de crescimento futuro

As potencialidades estão pautadas na apresentação dos serviços hoteleiros com:

- Hotéis bem equipados.
- Localização da oferta hoteleira principal à beira mar.
- Crescimento do segmento de eventos aumentando a demanda turística.
- Ampliação da oferta de serviços na hotelaria voltada aos eventos.
- Interesse da iniciativa privada em investir na hotelaria.
- Interesse do Estado em captar empreendimentos hoteleiros.
- Possibilidade de expansão e diversificação da rede hoteleira.
- Existência de cursos de hotelaria, turismo e idiomas na cidade.
- Grande parte da hotelaria com registro no CADASTUR.

4.2 O que dificulta a competitividade e crescimento

Para melhorar a competitividade há que ser focados os pontos:

- Sazonalidade do fluxo hoteleiro.

- Custo Brasil.
- Legislação trabalhista e encargos sociais.
- Precariedade da promoção do destino no mercado nacional e internacional.
- Padronização dos serviços.
- Rotatividade de funcionários.
- Capacidade da mão de obra na fluência a idiomas estrangeiros.

4.3 Desafios futuros

Considerar os pontos apresentados para readequação das atividades

- Adesão às certificações de qualidade e desenvolvimento sustentável.
- Qualificação e profissionalização da mão de obra.
- Qualificação e profissionalização de gestores.
- Captação de demanda turística nacional e internacional.
- Manutenção da competitividade em relação aos municípios vizinhos.
- Fazer face à deterioração e desatualização dos equipamentos de hospedagem.
- Suporte do crescimento da demanda em longo prazo.
- Expansão da oferta hoteleira nas imediações do Aeroporto e na Praia do Futuro
- Equacionar oferta de serviços com qualidade e custos.
- Incentivos fiscais.
- Financiamento.
- Investimento em tecnologia.

5 AGÊNCIAS DE TURISMO

O trade turístico se refere às agências de turismo a partir da forma como atuam no mercado, assim são denominadas: agência de viagens, operadora, consolidadora, agência do segmento corporativo, agência de receptivo.

Novas formas de comercialização dos serviços e destinos turísticos têm sido possíveis a partir do uso da internet e inovações tecnológicas gerando alterações na atuação do agente de turismo, assim o desafio de manter-se competitivo tornou-se maior, exigindo criatividade. Essas mudanças no mercado turístico, a exemplo da redução dos percentuais de comissionamento dos agentes pelo setor aéreo, o uso da internet para aquisição de serviços pelo cliente sem intermediação, os Sistemas Globais de Reservas levam muitos especialistas a destacarem a atuação do agente de viagens como consultor, para fazer frente a essas mudanças, assim novas habilidades passam a ser exigidas do agente de viagens.

A inovação apresenta-se como tema essencial, bem como ampliar a oferta de serviços e agregar benefícios para os clientes. Ampliar o volume de negócios tornou-se estratégico. Estabelecer parcerias, fortalecer o relacionamento com os clientes e dedicar-se à prestação de serviços de forma diferenciada são estratégias utilizadas para se manter no mercado.

5.1 Potencialidades de crescimento futuro

Tem base nos seguintes pontos:

- Bom posicionamento de Fortaleza no mercado nacional.
- Bom posicionamento do receptivo de Fortaleza no mercado.
- Possibilidade de aumento da demanda turística nacional e internacional.
- Dinamização do segmento de eventos.
- Inovação tecnológica.
- Área sem barreiras de entrada.

5.2 O que dificulta a competitividade e o crescimento

Alguns pontos que precisam ser reconsiderados para o crescimento do turismo na Metrópole:

- Novos hábitos de consumo derivados do uso da internet.
- Crise econômica ocasionando baixa no turismo.
- Poucos profissionais com domínio de idiomas estrangeiros.
- Aumento fácil da concorrência pela inexistência de barreiras de entrada.
- Gestores e profissionais não qualificados.
- Precariedade da promoção do destino no mercado nacional e internacional.

5.3 Desafios futuros

Atentar para os seguintes pontos:

- Atuação no mercado diante de novos hábitos de consumo derivados do uso da internet.
- Utilizar-se do avanço tecnológico.
- Criação de novos roteiros.
- Elaboração de produtos atrativos para a clientela.
- Desenvolvimento de outros segmentos: turismo de saúde, cruzeiros marítimos, turismo comunitário, turismo social, turismo terceira idade e turismo de intercâmbio.
- Formar guias de turismo de categoria internacional (cadastrados).

6 SEGMENTO DE NEGÓCIOS E EVENTOS

Fortaleza tem se especializado e crescido no segmento de turismo de eventos e conta com equipamentos apropriados e oferece serviços com capacidade de receber eventos de diferentes portes, a exemplo do Centro de Feiras e Eventos do Ceará, Centro de Convenções Edson Queiroz e Centro de Negócios do SEBRAE.

Hotéis da cidade também oferecem espaços para eventos destacando-se: a Fábrica de Negócios (Hotel Praia Centro), Gran Marquise, Marina Park Hotel, Ponta Mar Hotel e Vila Galé. A oferta de equipamentos, e em especial, o Centro de Feiras e Eventos posiciona o Ceará no circuito dos grandes eventos nacionais e internacionais.

6.1 Potencialidades de crescimento futuro

Com base nos seguintes pontos:

- Oferta de espaço, equipamentos e serviços satisfatórios.
- Atuação do Convention & Visitors Bureau.
- Fortaleza é o principal portão de entrada de turistas.
- Existência de aeroporto internacional.
- Cursos de capacitação e graduação na área.
- A atratividade da cidade moderna Fortaleza.
- Existência do Centro de Eventos e Feiras.

6.2 O que dificulta a competitividade e crescimento do setor

Reconsiderar os seguintes entraves:

- Pouca oferta de voos internacionais.
- Precariedade da promoção do destino no mercado nacional e internacional.
- Violência e insegurança influenciam negativamente a captação de eventos.

6.3 Desafios futuros

Considerar essas iniciativas:

- Ampliação da captação de eventos e negócios.
- Fortalecimento da cadeia produtiva de eventos para captar eventos internacionais.
- Fazer face aos eventos on line.
- Centros de pesquisas avançados para geração de eventos técnicos científicos on line.
- Fortalecimento de eventos técnicos científicos e feiras comerciais presenciais e virtuais.

7 PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARQUITETÔNICO, EQUIPAMENTOS E ATIVIDADES CULTURAIS E DE LAZER

A concepção contemporânea de patrimônio resulta dos processos de mudança sócio culturais, com destaque do aumento da pressão social no sentido de conservar e preservar pelo uso e não pela ocultação. Conservar significa usar o maior número de vezes para atingir o maior número de pessoas e não, deixá-lo sem uso como pensa o senso comum. Implica, sobretudo, a necessidade da participação da sociedade (comunidades); a preocupação com o reordenamento, a revitalização quando necessária para dar resignificação a esse patrimônio de forma a torná-lo participante do processo de crescimento econômico, sendo aproveitado de forma especial pelo e para o turismo como forma de valorização da cidade e melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, servindo de fundamento para o desenvolvimento sustentável. O patrimônio histórico de Fortaleza encontra-se em grande parte desprestigiado, sem inserção nos circuitos turísticos nem contribui para o crescimento sócio econômico da Metrópole.

Com exceção do Patrimônio Pós-moderno Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura devidamente valorizado, por ser sempre utilizado e de diferentes formas, o que deixa mais a deriva o patrimônio histórico que embora reduzido faria diferença se valorizado e incluído nos circuitos turísticos

O patrimônio histórico de Fortaleza está localizado, principalmente, no Centro e não está devidamente integrado aos roteiros turísticos. Não é valorizado como atrativo turístico, além disso, as condições do centro: trânsito, dificuldade para estacionar e insegurança dificultam a visita com ônibus de turismo e/ou a pé. Tem-se registro de turistas, inclusive estrangeiros, que visitam atrativos como o Teatro José de Alencar e o Museu do Ceará. Contudo no consumo turístico do Centro se destacam apenas o Centro de Turismo e o Mercado Central com as compras de artesanato, *souvenirs* e produtos regionais.

Um aspecto cultural que se inseriu no turismo de Fortaleza foi o shows de humor que apesar de receber críticas, pois os shows são considerados por alguns picantes e irreverentes. Essa animação integra a agenda de entretenimento da cidade com shows em lugares turísticos como Praia de Iracema e Av. Beira Mar.

O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura atende ao lazer do residente e do visitante. As apresentações de grupos culturais locais e de municípios cearenses são possibilidades de disseminação da cultura cearense para turistas e residentes.

Apesar de não estar vinculado à cadeia produtiva do turismo, o complexo cultural Vila das Artes, contribui para a capacitação cultural do residente o que resulta na valorização da cultura uma vez que os cursos são voltados para a formação, produção, pesquisa e difusão em artes. Existem ainda os Centros Urbanos de Cultura e Arte - CUCA, equipamentos importantes na formação cultural da população jovem. Os equipamentos estão localizados em territórios estratégicos (Barrra do Ceará, Mondubim e Jangurussu) e atendem jovens de 15 a 29 anos, residentes em áreas de alta vulnerabilidade social.

7.1 Potencialidades de crescimento futuro

Esse segmento precisa considerar os seguintes pontos:

- Existência de equipamentos e atividades voltados à cultura e ao lazer.
- Existência de programas nacionais de incentivo à conservação do patrimônio.
- Existência de parcerias com empresas privadas para restauração e refuncionalização do patrimônio.
- Existência de áreas com patrimônio histórico e potencial turístico: Mucuripe, Messejana, Benfica, Jacarecanga e Parangaba.
- Turismo como conteúdo transversal nas escolas.

7.2 O que dificulta a competitividade e o crescimento

Para expansão esses pontos precisam ser revisados:

- Supervalorização do turismo de sol e praia.
- Sociedade voltada à cultura do ter.
- Degradação dos espaços públicos e da estética e embelezamento da metrópole.
- Ausência de política pública que valorize a inserção da cultura e do patrimônio no turismo.

- Condições precárias do Centro: trânsito difícil, dificuldade para estacionar, insegurança e comércio ambulante desorganizado.

7.3 Desafios futuros

Assim, precisam ser repensados os seguintes pontos:

- Desenvolvimento de produtos culturais que atraiam empresários do turismo, turistas e residentes.
- Inserção de equipamentos, atrativos e serviços nas atividades turísticas.
- Expansão de áreas e equipamentos de entretenimento em Fortaleza.
- Sensibilização dos gestores públicos e da sociedade sobre a importância do patrimônio histórico e arquitetônico e das áreas de lazer.
- Incentivo aos artistas e artesãos.
- Requalificação da atividade turística com incentivo ao turismo urbano e cultural no Centro histórico de Fortaleza.
- Criação de áreas turísticas para pedestres interligando o Centro histórico ao Dragão do Mar.

8 EQUIPAMENTOS GASTRONÔMICOS

Fortaleza dispõe de vários polos gastronômicos frequentados por residentes e turistas, com culinária variada. Destacam-se a gastronomia típica e internacional. São restaurantes, bares, cafés e lanchonetes. Os polos mencionados pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL são: Varjota, Praia de Iracema, Dragão do Mar, Beira Mar, Maraponga, Bairro de Fátima/Benfica, Bezerra de Menezes, Jovita Feitosa, Parangaba e a área sul da Cidade, que engloba do Iguatemi à Cidade dos Funcionários.

Segundo o presidente¹ da ABRASEL/CE a entidade atua no sentido de promover a formalização das empresas do setor, que ocupam lugar estratégico na cadeia produtiva do turismo e no lazer local. No Brasil o segmento representa quase um milhão de empresas entre bares, restaurantes, lanchonetes, padarias e outros estabelecimentos. Emprega seis milhões de pessoas, gera diretamente 2,4% do PIB brasileiro e absorve 26% do total de gastos com alimentação do povo brasileiro. No turismo, o segmento é responsável por 40% do PIB e por 53% da mão de obra empregada.²

Acrescenta-se o Centro das Tapioqueiras na Av. Washington Soares polo gastronômico especializado em tapiocas que se tornou espaço gastronômico agradável para os que estão a caminho das praias do Litoral Leste.

8.1 Potencialidades de crescimento futuro

O crescimento tem base em:

- Aumento do número de pessoas que come fora de casa.
- Valorização da gastronomia.
- Existência de fluxo turístico.
- Poder aquisitivo da população residente nos polos gastronômicos.
- Gastronomia bem aceita pelos turistas

¹ Rodolphe Trindade.

² Disponível em: <https://www.brasil247.com/pt/247/ceara247/165873/Abrasel--CE-prioriza-setoriza%C3%A7%C3%A3o-dos-polos-gastron%C3%B4micos.htm>. Acesso em: 17/04/2015.

8.2 O que dificulta a competitividade e crescimento do setor

Alguns pontos emperram o crescimento:

- Alta rotatividade de mão de obra
- Mão de obra deficiente
- Carga tributária
- Modificação da legislação (Leis Seca e do Fumo).
- Altas taxas de juros em linhas de financiamento.
- Concorrência desleal dos informais.

8.3 Desafios futuros

Alguns pontos precisam ser reconsiderados:

- Inovação.
- Utilização de novas tecnologias para melhoria dos processos.
- Adaptação às tendências dos *slow food* e do comer saudável.
- Concorrência dos *food trucks*.
- Gestão do negócio.
- Qualidade e segurança alimentar.
- Formalização das empresas.

9 CAPACITAÇÃO PARA O TURISMO

A educação é importante instrumento de promoção humana e de desenvolvimento social e comporta múltiplas abordagens e formas de intervenções até chegar a capacitação mais específica. . Ocorre de modo formal e sistematizado nas escolas e de modo informal e não sistemático em processos educativos via meios de comunicação e em projetos de grupos sociais de bairros e comunidades.

No campo do turismo a contribuição da educação não pode se restringir apenas a educação informal. Um núcleo receptor de turismo só é excelente se a população for educada, receptiva, não bastando apenas a hospitalidade banalizada pelo senso comum e atribuída ao cearense. A baixa escolaridade, aliada à inexistência de ações para o desenvolvimento das potencialidades da área turística indicam a necessidade de investimentos tanto em processos formais de educação quanto em processos de capacitação profissional. O turismo exige extenso campo de atuação e formação profissional em nível técnico e superior. Desenvolver a capacitação profissional é um item importante para as pessoas que integram a cadeia produtiva do turismo trabalhando na prestação dos serviços.

Fortaleza dispõe de cursos oferecidos pelo Sistema S para capacitação de profissionais e também de faculdades e universidades que oferecem cursos de graduação e pós-graduação na área. O ensino superior é oferecido em cursos de graduação e de extensão. Um bacharel em turismo possui estudo genérico na área, tem formação teórico-prática, é o profissional planejador dos serviços turísticos. Pode atuar em quase todos os serviços desde que se sinta capacitado. A hotelaria, por exemplo, é uma capacitação especial, exige um curso específico para formação de profissional da área.

Há empresas que qualificam internamente os profissionais, mas a maior parte delas encaminha para os cursos do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, dentre muitas escolas privadas que capacitam para o trabalho técnico e prático preparando para a hotelaria, a restauração e o guiamento. Todas reconhecidas pelo Ministério de Educação e pelos órgãos do trabalho e do turismo.

Como o turismo é atividade transdisciplinar nele estão profissionais de todas as áreas trabalhando e de todos os níveis de formação. Importante é que aqueles que optarem

pela produção de serviços turísticos se capacitem. O ensino voltado para o desenvolvimento de competências prepara profissionais para o trabalho e leva-os a entender que a qualificação vai além do domínio das técnicas de trabalho. Desenvolve raciocínios para compreender os fundamentos de uma profissão integrados aos objetivos e missões das organizações produtivas. Assim, uma camareira não é uma simples arrumadeira de camas, mas, uma profissional da equipe de prestadores de serviços de um famoso hotel de Fortaleza ou de uma pousada na orla marítima cearense.

A educação brasileira tem como objetivos preparar o indivíduo, o cidadão e o profissional. Estes objetivos se cumpridos resolveriam muitos dos problemas do País que se diz turístico. Que os lugares turísticos compreendam os valores da hospitalidade e não apenas da hospedagem como afirma Camargo (2002, p. 16) transformando “estilos servis das sociedades tradicionais em profissões modernas bem posicionadas no mercado de trabalho: do mordomo ao *maître*, do cozinheiro ao *chef*. Neste caso, seria um referencial crítico capaz de desnudar o ridículo de estilos de hospitalidades que nada mais são do que caricaturas de práticas associadas ao *ancien régime*, quando o servilismo afronta os limites do politicamente correto”.

9.1 Potencialidades de crescimento futuro

Constituem fatores positivos os seguintes pontos:

- Crescimento do turismo no estado do Ceará.
- Existência de cursos profissionalizantes
- Existência de Cursos técnicos de turismo
- Existência de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos - UECE

9.2 O que dificulta a competitividade e crescimento do setor

Dificulta a capacitação:

- Baixos salários.
- Condições de trabalho.
- Para os graduados em turismo a concorrência de outras áreas

- Pouca predisposição empresarial para gastos com capacitação
- Falta de Curso de Graduação em Turismo na Universidade Pública do estado do Ceará- UECE.

9.3 Desafios futuros

Devem ser considerados

Precisam ser considerados os seguintes pontos:

- Capacitação do setor público e privado (áreas operacionais e de gestão).
- Capacitação da população para o Turismo.
- Valorização do profissional capacitado

10 INFRAESTRUTURA BÁSICA DE APOIO AO TURISMO

A infraestrutura básica de apoio ao turismo remete a tudo que existe na Cidade e foi realizada para servir ao residente, tornando-se um lugar agradável e confortável aos moradores. Instalações e serviços, públicos e privados, que proporcionam o bem-estar dos residentes e também dos visitantes, tais como sistema de transportes, de saúde, de comunicação, de abastecimento de água, de energia e tantas outras estruturas básicas e facilidades existentes nas cidades.

Apesar do investimento que tem sido realizado os serviços de infraestrutura de Fortaleza têm recebido as piores avaliações dos turistas. População e empresários também apontam a necessidade de melhorar esses serviços. Deficiências de saneamento, transporte coletivo, saúde, entre outros fragilizam Fortaleza para o turismo.

A deficiência na oferta e na qualidade da prestação dos serviços afeta a qualidade da experiência do turista e, em muitos casos, os afasta, como é o caso da imagem de insegurança provocada pela violência na cidade.

10.1 Potencialidades de crescimento futuro

Constituem fatores positivos os seguintes pontos:

- A ampla oferta de serviços
- Transporte metroviário
- Projetos em andamento na Av. Beira Mar, Praia do Futuro, Praia de Iracema.
- Presença do aeroporto internacional

10.2 O que dificulta a competitividade e crescimento do setor

Dificulta o avanço do turismo

- Investimento público insuficiente
- Pouca integração entre os órgãos setoriais
- Educação da população
- Educação do turista
- Rodoviária saturada e mal conservada

- Aeroporto internacional com sinais de saturação
- Porto do Mucuripe sem Cais para atracação de navios cruzeiros
- Lagoas com potencial turístico mas em estado de degradação ambiental
- Infraestrutura urbana não suporta o crescimento da demanda a médio e longo prazo.
- Depauperação dos principais acessos rodoviários federais à Fortaleza
- Dificuldade e entraves na acessibilidade da maioria dos atrativos turísticos
- Saturação viária da cidade.
- Deficiência de infraestrutura física na maioria das feiras e mercados
- Atendimento precário do serviço de transporte público em algumas áreas turísticas.
- Inexistência de transporte público regular que contemple o percurso do Aeroporto e Rodoviárias às principais áreas turísticas.
- Má conservação da estrutura de apoio ao turismo que compõem o corredor turístico da Cidade (asfalto, sinalização, limpeza urbana, iluminação e transporte).
- Problemas de segurança e saúde pública vinculadas a falta de saneamento.
- Baixa qualidade de manutenção, conservação e limpeza dos logradouros públicos, lagoas e rios.
- Ocupação indevida de espaços públicos para fins privados.
- Especulação imobiliária em áreas turísticas
- Baixos índices de acesso adequado a água e cobertura da coleta de lixo.
- Crescimento desordenado da Cidade.

10.3 Desafios futuros

Devem ser considerados

- Abastecimento d'água suficiente e de qualidade para a população
- Universalização dos serviços urbanos básicos
- Transporte coletivo seguro e constante
- Acessibilidade e mobilidade urbana
- Manutenção dos acessos rodoviários à Fortaleza.
- Ampliação da coleta seletiva e reciclagem do lixo

- Conservação da Iluminação pública
- Adequação contínua do sistema de comunicação ao avanço tecnológico.
- Melhoria do transporte rodoviário.
- Requalificação do transporte rodoviário
- Funcionamento do transporte metroviário
- Oferta de transporte público ligando o Aeroporto às áreas turísticas.
- Conter a ocupação desordenada na Cidade.

11 QUADRO INSTITUCIONAL

Fortaleza passou a contar com Secretaria Municipal de Turismo a partir do ano de 2005. Por meio da SETFOR foram implantados três Centros de Apoio ao Turista, chamados de Casas do Turista localizados na Praça do Ferreira, Mercado Central e Av. Beira Mar. Conforme o PDTIS a SETFOR tem quadro funcional composto por diversas categorias profissionais, entretanto necessita de uma equipe multidisciplinar que atenda as exigências que a área necessita. As Secretárias não possuem quadro fixo de funcionários havendo mudanças a cada governo o que tem comprometido os serviços em especial os de levantamentos estatísticos do turismo.

A gestão do turismo é atividade complexa, pois envolve a articulação com vários segmentos, daí a importância de um planejamento integrado e a participação da sociedade.

11.1 Potencialidades de crescimento futuro

A institucionalização se fortalece com:

- Articulação entre gestor da Secretária Municipal e Fórum de Turismo/Conselho Municipal de Turismo.
- A existência do PRODETUR Fortaleza.
- A Existência da SETFOR
- A institucionalização dos fóruns regionais e dos grupos gestores.
- Disponibilidade de técnicos especializados
- Crescimento da sensibilização em relação a importância da articulação na Cadeia Produtiva do Turismo.

11.2 O que dificulta a competitividade e crescimento do setor

Fatores que emperram a institucionalização

- Inexistência de uma política de Estado para o turismo.
- Descontinuidade dos projetos.
- Pouca articulação com a população.
- Deficiências da cidade que recaem sobre a gestão da atividade.

- Distanciamento das Universidades com as institucionalizações do turismo.
- Falta de sincronização política e visão dos gestores públicos quanto ao Planejamento turístico e desenvolvimento urbano.
- Escassos estudos e pesquisas sobre a atividade turística municipal.
- Falta de coordenação dos Órgãos estadual e municipal de turismo entre si e com as demais secretarias estaduais, municipais e com o governo federal.
- Falta de continuidades nas ações de planejamento turístico.

11.3 Desafios futuros

- Manter a articulação com o Conselho Municipal de Turismo e Fórum de Turismo.
- Estruturação da SETFOR com equipe capacitada em turismo.
- Desenvolver uma política de estado para o turismo de forma integrada e contínua.
- Reativação do Conselho estadual de Turismo.
- Articulação política dos gestores para captação e implantação do HUB da TAM.
- Articulação política entre órgãos estadual e municipal de turismo entre si e com as demais secretarias estaduais, municipais e com o governo federal.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

AIRES FILHO, José Valdo Mesquita. **O Centro de Eventos do Ceará (CEC) na potencialização do turismo de negócios**. 2014. 173p. Dissertação (Mestrado em Turismo), Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Universidade Estadual do Ceará - UECE, Fortaleza, 2014.

ANUÁRIO Estatístico do Ceará. 1996/1997. [s.l:s.n], 1999.

ANUÁRIO Estatístico. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloadsanuario/AnuaxrioEstatisticodeTurismo-2013-Anobase2012-V12jun.pdf>. Acesso em: 21/08/2013.

_____. **Alta estação 2001/02**: movimento no mês de dezembro de 2001. Fortaleza, 2002.

BARBOSA, Luciana Maciel. **Redes de territórios solidários do turismo comunitário**: políticas para o desenvolvimento local no Ceará. 2011. 160p. Dissertação (Mestrado em Geografia), Mestrado Acadêmico em Geografia, Universidade Estadual do Ceará – UECE, Fortaleza, 2011.

BRASIL. MTUR – Estudo da Demanda Turística Internacional durante a Copa do Mundo da FIFA. 2014 Brasília, 2014.

_____. _____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional**: Destinos Indutores. 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/oministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/01estudosindutores.html>. Acesso em:13/03/15.

_____. _____. **Índice de Competitividade do Turismo Nacional**: Destinos Indutores. 2008. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/oministerio/publicacoes/downloadspublicacoes/EstudodeCompetitividade.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2013.

_____. IBGE. **Censo 2000**. (s.l:s.n).(2000).

CEARÁ. IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. **Ceará em Números – 2003**. Fortaleza: SEPLAN-IPECE, 2003.

_____. _____. **Síntese dos Indicadores Sociais**. Secretaria do Planejamento e Coordenação (Seplan), 2005.

_____. _____. **Perfil Básico Municipal (PBM)**, 2009.

_____. _____. **Perfil socioeconômico de Fortaleza**. Fortaleza, 2012.

_____. SECRETARIA DE PLANEJAMENTO. **PLANO de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Polo Ceará Costa do Sol. Diagnóstico.** Fortaleza: SETUR, 2003.

_____. SEMACE - Superintendência de Meio Ambiente do Estado do Ceará. **Unidades de conservação.** Disponível em: <<http://www.semace.ce.gov.br/>>. Acesso em 31 jan. 2009.

_____. _____. **Proposta de proteção, conservação e recuperação do rio Cocó.** 2009. Disponível em: <<http://www.semace.ce.gov.br>> Acesso em: 30 jul. 2009.

_____. SETUR. **Estudo da demanda turística via Fortaleza.** Fortaleza: 1997.

_____. _____. **Ata da reunião do Conselho de Turismo,** realizada no dia 11 de agosto de 1998 na Confederação Nacional do Comércio-CNC, Rio de Janeiro.

_____. _____. **Manual de informações turísticas.** Fortaleza: 2000.

_____. _____. **Resultados do turismo via Fortaleza 1999/2001.** Fortaleza, 2001a.

_____. _____. **Conjuntura do turismo via Fortaleza – setembro 2001.** Fortaleza, 2001b.

_____. _____. **Alta estação 2001/02:** movimento no mês de dezembro de 2001. Fortaleza, 2002.

_____. _____. Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste/ **PRODETUR.** 2008. Disponível em: <http://www.setur.ce.gov.br/setur/prodetur_1.jsp>. Acesso em: 13/03/15.

_____. _____. Site oficial. Institucional. 2013. Disponível em: <<http://www.empetur.com.br/web/setur/>>. Acesso em: 13/03/15.

_____. _____. **Indicadores Turísticos - 1995- 2013.** Fortaleza, 2014.

_____. _____. **Avaliação Ambiental Estratégica (AAE) do Programa de Desenvolvimento do Turismo PRODETUR NACIONAL FORTALEZA.** 2014.

CAMARGO, H. **Patrimônio Histórico Cultural.** São Paulo: ALEPH, 2002.

CONTI, José Bueno. A natureza nos caminhos do turismo. In: RODRIGUES, A.B. **Turismo e ambiente:** reflexões e propostas. São Paulo, Hucitec, 1997.p 17/26.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Do Local ao Global:** O Turismo Litorâneo Cearense. Campinas-SP: Papirus, 1998.

_____. **Turismo, territórios e sujeitos nos discursos e práticas políticas.** 2004. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, 2004.

_____. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza.** 1. ed. São Paulo: Anablumme, 2006.

FERNANDES, Laura Mary Marques. **O Ceará turístico: política de regionalização e governança nos destinos indutores**. 2014. 368p. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual do Ceará – UECE, Fortaleza, 2014.

FORTALEZA-Ceará. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDTIS. Fortaleza, 2011.

_____. Plano de Fortalecimento do Produto Turístico Fortaleza - PFTF. Fortaleza, s/d.b

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS – FGV. **Pesquisa de Demanda Turística Doméstica na Copa do Mundo da FIFA no Brasil em 2014**. Brasília, 2014.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, Ayr A. B. (org.) **Turismo e geografia**. Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing** – 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LIMA, L. CRUZ. O planejamento regional ajuda o turismo? In: YAZIGI, Eduardo. **Turismo, espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.193/200.

LINHARES, Paulo. **Cidade de água e sal**. Fortaleza: Fundação D. Rocha, 1992.

LOUREIRO, André O. F.; SULIANO, Daniel C.; OLIVEIRA Jimmy L. Uma análise da pobreza no Ceará com base em diferentes linhas de mensuração. In: CARVALHO, Eveline; et al. **Economia do Ceará em debate 2009**. Fortaleza: IPECE, 2010.

MOTA, K. C. N.; ANJOS, F. A. . Educação Superior em Turismo no Brasil: análise da oferta de cursos superiores no nordeste Brasileiro pelos institutos federais. **Revista brasileira de pesquisa em turismo**, v. 6, p. 48-63, 2012.

OMT. **Turismo**. Disponível em <<http://www.world-tourism.org>>. Acesso em 05 out. 2010.

_____. _____. Disponível em <<http://www.world-tourism.org>>. Acesso em 05 out. 2011.

_____. _____. Disponível em: <http://www.world-tourism.org/statistics/basic_references/castellano/A.1.1.1.15.htm>. Acesso em: 01 fev. 2012.

O POVO, Domingo, 04 de Abril de 2010, Fortaleza-CE. Cobertura Especial: Litoral Perdido. O que resta do litoral de Fortaleza. Toniatti Mariana.

ORIÁ, Ricardo. Fortaleza: os lugares de memória. In: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.

PARENTE, Karlos Markes Nunes. **Espaços públicos e privados de lazer e turismo na orla oeste de fortaleza**: embates políticos e contradições socioespaciais. 2012. 142p. Dissertação

(Mestrado em Geografia), Mestrado Acadêmico em Geografia, Universidade Estadual do Ceará – UECE, Fortaleza, 2012.

PEARCE, Douglas G. **Geografia do turismo**. Fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

PEREIRA, A. Q. **Veraneio Marítimo e Expansão Metropolitana no Ceará**: Fortaleza em Aquiraz. 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará – UFC, Fortaleza, 2006.

PONTE, Sebastião R. (org.). **Uma nova História do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2000.

Prefeitura Municipal de Fortaleza - PMF. **Plano Plurianual do município 2014-2017**. Lei Nº 10.095, de 27 de setembro de 2013.

Prefeitura Municipal de Fortaleza - PMF. **Plano de Gestão Integrada da Orla Marítima- Projeto Orla**. Fortaleza, 2006/2012

PRODETUR NACIONAL. Polos Turísticos do Ceará. Plano de Marketing Turístico. Execução – Chías Marketing.

RODRIGUES, Frederico do Nascimento. **Resorts**: produção territorial e responsabilidade socioambiental no Porto das Dunas, Aquiraz - CE. 2014. Monografia (Graduação em Geografia), Graduação em Geografia, Universidade Estadual do Ceará – UECE, Fortaleza, 2014.

SALVADOR – Bahia. Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDTIS.

SCHULLER, Vaniza; MECCA, Marlei Salete; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt.

Particularidade do cluster do turismo de negócios e eventos em relação ao do turismo e lazer. **Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Disponível em

http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt04/arquivos/04/03_52_05_Schuller_Mecca_Cesar. Acesso em 12 mar. 2015.

SILVA, Jurema Márcia Dantas da. **Políticas e Programas de Turismo no Rio Grande do Norte**: reflexões e propostas. 2014. 134p. Dissertação (Mestrado em Turismo), Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014.

SOUZA, Marcos. J. N de. Bases Naturais e Esboço do Zoneamento Geoambiental do Estado do Ceará. In: LIMA. L. C. et al. **Compartimentação territorial e gestão regional do Ceará**. Fortaleza: Funece, 2000. p. 6/98.

STEINBERG, Fabio. **Os desafios da hotelaria na visão de especialistas do mercado.** Hotel PRO As melhores práticas em hotelaria. Disponível em: <http://hotelpro.com.br/reportagens/os-desafios-da-hotelaria-na-visao-de-especialistas-do-mercado>. Acesso em: 20 maio 2015.

APÊNDICE



**PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA
INSTITUTO DE PLANEJAMENTO DE FORTALEZA – IPLANFOR
FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA - FCPC**

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - FORTALEZA 2040 -
TURISMO E HOSPITALIDADE**

Responsáveis pela pesquisa:

Luzia Neide M. T. Coriolano
Laura M. Marques Fernandes
Débora Freire

QUESTIONÁRIO PARA REPRESENTANTES DO SETOR PRIVADO

Entrevistado: _____

Entidade/empresa: _____

OBSERVAÇÃO: o entrevistado deverá direcionar as respostas à Fortaleza e ao setor no qual atua, como hotelaria, eventos, alimentação etc.

1. Quais as potencialidades subutilizadas do *setor* da cadeia produtiva do turismo no qual você atua?
2. Quais as potencialidades que devem ser desenvolvidas futuramente?
3. Quais as vantagens competitivas de Fortaleza no seu *setor* em relação aos mercados do Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Natal?
4. Quais os destaques de investimentos no seu *setor*?
5. Quais as perspectivas de crescimento do *setor* no qual você atua?
6. O que dificulta, interna e externamente, a competitividade e o crescimento do seu *setor*?
7. Qual o posicionamento de seu *setor* em Fortaleza em relação aos demais municípios do estado do Ceará?
8. Qual o posicionamento de seu *setor* em relação aos destinos Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Natal?
9. Quais os desafios para o desenvolvimento do seu *setor* nos próximos 25 anos?



**PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA
INSTITUTO DE PLANEJAMENTO DE FORTALEZA – IPLANFOR
FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA - FCPC**

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - FORTALEZA 2040 -
TURISMO E HOSPITALIDADE**

Responsáveis pela pesquisa:

Luzia Neide M. T. Coriolano
Laura M. Marques Fernandes
Débora Freire

QUESTIONÁRIO PARA REPRESENTANTES DO SETOR PÚBLICO

Entrevistado: _____

Instituição/Órgão: _____

OBSERVAÇÃO: o entrevistado deverá direcionar as respostas à Fortaleza.

1. Quais as potencialidades subutilizadas da cadeia produtiva do turismo de Fortaleza?
2. Quais as potencialidades que devem ser desenvolvidas futuramente?
3. Quais as vantagens competitivas de Fortaleza em relação aos mercados do Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Natal?
4. Quais os destaques de investimentos no turismo?
5. Quais as perspectivas de crescimento do turismo em Fortaleza?
6. O que dificulta, interna e externamente, a competitividade e o crescimento do turismo em Fortaleza?
7. Qual o posicionamento do turismo de Fortaleza em relação aos demais municípios do estado do Ceará?
8. Qual o posicionamento do turismo de Fortaleza em relação aos destinos Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Natal?
9. Quais os desafios para o desenvolvimento do turismo em Fortaleza nos próximos 25 anos?