

3.8.4 Recursos turísticos naturais

Existe, na ÁREA DE PLANEJAMENTO, um vasto conjunto de recursos turísticos naturais com grande potencial de atração.

Na faixa litorânea, grandes extensões de praia são pouquíssimo utilizadas para fins turísticos. São dezenas de quilômetros inabitados de litoral que podem, no futuro, a partir de um grande trabalho de planejamento, atingir o status de atrativos turísticos de primeira linha. Existem, ainda, dezenas de lagoas com grande potencial na mesma situação.

No interior, as serras, presentes principalmente nos Municípios de Itapipoca e Caucaia, também apresentam um grande potencial turístico. Vastas áreas de serra ainda se encontram quase inexploradas. São picos, rochas, quedas d'água e florestas que guardam um rico potencial a ser explorado no futuro.



Autor: Glauber E. O. Santos

Figura ATR 21. Serras

3.8.5 Atrativos turísticos culturais

Os atrativos culturais da ÁREA DE PLANEJAMENTO são de grande representatividade regional e nacional. Existem, ao todo, onze conjuntos e edificações históricas, onze centros de artesanato, sete museus e um centro cultural que apresentam visitação turística efetiva.

Destaca-se o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, inaugurado em 1999, que abriga museus, cinemas e outros espaços culturais, formando um dos principais atrativos da cidade de Fortaleza. O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura é, ainda, cercado por diversos bares, restaurantes e casas noturnas de grande potencial turístico.

O centro histórico da capital também tem grande destaque, reunindo edifícios de grande importância na memória do Estado do Ceará. O Teatro José de Alencar, construído em 1910, em estilo Art Nouveau, é tido como um dos mais belos do país. Também no centro está a antiga cadeia pública, edificação de grande importância arquitetônica e histórica, recebendo importantes fluxos de visitantes.

Principalmente em relação aos conjuntos e edificações históricas, atenta-se para a importância da proteção e preservação do patrimônio, assegurando-se a sustentabilidade de sua utilização. Alguns pontos com potencial turístico encontram-se atualmente em situação precária, como é o caso da Estação Ferroviária de Camocim.

Os centros de artesanato são elementos de grande atratividade, comercializando rendas, labirintos e outros produtos característicos do Estado. A produção de artesanato no Estado do Ceará é bastante significativa e sua comercialização é tão grande que se torna uma característica do produto turístico cearense.

As manifestações folclóricas e eventos tradicionais são importantes elementos da oferta turística da ÁREA DE PLANEJAMENTO. Vaquejadas e festas religiosas são os principais eventos tradicionais com potencial de atração turística.

É importante ressaltar que muitos dos atrativos turísticos culturais aqui citados apresentam utilização relacionada a atividades de lazer, ou mesmo a atividades cotidianas. Porém, neste estudo, serão avaliados e analisados apenas os aspectos relativos ao turismo.

Os atrativos culturais encontram-se divididos em três categorias: museus e centros culturais; conjuntos e edificações históricas; e centros de artesanato. Abaixo segue o inventário dos atrativos turísticos culturais da ÁREA DE PLANEJAMENTO.

Tabela ATR 13. Inventário de museus e centros culturais

Município	Museu/Centro Cultural
Aquiraz	Museu Sacro de São José do Ribamar
Fortaleza	Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura
	Memorial da Cultura Cearense
	Museu de Arte Contemporânea
	Museu de Arte e Cultura Popular
	Museu do Automóvel
	Museu do Ceará
	Museu dos Minerais do Ceará

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)



Autor: Glauber E. O. Santos

Figura ATR 22. Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura

Tabela ATR 14. Inventário de conjuntos e edificações históricas

Município	Conjuntos e edificações históricas
Aquiraz	Conjunto arquitetônico do centro da cidade
	Matriz de São José de Ribamar
Fortaleza	Antiga Assembléia Provincial
	Antiga Cadeia Pública
	Catedral Metropolitana
	Conjunto arquitetônico de entorno do Centro Dragão do Mar
	Fortaleza Nossa Senhora da Assunção
	Passeio Público
	Ponte dos Ingleses
	Teatro José de Alencar
Camocim	Estação Ferroviária

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)

Autor: Glauber E. O. Santos



Figura ATR 23. Igreja de São José do Ribamar



Figura ATR 24. Conjunto arquitetônico do centro de Aquiraz

Autor: Glauber E. O. Santos



Figura ATR 25. Teatro José de Alencar

Tabela ATR 15. Inventário de centros de artesanato

Município	Centros de artesanato
Aquiraz	Aquiraz das Artes
	Praia de Iguape
	Prainha
Fortaleza	Avenida Monsenhor Tabosa
	Centro de Turismo
	Cooperativa Artesanal de Fortaleza (CEART)
	Feira de Artesanato da Beira-Mar
Paraipaba	Mercado Central
	Centro de Artesanato João-de-Barro
Trairi	Mirante de Lagoinha
	Cooperativa das Rendeiras do Mundaú

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)

Autor: Glauber E. O. Santos



Figura ATR 26. Mercado Central



Figura ATR 27. Centro de Turismo

Autor: Glauber E. O. Santos



Figura ATR 28. Centro de Artesanato do Mirante da Lagoinha



Figura ATR 29. Centro de Artesanato João-de-Barro

3.8.6 Produtos turísticos culturais

Assim como os atrativos naturais, os atrativos culturais da **ÁREA DE PLANEJAMENTO** podem ser agregados em “produtos”. Os produtos que agregam mais de um atrativo podem ser determinados pela proximidade física ou pela dinâmica de visitação relacionada.

Em alguns casos, os atrativos encontram-se isolados, formando sozinhos um produto turístico. Os produtos também podem ser definidos pela junção de atrativos culturais e naturais. É o caso, por exemplo, do produto “Iguape”, que é formado por um conjunto de atrativos naturais e dois centros de artesanato.

Deste modo, há uma superposição, sendo que, dos onze produtos turísticos culturais, cinco são formados, em parte, por atrativos naturais. Na **ÁREA DE PLANEJAMENTO**, o total é de 32 produtos turísticos.

A tabela a seguir mostra a composição dos 12 produtos turísticos culturais da **ÁREA DE PLANEJAMENTO**

Tabela ATR 16. Produtos turísticos culturais

Município	Produto	Atrativos culturais integrantes		
		Museus e Centros Culturais	Conjuntos e edificações históricas	Centros de artesanato
Aquiraz	Centro de Aquiraz	Museu Sacro de São José de Ribamar	Conjunto Arquitetônico do centro da cidade, Matriz de São José de Ribamar	
	Iguape*			Aquiraz das Artes, Iguape, Prainha
Fortaleza	Dragão do Mar	Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, Memorial da Cultura Cearense, Museu de Arte Contemporânea		Avenida Monsenhor Tabosa
	Ceará			Cooperativa Artesanal de Fortaleza (CEART)
	Centro de Fortaleza	Museu do Ceará, Museu de Arte e Cultura Popular, Museu dos Minerais do Ceará	Antiga Assembléia Provincial, Antiga Cadeia Pública, Catedral Metropolitana, Fortaleza de Nossa Senhora de Assunção, Passeio Público, Teatro José de Alencar	Centro de Turismo, Mercado Central
	Iracema*		Ponte dos Ingleses	
	Museu do Automóvel	Museu do Automóvel		
	Volta da Jurema*			Feira de Artesanato da Beira-Mar
Paraipaba	Centro de A. João-de-Barro			Centro de Artesanato João-de-Barro
	Lagoinha*			Mirante de Lagoinha
Trairi	Mundaú*			Cooperativa das Rendeiras do Mundaú
Camocim	Barreiras*		Estação Ferroviária	

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002, * Produto turístico preponderantemente natural)

Dentre os 11 produtos turísticos culturais, oito estão situados em áreas turísticas dos Municípios constituintes da ÁREA DE PLANEJAMENTO. Esse tipo de localização é bastante positivo, acrescentando valor à atratividade e facilitando a utilização de serviços de alimentação e hospedagem do turismo.

O Museu do Automóvel localiza-se em um bairro pouco turístico de Fortaleza, a menos de 10 quilômetros do centro. Sua posição isolada pode ser considerada um grande entrave ao seu desenvolvimento turístico, uma vez que sua atratividade não é grande o suficiente para, sozinho, gerar fluxo turístico considerável.

O Centro de Artesanato João-de-Barro, localizado às margens da rodovia CE-085, pode ser tido como um ponto de parada do turista em direção a um outro atrativo principal. Sua localização é, portanto, bastante adequada.

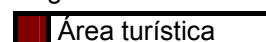
O Centro de Aquiraz não apresenta serviço de hospedagem turística. Além disso, o produto é formado por dois atrativos de médio potencial, encontrando-se sub-aproveitado, com fluxo turístico incipiente.

Tabela ATR 17. Localização dos produtos turísticos culturais

Município	Produto	Localização
Aquiraz	Centro de Aquiraz	
	Iguape	
Fortaleza	Dragão do Mar	
	Ceart	
	Centro de Fortaleza	
	Iracema	
	Museu do Automóvel	
Paraipaba	Volta da Jurema	
	Centro de A. João de Barro	
Trairi	Lagoinha	
	Mundaú	
Camocim	Barreiras	

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)

Legenda



Apesar da localização de fácil acesso, o centro histórico da capital cearense apresenta alguns aspectos negativos em relação à atividade turística em seu entorno. A presença de camelôs nas calçadas, o trânsito e a grande concentração de pessoas torna a visita ao centro bastante conturbada.

A estrutura receptiva dos produtos turísticos culturais varia bastante. Produtos como o Centro de Artesanato João-de-Barro, no Município de Paraipaba, e o produto Mundaú, composto pela Cooperativa das Rendeiras do Mundaú, apresentam estruturas extremamente simples. Porém, afirma-se que, mesmo neles, as necessidades básicas dos turistas podem ser atendidas sem maiores problemas.

Alguns produtos são formados por atrativos com capacidade de suporte restrita. Este é o caso do Centro de Aquiraz, por exemplo, cujo museu apresenta um espaço físico reduzido, do Museu do Automóvel e da Fortaleza de Nossa Senhora de Assunção, também com capacidades de atendimento pequenas.

A avaliação da atratividade dos produtos turísticos culturais foi baseada no *Guia Quatro Rodas Brasil 2002*. Essa publicação classifica as atrações turísticas de acordo com sua atratividade, utilizando quatro categorias. Na **ÁREA DE PLANEJAMENTO** não é encontrado nenhum atrativo cultural classificado na categoria máxima do guia.

Apenas quatro produtos turísticos culturais existentes constam do *Guia Quatro Rodas*. Desta forma, tentou-se classificar os produtos restantes seguindo os mesmos padrões de importância.

A classificação segundo o volume de visitação e o índice de aproveitamento do potencial de atração foram elaborados segundo as metodologias utilizadas para os produtos turísticos naturais.

Ressalta-se que a sazonalidade do fluxo turístico dos produtos culturais segue a mesma do fluxo turístico total. Isso ocorre porque estes são, em geral, tidos como secundários na escala de importância da oferta diferencial.

Tabela ATR 18. Categoria de beleza, visitação e aproveitamento do potencial de atração

Município	Produto	Atratividade	Visitação	Aproveitamento do potencial de atração
Aquiraz	Centro de Aquiraz	*★	Pequena	0
	Iguape*	★	Grande	2
Fortaleza	Dragão do Mar	*★★★★	Grande	0
	CEART	★	Média	1
	Centro de Fortaleza	*★★★★	Grande	0
	Iracema*	★★	Grande	1
	Museu do Automóvel	*★★★	Pequena	-1
	Volta da Jurema*	★★	Grande	1
Paraipaba	Centro de A. João de Barro	★	Pequena	0
	Lagoinha*	★	Grande	2
Trairi	Mundaú*	★	Média	1
Camocim	Barreiras*	★	Pequena	0

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002, *Guia Quatro Rodas Brasil, 2002)

Legenda

★	De algum interesse
★★	Interessante
★★★	Muito interessante
★★★★	Não deixe de ir

O [mapa](#) com os [produtos e atrativos turísticos culturais](#) do Estado é apresentado a seguir.

O mapa com os produtos e atrativos turísticos culturais.

Em comparação com os destinos turísticos concorrentes (RN, PE, AL e norte da Bahia), a ÁREA DE PLANEJAMENTO apresenta uma importante oferta de produtos turísticos culturais. O Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura e os diversos centros de artesanato destacam-se por sua grande importância e atratividade assim como o Teatro José de Alencar. Porém, os demais elementos históricos e museus apresentam uma atratividade reduzida em comparação com os concorrentes. Ainda, os elementos culturais de Salvador (Pelourinho) e Olinda (centro histórico), ocupam posições de destaque inigualáveis, entretanto, esses destaques não suprimem a grande importância dos elementos já citados, uma vez que apresentam grande significado nacional. Destaca-se a necessidade de integrar efetivamente esses elementos culturais ao “produto turístico Ceará”.

3.8.7 Recursos turísticos culturais

Além dos elementos tidos como atrativos turísticos efetivos, a ÁREA DE PLANEJAMENTO possui uma vasta lista de recursos turísticos culturais, tais como a Casa de José de Alencar, o Museu de Fortaleza, o Museu das Secas, o Museu do Maracatu, o Farol do Mucuripe, o Mausoléu Castelo Branco e inúmeros outros pontos.

Em Fortaleza existem, ao todo, 23 museus, sendo que apenas seis constam da lista de atrativos. A capital cearense possui ainda um conjunto arquitetônico bastante significativo e sub-aproveitado turisticamente.

Outros recursos culturais isolados podem ser encontrados nas outras cidades da ÁREA DE PLANEJAMENTO, porém com um potencial turístico não tão destacado.

3.8.8 Sistema de classificação e hierarquização de atrativos

Agrupando-se os produtos turísticos naturais e culturais chega-se ao total de 32 produtos, sendo 21 compostos apenas por atrativos naturais, 6 somente por atrativos culturais e 5 produtos compostos pelos dois tipos de atrativos.

Nesta fase agrupam-se as variáveis dos produtos turísticos e determina-se o seu grau de importância no quadro geral da região, estabelecendo prioridades para proporcionar a escolha e a tomada de decisões para os governantes e empreendedores do Estado.

a) Potencial de atratividade: Consideram-se as características de peculiaridade e o interesse que o elemento pode despertar nos turistas. Atribui-se um valor quantitativo a suas características, estabelecendo uma ordem quantitativa para priorizar seu desenvolvimento para o turismo. É importante ressaltar que nessa escala encontram-se classificados atrativos de diferentes naturezas, e que, portanto, podem ter potencial de atratividade ligado a diferentes fatores, como beleza cênica, importância histórica, qualidade dos artefatos à venda e outros. A Organização Mundial do Turismo (OMT), em conjunto com a CICATUR, estabeleceu uma tabela de hierarquia que classifica os atrativos da seguinte forma:

Tabela ATR 19. Classificação de hierarquias

Hierarquia	Características
3	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais. É representado nas tabelas analíticas por “muito interessante” e “não deixe de ir”.
2	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes dos mercados internos e externos, seja por si só ou em conjunto com outros atrativos contíguos. É representado nas tabelas analíticas por “interessante”.

...

Continuação da Tabela ATR 19

1	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares distantes, dos mercados internos e externos, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas ou de motivar correntes turísticas locais (atuais ou potenciais). É representado nas tabelas analíticas por “algum interesse”.
0	Atrativos sem mérito suficiente para serem incluídos nas hierarquias superiores, mas que formam parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia, no desenvolvimento e funcionamento de quaisquer das unidades do espaço turístico que, em geral, podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular. Não foram levantados produtos turísticos com essas características, uma vez que se optou por levantar apenas os atrativos que apresentam um fluxo turístico efetivo.

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2001)

b) Critérios de hierarquização: são aqueles que permitem classificar cada atrativo, de acordo com uma escala preestabelecida e assim fornecer subsídios para a diferenciação objetiva de suas características e dos graus de importância entre eles.

- **Grau de uso atual:** permite analisar o volume de fluxo turístico efetivo na atualidade e sua importância dentro do Município e da ÁREA DE PLANEJAMENTO. Difere do grau de interesse por representar a situação atual ao invés da potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva, enquanto o menor grau representa os recursos turísticos.

- **Representatividade:** fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo dentro da ÁREA DE PLANEJAMENTO. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos da ÁREA DE PLANEJAMENTO, menos interessante ou prioritário. Deve-se considerar não apenas o número de elementos de uma mesma categoria de atrativos, mas também a homogeneidade desse grupo.

- **Apoio local e comunitário:** permite analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público, a partir da opinião de seus líderes. Na ÁREA DE PLANEJAMENTO não foram encontradas grandes variações neste item, sendo que as variações existentes apresentam uma gradação extremamente tênue e, portanto, não puderam ser quantificadas. Jijoca de Jericoacoara apresenta uma mobilização destacada da comunidade. Entretanto, a existência de diversos grupos da sociedade, cada um deles com opiniões opostas, impede que se determine o apoio da comunidade a um determinado projeto ou assunto. Deste modo, optou-se por dar uma mesma nota a todos os produtos turísticos da ÁREA DE PLANEJAMENTO.

c) Critérios de priorização: permitem entender os diferentes fatores que podem determinar a urgência ou não da sua implantação como atrativo turístico, de acordo com os seguintes itens:

- **Acessibilidade:** representa a facilidade de acesso apresentada por cada um dos elementos turísticos. Um elemento de fácil acesso apresenta um maior potencial para a atividade turística tradicional. Entretanto, ressalta-se que, para o segmento de ecoturismo, muitas vezes o difícil acesso acaba por constituir-se como um fator positivo. Além disso, um atrativo tradicional com um alto grau de interesse, porém com acessibilidade precária deve ter seu acesso melhorado a fim de gerar um fluxo turístico efetivo. Foram consideradas, não apenas as condições do acesso principal do produto, mas também a distância que este apresenta em relação ao aeroporto de Fortaleza. Produtos que apresentam uma distância superior a 200 quilômetros obtiveram notas superiores.

- **Condições receptivas:** analisa a infra-estrutura receptiva instalada no atrativo e em seu entorno, levando em conta elementos como banheiros públicos, serviços de alimentação e hospedagem, estacionamento e outros. Atrativos com um alto grau de

interesse e condições receptivas precárias são prioritários para ações de implantação de infra-estrutura.

▪ **Fragilidade:** valoriza a capacidade de suporte das pressões de visitação, ou seja, quanto menos frágil o elemento em relação à visitação, mais interessante será para seu desenvolvimento turístico; quanto mais frágil, maiores serão os obstáculos para sua incorporação ao turismo.

Para a montagem do sistema de classificação e hierarquização proposto foram atribuídos os seguintes valores para os índices primários elencados no item anterior.

Tabela ATR 20. Valoração dos critérios de hierarquização e priorização

Critérios		Valores			
		0	1	2	3
Potencial de atratividade (a)		Nenhum	Baixo, pequena atratividade	Médio, atratividade mediana	Alto, grande atratividade
De Hierarquização	Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pouco intenso, pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Muito intenso, grande fluxo
	Representatividade (c)	-	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
	Apoio local e comunitário (d)	-	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Médio apoio	Apoiado por boa parte da comunidade
De Priorização	Acessibilidade (f)	-	Boa acessibilidade	Existente, porém apresenta problemas	Condições precárias
	Condições receptivas (g)	-	Estrutura adequada	Estrutura existente, porém insatisfatória	Sem estrutura
	Fragilidade (h)	-	Elemento pouco frágil	Elemento de fragilidade mediana	Elemento frágil

(Fonte Ruschmann Consultores, 2002)

A tabela seguinte apresenta a valoração de cada uma das variáveis primárias utilizadas, de acordo com a metodologia proposta para a criação do sistema de classificação e hierarquização e separando os municípios do PRODETUR CE/I daqueles impactados por esta fase do programa.

Tabela ATR 21. Variáveis de cada atrativo – Municípios do PRODETUR/CE I

Municípios	Atrativos ou recursos turísticos	Potencial de atratividade (a)	Grau de uso atual (b)	Representatividade (c)	Apoio local e Comunitário (d)	Acessibilidade (e)	Condições receptivas(f)	Fragilidade (g)
Itapipoca	Baleia	1	3	2	3	1	1	1
Fortaleza	Barra do Ceará	1	1	1	3	1	2	1
Paracuru	Barra do Rio Curu	2	1	3	3	2	2	3
Fortaleza	CEART	1	2	2	3	1	1	1
Paraipaba	Centro de artesanato João de Barro	1	1	2	3	1	2	1
Fortaleza	Centro de Fortaleza	3	3	3	3	1	1	2
Caucaia	Cumbuco	3	3	3	3	1	1	2
Fortaleza	Dragão do Mar	3	3	3	3	1	1	1
Trairi	Emboacas	2	2	1	3	1	2	1
Trairi	Fleixeiras	2	2	1	3	1	1	1
Fortaleza	Futuro	2	3	1	3	1	1	1
Trairi	Guajuru	2	2	1	3	1	1	1
Caucaia	Icaraí	2	3	1	3	1	1	1
Fortaleza	Iracema	1	3	2	3	1	1	1
Paraipaba	Lagoinha	3	3	3	3	1	1	2
Trairi	Munduaú	2	2	3	3	1	1	2
Paracuru	Munguba	1	2	1	3	1	1	1
Fortaleza	Museu do automóvel	2	1	2	3	1	2	2
São Gonçalo do Amarante	Pecém	2	2	1	3	1	1	1
Paracuru	Pedra Rachada	2	2	2	3	1	1	2
Fortaleza	Sabiaguaba	2	1	1	3	1	2	1
Caucaia	Tabuba	2	2	1	3	1	1	1
São Gonçalo do Amarante	Taíba	3	3	2	3	1	1	2
Fortaleza	Volta da Jurema							

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)

Tabela ATR 22. Variáveis de cada atrativo – Municípios impactados pelo PRODETUR/CE I

Municípios	Atrativos ou recursos turísticos	Potencial de atratividade (a)	Grau de uso atual (b)	Representatividade (c)	Apoio local e Comunitário (d)	Acessibilidade (e)	Condições receptivas(f)	Fragilidade (g)
Camocim	Barreiras	1	1	3	3	2	1	2
Aquiraz	Barro Preto	2	2	3	3	1	1	3
Aquiraz	Centro de Aquiraz	1	1	3	3	1	1	2
Camocim	Farol do Trapiá	2	1	2	3	2	2	2
Aquiraz	Iguape	2	3	2	3	1	1	1
Jijoca de Jericoacoara	Jericoacoara	3	3	3	3	3	1	2
Camocim	Maceió	2	1	2	3	3	2	1
Camocim	Tatajuba	3	1	1	3	3	1	1

(Fonte: Ruschmann Consultores, 2002)

As variáveis acima descritas e valoradas podem ser trabalhadas de várias maneiras. Porém na elaboração da análise conclusiva desse capítulo foram definidos os índices abaixo que culminaram no *ranking* apresentado na Tabela ATR 24.

- **Índice de Hierarquia:** Analisa a importância de um determinado atrativo ou recurso para a atividade turística da ÁREA DE PLANEJAMENTO. Quanto maior o valor numérico atribuído, maior a importância do elemento. É calculado pela soma das quatro variáveis de hierarquia ($IH = b + c + d$).

- **Índice de Priorização:** Indica o grau de prioridade de ações de conservação, estruturação do acesso, das condições receptivas e relativas à fragilidade. O maior valor indica aqueles de maior necessidade de intervenções. Calcula-se a partir da multiplicação das variáveis de priorização ($IP = e \times f \times g \times h$).

- **Índice de Implantação:** É um número arbitrário obtido da multiplicação direta dos índices de Hierarquização e Priorização e do Potencial de Atratividade. Avalia a prioridade de intervenção segundo a importância do atrativo, sendo que aqueles de maior importância e prioridade ocupam as primeiras posições ($I = a \times IH \times IP$).

Tabela ATR 23. Índices dos Municípios do PRODETUR/CE I

Municípios	Atrativos ou recursos turísticos	Potencial de atratividade (a)	Índice de Hierarquia (IH)	Índice de Prioridade (IP)	Índice de Implantação (I)	Ranking
Fortaleza	Centro de Fortaleza	3	9	4	108	1
Caucaia	Cumbuco	3	9	4	108	2
Paraipaba	Lagoinha	3	9	4	108	3
Paracuru	Barra do Rio Curu	2	7	7	98	4
São Gonçalo do Amarante	Taíba	3	8	4	96	5
Fortaleza	Dragão do Mar	3	9	3	81	6
Trairi	Mundaú	2	8	4	64	7
Fortaleza	Museu do Automóvel	2	6	5	60	8
Paracuru	Pedra Rachada	2	7	4	56	9
Trairi	Emboacas	2	6	4	48	10
Fortaleza	Volta da Jurema	2	8	3	48	11
Fortaleza	Futuro	2	7	3	42	12
Caucaia	Icaraí	2	7	3	42	13
Fortaleza	Sabiaguaba	2	5	4	40	14
Trairi	Fleixeiros	2	6	3	36	15
Trairi	Guajiru	2	6	3	36	16
São Gonçalo do Amarante	Pecém	2	6	3	36	17
Caucaia	Tabuba	2	6	3	36	18
Paraipaba	Centro de A. João-de-Barro	1	6	4	24	19
Itapipoca	Baleia	1	8	3	24	20
Fortaleza	Iracema	1	8	3	24	21
Fortaleza	CEART	1	7	3	21	22
Fortaleza	Barra do Ceará	1	5	4	20	23
Paracuru	Munguba	1	6	3	18	24

(Fonte Ruschmann Consultores, 2002)

Tabela ATR 24. Índices dos Municípios IMPACTADOS

Municípios	Atrativos ou recursos turísticos	Potencial de atratividade (a)	Índice de Hierarquia (IH)	Índice de Prioridade (IP)	Índice de Implantação (I)	Ranking
Jericoacoara	Jericoacoara	3	9	6	162	1
Aquiraz	Barro Preto	2	8	5	80	2
Camocim	Tatajuba	3	5	5	75	3
Camocim	Farol do Trapiá	2	6	6	72	4
Camocim	Maceió	2	6	6	72	5
Aquiraz	Iguape	2	8	3	48	6
Camocim	Barreiras	1	7	5	35	7
Aquiraz	Centro de Aquiraz	1	7	4	28	8

(Fonte Ruschmann Consultores, 2002)

A seguir é apresentado o ranking dos atrativos na ÁREA DE PLANEJAMENTO.

Tabela ATR 25. Ranking dos atrativos da ÁREA DE PLANEJAMENTO

Municípios	Atrativos ou recursos turísticos	Ranking
Jericoacoara	Jericoacoara	1
Fortaleza	Centro de Fortaleza	2
Caucaia	Cumbuco	3
Paraipaba	Lagoinha	4
Paracuru	Barra do Rio Curu	5
São Gonçalo do Amarante	Taíba	6
Fortaleza	Dragão do Mar	7
Aquiraz	Barro Preto	8
Camocim	Tatajuba	9
Camocim	Farol do Trapiá	10
Camocim	Maceió	11
Trairi	Mundaú	12
Fortaleza	Museu do Automóvel	13
Paracuru	Pedra Rachada	14
Trairi	Emboacas	15
Aquiraz	Iguape	16
Fortaleza	Volta da Jurema	17
Fortaleza	Futuro	18
Caucaia	Icaraí	19
Fortaleza	Sabiaguaba	20
Trairi	Fleixeiras	21
Trairi	Guajiru	22
São Gonçalo do Amarante	Pecém	23
Caucaia	Tabuba	24
Camocim	Barreiras	25
Aquiraz	Centro de Aquiraz	26
Paraipaba	Centro de A. João-de-Barro	27
Itapipoca	Baleia	28
Fortaleza	Iracema	29
Fortaleza	CEART	30
Fortaleza	Barra do Ceará	31
Paracuru	Munguba	32

(Fonte Ruschmann Consultores, 2002)

3.8.9 O produto turístico da ÁREA DE PLANEJAMENTO

Com o intuito de posicionar a ÁREA DE PLANEJAMENTO perante o mercado turístico a seguir é analisado o conjunto das atrações anteriormente descritas, aliado ao complexo de serviços turísticos.

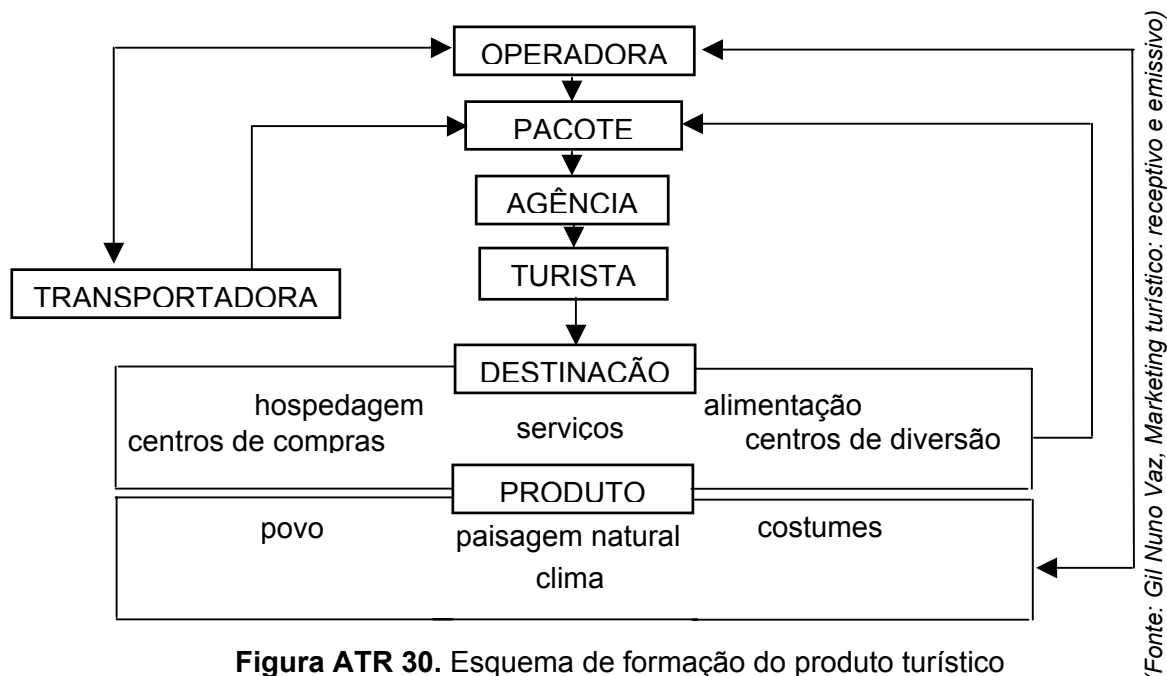


Figura ATR 30. Esquema de formação do produto turístico

O potencial de atração turística da ÁREA DE PLANEJAMENTO é, certamente, bem maior que o aproveitado na atualidade. Ações governamentais e privadas fazem-se necessárias para que este potencial seja desenvolvido de forma adequada, tirando-se o melhor proveito da atividade turística.

A visitação dos atrativos turísticos da região ocorre de diversas maneiras, de acordo com o perfil de gostos do turista, tempo e dinheiro disponíveis, tipo de grupo e outros fatores intervenientes. De maneira geral, podem ser apontados quatro principais dinâmicas de visitação turística na ÁREA DE PLANEJAMENTO.

Fortaleza como base: A primeira e mais comum forma de visitação é aquela na qual o turista hospeda-se em Fortaleza, utilizando essa cidade como base de apoio para conhecer diversas praias do Estado do Ceará. A organização da viagem pode ser feita por operadoras de turismo nacionais ou de forma particular. Para visitar os atrativos, o turista adquire um pacote com excursões programadas para quatro ou cinco dias, ou apenas uma visita avulsa. O transporte é feito de ônibus ou van e os principais destinos são as praias próximas a Fortaleza, com uma distância máxima de cerca de 170 quilômetros. Em geral, os destinos dos passeios comercializados são praias com uma boa estrutura receptiva, contando com barracas de qualidade e uma vasta gama de atividades como passeios de *buggy* e jangada, visitas a lagoas e dunas etc. Quando adquirido o pacote de quatro dias, esse turista ocupa os dois dias restantes visitando os atrativos da própria cidade de Fortaleza.

Interior como base: Alguns turistas preferem hospedar-se em localidades afastadas da capital, apresentando um comportamento muito mais sedentarizado. É o caso daqueles que se hospedam em hotéis e pousadas ao longo da costa, visitando apenas os atrativos próximos ao hotel e permanecendo hospedados apenas em um local durante toda a viagem. Esse tipo de turista geralmente tem como objetivo não só conhecer o local visitado, mas também descansar e desligar-se de sua rotina de trabalho. Essa forma de visitação é a mais comum nas localidades distantes da capital, como Camocim e Jericoacoara.

Turismo itinerante: Outra possibilidade é o turismo itinerante, onde o local de hospedagem muda diversas vezes durante a viagem. Neste caso, o turista pode sair de Fortaleza e ir até São Luís, parando por um ou dois dias em pontos de maior interesse. A prática dessa forma de turismo é bastante comum entre jovens, os chamados “mochileiros”, e famílias com veículo próprio ou alugado.

Turismo de não-lazer: Os turistas que se dirigem aos Municípios da ÁREA DE PLANEJAMENTO por motivos outros que não os de lazer, eventualmente visitam atrativos turísticos do local. Muito comuns são os casos de turistas de negócios que vão a Fortaleza e acabam por visitar alguma de suas praias, ou o patrimônio cultural, ou mesmo utilizar-se dos serviços de excursão às praias dos Municípios vizinhos.

O turismo com base em Fortaleza tem seu impacto concentrado nesse Município e nos pontos de visitação. Já o turismo com base no interior ocorre em toda a ÁREA DE PLANEJAMENTO, sendo que sua importância relativa é maior nos destinos mais afastados da capital cearense. O turismo itinerante, além da menor expressão absoluta, tem seus impactos diluídos em todo o litoral. Por fim, o turismo de não-lazer tem maior expressão nos núcleos urbanos, com grande destaque para Fortaleza.

Pode-se afirmar que o turismo cuja base é o interior é aquele que apresenta a maior sazonalidade, ocorrendo quase que exclusivamente em feriados prolongados e no período de férias escolares. O turismo baseado em Fortaleza, bem como o itinerante, também apresentam grande sazonalidade. Entretanto, durante a baixa temporada, ambos continuam a apresentar um fluxo considerável, diferentemente do turismo sedentário. Já o turismo de não lazer possui uma sazonalidade bem menor, com a baixa temporada durante os períodos de alta do turismo de lazer. De modo geral, a demanda turística da ÁREA DE PLANEJAMENTO como um todo é bastante sazonal.

O turismo com base em Fortaleza apresenta como maiores mercados emissores aqueles de longa distância, como São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal. As outras dinâmicas de visitação têm suas demandas formadas tanto pelos mercados de longa distância quanto pelos mercados regionais. Ressalta-se a grande importância de Fortaleza como mercado emissor para os demais Municípios do litoral.

Outra característica importante da demanda é a diferença entre os padrões de gosto dos turistas de acordo com sua origem. É uma característica marcante do fenômeno turístico que os turistas de lazer procurem vivenciar realidades diferentes de seu cotidiano. Logo, é natural que turistas vindos de grandes centros urbanos, como São Paulo e Brasília, tenham uma maior tendência a preferir as praias e localidades menos habitadas e mais próximas da natureza. Turistas estrangeiros tendem a gostar de lugares bucólicos, nos quais possam ter contato com a população local, cujos costumes ainda são pouco descaracterizados.

Essas preferências ocasionalmente levam a equívocos entre turistas e população local. Certos elementos considerados de grande importância por moradores e guias locais de determinados lugares podem, muitas vezes, ser tidos como sem interesse por turistas, e vice-versa.

Também é notável a diferença no padrão de gastos de turistas segundo suas respectivas origens. Em geral, quanto maior a distância percorrida de seu local de residência até o destino final, maior a média de gastos.

A situação dos atrativos turísticos da ÁREA DE PLANEJAMENTO em relação à existência de infra-estrutura de acesso e de serviços receptivos é bastante diversa. Enquanto alguns atrativos apresentam uma infra-estrutura receptiva completa, outros carecem até mesmo de acesso.

Para acessar a ÁREA DE PLANEJAMENTO, o turista pode utilizar basicamente de dois tipos de transporte: rodoviário e aéreo. O acesso aéreo para Fortaleza encontra-se em ótima situação, com um aeroporto moderno e eficiente e com um grande número de linhas regulares. Porém, para os Municípios de Camocim e Jijoca de Jericoacoara, que distam

mais de 300 quilômetros da capital cearense, o acesso aéreo é precário. O acesso rodoviário encontra algumas rodovias em estado precário, não comprometendo, entretanto, as possibilidades de o turista acessar a ÁREA DE PLANEJAMENTO por estas vias.

A locomoção do turista dentro da ÁREA DE PLANEJAMENTO é, em geral, boa. A Rodovia Estruturante e os outros acessos construídos ou melhorados por intermédio dos investimentos do PRODETUR/CE I foram de grande ajuda na facilitação do acesso de diversos atrativos. Ressalta-se, contudo, a existência de inúmeros atrativos que ainda não contam com acessos adequados à atividade turística.

A oferta de serviços de hospedagem e alimentação é bastante grande e diversificada na ÁREA DE PLANEJAMENTO, apresentando capacidade condizente e espectro de categorias satisfatório. Entretanto, destaca-se a má distribuição geográfica dos serviços, sendo que o maior número de estabelecimentos e a maior parte da oferta de serviços de qualidade está concentrada em Fortaleza e Municípios limítrofes. Obviamente, durante o período de alta temporada, esta oferta é insuficiente, porém esta é uma característica de qualquer pólo turístico de lazer.

A qualidade dos estabelecimentos existentes varia bastante. Em algumas localidades ressalta-se a inexistência de estabelecimentos com a qualidade mínima necessária para o bom atendimento do turista.

Em Fortaleza, os serviços de agenciamento receptivo também são bem estruturados e é grande a facilidade que os turistas encontram em contratá-los. A presença, na capital, das agências que oferecem excursões para as praias próximas é marcante e positiva ao desenvolvimento do turismo. Em grande parte das praias existem opções de passeios de *buggy*, cavalo, jangada, pau-de-arara e até aluguel de quadriciclos. Todos estes serviços agregam valor significativo à atratividade das praias, lagoas, dunas e outros.

Existe ainda, nos locais de maior visitação, uma significativa oferta de produtos artesanais e *souvenirs* variados. Este elemento também agrega valor à atratividade local.

A capacidade receptiva de uma localidade é dada pela oferta de leitos turísticos representada pela soma de leitos hoteleiros e em residências secundárias, permitindo assim, determinar a capacidade receptiva simultânea máxima do local. A capacidade máxima dos serviços de alimentação é outro fator importante de estudo, porém, por apresentar uma grande rotatividade de clientes em um mesmo dia, não foi considerado um dado restritivo.

É importante ressaltar que, além da capacidade de atendimento dos serviços turísticos, deve-se atentar para a capacidade de suporte dos recursos naturais. Áreas com mangues, dunas e lagoas são bastante frágeis e devem ter visitação controlada estando diretamente ligada à capacidade receptiva da localidade.

O estudo da capacidade, especificamente por Município, é feito devido à mobilidade que os turistas possuem, hospedando-se num determinado local e visitando atrativos em outro, dentro de um mesmo Município. Um turista hospedado na Praia de Flexeiras, por exemplo, pode facilmente passar o dia na Praia de Mundaú ou Guajiru. Logo, o número potencial de turistas de Guajiru pode ser considerado pela análise do total de leitos no Município. A existência de turistas que se hospedam em um Município e passam o dia em outro é menor, devido à distância e ao acesso.

No estudo, o cálculo do número de leitos em residências secundárias foi estimado a partir do total de residências com essa característica e pela média estadual de moradores por residência, ambos divulgados pelo IBGE.

Tabela ATR 26. Capacidade receptiva dos Municípios da ÁREA DE PLANEJAMENTO

Município	Leitos hoteleiros*	Leitos em residências secundárias**	Leitos turísticos	Estabelecimentos de alimentação*
Aquiraz	2.438	19.006	21.444	7.808
Camocim	819	1.856	2.675	1.664
Caucaia	1.739	27.403	29.142	14.476
Fortaleza	22.510	33.277	55.787	99.891
Itapipoca	325	2.946	3.271	240
Jijoca de Jericoacoara	1.696	729	2.425	1.611
Paracuru	447	5.770	6.217	2.777
Paraipaba	123	1.320	1.443	1.344
São Gonçalo do Amarante	882	7.634	8.516	1.452
Trairi	784	2.627	3.411	534
Total	31.763	102.568	134.331	131.797

(* Fonte: Ruschmann Consultores, 2002, ** Fonte: Estimativa baseada em dados do Censo 2000 – IBGE)

Nota-se que, em relação ao número de leitos turísticos, os Municípios de Fortaleza, Caucaia e Aquiraz apresentam uma capacidade receptiva grande, enquanto os Municípios de Paraipaba, Jijoca de Jericoacoara e Camocim apresentam capacidades bastante inferiores. Ressalta-se que o Município de Jijoca de Jericoacoara possui uma capacidade receptiva pequena, principalmente em função do diminuto número de residências secundárias, pois o total de leitos hoteleiros atinge quase 1,7 mil, ocupando a quarta posição na ÁREA DE PLANEJAMENTO.

A partir do total de leitos turísticos, chegou-se à taxa do desempenho turístico – *Hospitality Tourist Rate* – HTR –, fórmula proposta por Pierre Defert (*apud* RUSCHMANN, 1999), que apresenta como resultado um índice demonstrativo da relação entre o número de leitos turísticos e o número de habitantes do Município. Logo, a presente fórmula está mais diretamente ligada às questões sociais do que às naturais ou ecológicas.

$$HTR = \frac{\text{Leitos turísticos} \times 100}{\text{Número de habitantes}}$$

O resultado deste cálculo pode ser interpretado como a importância social do fenômeno turístico em um determinado local. A análise do número absoluto de turistas não fornece informações expressivas acerca do significado social do turismo para uma localidade já que não apresenta base comparativa. Como exemplo, considere o fluxo de internacional brasileiro de cerca de cinco milhões de turistas. Pode até parecer grande, mas, se comparado à população brasileira de cerca de 170 milhões, será fácil perceber a pouca expressividade do turismo no país. Como antítese, Porto Rico recebe anualmente cerca de três milhões de turistas, volume próximo ao seu total populacional, mostrando a grande expressão do turismo naquele país.

A taxa de desempenho turístico pode ser considerada alta quando chega a 10 e baixa quando chega a 1. Em termos práticos, o índice 10 significa que o número de habitantes é dez vezes maior que o número de leitos turísticos e, o índice 1 indica que a população é 100 vezes maior.

Tabela ATR 27. Capacidade de carga de algumas praias

Município	Habitantes**	Leitos turísticos*	HTR
Aquiraz	60.469	21.444	35,5
Camocim	55.448	2.675	4,8
Caucaia	250.479	29.142	11,6
Fortaleza	2.141.402	55.787	2,6
Itapipoca	94.369	3.271	3,5
Jijoca de Jericoacoara	12.089	2.425	20,1

...

Continuação da Tabela ATR 27

Município	Habitantes**	Leitos turísticos*	HTR
Paracuru	27.541	6.217	22,6
Paraipaba	25.462	1.443	5,7
São Gonçalo do Amarante	35.608	8.516	23,9
Trairi	44.527	3.411	7,7
Total	2.747.394	134.331	4,9

(* Fonte: Ruschmann Consultores, 2002, ** Fonte: Censo 2000 – IBGE)

Nota-se que Aquiraz, São Gonçalo do Amarante, Paracuru e Jijoca de Jericoacoara apresentam taxas de desempenho turístico maiores que os demais Municípios, sendo consideradas altas. Fortaleza, apesar de apresentar um número de leitos turísticos bastante superior aos demais, possui a menor taxa do conjunto devido à grande população. Deste modo, as questões sociais relativas à capacidade de carga são mais frágeis nos quatro Municípios primeiramente citados, merecendo maior atenção nesse sentido.

Os preços dos serviços de hospedagem, alimentação, agenciamento e dos *souvenirs* são razoáveis, podendo ser comparados aos preços dos principais destinos concorrentes do país. Na comparação dos preços dos serviços de hospedagem, por exemplo, a ÁREA DE PLANEJAMENTO apresentou uma posição central com variações pouco expressivas em relação à concorrência. A grande maioria dos atrativos e recursos turísticos existentes na área é gratuita. Quando são cobradas entradas, como acontece em alguns museus, os valores são simbólicos, tornando desnecessária a análise da relação qualidade-preço. Ressalta-se que os turistas têm dispêndios significativos na visitação dos atrativos, porém estes são relativos aos serviços receptivos já citados.

A seguir é apresentado de maneira sucinta o quadro de preços praticados no período de 1997 a 2001 nos meios de hospedagem e meios de alimentação disponíveis no Guia Quatro Rodas. A análise detalhada das composições de preços, em comparação com os concorrentes é apresentada no Anexo D deste documento.

Tabela ATR 28. Preços praticados nos meios de hospedagem da ÁREA DE PLANEJAMENTO – 1997/2001

Fortaleza															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Hotel															
Muito confortável	194	247	300	215	272	328	229	275	321	215	272	328	290	380	470
Confortável	141	161	180	145	174	202	173	188	203	186	220	255	176	206	236
Médio conforto	106	120	134	105	117	129	113	126	138	114	128	141	120	135	150
Simples	53	61	69	57	65	72	59	66	73	59	66	73	66	73	79
Flat															
Confortável	118	145	171	115	132	148	121	136	151	123	134	145	130	136	143
Médio conforto	87	99	111	87	96	105	83	94	105	79	85	92	83	97	111
Aquiraz															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Hotel															
Confortável	–	–	–	125	125	125	232	261	291	380	380	380	367	367	367
Médio conforto	–	–	–	–	–	–	–	–	–	100	110	120	85	95	105
Simples	42	51	61	39	50	60	44	53	62	44	52	60	50	58	67
Camocim															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Hotel															
Simples	17	22	27	30	35	40	25	34	43	35	48	60	18	35	43
Caucaia															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Hotel															
Médio conforto	–	–	–	–	–	–	–	–	–	80	85	90	81	84	86
Simples	61	72	83	46	58	70	47	54	61	46	48	50	36	38	41

...

Continuação da Tabela ATR 28

Itapipoca															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
HOTEL															
Simplex	14	21	27	18	24	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jijoca															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
HOTEL															
Simplex	25	35	45	23	30	38	29	37	45	29	39	48	38	49	59
Paracuru															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
HOTEL															
Simplex	35	50	64	38	59	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paraipaba															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis															
São Gonçalo															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis															
Trairi															
Categoria	1997			1998			1999			2000			2001		
	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis															

(Fonte: Guia Quatro Rodas)

Tabela ATR 29. Preços praticados nos meios de alimentação da ÁREA DE PLANEJAMENTO – 1997/2001

Fortaleza														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
17	22	27	18	22	26	18	24	29	17	23	28	22	28	34
Aquiraz														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
15	15	15	15	18	20	15	18	20	15	15	15	15	18	20
Camocim														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Caucaia														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Itapipoca														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
-	-	-	15	15	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jijoca														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
15	15	15	16	19	23	15	18	20	15	18	21	15	18	21
Paracuru														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
15	15	15	15	15	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-

...

Continuação da Tabela ATR 29

Paraipaba														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis														
São Gonçalo														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis														
Trairi														
1997			1998			1999			2000			2001		
Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo	Mínimo	Médio	Máximo
Dados não disponíveis														

(Fonte: Guia Quatro Rodas)

Verifica-se que os preços praticados nos meios de hospedagem da ÁREA DE PLANEJAMENTO são variados e apresentaram no geral uma tendência de aumento, explicada por reajustes de preços básicos, inflação e aumento da demanda.

Com relação ao preço dos passeios comercializados, verifica-se aumento ao longo do período, com destaque para os passeios à Jijoca de Jericoacoara, em função de sua crescente projeção como um dos principais atrativos do Estado do Ceará e do Nordeste brasileiro.

Tabela ATR 30. Preços praticados nos passeios a partir de Fortaleza

Passeios Semestres	1998		1999		2000*		2001	
	2º	1º	2º	1º	2º	2º	2º	
City tour	16,11	15,00	15,00	–	–	13,78	15,89	
City beach	19,44	19,50	17,22	–	–	16,44	19,40	
By night	15,63	17,00	11,43	–	–	12,29	19,75	
Beach Park	12,78	16,36	15,00	–	–	22,33	17,22	
Cumbuco	13,89	15,45	15,00	–	–	17,20	18,44	
Morro Branco/Praia das Fontes	18,33	20,73	21,67	–	–	25,22	21,88	
Iguape/Barro Preto	17,13	18,60	19,38	–	–	21,71	17,14	
Caponga	17,44	18,18	19,78	–	–	20,44	18,13	
Lagoinha	22,00	19,73	23,33	–	–	23,89	22,50	
Canoa Quebrada	23,33	23,09	25,56	–	–	29,44	26,68	
Jericoacoara	73,33	82,50	77,50	–	–	145,63	114,00	
Fortim	20,00	22,50	25,00	–	–	–	25,00	

(Fonte: Setur, *dados não disponíveis)

Ainda, com o intuito de ilustrar as tipologias e preços dos principais pacotes comercializados para o nordeste brasileiro a seguir é apresentada tabela com dados referentes ao segundo semestre de 2003. Tal demonstração não busca comparar valores em virtude de fatores qualitativos diferenciados entre as localidades como perfil de demanda, atratividade, entre outros.

Tabela ATR 31. Preços dos pacotes turísticos para o nordeste brasileiro – 2º semestre de 2003, baixa estação

Localidade	Descrição	Preço (R\$)
Fortaleza	Com city tour e Beach Park (sem ingresso) – 8 dias	1.028,00
Natal e Fernando de Noronha	4 noites em Natal e 3 noites em Fernando de Noronha	2.008,00
Natal	Passeio de bug e city tour – 8 dias	968,00
Maceió	Com city tour e passeio ao litoral sul – 8 dias	898,00
Recife	Incluso Olinda e Praia de Boa Viagem – 8 dias	1.008,00
Salvador	Incluso tour de praias – 8 dias	848,00
Porto de Galinhas	Piscinas naturais – 8 dias	1.048,00
João Pessoa	Passeio Farol do Cabo Branco e litoral norte – 8 dias	1.108,00
Ilhéus	8 dias	1.138,00
Aracaju	8 dias	1.378,00

(Fonte: Pesquisa elaborada por Ruschmann Consultores e Guia Quatro Rodas, 2003)

Destaca-se que os pacotes descritos acima incluem passagem aérea, estadia em hotel categoria turística, city tour e traslados de chegada e saída. Os preços são por pessoa em apartamento duplo com café da manhã e as saídas são de São Paulo, um dos principais emissores turísticos para o Estado, conforme observado no capítulo destinado ao estudo do perfil da demanda a seguir.

3.8.10 Conclusão e tratamento dos problemas identificados

Em relação ao conjunto de **produtos e atrativos turísticos**, o diagnóstico mostrou que a ÁREA DE PLANEJAMENTO apresenta um grande potencial de atratividade, ocupando uma posição de destaque no cenário nacional.

A atratividade da ÁREA DE PLANEJAMENTO está baseada, principalmente, nos elementos naturais, complementada por atrativos de cunho cultural. São, ao todo, 58 praias cercadas por inúmeras lagoas, dunas, rios e mangues, formando uma paisagem de destacada beleza cênica. Dentre os atrativos culturais, destacam-se o artesanato, a gastronomia, museus e edificações históricas.

A atratividade dos elementos naturais da ÁREA DE PLANEJAMENTO é grande. Em âmbito nacional, as praias apresentam um grau de beleza cênica bastante alto, podendo ser comparadas aos melhores destinos turísticos do país, segundo o *Guia Quatro Rodas Praias*, conforme detalhado no Capítulo Produtos e Atrativos. Internacionalmente, a ÁREA DE PLANEJAMENTO também se destaca pela beleza de suas praias e paisagens de entorno. Os atrativos culturais, assim como os naturais, são de grande expressão, principalmente em relação à cultura viva, como o artesanato e a gastronomia.

Este importante conjunto de atrativos pode ser agrupado em 32 produtos turísticos constituídos por um ou vários atrativos. Destes produtos, sete são considerados como de grande potencial de atração de turistas, 17 como de média atração e oito como de pequeno poder de atração.

Tabela ATR 32. Potencial de atratividade dos produtos turísticos

Potencial de atratividade	Produtos	
3 – alto	Dragão do Mar Centro de Fortaleza Cumbuco Jericoacoara	Lagoinha Taíba Tatajuba
2 – médio	Barra do Rio Curu Barro Preto Emboacas Farol do Trapiá Fleixeiras Futuro Guajiru Icaraí	Iguape Maceió Mundaú Museu do Automóvel Pecém Pedra Rachada Sabiaguaba Volta da Jurema
1 – pequeno	Baleia Barra do Ceará Barreiras CEART Centro de Aquiraz	Centro de A. João-de-Barro Iracema Munguba Tabuba

(Elaboração: Ruschmann Consultores, 2002)

Pode-se afirmar que a visitação dos produtos turísticos da ÁREA DE PLANEJAMENTO é intensa, se for considerado que, em 2001, só Fortaleza recebeu um número superior a um milhão de turistas.

Além dos produtos/atrativos já estabelecidos, destaca-se a existência de uma vasta gama de recursos turísticos com potencial para a atração turística que ainda se encontram em fase incipiente de visitação.

Em Fortaleza, por exemplo, a grande população gera uma significativa demanda por opções de lazer, produzindo inúmeros elementos com potencial turístico. Casos dessa natureza ocorrem em relação a parques municipais, museus, edificações históricas e outros. Estes elementos, apesar de possuírem um razoável potencial turístico, atualmente não são tidos como tal. Outros recursos turísticos, por sua vez, não são aproveitados ainda como atrativo, devido à escassez de informações, serviços ou infra-estrutura. As serras, por exemplo, apresentam um grande potencial para turismo de aventura e ecoturismo, porém, sua utilização atual ainda é incipiente.

Existem, também aqueles recursos que se encontram com problemas ambientais. É o caso, por exemplo, de diversas lagoas que apresentam graus de contaminação inaceitáveis para uso balneário.

Os fatores exógenos dos atrativos turísticos são, em geral, favoráveis à visitação e ao usufruto. O clima cearense é quente, com alta taxa de insolação e precipitação razoável. A cultura local apresenta fortes traços de hospitalidade e receptividade. A oferta de serviços turísticos possui destaque no mercado nacional de destinos turísticos de lazer, apesar de ainda ser deficiente.

O risco de deterioração dos atrativos e recursos turísticos é ponto de extrema importância em relação ao desenvolvimento do turismo sustentável. Diversos elementos naturais com potencial de atração turística apresentam grande fragilidade e necessitam de ações especiais de preservação. O patrimônio histórico também apresenta sérios riscos de deterioração, merecendo igual atenção. Uma vez que a visitação contribui para a deterioração tanto dos elementos naturais quanto dos culturais, medidas de controle da utilização turística devem fazer parte do rol de ações de preservação.

Outro ponto negativo de destaque é a acessibilidade precária de alguns atrativos e produtos turísticos de grande potencial. Além de alguns casos isolados na área que se estende entre os Municípios de Aquiraz e de Itapipoca, destaca-se o difícil acesso aos Municípios de Camocim e de Jijoca de Jericoacoara.

Para a hierarquização dos produtos turísticos em relação à necessidade de investimentos e potencial de desenvolvimento a partir destes, calculou-se o *Índice de Implantação*. Este índice leva em conta três fatores:

1. Potencial de atratividade.
2. Índice de hierarquia, que leva em conta o grau de uso atual, a representatividade dos atrativos e o apoio local e comunitário, detalhado no capítulo Produtos e Atrativos.
3. Índice de priorização, que é formado pela ponderação das condições de acessibilidade, condições receptivas e fragilidade, detalhado no mesmo capítulo.

A partir deste índice, chegou-se à divisão dos produtos turísticos em quatro categorias de necessidade e potencial de implantação:

Tabela ATR 33. Prioridade de Implantação dos produtos turísticos

Prioridade de implantação (I)	Produtos	
1	Jericoacoara	Barra do Rio Curu
	Centro de Fortaleza	Taíba
	Cumbuco	Dragão do Mar
	Lagoinha	Barro Preto
2	Tatajuba	Museu do Automóvel
	Farol do Trapiá	Pedra Rachada
	Maceió	Emboacas
	Mundaú	Iguape
3	Volta da Jurema	Fleixeiros
	Futuro	Guajiru
	Icaraí	Pecém
	Sabiaguaba	Tabuba
4	Barreiras	Iracema
	Centro de Aquiraz	CEART
	Centro de A. João-de-Barro	Barra do Ceará
	Baleia	Munguba

(Elaboração: Ruschmann Consultores, 2002)

Esta categorização resume, sob a ótica estrita dos atrativos turísticos, a prioridade de investimentos. Portanto, a classificação acima serve como base e referência para a hierarquização das ações e projetos a serem desenvolvidos.