



GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO
COORDENADORIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO

GESTÃO PÚBLICA POR RESULTADOS – GPR

RELATÓRIO DE DESEMPENHO SETORIAL – RDS 2010

Secretaria do Turismo - SETUR

Fortaleza, março de 2011



GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO
COORDENADORIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO

GOVERNADOR

Cid Ferreira Gomes

VICE-GOVERNADOR

Domingos Gomes de Aguiar Filho

SECRETÁRIO DO PLANEJAMENTO E GESTÃO

Antônio Eduardo Diogo de Siqueira Filho

SECRETARIA DO TURISMO

Bismark C. L. Pinheiro Maia

COORDENAÇÃO DE ELABORAÇÃO

Fátima Coelho Benevides Falcão

ELABORAÇÃO

COORDENAÇÃO TÉCNICA SETORIAL

Eveline Brandão

EQUIPE TÉCNICA DE GPR/SEPLAG

Annuzia Maria Pontes Moreira Gosson

Daniele Passos de Lima Albuquerque

Maria Neuman Ribeiro Moreira

Sandra Maria Braga – Colaboração Técnica

SUMÁRIO

I. ANÁLISE DOS RESULTADOS SETORIAIS

1. RESULTADO SETORIAL: AUMENTAR O FLUXO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL AMPLIANDO NOVOS MERCADOS COM POTENCIAL SÓCIO ECONÔMICO ELEVADO

1.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 1

1.2. Relação Produto-Resultado

1.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

1.2.2. Influência Produto-Resultado

2. RESULTADO SETORIAL: SATISFAÇÃO DO TURISTA COM A INFRA-ESTRUTURA, ATRATIVOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

2.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 2

2.2. Relação Produto-Resultado

2.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

2.2.2. Influência Produto-Resultado

3. RESULTADO SETORIAL: INTERIORIZAÇÃO DO TURISMO

3.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 3

3.2. Relação Produto-Resultado

3.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

3.2.2. Influência Produto-Resultado

4. RESULTADO SETORIAL: AUMENTO DO EMPREGO COM BASE NO TURISMO

4.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 4

4.2. Relação Produto-Resultado

4.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

4.2.2. Influência Produto-Resultado

II. CONTEXTO DE ATUAÇÃO DA SECRETARIA

III. LIÇÕES APRENDIDAS

RELATÓRIO DE DESEMPENHO SETORIAL – RDS
Janeiro a Dezembro de 2010

Secretaria do Turismo - SETUR

I. ANÁLISE DOS RESULTADOS SETORIAIS

Resultados Setoriais / Indicadores	Ano Base 2006	2007	2008	2009	2010 (1)	Var. (%) 2010/2006
SETUR						
1. Aumentar o fluxo turístico nacional e internacional ampliando novos mercados com potencial sócio econômico elevado						
Fluxo turístico via Fortaleza	2.062.493	2.079.590	2.178.395	2.466.511	2.726.092	32,17
Taxa de ocupação hoteleira (%)	57,4	55,4	57,3	62,8	66,5	15,85
Prazo médio de permanência do turista (dia)	9,0	9,7	10,2	10,5	10,9	21,11
2. Satisfação do turista com a infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos						
Índice de satisfação do turista com infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos (2)	63,4	61,9	67,5	72,8	74,7	17,82
3. Interiorização do turismo						
Índice de Interiorização do turismo via Fortaleza (%)	65,1	64,8	65,3	62,3	69,6	6,91
4. Aumento do emprego com base no turismo						
Emprego no setor alojamento (3)	8.163	8.651	7.717	8.044	8.394	2,83

(1) Ano 2010: dados preliminares.

(2) Série histórica alterada por mudança na metodologia de aferição. Anteriormente o índice apresentado relacionava-se somente à infraestrutura turística, enquanto na presente série, refere-se também aos atrativos e serviços turísticos.

(3) Série histórica alterada por mudança na metodologia de aferição. Anteriormente, esse indicador acumulava os setores de alojamento e alimentação, agora se refere somente ao setor de alojamento.

1. RESULTADO SETORIAL: AUMENTAR O FLUXO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL AMPLIANDO NOVOS MERCADOS COM POTENCIAL SÓCIO ECONÔMICO ELEVADO

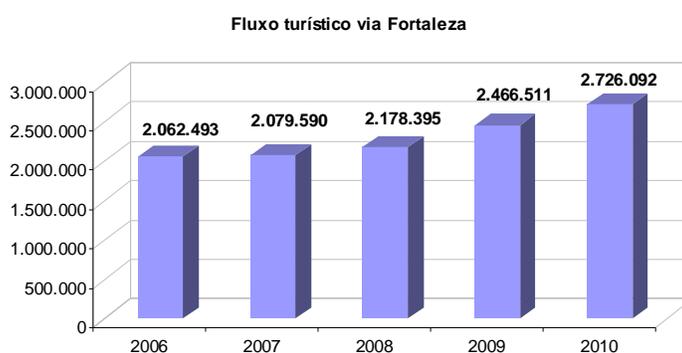
1.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 1

1.1.1. Fluxo turístico via Fortaleza

O turismo no Ceará cresceu significativamente nos últimos anos, contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. No período 2006-2010 o fluxo turístico via Fortaleza saltou 2.062.493 para 2.726.092 visitantes, cuja variação foi de 32,17%, ou seja, cresceu em média 7,2% ao ano. A participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto da economia (PIB) passou de 9,4% para 10,9%.

De acordo com dados das pesquisas e da Polícia Federal (delegacia de imigração), os turistas internacionais que se destinaram ao Ceará eram predominantemente residentes na Europa. Entre os países, a Itália destacou-se como principal emissor respondendo por 27,52%, em segundo lugar Portugal 20,26%, em terceiro lugar a França 6,26% e em quarto lugar os EUA com 5,67%. Analisando os dados de 2006, observa-se que Portugal (20,7%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).

Analisando-se os principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, identifica-se ligeira predominância dos residentes na região Sudeste. Entre os brasileiros, o estado de São Paulo destacou-se como principal emissor respondendo por 31,10%, em segundo lugar Rio de Janeiro com 10,0%, em terceiro lugar o Distrito Federal com 7,51% e em quarto lugar Minas Gerais com 6,99%. Analisando os dados de 2006, observa-se que São Paulo (24,1%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro com (9,3%).



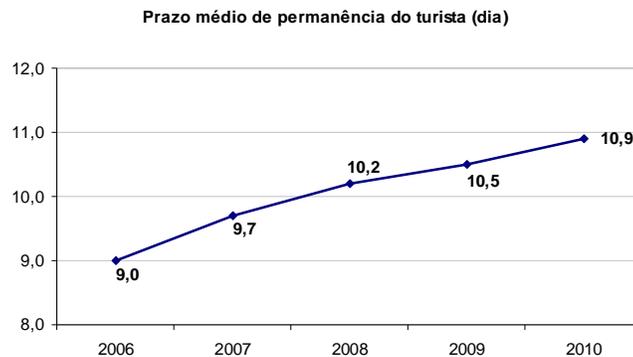
1.1.2. Taxa de ocupação hoteleira (%)

Por sua vez, a taxa de ocupação cresceu 15,85% se comparado 2010 em relação a 2006. As informações sobre taxa de ocupação da rede hoteleira de Fortaleza são fornecidas pela rede hoteleira, através dos BOH - Boletim de ocupação hoteleira e pela FAM – Ficha de acompanhamento mensal que são enviadas mensalmente para SETUR.



1.1.3. Prazo médio de permanência do turista (dia)

A permanência média dos turistas passou de 9,0 dias em 2006 para 10,9 dias em 2010, cresceu 21,1% no período. Essa informação é obtida através do BOH (Boletim de ocupação hoteleira) mensal enviado pelos hotéis e pelas 4(quatro) pesquisas de demanda turística realizada nos principais portões de saída do Ceará (aeroporto, rodoviárias, BR's e CE's).



1.2. Relação Produto-Resultado

1.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

Marketing Turístico (029) - O produto deste programa, vinculado ao resultado setorial 1, "Evento participado", está relacionado à ação de participação promocional em eventos locais, nacionais e internacionais, sendo aferido pelos seguintes indicadores descritos a seguir:

Para análise de desempenho dos produtos em relação ao cumprimento de metas foi utilizada a seguinte regra: Desempenho Positivo: para realização de 70% ou mais da meta estabelecida; Desempenho neutro: situações onde o realizado se situa no intervalo de 50% a 70% do programado; Desempenho negativo: quando o realizado atingir menos de 50% da meta.

"Nº. de participação em eventos do trade turístico" (Meta: 132; Realizado: 69), com 52,27% de realização da meta, resultando em um desempenho neutro no ano de 2010. As feiras e eventos do calendário turístico, bem como ações próprias foram participados e realizados nos mercados emissores prioritários nacionais e internacionais;

"Nº. de operadores e agentes de turismo capacitados nos mercados prioritários" (Meta: 1.373; Realizado: 1.830), com 133,28% de realização da meta, representando um desempenho positivo no ano de 2010. Foram realizados diversos workshops nos mercados Nacional e Internacional: Workshop CVC, Workshops em: Lisboa, Porto, Madrid, Amsterdam, Paris, Roma, Milão Praga, Moscou, Oslo Copenhague, Chicago, Nova Iorque e Atlanta.

1.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado

O resultado setorial Aumentar o fluxo turístico nacional e internacional ampliando novos mercados com potencial sócio econômico elevado é aferido pelos indicadores de resultados Fluxo turístico via Fortaleza, Taxa de ocupação hoteleira (%) e Prazo médio de permanência do turista (dia), que apresentaram evolução bastante satisfatória no

período 2006-2010, com acréscimos de 32,17%, 15,85% e 21,11%, respectivamente, mostrando que a política setorial segue o curso desejado.

Os desempenhos desses indicadores de resultado foram influenciados pelo produto “Evento participado”, que, por sua vez, apresentou desempenho positivo no ano de 2010, contribuindo, dessa forma, para o alcance do resultado setorial 1. O desempenho do referido produto é aferido pelos indicadores “Nº. de participação em eventos do trade turístico” e “Nº. de operadores e agentes de turismo capacitados nos mercados prioritários”. Destaca-se que as parcerias com entidades do turismo tais como EMBRATUR, MTUR, possibilitaram a participação em eventos de grande visibilidade para agentes e operadoras de viagens, da cadeia produtiva do turismo, possibilitando a evolução positiva dos indicadores de resultados mesmo sem atingir plenamente a meta de participação em eventos estabelecida para o ano de 2010. Quanto à capacitação de operadores e agentes de turismo em mercados prioritários, foram realizados workshops na Europa, em parceria com a TAP, e nos Estados Unidos, em parceria com a DELTA Airlines, superando as metas propostas e contribuindo de forma significativa para os resultados alcançados.

Em todas as ações promocionais, o Ceará é divulgado como destino turístico competitivo, tendo como princípios o apoio comercial e promocional, e as informações sobre a oferta dos equipamentos turísticos disponíveis no Estado e infraestrutura respectiva.

A realização de negociações diretas, além da sustentação da imagem do Estado como destino turístico de qualidade junto ao público em geral, assegura e garante sua presença entre os itens de vendas dos operadores e agentes de viagem, tanto do Brasil, quanto dos países europeus. As feiras e workshops visam estabelecer um canal direto com quem compra ou vende turismo no Brasil e no mundo. Contatos realizados com líderes de associações de operadores, jornalistas, formadores de opinião do trade, agências de viagens e parceiros serão realizados em todos os eventos.

Em termos de recursos financeiros, o Programa Marketing Turístico (029), que suporta o resultado, apresentou execução orçamentária de 71,18% no ano de 2010, considerando-se esse desempenho como satisfatório, contribuindo assim, para a realização do produto que influencia o resultado setorial 1 (SIOF/SEPLAG).

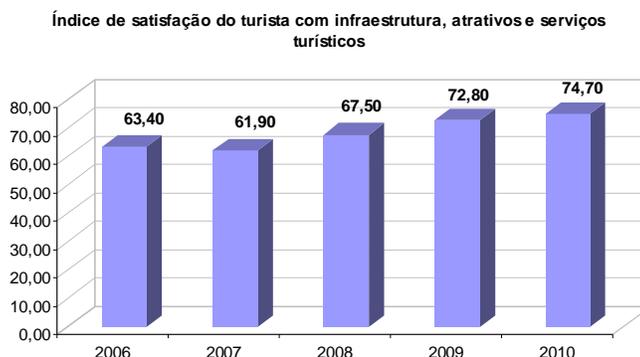
2. RESULTADO SETORIAL: SATISFAÇÃO DO TURISTA COM A INFRA-ESTRUTURA, ATRATIVOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

2.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 2

2.1.1. Índice de satisfação do turista com infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos

O índice de satisfação revelado pelos turistas que visitaram o Ceará, via Fortaleza, saltou de 63,4% para 74,7% no período 2006-2010. Todavia, comparando 2010 em relação a 2009, o índice cresceu de 72,8% para 74,7%, registrando um aumento de 2,6 pontos percentuais. O índice é calculado com base na avaliação do turista (pesquisa) através da relação (ótimo+bom) - (ruim+péssimo).

Esse índice de satisfação do turista com infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos teve sua série histórica alterada por mudança na metodologia de mensuração. Anteriormente o índice apresentado relacionava-se somente à infra-estrutura turística, enquanto na presente série, refere-se também aos atrativos e serviços turísticos.



2.2. Relação Produto-Resultado

2.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos (034) – São quatro os produtos desse programa vinculados ao resultado setorial 2. Tais produtos estão relacionados principalmente às ações de desenvolvimento de produtos turísticos e ordenamento territorial para turismo, capacitação para o turismo, qualificação das atividades de controle de qualidade dos serviços turísticos e ampliação, reforma e recuperação dos equipamentos turísticos. Apenas um dentre os quatro produtos apresentou desempenho positivo em relação às metas estabelecidas para o ano de 2010, enquanto os demais apresentaram desempenhos classificados como neutros, conforme especificado a seguir:

Para análise de desempenho dos produtos em relação ao cumprimento de metas foi utilizada a seguinte regra: Desempenho Positivo: para realização de 70% ou mais da meta estabelecida; Desempenho neutro: situações onde o realizado se situa no intervalo de 50% a 70% do programado; Desempenho negativo: quando o realizado atingir menos de 50% da meta.

“Roteiro turístico implantado” (Meta: 2; Realizado: 1) apresentou desempenho neutro com realização de 50% da meta estabelecida para 2010. Caminhos de Assis: dos 5 lotes, 4 estão com 98% concluídos e o 5º Lote está com 50% executado; Santuário de Fátima em São Benedito – obra concluída;

“Pessoa capacitada” (Meta: 1.200; Realizado: 1.300) apresentou desempenho positivo com realização de 108,33% da meta estabelecida para 2010. Capacitação realizada através do SENAC (800 pessoas) e SEBRAE (500 pessoas);

“Prestador de serviços turísticos fiscalizado, cadastrado e certificado” (Meta: 1.000; Realizado: 577) apresentou desempenho neutro com realização de 57,70% da meta estabelecida para 2010. Cadastro de operadores do turismo, realizado em parceria com o Ministério do Turismo (CADASTUR). Foram realizados 577 novos e/ou renovações de cadastros, com a seguinte distribuição: agências de viagens (24,8%), Meios de hospedagens

(23,6%), Guias de Turismo (31,5%), outras atividades com (13,2%) e Bacharéis com (2,9%). É importante mencionar que a regional Ceará desenvolveu várias atividades, inclusive, com visita porta a porta junto aos prestadores de serviços para sensibilizar e mobilizar quanto à importância do CADASTUR. A meta prevista inicialmente para 2010 não foi atingida devido à diminuição da equipe técnica da regional;

O produto “Equipamento turístico reformado” é mensurado a partir de quatro indicadores cujos desempenhos são destacados a seguir:

“% de equipamento turístico reformado – Teleférico de Ubajara” (Meta: 30; Realizado: 0), apresentou desempenho negativo em relação à realização da meta estabelecida para 2010, devido ao atraso no processo licitatório;

“% de equipamento turístico reformado – Centro de Turismo” (Meta: 20; Realizado: 20), apresentou desempenho positivo com realização de 100,00% da meta estabelecida para 2010;

“% de equipamento turístico reformado – Centro de Convenções” (Meta: 100; Realizado: 100), apresentou desempenho positivo com realização de 100,00% da meta estabelecida para 2010;

“% de equipamento turístico reformado – Ponte Metálica (Inglesa)” (Meta: 30; Realizado: 0), apresentou desempenho negativo em relação à realização da meta estabelecida para 2010, devido ao atraso no processo licitatório.

2.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado

O resultado setorial Satisfação do turista com a infraestrutura, atrativos e serviços turísticos é aferido pelo indicador de resultado Índice de satisfação do turista com infraestrutura, atrativos e serviços turísticos, que apresentou evolução positiva no período 2006-2010, com crescimento de 17,82%, indicando que os esforços de investimento para fortalecer a infraestrutura turística no que tange à construção, manutenção e preservação dos equipamentos culturais e o fortalecimento do setor de serviços turísticos apresenta sinais positivos.

Observa-se que dos quatro produtos vinculados a este resultado, apenas um apresentou desempenho positivo em relação às metas estabelecidas para o ano de 2010, entretanto, essa situação não foi suficientemente capaz de impactar negativamente sobre este mesmo resultado, tendo em vista a evolução do indicador Índice de satisfação do turista com infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos. Cabe observar a necessidade de uma análise mais detalhada do indicador de resultado quanto aos fatores de sua evolução, incluindo as variáveis externas que exerceram influência sobre o significativo resultado alcançado, bem como o exame do conjunto de produtos no que se refere ao seu potencial finalístico para influir no índice alcançado.

Em termos de recursos financeiros, o programa Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos (034) que contribui para o resultado setorial 2, apresentou execução orçamentária insatisfatória (inferior a 70%) de 66,93% dos R\$ 271.165.453,04 destinados ao ano de 2010, refletindo o desempenho negativo da maioria de seus produtos vinculados (SIOF/SEPLAG).

Deve ainda ser destacado que as estratégias para desenvolver o destino e gestão da oferta turística são trabalhadas tanto de forma regionalizada como priorizando os destinos e produtos que apresentem condições de

potencialidade e fluxos capazes de alavancar o desenvolvimento de regiões e municípios do Estado do Ceará. Ao mesmo tempo são desenvolvidos novos produtos no âmbito do ecoturismo, turismo esportivo, religioso, rural, lazer, cultural, de eventos e negócios, bem como roteiros temáticos e/ou integrados e a formatação de atrativos para tornar o destino Ceará ainda mais competitivo frente ao demais.

No âmbito do turismo religioso, cita-se o projeto Caminhos de Assis, que é um roteiro turístico destinado aos romeiros que se dirigem a pé para Canindé. Orçada em R\$ 1.276.950,49, se destina à construção de 5 Abrigos, paradas ao longo da estrada. Compreende: Refeitório, Dormitório, Oratório e Obelisco. Além disso, quatro núcleos de abrigos estão em fase de conclusão e serão inaugurados em 2011, juntamente com o último que está com 50% realizado. O projeto visa estruturar 136,43 km de estrada ligando os municípios de Maranguape e Canindé, transformando a rota de peregrinação a Canindé em um produto turístico completo.

A execução de obras de construção do piso do templo central, presbitério, capela do Santíssimo, sacristia, e sonorização do Santuário de Nossa Senhora de Fátima, em São Benedito, também é outro roteiro turístico que vem a contribuir positivamente com o desenvolvimento do destino e a interiorização do turismo no Estado do Ceará.

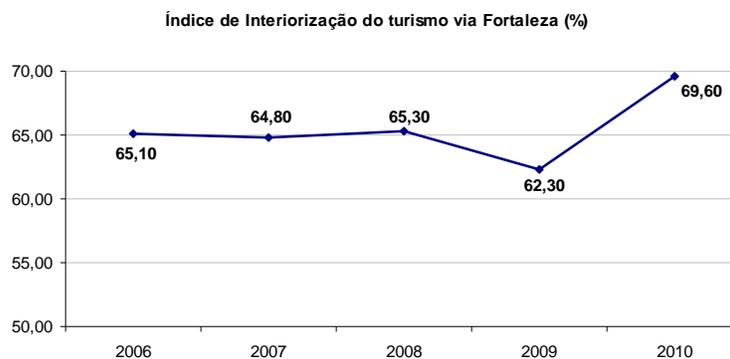
O turismo religioso é um dos segmentos de trabalho incentivados pelo Ministério do Turismo e Governo do Estado e tem, cada vez mais, atraindo visitantes e contribuindo sobremaneira para os resultados alcançados.

3. RESULTADO SETORIAL: INTERIORIZAÇÃO DO TURISMO

3.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 3

3.1.1. Índice de Interiorização do turismo via Fortaleza (%)

No período 2006-2010, o índice de interiorização do fluxo turístico via Fortaleza passou de 65,1% para 69,6% apresentando um crescimento de 6,9%. Comparando 2010, em relação a 2009, o indicador passou de 62,3% para 69,6%, com crescimento de 11,7%, contribuindo, assim, para uma maior inclusão territorialmente equilibrada.



3.2. Relação Produto-Resultado

3.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

Programa de Desenvolvimento do Turismo do Estado de Ceará-PRODETUR/CE (056) – São seis os produtos desse programa que contribuem para o resultado setorial 3, os quais estão relacionados principalmente às ações de capacitação para o turismo no âmbito do PRODETUR, proteção e conservação do patrimônio cultural, urbanização de áreas turísticas e estruturação de saneamento básico. Todos apresentaram desempenho positivo em relação às metas estabelecidas para o ano de 2010, considerando dentro dessa classificação os produtos que realizaram 70% ou mais da meta, conforme detalhamento a seguir:

“Sistema de abastecimento d’água construído” (Meta: 68,0%; Realizado: 63,0%), com realização de 92,65% da meta de 2010. Estações elevatórias de água aguardando a COELCE energizar para posterior teste e início da operação;

“Sistema de esgotamento sanitário construído” (Meta: 50,0%; Realizado: 45,0%) com realização de 90,00% da meta de 2010. Estações elevatórias de esgoto aguardando a COELCE energizar para posterior teste e início da operação;

“Patrimônio histórico recuperado” (Meta: 70,0%; Realizado: 60,0%), com realização de 85,71% da meta de 2010. Museu Sacro - concluído. Seminário da Prainha – concluído. Teatro Carlos Câmara – 47,17%;

“Pessoa capacitada” (Meta: 2.500; Realizado: 2.800), com realização de 112,00% da meta de 2010. Capacitação realizada através do SENAC (2.000) e SEBRAE (800);

“Rodovia construída” (Meta: 16,36 km; Realizado: 14,00km), com realização de 85,57% da meta prevista. Amontada – Aracatiara – Icarai (executado em 2010 - 78,16% = 39,74Km) e Granja – Viçosa (concluído);

“Área turística urbanizada” (Meta: 20,0%; Realizado: 20,0%), com realização de 100,00% da meta de 2010. Concluída a obra de urbanização da Praia de Iracema.

Programa Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR NACIONAL (093) – São dois os produtos desse programa que contribuem para o resultado setorial 3, dos quais um apresentou desempenho positivo em relação às metas estabelecidas para o ano de 2010, considerando dentro dessa classificação os produtos que realizaram 70% ou mais da meta, conforme detalhamento a seguir:

“Estudo e pesquisa realizados” (Meta: 57unid.; Realizado: 0 unid.), com realização de 0,00% da meta de 2010, resultando em desempenho negativo no período analisado. Essa situação é decorrente do atraso na assinatura do contrato de empréstimo com o BID, impossibilitando a realização em 2010;

“Rodovia duplicada” (Meta: 20 km; Realizado: 20 km), com realização de 100,00% da meta de 2010, resultando em desempenho positivo no período analisado. Obra em andamento com meta prevista alcançada;

3.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado

O resultado setorial Interiorização do turismo é mensurado pelo indicador Índice de Interiorização do turismo via Fortaleza, que apresentou crescimento de 6,91% em 2010, quando comparado ao ano base 2006, apontando para uma maior inclusão territorialmente equilibrada. A evolução desse indicador, no período em análise, é impactada pelo desempenho positivo dos sete dentre os oito produtos que contribuem para o resultado setorial mencionado.

Dois programas contribuem para o alcance do resultado setorial 3, conforme destacados a seguir:

O Programa de Desenvolvimento do Turismo do Estado de Ceará - PRODETUR/CE (056) que tem o objetivo desenvolver o turismo sustentável com base no planejamento estratégico de longo prazo. As ações do programa são voltadas para a infraestrutura básica dos municípios para fomentar a oferta turística, contribuindo para o desenvolvimento econômico do Estado. O PRODETUR procura equilibrar as obras com as condições ambientais, preservando aspectos culturais, produtivos e administrativos, garantindo a melhoria da qualidade de vida da população. Em termos de recursos financeiros, destaca-se que a execução orçamentária dos R\$ 122.620.253,81 destinados ao ano de 2010 foi de apenas 46,88%, situação que não se caracterizou como impeditiva para o alcance de um desempenho satisfatório dos produtos vinculados, mas que poderia ter impulsionado a realização plena das metas estabelecidas para esses produtos (SIOF/SEPLAG).

O Programa Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR NACIONAL (093), continuidade do PRODETUR/NE, vem reforçar a capacidade da região Nordeste em manter e expandir sua crescente indústria turística contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconômico regional através de investimentos em infraestrutura básica e serviços públicos em áreas de expansão turística, contribuir de maneira ímpar ao desenvolvimento do Estado. Este programa apresentou baixa execução orçamentária, de 27,23%, do total de R\$ 173.065.816,63 destinados ao ano de 2010 (SIOF/SEPLAG).

4. RESULTADO SETORIAL: AUMENTO DO EMPREGO COM BASE NO TURISMO

4.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 4

4.1.1. Emprego no setor alojamento

O indicador Emprego no setor alojamento apresentou 2,83% de crescimento no período 2006-2010, passando de 8.163 para 8.394 empregos.

O nível de empregos na rede hoteleira do estado registrou um aumento de 10,6% no período 2006-2010. Considerando 2010 em relação a 2009, o aumento foi de 2,9%. As estatísticas oficiais sobre o emprego, são disponibilizadas através do Registro Anual de Informações Sociais, denominadas de RAIS, onde são contabilizados os empregos formais.

Segundo dados do CAGED (Cadastro Geral de empregados e desempregados) do Ministério do Trabalho e Emprego, no saldo de empregos formais gerados no setor de serviços (onde a atividade turística está inserida), no período de janeiro a dezembro de 2010, o Ceará registrou 22.675 mil empregos apresentando terceiro lugar do *ranking* no saldo positivo em números de postos de trabalhos.

É importante observar, no mês de dezembro deste, que no segmento de serviços na região Nordeste do Brasil, o Ceará apresentou primeiro lugar do *ranking* no saldo positivo em número de postos de trabalhos com 1.937 de saldo. Alagoas ficou em segundo lugar com saldo positivo de 138 postos de trabalho e os demais estados da região apresentaram saldos negativos pelo setor.



4.2. Relação Produto-Resultado

4.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos (034) – Os dois produtos desse programa que contribuem para o resultado setorial 4, estão relacionados principalmente à ação do Centro Multifuncional de Eventos e Captação de Negócios, os quais apresentaram desempenhos positivos, considerando dentro dessa classificação os produtos que realizaram 70% ou mais da meta, no ano de 2010, conforme detalhamento a seguir:

“Empreendimento turístico captado” (Meta: 2; Realizado: 2), com realização de 100% da meta de 2010, apresentou desempenho positivo. Corresponde aos Empreendimentos Aquiraz Riviera Resort e Vila Galé do Cumbuco inaugurados;

O produto “Centro multifuncional de eventos e feiras construído” também apresentou desempenho positivo, sendo mensurado a partir de três indicadores cujo desempenho é especificado a seguir:

“Percentual de execução de implantação do novo Centro de Eventos construído em Fortaleza” (Meta: 60,0%; Realizado: 49,0%), apresentou desempenho positivo, com a realização de 81,67% da meta estabelecida para o ano de 2010, com obras ainda em execução;

“Percentual de execução de implantação do novo Centro de Eventos construído em Iguatu” (Meta: 20,0%; Realizado: 0,0%), apresentou desempenho negativo em relação à meta de 2010. Conveniada com a Prefeitura Municipal, obras iniciadas;

“Percentual de execução de implantação do novo Centro de Eventos construído no Crato” (Meta: 100,0%; Realizado: 90,0%), com realização de 90% da meta de 2010, apresentou desempenho positivo. Obra concluída, aguardando conclusão das licitações de mobiliário e equipamentos para início de funcionamento.

4.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado

O resultado setorial Aumento do emprego com base no turismo é aferido pelo indicador Emprego no setor alojamento, que apresentou acréscimo de 2,83% em 2010, quando comparado ao ano base 2006. A evolução desse

indicador, no período em análise, é impactada pelo desempenho positivo dos dois produtos que contribuem para o resultado setorial mencionado. Em termos de recursos financeiros, o programa Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos (034) que contribui para o resultado setorial 4, apresentou execução orçamentária insatisfatória (inferior a 70%) de 66,93% dos R\$ 271.165.453,04 destinados ao ano de 2010 (SIOF/SEPLAG).

Para um melhor entendimento do impacto dos produtos vinculados a esse resultado sobre o nível de emprego no Estado, pode ser citado o Centro de Eventos, que iniciou suas obras em 2009, contando com 49% da obra executada. O equipamento ocupará uma área total de 173 mil metros quadrados (com urbanização, estacionamento e edificação), dos quais 73 mil serão direcionados para exposição e 21 mil para jardins, além do estacionamento com capacidade para 4.100 veículos.

Além deste, foi dada continuidade à construção do Centro de Eventos do Cariri, que ficará localizado na entrada da cidade de Crato em um terreno com aproximadamente 20 mil m², distante 10km do Aeroporto Orlando Bezerra de Menezes, em Juazeiro do Norte. O Centro de Convenções do Cariri é o maior investimento feito pelo Governo do Ceará na cidade de Crato nos últimos 25 anos. O equipamento irá contemplar diversas atividades culturais e sociais, como seminários, cursos profissionalizantes, exposições, feiras, teatro, entre outras.

Os dados apresentados mostram que a realização dos produtos mencionados exerce impacto direto sobre o nível de emprego do Estado nos próximos anos. Dessa forma, o resultado esperado com o funcionamento desses equipamentos é de expansão do emprego com base no turismo, possibilitando o alcance de novos patamares da atividade no Estado.

II. CONTEXTO DE ATUAÇÃO DA SECRETARIA

O turismo no Ceará cresceu significativamente nos últimos anos contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. No período 2006-2010 o fluxo turístico via Fortaleza saltou 2.062.493 para 2.726.092 visitantes, cuja variação foi de 32,2%, ou seja, cresceu em média 7,2% ao ano. O nível de empregos nos setores produtores de bens e serviços de consumo turístico (alojamento) no Estado cresceu 0,7% ao ano. A participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto (PIB) da economia passou de 9,4% para 10,9%, entre 2006 e 2010.

No mesmo período, a demanda hoteleira de Fortaleza passou de 1.082.274 para 1.490.000 hóspedes, apresentando uma variação de 37,7%, cujo crescimento médio anual de foi de 8,3%. A oferta da rede hoteleira de Fortaleza, medida pela capacidade instalada em termos de Uhs aumentou de 24.294 em dezembro de 2006, para 26.713 em 2010, verificando-se uma variação de 9,96% no período. No mesmo período, a taxa de ocupação média anual da rede hoteleira de Fortaleza oscilou entre 57,4% e 66,5%, apresentando crescimento de 15,85%.

Os resultados apresentados vêm consolidar a estratégia de desenvolvimento do turismo do Estado através da implantação dos grandes projetos estruturantes que, aliados a outras importantes obras, e associados às ações de promoção e *marketing*, colocarão o Ceará num patamar diferenciado no setor de turismo do país.

De acordo com dados das pesquisas e da Polícia Federal (delegacia de imigração), os turistas internacionais que se destinaram ao Ceará eram predominantemente residentes na Europa. Entre os países a Itália destacou-se como principal emissor respondendo por 27,52%, em segundo lugar Portugal 20,26%, em terceiro lugar a França 6,26% e em quarto lugar os EUA com 5,67%. Analisando os dados de 2006, observa-se que Portugal (20,7%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).

Analisando os principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, identifica ligeira predominância dos residentes na região Sudeste. Entre os brasileiros o estado de São Paulo destacou-se como principal emissor respondendo por 31,1%, em segundo lugar Rio de Janeiro 10,1%, em terceiro lugar o Distrito Federal 7,51% e em quarto lugar Minas Gerais com 6,99%. Analisando os dados de 2006, observa-se que São Paulo (24,1%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro com (9,3%).

Em relação à evolução do emprego formal no setor de serviços, segundo dados do CAGED (Cadastro Geral de empregados e desempregados) do Ministério do Trabalho e Emprego, no saldo de empregos formais gerados no setor de serviços (onde a atividade turística está inserida), no período de janeiro a dezembro de 2010, o Ceará registrou 22.675 mil empregos apresentando terceiro lugar do *ranking* no saldo positivo em números de postos de trabalho.

É importante observar, no mês de dezembro deste, que no segmento de serviços na região Nordeste do Brasil, o Ceará apresentou primeiro lugar do *ranking* no saldo positivo em número de postos de trabalhos com 1.937 de saldo. Alagoas ficou em segundo lugar com saldo positivo de 138 postos de trabalho e os demais estados da região apresentaram saldos negativos pelo setor.

III. LIÇÕES APRENDIDAS

As ações da SETUR, nos últimos quatro anos e, em especial no ano de 2011, buscam tornar o Ceará uma destinação turística de referência nacional e internacional.

Dois aeroportos, um Centro de Eventos, estradas duplicadas, cursos de qualificação profissional e empresarial e outras tantas ações fazem parte do repertório de atividades que têm sido executadas em benefício do turismo e do Ceará. Nunca se investiu tanto no setor como nestes últimos quatro anos.

O volume de obras e a capacidade em gerar novos investimentos impõem à SETUR a agilidade necessária ao bom desenvolvimento e desempenho dos Programas e Projetos sob a sua responsabilidade.

Superamos o desafio de fazer o planejamento da macro estrutura acontecer. As grandes obras estão acontecendo e ficarão prontas todas no final de 2011 ou até 2012. Com o Centro de Eventos, iremos entrar no maior segmento do setor no Brasil, que é o segmento de eventos, congressos, feiras e exposições. Com as estradas do litoral Leste duplicadas, teremos o mesmo cenário que transformou a realidade da Espanha, da Itália e de Portugal.

O Acuario irá inserir o Ceará no cenário das grandes edificações e dará um salto, inigualável como representou tantos outros ícones e âncoras que existem no mundo e que são visitadas pelos turistas, tais como a Torre Eiffel e a estátua da Liberdade.

Os aeroportos farão com que as pessoas do Brasil e estrangeiros visitem nossos diferentes pólos turísticos. Visto que sendo a entrada no estado, via Fortaleza não favoreciam o acesso à Camocim, Acaraú, Icapuí, Jericoacoara, entre outros. Estes equipamentos viabilizarão acessos aos litorais Leste e Oeste do Estado. E associados aos outros aeroportos regionais, será incrementado o turismo em outras regiões cearenses.

O desafio agora será além de continuar investindo ainda na macroestrutura turística em diversas regiões, com obras em novos centros de convenções, estradas, equipamentos de entretenimento, bem como na promoção, direcionar ações para a microestrutura. Trabalhar junto às comunidades, qualificar produtos turísticos. Requalificar ruas, calçadas, mobiliário urbano, saneamento, enfim, criar uma boa ambiência aos destinos.