



**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 2011**

**Secretaria do Turismo - SETUR**

**Fortaleza, março de 2012**



**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**

Ana Lucia Lima Gadelha

**ELABORAÇÃO**

**COORDENAÇÃO TÉCNICA SETORIAL**

Eveline Brandão

**EQUIPE TÉCNICA DE GPR/SEPLAG**

Annuzia Maria Pontes Moreira Gosson

Daniele Passos de Lima Albuquerque

Fátima Coelho Benevides Falcão

Maria Neuman Ribeiro Moreira

Christiane de Souza Peixoto – Apoio Técnico

**COLABORAÇÃO TÉCNICA SEPLAG**

Antenor Barbosa Filho

Francisca Maria de Sousa Moreira

José Geraldo de Holanda Antero

Maria Carmelita Sampaio Colares

Wilmar Bezerra dos Santos

## SUMÁRIO

### I. POLÍTICA SETORIAL

### II. 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

### III. CONTEXTO DE ATUAÇÃO DA SECRETARIA

### IV. LIÇÕES APRENDIDAS

## RELATÓRIO DE DESEMPENHO SETORIAL – RDS Janeiro a Dezembro de 2011

### Secretaria do Turismo – SETUR

#### POLÍTICA SETORIAL

As diretrizes do planejamento setorial da SETUR se contextualizam no Eixo da política de Governo “Economia para uma Vida Melhor”, que preconiza a superação do desafio de conjugar estratégias de crescimento econômico com uma gestão ambiental que garanta sustentabilidade ao processo de desenvolvimento, com organização do território e inclusão produtiva de sua população e a promoção do turismo sustentável. Consentâneas com o Eixo, portanto, estão focados em grandes investimentos e infraestrutura pública, buscando fortalecer a imagem do destino “Ceará” de ricos atrativos naturais e possuidor de característica retratada na alegria do povo cearense, traduzida na sua receptividade e hospitalidade.

Os fundamentos da política do Turismo residem no reconhecimento de que ações de investimentos em infraestrutura pública, notadamente, no âmbito da logística, geram produtos turísticos sustentáveis e tornam as regiões turísticas consolidadas. Assim, são necessários estarem disponíveis aeroportos, num raio de distância de 100 km de Fortaleza, estradas turísticas duplicadas, além de investimentos em equipamentos turísticos para garantir o bem estar, conforto e segurança, atributos que qualificam os produtos turísticos. Impõe-se ainda, que o setor público, em parceria com o setor privado, edifique equipamentos de grande porte que notabilizem o destino turístico, tornando-os atrativos para outros segmentos privados de expressão econômica.

A SETUR priorizou investir em equipamentos turísticos e na valorização do potencial atrativo que assegurem ao Estado dar um salto sem precedentes no setor. Orientadas pelo objetivo de consolidar o Ceará como destinação turística de referência nacional e internacional foram definidas como diretrizes estruturantes:

- a inserção do Ceará no maior segmento do setor turístico do Brasil, o de eventos, feiras e exposições, e no cenário mundial das grandes construções (grandes ícones);
- a implantação e modernização da infraestrutura para o desenvolvimento do turismo como aeroportos e rodovias;
- a interiorização do fluxo turístico da capital para as regiões com potencial de atração, sobretudo as regiões litorâneas, desconcentrando a renda gerada pela atividade no Estado;
- a valorização dos destinos vocacionados para o turismo com investimentos na infraestrutura local (acesso às localidades, saneamento básico, iluminação temática, urbanização dos pontos de convivência entre outros) e na recuperação e revitalização do patrimônio histórico.

A oferta de cursos de qualificação profissional e empresarial são ações permanentes que integram o elenco de iniciativas para o avanço do turismo no Ceará.

Em igual nível de importância, figura o desenvolvimento da política de promoção (nacional e internacional) e diversificação do produto turístico, contemplando estratégias que visam atenuar os efeitos da sazonalidade da demanda turística para a redução da ociosidade temporária dos equipamentos turísticos, principalmente na rede hoteleira, e o desemprego da mão de obra no Ceará.

## I. ANÁLISE DOS RESULTADOS SETORIAIS

Resultados Setoriais / Indicadores	Ano Base 2006	2007	2008	2009	2010	2011 (1)	Var. (%) 2011/2006
<b>SETUR</b>							
<b>1. Aumentar o fluxo turístico nacional e internacional ampliando novos mercados com potencial sócio econômico elevado</b>							
Fluxo turístico via Fortaleza	2.062.493	2.079.590	2.178.395	2.466.511	2.726.092	2.863.305	38,8
Taxa de ocupação hoteleira (%)	57,4	55,4	57,3	62,8	66,5	68,1	18,6
Prazo médio de permanência do turista (dia)	9,0	9,7	10,2	10,5	10,9	11,0	22,2
<b>2. Satisfação do turista com a infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos</b>							
Índice de satisfação do turista com infra-estrutura, atrativos e serviços turísticos (2)	63,4	61,9	67,5	72,8	74,7	75,0	17,8
<b>3. Interiorização do turismo</b>							
Índice de Interiorização do turismo via Fortaleza (%)	65,1	64,8	65,3	62,3	69,6	70,0	6,9
<b>4. Aumento do emprego com base no turismo</b>							
Emprego no setor alojamento (3)	8.163	8.651	7.717	8.044	8.394	8.600	2,8

(1) Ano 2011: 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

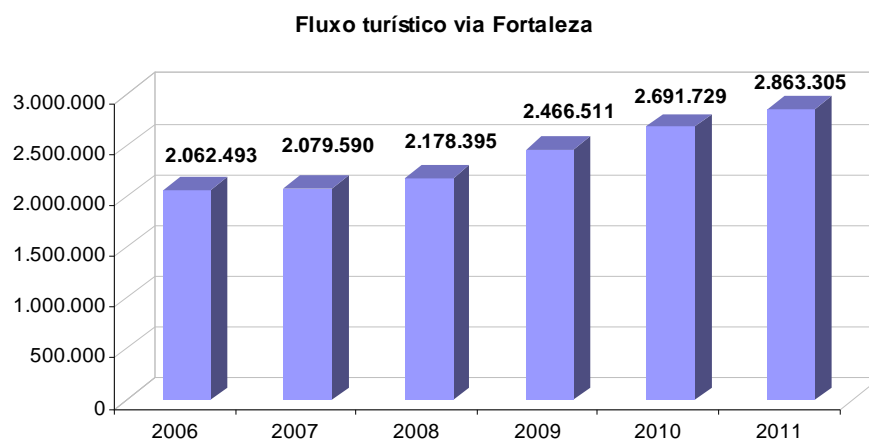
##### 1.1.1. Fluxo turístico via Fortaleza

O turismo no Ceará experimentou um crescimento significativo nos últimos anos, contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. No período 2006/2011 o fluxo turístico via Fortaleza saltou de 2.062.493 para 2.863.305 visitantes, cuja variação foi de 38,8%, ou seja, cresceu na base de 6,8% ao ano. Coadunando-se

com o comportamento desse indicador, a participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto da economia (PIB) passou de 9,4% para 10,8% no referido período.

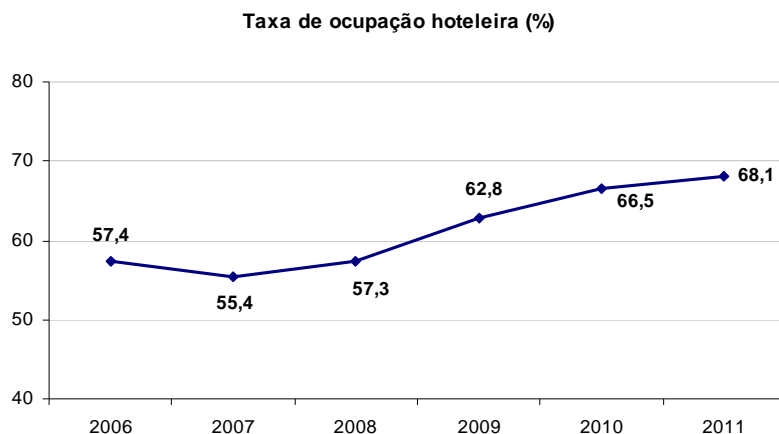
De acordo com dados das pesquisas e da Polícia Federal (Delegacia de Imigração), os turistas internacionais que se destinaram ao Ceará eram predominantemente residentes na Europa. Entre os países, a Itália destacou-se como principal emissor respondendo por 26,5%, em segundo lugar Portugal 22,2%, em terceiro lugar França com 7,6% seguido pela Espanha (quarto lugar) que respondeu por 7,3% dos turistas, no ano de 2011. Analisando-se os dados de 2006, observa-se que Portugal (20,7%) apareceu em primeiro lugar, seguido por Itália (15,8%) e Espanha com (7,1%).

Quanto aos principais mercados emissores nacionais para o Ceará via Fortaleza, identifica-se ligeira predominância dos residentes na região Sudeste, em 2011. O estado de São Paulo destacou-se como principal emissor respondendo por 24,9%, em segundo lugar figurou o Rio de Janeiro com 10,9%, em terceiro lugar o Distrito Federal com 9,7% e em quarto lugar Minas Gerais representando com 7,1%. Os dados relativos a 2006, mostraram que a liderança quanto ao número de turistas no Estado estava com São Paulo (24,1%), seguido por Pernambuco (10,0%) e Rio de Janeiro (9,3%).



### 1.1.2. Taxa de ocupação hoteleira (%)

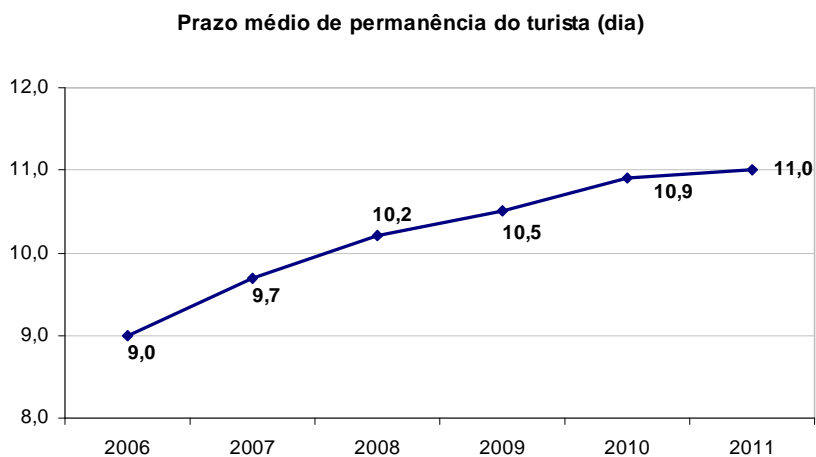
A elevação continuada do fluxo turístico refletiu-se na taxa de ocupação hoteleira, que mostrou um crescimento de 18,6%, se comparado 2011 em relação ao mesmo período de 2006. Registrou-se entre os dois últimos anos, um crescimento de 2,4%, enquanto a variação média anual no período foi mais alta, 3,5%. As informações sobre a taxa de ocupação em Fortaleza são fornecidas pela rede hoteleira, através dos BOH- Boletim de Ocupação Hoteleira e pela FAM – Ficha de Acompanhamento Mensal, com o envio mensal à SETUR.



### 1.1.3. Prazo médio de permanência do turista (dia)

A permanência média dos turistas passou de 9,0 dias em 2006 para 11,0 dias em 2011, significando uma elevação de 22,2% no período. Essa informação é obtida através do BOH (Boletim de Ocupação Hoteleira) mensal enviados pelos hotéis e pelas 4 (quatro) pesquisas de demanda turística realizadas nos principais portões de saída do Ceará (aeroporto, rodoviárias, BR's e CE's).

Conclui-se que o trabalho desempenhado pela SETUR busca qualificar o destino, ofertando aos turistas novos atrativos, melhorando a prestação dos serviços e provocando em consequência, efeito positivo na satisfação do visitante, os quais, atuando em conjunto, respondem pelo comportamento ascendente do indicador.



## 1.2. Relação Produto-Resultado

### 1.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

**Programa Marketing Turístico (029)** – O produto deste programa, “Evento Participado”, que se vincula ao resultado setorial 1, está relacionado à ação de participação promocional em eventos locais, nacionais e internacionais, em que a SETUR divulga o Ceará como destino turístico competitivo, tendo como princípios o apoio

comercial e promocional, e as informações sobre a oferta dos equipamentos turísticos e infraestrutura disponíveis no Estado.

Para análise de desempenho dos produtos em relação ao cumprimento de metas dos respectivos indicadores 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.

O desempenho desse produto mencionado é aferido pelos indicadores comentados a seguir.

“Número de participação em eventos do trade turístico” (Meta: 80; Realizado: 67) – o desempenho do indicador foi considerado positivo uma vez que chegou a aproximadamente 84% da meta estabelecida. As feiras e workshops realizados estabelecem um canal direto de quem compra ou vende turismo no Brasil e no mundo. Nesse sentido, foram realizados contatos diretos com líderes de associações de operadores, jornalistas, formadores de opinião do *trade*, agências de viagens e parceiros em todos os eventos em que o Ceará esteve presente.

“Número de operadores e agentes de turismo capacitados nos mercados prioritários” - embora tendo importante contribuição para a evolução do resultado, não teve meta definida para 2011, uma vez que, em 2010, foram capacitados 1.830 agentes e operadores de turismo, superando a meta para o referido ano, dispensando assim estabelecer-se meta para o seguinte.

### **1.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado**

Parcerias com Entidades do turismo tais como EMBRATUR, MTUR, vêm possibilitando a participação em eventos de grande visibilidade para agentes de viagem, operadoras de viagens, da cadeia produtiva do turismo em geral, resultando no efeito positivo sobre o indicador - Aumento do fluxo turístico nacional e internacional, ampliando novos mercados com potencial socioeconômico elevado. Apesar da execução da meta não ter atingido 100%, a realização de negociações diretas nos eventos promocionais, além da sustentação da imagem do Estado como destino turístico de qualidade junto ao público em geral, assegurou sua presença entre os itens de vendas dos operadores e agentes de viagem, tanto do Brasil, quanto dos países europeus. A qualidade do trabalho realizado se confirmou quando se observa a evolução significativa exibida pelos indicadores relativos ao fluxo turístico, taxa de ocupação hoteleira e prazo médio de permanência do turista no Estado, no período 2006 a 2011, conforme comentado.

Cumprir ainda ressaltar a importância para o resultado em foco, da inclusão do Aquário na matriz setorial da SETUR, equipamento turístico que irá inserir o Ceará na lista dos destinos turísticos que possuem grandes edificações turísticas, que representará para a economia local, impacto no mercado de trabalho de 150 empregos diretos, 1.600 indiretos e 18 mil empregos que se agregarão à cadeia produtiva do turismo, para o qual se estima, anualmente, 1,2 milhão de visitantes com geração de uma receita de R\$ 21,5 milhões/ano. É previsível, portanto, o impacto do Aquário, sobretudo, na elevação do fluxo turístico e na taxa de ocupação hoteleira.



O Programa Marketing Turístico, responsável pelos produtos que contribuíram para o comportamento dos indicadores do resultado em análise, exibindo uma performance satisfatória alcançando sua execução orçamentária a 98,3% do programado, de um total de R\$ 7.256.187,21.

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

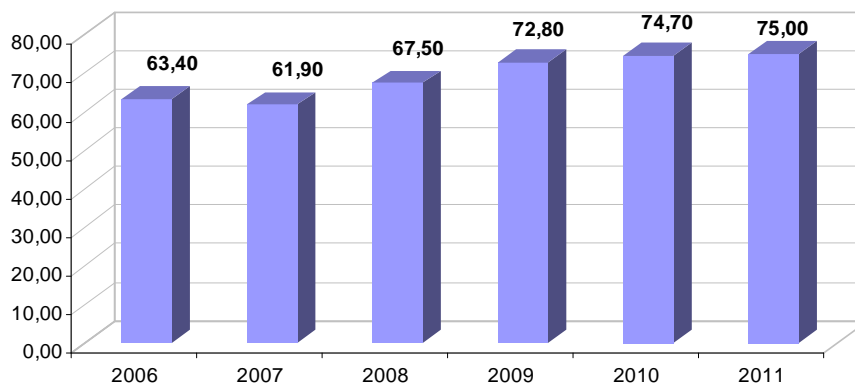
### 2.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 2

#### 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 75,0% no período 2006/11, representando um crescimento médio de 3,4% ao ano. Todavia, comparando-se os dois últimos anos da série, 2011 em relação a 2010, o índice registrou um aumento de apenas 0,3 ponto percentual (de 74,7% para 75,0%). O índice é calculado com base na avaliação do turista revelada em pesquisa, por meio da relação (ótimo+bom) - (ruim+péssimo).

Esse índice refere-se à satisfação do turista com disponibilidade de infraestrutura, atrativos e serviços turísticos, alterado por mudança na Metodologia de mensuração. Anteriormente o índice apresentado relacionava-se tão somente à infraestrutura turística.

Índice de satisfação do turista com infraestrutura, 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)** – Por meio do Programa, concomitantemente são desenvolvidos novos produtos no âmbito do ecoturismo, turismo esportivo, religioso, rural, de 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 aos demais estados da região nordeste. O Programa se efetiva por meio dos produtos que terão seu desempenho a seguir analisado pelos respectivos indicadores.

“Número de Roteiro turístico implantado” (Meta: 1; Realizado 1) – apresentou desempenho positivo em função do cumprimento da meta. O projeto Caminhos de Assis é um roteiro turístico religioso destinado aos romeiros devotos de São Francisco de Assis, que se deslocam por caminhada para a sede do município de Canindé. Orçado em R\$1.276.950,49, o projeto abrange a construção de 5 abrigos destinados aos romeiros- paradas ao longo da estrada. Nesses abrigos dispõe-se de : Refeitório, Dormitório, Oratório e Obelisco.

Em 2011, iniciaram obras complementares, visando ofertar à sociedade um roteiro melhor estruturado nos 136,43 km de estrada ligando os municípios de Maranguape a Canindé, transformando a rota de peregrinação a Canindé em um produto turístico completo. Ressalte-se que o turismo religioso é um dos segmentos de trabalho incentivados pelo Ministério do Turismo e Governo do Estado e tem, cada vez mais, atraído visitantes e contribuído, sobremaneira, para o incremento da atividade turística no Estado.

“Número de pessoas capacitadas” (Meta: 8.348; Realizado: 8.348) - o alcance de 100% da meta contribuiu para assegurar a melhoria na prestação dos serviços ao turista. Em 2011 foram realizados cursos de qualificação beneficiando profissionais e empresários na capital e nos principais pólos turísticos do Ceará. Essa meta teve desempenho positivo em virtude da realização de novos convênios de receitas firmados entre o Ministério do Turismo e a SETUR para capacitação no período de 2010/2011.

“Número de prestadores de serviços turísticos fiscalizados, cadastrados e certificados” – (Meta: 1.400; Realizado: 1.403) – visando melhorar o atendimento das metas propostas, a regional Ceará vem desenvolvendo atividades, tais como a visita porta a porta junto aos prestadores de serviços para sensibilizar e mobilizar quanto à importância do CADASTUR. Em 2011, 1.403 prestadores de serviços turísticos foram fiscalizados, cadastrados, classificados e certificados, superando desta forma, a meta estabelecida, e mostrando, por consequência, um desempenho satisfatório do Programa quanto ao aspecto do indicador.

“Equipamento turístico reformado” é um produto que previa meta, em 2011, de três indicadores:

“% de equipamento turístico reformado – Teleférico de Ubajara” (Meta: 30; Realizado: 0)

“% de equipamento turístico reformado – Centro de Convenções (Meta: 10; Realizado: 0)

“% de equipamento turístico reformado – Ponte Metálica (Meta: 100; Realizado: 99)

Em virtude de atrasos nas licitações, as obras da estação de passageiros do Teleférico de Ubajara e Centro de Convenções iniciarão em 2012, já a obra da Ponte Metálica, que visa a requalificação desse equipamento, está em fase de conclusão, com 99% executada.

## **2.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado**

A execução dos produtos vem atendendo as estratégias de consolidar o destino “Ceará” e a gestão da oferta turística, sendo trabalhadas tanto de forma regionalizada uma vez que vem priorizando os destinos e produtos que apresentam potencialidade e capacidade de gerar fluxos turísticos alavancadores ao desenvolvimento de regiões e municípios do Estado do Ceará. O incremento na oferta de atrativos e serviços turísticos com o aproveitamento do potencial reconhecido nas regiões estaduais contribuiu para o aumento da satisfação do turista visitante do Estado,

evidenciado nas pesquisas de opinião realizadas, anualmente, pela SETUR. Por seu turno, o trabalho de fiscalização, cadastramento e certificação dos prestadores de serviços turísticos tem efeitos positivos na satisfação do turista com a qualidade dos serviços ofertados.

Foi assegurado ao Programa de Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos, o de maior expressão orçamentária na programação da SETUR, uma execução de 88,4% dos recursos financeiros previstos. Informe-se que dos R\$ 249.490.485,54 programados, 90,6% foram aplicados 90,6% na construção dos Centros Multifuncionais de Eventos e Feiras no Estado (Fortaleza, Iguatu e Juazeiro do Norte), produtos que influenciarão de forma expressiva o resultado “Aumento do emprego com base no turismo”, analisado posteriormente neste relatório. Destinando parcela dos recursos equivalente a 9,4% do valor total, o Programa contribuiu com quatro produtos para o indicador referente à satisfação do turista.

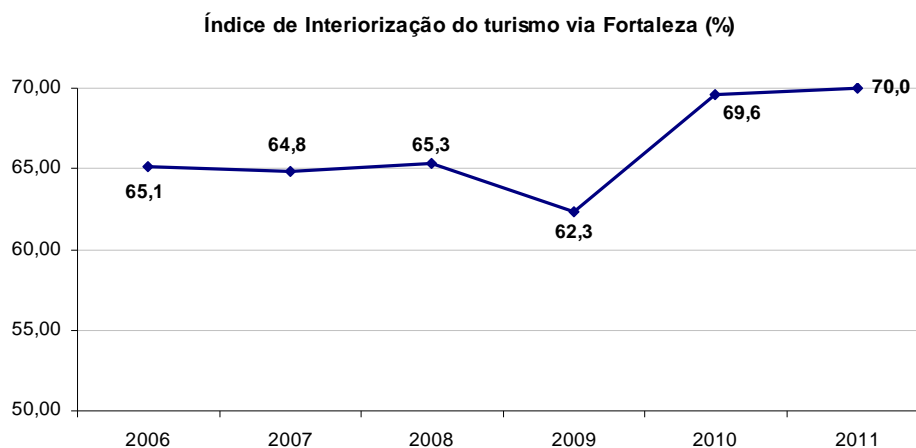
Quanto à relação do Produto com o Resultado, é importante destacar que o indicador, apesar de incluir em sua composição, a satisfação com a infra-estrutura turística, no entanto os produtos constantes da matriz relacionados a esse resultado não contemplam a infraestrutura implantada. É recomendável, portanto, análise neste aspecto para subsidiar a revisão da matriz setorial da SETUR.

### 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 2006/2011, o índice de interiorização do fluxo turístico via Fortaleza passou de 65,1% para 70,0%, registrando um crescimento de 6,9% no período, e uma elevação média anual de 1,5%. O comportamento desse indicador mostra a contribuição da atividade turística para uma geração de trabalho e renda territorialmente equilibrada. Comparando o indicador em 2011 relativamente a 2010, verifica-se que acusou uma discreta elevação de 69,6% para 70,0%, portanto 0,6%, variação inferior à média anual de crescimento do índice.



## 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)** - O escopo básico do PRODETUR/CE é constituir-se como um suporte indispensável ao desenvolvimento econômico e social a partir das potencialidades do turismo, buscando a distribuição de renda, maximizando a geração de empregos, procurando capacitar a população e possibilitando a ação e os investimentos da iniciativa privada. O elenco de projetos que compõem o PRODETUR/CE apóia-se, também, na preservação da base de recursos naturais e na organização do espaço dentro de um reatamento espacial que contempla a regionalização das ações. O PRODETUR procura assim equilibrar as obras com as condições ambientais, preservando aspectos culturais, produtivos e administrativos, garantindo a melhoria da qualidade de vida da população.

Em 2011, o Programa previa o atendimento de metas referentes a cinco produtos, cujo desempenho se mede pelos seguintes indicadores.

“% de sistema de abastecimento d’água construído” (Meta 49,60; Realizado: 59,9) e “% de sistema de esgotamento sanitário construído” (Meta: 49,96; Realizado: 56,0) – tratam-se de obra para atender a infraestrutura necessária ao empreendimento turístico em implantação em Aquiraz, com execução 21% e 12% superior à meta prevista, respectivamente.

“% de edificações históricas recuperadas” (Meta: 30,0; Realizado: 30,0) – o indicador acusa um desempenho positivo da obra de recuperação do teatro Carlos Câmara.

“Número de pessoas capacitadas” (Meta: 2.552; Realizado: 2.552) – o alcance dos cursos de qualificação profissional e empresarial para o turismo correspondeu a 100% da meta prevista para 2011. Em 2010 foram realizados novos convênios de receita firmados entre o BID/PRODETUR, Ministério do Turismo e a SETUR para ampliação da meta em 2011. Com a realização desses novos convênios foram capacitados no período de 2010/2011, aproximadamente 3.675 profissionais e empresários na capital e nos principais pólos turísticos do Ceará.

“Km de rodovia construída” (Meta: 45,61; Realizado: 46,61) – com um desempenho de 100% da meta prevista em 2011, a rodovia Amontada – Aracatiara – Icarai, com 50,85 Km de extensão, encontra-se em fase final de execução.

**Programa Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR NACIONAL (093)** - Continuidade do PRODETUR/NE, o programa 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, de maneira ímpar para o desenvolvimento do Estado.

O Programa contempla Produtos dois produtos estratégicos - Estudo e Pesquisa e Rodovia Duplicada.

“Número de estudos e pesquisas realizados” (Meta: 14; Realizado: 14) – para o desempenho positivo da meta foram realizados estudos de Mercado dos Polos Turísticos; Elaboração de Projetos para Valorização de Destinos

Turísticos do Estado; Elaboração de Projetos básico e executivo de urbanização nas localidades litorâneas buscando identificar e atender as comunidades com obras de infraestrutura local, como saneamento básico, iluminação temática, acessos a localidades, urbanização de pontos de convivência de moradores e visitantes como orlas, lagoas, rios, centros históricos; envolvendo a implantação de projetos relacionados a cada segmento, gerando renda e oportunidades, sobretudo através de iniciativas de desenvolvimento turístico local e sustentável.

“Km de rodovia duplicada” (Meta: 22,5 ; Realizado: 22,5) - a duplicação da CE – 040 no trecho Iguape (Ce 453)/Cascavel e Cascavel/Beberibe encontra-se concluída, o que significa o alcance da meta projetada, de construir 22,5 km em 2011.

### **3.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado**

O Programa iniciado em 2010, tem no produto rodovia duplicada, um importante vetor de interiorização do turismo estadual, no caso, a CE-040, que já vem possibilitando a intensificação do fluxo turístico no litoral leste, e nos estudos e pesquisas, um importante produto para o aproveitamento do potencial turístico das demais regiões estaduais. Desta forma, o desempenho do Programa em foco, mostrando uma evolução dos indicadores dos produtos, tende a contribuir para acelerar a variação positiva já demonstrada pelo indicador de interiorização do Turismo no período, considerando-se ainda que posteriormente, a duplicação prevista da rodovia até Aracati qualificará os acessos às praias do Litoral Leste.

Cumpram-se ressaltar que, conjugados a esses produtos, os aeroportos regionais de Aracati e Jericoacoara contribuirão para intensificar o turismo no interior estadual, viabilizando o acesso aos litorais Leste e Oeste, qualificando a atividade nessas regiões cearenses. Com efeito, turistas brasileiros e estrangeiros serão mais estimulados a visitar diferentes polos turísticos fora da capital, com alternativas de acesso a Camocim, Acaraú, Jericoacoara, Fortim, Icapuí, Beberibe, entre outros.

Os Programas PRODETUR II (Ceará) e PRODETUR Nacional, cujos produtos contribuem para intensificar a interiorização do fluxo turístico no Estado mostraram um desempenho financeiro bastante positivo, alcançando os percentuais de 93% e 86% respectivamente da programação orçamentária de 2011.

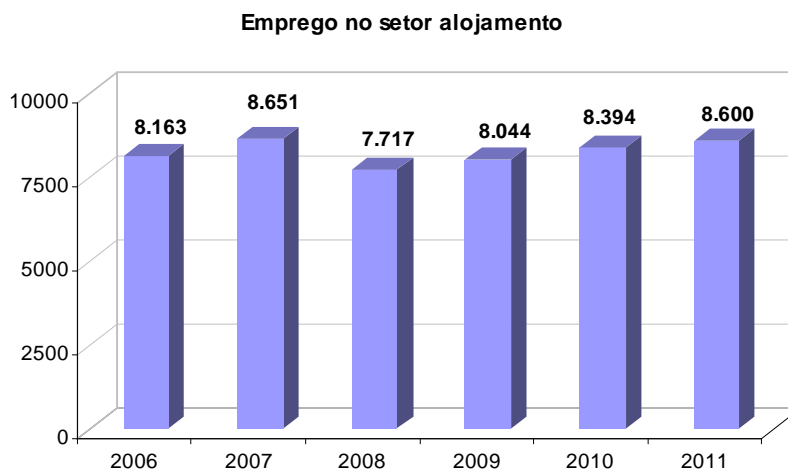
## **4. RESULTADO SETORIAL: AUMENTO DO EMPREGO COM BASE NO TURISMO**

### **4.1. Evolução dos Indicadores de Resultado Setorial 4**

#### **4.1.1. Emprego no setor alojamento**

O nível de empregos na rede hoteleira do Estado registrou um aumento de 2,8% no período 2006/2011. Cotejando os dados de 2011 com os de 2010, o aumento foi de 2,5%. As estatísticas oficiais sobre o emprego, são disponibilizadas através do Registro Anual de Informações Sociais, - 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 novembro de 2011, o Ceará registrou 27.665 empregos ocupando o terceiro lugar no *ranking* do saldo em números de postos de trabalhos.



## 4.2. Relação Produto-Resultado

### 4.2.1. Desempenho de Produtos em Relação às Metas

**Desenvolvimento de Destinos e Produtos Turísticos (034)** – Dar seguimento às obras de infraestrutura, de três Centro de Eventos, um na capital e dois no interior, além de outras ações que fazem parte do repertório de atividades para fortalecimento do turismo e da economia estadual são focos do Programa. O setor vem recebendo um volume de investimentos que consolida, de forma sustentável, a atividade, refletindo positivamente na geração de emprego e renda.

“Centro multifuncional de eventos e feiras construído” é o produto que se avalia pelos indicadores analisados a seguir:

“% de execução de implantação do novo Centro de Eventos construído em Fortaleza” (Meta: 40; Realizado: 31,5%). Em 2011, a execução de 31,5% da obra, significou um desempenho positivo da meta, que atingiu cerca de 79% do previsto. A obra, que acumulou um total de 92% de execução em 2011, impulsionará o turismo de negócios no Estado. Associa-se à obra do Centro de Eventos a melhoria do acesso a esse equipamento, com a construção de túneis sob a Avenida Washington Soares, que possibilitará maior e melhor fluxo do tráfego na região.

“% de execução de implantação do novo Centro de Convenções (do Cariri) no Crato (Meta: 20; Realizado: 20 ) - encontram-se em fase de realização as obras complementares de paisagismo e aquisição de mobiliário e ar condicionado para ser implementada em 2012, impulsionando a vocação da região para eventos agropecuários e industriais.

“% de execução de implantação do novo Centro de Convenções em Iguatu” (Meta: 10; Realizado: 18) – a execução em 2011 superou a meta em 8 pontos percentuais. A obra vem sendo realizada por meio de convênio com a Prefeitura Municipal, com uma área construída de 7.611,23 m<sup>2</sup> e espaço para auditório, com capacidade para abrigar 1.038 pessoas, mini-auditório para 206 lugares, biblioteca, laboratório de informática e quatro salas de vídeo, totalizando 352 lugares, devendo ser inaugurado em 2012.

#### **4.2.2. Influência de Produtos Sobre o Resultado**

Os equipamentos e infraestrutura turísticos em implantação concorrem de maneira importante para o desenvolvimento do Estado com o aumento da geração de emprego e renda, em especial no setor serviços cuja contribuição ao PIB estadual é destacadamente, a mais expressiva entre os setores de atividade econômica.

Equipamento como o Centro de Eventos, possibilitará ao Ceará entrar no maior segmento do setor no Brasil, que é o de eventos, congressos, feiras e exposições. Por sua vez, os Centros de Convenção em construção no interior do Estado deverão incrementar a economia regional pelo impacto na cadeia produtiva do turismo. Aliados à melhoria da infraestrutura como a duplicação de estradas, possibilitarão a transformação de realidades locais, sendo que o o Acquario, irá inserir o Ceará no cenário das grandes edificações e provocará um salto inigualável como representaram outros ícones e âncoras de referência mundial em alguns países. Como já mencionado, prevê-se a geração de 150 empregos diretos, 1.600 indiretos e 18 mil empregos na cadeia produtiva do Turismo. Essas ações conjugadas, que contribuirão igualmente para os outros resultados setoriais, provocarão forte reflexo no emprego do Estado.

A execução orçamentária do Programa que realiza os produtos, conforme já comentado, alcançou mais de 88%, tendo mais de 90% sido absorvido pelas obras dos Centros Multifuncionais de Eventos em construção no Ceará.

## **II. CONTEXTO DE ATUAÇÃO DA SECRETARIA**

A SETUR atua num contexto que se caracteriza pela sazonalidade da atividade turística, com intensa variação da demanda que demarca a alta e a baixa estação. Esta característica produz efeitos sobre os agentes e negócios turísticos como degradação da qualidade do serviço na alta estação e subutilização dos recursos na baixa estação, gerando instabilidade no mercado turístico com implicações econômicas em toda cadeia produtiva. Para atenuar os efeitos dessa sazonalidade, sobretudo no mercado internacional, agravada pela crise instalada nas economias da Europa e Estados Unidos, no período de 2006 a 2011, a SETUR intensificou as estratégias de promoção e de diversificação do produto turístico.

O Estado superou assim, fatores conjunturais desfavoráveis. O turismo no Estado cresceu significativamente nos últimos anos, contribuindo para a geração de emprego e do nível de renda da população. Com efeito, o nível de empregos nos setores produtores de bens e serviços de consumo turístico (alojamento e alimentação) cresceu 11,9% no período, e a participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto da economia (PIB) passou de 9,4% para 10,8%.

O ano de 2011 projetou o Ceará como destinação turística de referência nacional e internacional. As expectativas da alta estação que se iniciaram no final do ano, projetando o aumento de visitantes, bem como a elevação da demanda hoteleira, evidenciam a intensificação de um desempenho positivo do Governo no setor do Turismo. Cabe igualmente salientar que a SETUR atuou num contexto favorecido pela disponibilidade de recursos orçamentários para a realização de investimentos estruturantes no setor, bem como de negociação de recursos de fontes externas para assegurar o avanço das metas da política de implementação da infraestrutura para assegurar uma atividade turística sustentável.

### **III. LIÇÕES APRENDIDAS**

O Ceará, nos últimos anos, ocupa uma posição no mercado nacional como um dos principais destinos turísticos brasileiros. Com uma demanda significativa do fluxo, também internacional, a atividade turística se revela estratégica para a economia cearense por seu efeito multiplicador e estruturação da cadeia produtiva impactando, consideravelmente, no Produto Interno Bruto (PIB) cearense, com oportunidades de mais crescimento.

Grandes investimentos vêm sendo realizados visando à implantação no Estado de uma macroestrutura turística de equipamentos que notabilizem o destino e fortaleçam segmentos importantes da atividade. Estão em implantação aeroportos, centros de eventos, duplicação de rodovias, restauração do patrimônio histórico e a permanente qualificação de profissionais do setor. Alcançou-se um estágio que exige ir além desses aspectos e contemple outros produtos complementares para garantir um turismo sustentável.

As microestruturas turísticas – implantação de equipamentos e intervenções de qualificação e capacitação locais - conduzirão o Ceará a uma nova realidade econômica e social pela valorização das localidades, e principalmente, do povo e cultura cearenses. Essa diretriz requer atuação junto às comunidades, qualificando produtos turísticos para criar uma ambiência saudável no destino, com a intervenção em ruas, calçadas, mobiliário urbano, saneamento básico, urbanização de recursos hídricos e demais espaços de convivência em harmonia com as características locais.