



**Universidad Autónoma de Madrid**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo**

**Doctorado en Integración y Desarrollo Económico**

**Tesis de Doctorado**

**Turismo y Desarrollo Endógeno:**

**El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil**

**Doctoranda: Myrtis Arrais de Souza**

**Director de Tesis: Dr. Antonio Vázquez Barquero**

**Madrid – diciembre de 2013**



**Universidad Autónoma de Madrid**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo**

**Doctorado en Integración y Desarrollo Económico**

**Tesis de Doctorado**

**Turismo y Desarrollo Endógeno:**

**El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil**

**Doctoranda: Myrtis Arrais de Souza**

**Director de Tesis: Dr. Antonio Vázquez Barquero**

**Tesis presentada como requisito para la obtención del título de Doctora en la Universidad Autónoma de Madrid - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo - Doctorado en Integración y Desarrollo Económico**

**Madrid –diciembre de 2013**

**Universidad Autónoma de Madrid****Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales****Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo****Doctorado en Integración y Desarrollo Económico****Término de Aprobación****Turismo y Desarrollo Endógeno:****El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil****Doctoranda: Myrtis Arrais de Souza**

Esta tesis fue presentada en el día \_\_\_\_\_ cómo requisito parcial para la obtención del título de Doctora en Integración y Desarrollo Económico habiendo sido aprobada por la banca examinadora compuesta por los profesores:

**Director de Tesis: Dr. Antonio Vázquez Barquero**

---

---

---

---

---

---

## **Agradecimientos**

Al Profesor Antonio Vázquez Barquero, que en nombre de la UAM aceptó muy gentilmente mi solicitud de orientación.

A Patricio Vergara, mi marido, que además de ayudarme a perfeccionar mi español chileno, me puso en la ruta del doctorado de la UAM.

Al Profesor Francisco López Palomeque por la amistad en la Universidad de Barcelona y por sus valiosas orientaciones en mi trabajo de DEA, antecedente de esta Tesis.

A Cesar Borges (in memoriam), mentor del grupo de Fortaleza y su primer doctorado, que me impulsó a estudiar en España.

A mis hijos Davi, Débora y Diana por ser tan maravillosos y seguir siempre los buenos ejemplos en sus vidas.

A mis amigos Agostinho y Liduina, que me cedieron la lista de las empresas catastradas por la Secretaría de Turismo de Ceará, SETUR.

A la *Faculdade Integrada do Ceará*, FIC, en las personas de los directores generales Profesor Jessé y Ana Flávia, por permitirme participar en diversos eventos importantes para mi desarrollo profesional, por el conocimiento obtenido durante las clases de aulas que tuve oportunidad de ministrar y las licencias académicas para cumplir los créditos y finalizar esta tesis.

A mi amiga Lu, ex alumna de la carrera de turismo de la FIC que me ayudó en la aplicación de las encuestas en varias de las empresas seleccionadas.

A mi hermana mayor, Janet, que en las horas más difíciles, después de la muerte de nuestro padre, cuando ya no creía tener fuerzas ni motivación para continuar este trabajo, me alentó mostrándome que donde fuera que él estuviera tendría orgullo de su hija...

A mi hermana Marly que siempre buscó darme tranquilidad en las horas difíciles.

A mis amigos Jorge Gibert y Francisco Sabatinni que me auxiliaron con sugerencias de mejora de algunos capítulos en mis borradores de esta Tesis.

Al Jimmy y al Miro, especialistas del gobierno del Estado de Ceará, que me ayudaron en la fase final del trabajo.

A la Red DETE-ALC por proporcionarme tantos momentos de conocimientos sobre el desarrollo local en sus más diversas formas, ya sea en el intercambio con las distintas autoridades de muchos países y a través de los libros que fueron publicados hasta ahora; a mi padrino de entrada en la Red, Francisco Albuquerque, ex - Coordinador General, el que me invitó para ser miembro en el II Seminario Internacional de Fortaleza y a

Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

Patricio Vergara, ex - Vice-coordinador de la Red, con quién compartimos muchos trabajos apoyados por la Red.

Al CIPTAR – Centro de Investigación en Políticas Públicas de Tarapacá – Chile, a nombre de su Director General y mi marido Patricio Vergara, que desde 2012 me ha permitido observar otra realidad, otra cultura, otro país distinto del mio aunque con marcadas similitudes de mi Región en Brasil cuando empecé a estudiar la economía del turismo.

**Dedicatoria**

A mi padre (en la memoria) que ya en su cama de hospital, en sus últimos días de vida, vio mi primer borrador a ser entregado al profesor Antonio Vázquez Barquero en un encuentro en Uruguay y, muy feliz, me regaló una sonrisa que hacía muchos días no la veía...con mucha alegría al ver a su hija partiendo para una nueva misión y desafío. Fue quién me dio amor incondicional y a quién agradezco la fuerza, la valentía, la voluntad para obtener más conocimientos y todo lo que soy en la vida.

**Índice de contenidos.**

Índice de Cuadros .....	10
Índice de Tablas .....	10
Índice de Gráficos .....	12
Índice de Figuras.....	14
Índice de Mapas .....	14
Capítulo 1. Justificación, hipótesis, objetivos y cuestiones metodológicas .....	15
1.1. Introducción general .....	16
1.2. Hipótesis de investigación.....	18
1.3. El problema de investigación .....	19
1.4. Objetivos y Marco Lógico de la Tesis.....	23
1.5. Metodología de investigación.....	27
1.5.1. Estudio de Caso.....	27
1.5.2. Técnicas de recopilación de datos .....	28
1.5.3. Técnicas de muestreo.....	30
1.5.4 Técnicas de análisis de datos .....	33
Capítulo. 2 Marco Teórico .....	36
2.1. Desarrollo económico .....	37
2.1.1. Las teorías del desarrollo económico.....	37
2.1.2. Pobreza y desarrollo económico. ....	40
2.1.3. Desigualdad social, cultura y desarrollo.....	41
2.1.4. Emprendimiento, innovación y desarrollo.....	41
2.1.5. La capacidad empresarial.....	42
2.1.6. Capital humano y el Desarrollo local .....	43
2.1.7. <i>Clusters</i> y factores que pueden condicionar su desarrollo .....	45
2.1.8. Cooperación entre centros de formación y empresas. ....	46
2.2. Turismo como sector económico.....	47
2.2.1 Turismo para el desarrollo y la erradicación de la pobreza.....	49
2.2.2. Capacidad del turismo en entornos frágiles y pobres .....	55
2.2.3. Planificación del Turismo .....	59
2.2.4. Las funciones principales de la empresa turística en el territorio y <i>clusters</i> .....	61
2.2.5. Empresas turísticas: competitividad basada en recursos humanos y territorio.....	68
2.2.6. Capacitación de los recursos humanos para el turismo sostenible. ....	73
2.2.7. Problemas enfrentados en la educación en turismo .....	77
Capítulo 3. Características Generales del Estado de Ceará en Brasil .....	80
3.1. Presentación del País Brasil.....	81
3.1.1. Comparativo entre las Regiones de Brasil.....	83
3.1.2. El sector servicios en Brasil.....	85
3.1.3. La educación en Brasil .....	87
3.1.4. Instituciones de enseñanza superior en Turismo. ....	94
3.1.5. La capacitación en turismo en Brasil.....	97
3.1.6. La problemática del turismo en Brasil.....	99

3.1.7. Políticas Nacionales de Turismo en Brasil (2003-2007 y 2007-2010) .....	100
3.2. Presentación del Estado de Ceará .....	102
3.2.2. Indicadores socio-económicos de Ceará .....	104
3.2.3. La salud en Ceará .....	105
3.2.4. La educación. ....	106
3.2.5. Pobreza y exclusión social.....	108
3.2.6. Acceso a la infraestructura domiciliar. ....	110
3.2.7. ¿Seguridad o violencia? .....	111
3.3. El marco territorial: Ceará un estado turístico .....	112
3.3.1. Ceará: ¿anti caso de Turismo Sostenible para la eliminación de la pobreza? .....	112
3.3.2. Oferta Turística: Recursos Naturales y otros atractivos en Ceará.....	116
3.3.3. Análisis DAFO del turismo en Ceará.....	121
Capítulo 4. Análisis del Caso .....	123
4.1. La información sobre turismo en Brasil y Ceará.....	124
4.1.1. Flujo Turístico (demanda) .....	125
4.1.2. Ventajas comparativas de Ceará en Turismo de Sol y Playa.....	132
4.1.3. La inversión pública y privada en turismo de Ceará.....	135
4.1.4. El PRODETUR .....	138
4.1.5. Las políticas de turismo en Ceará: el gobierno .....	142
4.1.5.1. La gestión de la SETUR.....	144
4.1.5.2. Planificación en la Región Turística de Fortaleza .....	149
4.1.5.3. Acciones de capacitación para el turismo .....	150
4.1.5.4. Investigaciones oficiales sobre capacitación de RH realizadas en Ceará.....	153
4.2. Las empresas turísticas formales de Ceará.....	155
4.3. Las empresas turísticas receptoras (ETR) de Ceará: Visión gerencial. ....	163
4.3.1. Servicios y ocupaciones en las empresas turísticas receptoras (ETR).....	163
4.3.2. Perfil de las empresas (ETR) y del entrevistado responsable por los Recursos Humanos.....	164
4.3.3. Selección de los Recursos Humanos en las empresas turísticas receptoras. ....	168
4.3.4. Entrenamiento de los recursos humanos en las empresas turísticas receptoras (ETR).....	174
4.3.5. Dirección y gestión de la empresa .....	182
4.4. Las empresas turísticas receptoras (ETR) de Ceará: Visión de los empleados.....	187
4.5. La oferta de capacitación para el turismo en Ceará.....	204
4.5.1. Descripción de la oferta de capacitación turística.....	204
4.5.2. Evaluación de la oferta de capacitación turística. ....	210
4.6. Impacto del turismo en el desarrollo local en Ceará.....	213
Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones .....	227
5.1. La ampliación de un modelo excluyente: más turistas pero escaso impacto en el desarrollo local. ....	233
5.2. Las débiles fuerzas del desarrollo turístico en Ceará. ....	233
5.3. Un modelo turístico con poca innovación y baja calidad de servicio. ....	234
5.4. Las oportunidades para un modelo turístico inclusivo y sustentable.....	235
5.5. Recomendaciones de estrategia y política pública. ....	238
5.5.1. Recomendaciones en materia de planificación del turismo sustentable.....	239
5.5.2. Recomendaciones en materia de cualificación de recursos humanos.....	241
5.5.3. Recomendaciones en materia de sensibilización de las comunidades turísticas. ....	242
5.5.4. Recomendaciones en materia de mecanismos de participación e integración económica.....	243
5.6. Aportes, limitaciones y nuevas líneas de investigación.....	244
Capítulo 6. Bibliografía y webs Consultadas.....	246



Apéndices .....	278
Clasificación metodológica.....	279
Técnicas de presentación de resultados.....	280
Encuesta Aplicada .....	281
Anexos .....	291

## Índice de Cuadros

Cuadro 1.1: Marco Lógico de la Investigación.....	25
Cuadro 2.3: Principales impactos ambientales del turismo.....	58
Cuadro 3.1: Educación en turismo - Pasado, presente y futuro .....	99
Cuadro 3.2: Ceará – Características Geográficas.....	116
Cuadro 3.3: Ceará – puntos más elevados .....	117
Cuadro 3.4: Ceará – temperatura de las regiones turísticas.....	118
Cuadro 4.1: Compatibilidad entre el número de empleados y la cantidad de trabajo en la empresa.....	198
Cuadro 4.2: Ceará - bachillerato de turismo y hotelería.....	205
Cuadro 4.3: Ceará - Cursos de tecnólogos en turismo, hotelería y áreas afines.....	206
Cuadro 4.4: Ceará - Cursos secuenciales para formación en turismo, hotelería y áreas afines, 2013 .....	208
Cuadro 4.5: Ceará – Áreas de cualificación de cursos técnicos y superiores en turismo .....	209

## Índice de Tablas

Tabla 1.1: Clasificación de las ACTs, de conformidad con el código de la CNAE-PNAD.....	29
Tabla 1.2: Universo de empresas turísticas investigadas y selección muestral.....	30
Tabla 1.3: Estadística descriptiva de las variables de interés: servicios "no turismo" y el turismo .....	32
Tabla 3.1: Participación de las regiones en el PIB de Brasil 2002-2010 (referencia año 2002) .....	83
Tabla 3.3: Brasil: PIB servicios 2000-2009 .....	86
Tabla 3.4: Brasil - Var. % Personal Ocupado y Salario Promedio Mensual en SM de empresas de servicios, según las Regiones 2007-2010 .....	87
Tabla 3.5: Brasil - Educación superior evolución del número de instituciones 2002-2007 .....	90
Tabla 3.6: Brasil – educación superior - evolución del número de instituciones según la región 2002-2007 .	91
Tabla 3.7: Brasil – educación superior número de instituciones según la organización académica 2002-2007 .....	92
Tabla 3.8: Brasil – educación superior número de matrículas por categoría administrativa según la localización – 2007 .....	93
Tabla 3.9: Brasil: Instituciones de enseñanza superior en turismo y áreas afines – 2009.....	94
Tabla 3.10: Brasil - Instituciones de enseñanza superior en turismo y áreas afines, por regiones – 2009 .....	95
Tabla 3.11: Brasil - comparativo entre llegada de turistas y nº de instituciones de enseñanza superior por principales estados receptores .....	96

Tabla 3.12: Ceará - Nordeste – Brasil 2009 - indicadores económicos seleccionados.....	104
Tabla 3.13: Brasil, Nordeste y Ceará 2006-2009: esperanza de vida .....	105
Tabla 3.14: Brasil, Nordeste y Ceará: Tasa de Mortalidad de niños 2006-2009 por 1000 nacidos.....	105
Tabla 3.15: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: tasa de analfabetismo entre adultos (%) .....	106
Tabla 3.16: Brasil, Nordeste, Ceará 2009: tasa de escolarización entre adultos (%) .....	107
Tabla 3.17: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: escolaridad promedio de adultos en años de estudios.....	107
Tabla 3.18: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: población debajo la línea de la pobreza.....	108
Tabla 3.19: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: población debajo de línea extrema pobreza o indigencia .	109
Tabla 3.20: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: % de domicilios con suministro regular de agua.....	110
Tabla 3.21: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: % de domicilios con suministro de alcantarillado .....	110
Tabla 3.22: Ceará 2006-2005 - Oferta Hotelera .....	119
Tabla 3.23: Ceará 2007-2011 - Oferta Hotelera .....	120
Tabla 3.24: Ceará 2005-2006/2011 – Oferta hotelera por capital e interior (UHs) .....	120
Tabla 4.3: Ceará - 2005/2011 - demanda turística vía Fortaleza.....	126
Tabla 4.4: Ceará 2002-2011 – turistas nacionales e internacionales.....	126
Tabla 4.5: Ceará 2004-2006 - Motivaciones y Atractivos de Viaje.....	128
Tabla 4.6: Ceará 2006-2011 - Motivaciones y Atractivos de Viaje, % .....	128
Tabla 4.7: Ceará 2000-2006 Influencia de Viajen.....	129
Tabla 4.8: Ceará 2000-2006 - Perfil del Turista .....	130
Tabla 4.9: Ceará 2000-2006 - Tipos de transportes y hospedajes de los turistas % .....	131
Tabla 4.10: Ceará 2000/2011 –Índice de Evaluación de los atractivos turísticos de Fortaleza .....	132
Tabla 4.11: Principales ciudades más visitadas en el litoral del Estado de Ceará en 2005-2011.....	134
Tabla 4.12: Ceará 2003-2008 - % estructura sectorial, según los municipios turísticos más visitados .....	135
Tabla 4.13: Ceará 2009- % estructura sectorial, según los municipios turísticos más visitados.....	135
Tabla 4.14: Ceará -PRODETUR I – Valores de financiación / componentes.....	139
Tabla 4.15: Brasil-Nordeste-Ceará - % de formalidad en las empresas de turismo 2006.....	156
Tabla 4.16: Ceará– Cantidad de empleo turístico por nivel de escolaridad de trabajadores, 2004 y 2006 ..	157
Tabla 4.17: Ceará – Estimación promedio del empleo turístico por tamaño de empresas, 2004 y 2006. ....	158
Tabla 4.18: Ceará – Estimación del número empleos turísticos por franja de remuneración, 2004 y 2006. 159	
Tabla 4.19: Ceará – Estimación número de empleos en empresas turísticas por género, 2004 y 2006. ....	159
Tabla 4.20: Ceará – Remuneración de los trabajadores en turismo por género, 2004 y 2006(en SM). .....	160
Tabla 4.21: Ceará – Estimación de empleo en turismo por rango de edad, 2004 y 2006 .....	160
Tabla 4.22: Ceará- Remuneración de trabajadores en turismo por rango edad, 2004 y 2006, SM.....	161

Tabla 4.23: Ceará – Remuneración trabajadores en turismo por nivel escolaridad, 2004 y 2006, en SM. ...	161
Tabla 4.24: Ceará–Remuneración trabajadores empresas turísticas: tiempo de empleo, 2004 y 2006 (SM)	162
Tabla 4.25: Ceará–Remuneración de trabajadores en turismo por tamaño empresas, 2004 y 2006 (SM). ..	162
Tabla 4.26: Ceará- Estimación del empleo turístico en empresas receptoras, 2004-2006-2008 .....	164
Tabla 4.27: Ceará - Nivel de escolaridad de los trabajadores empleados en las ETR 2004-2006 .....	167
Tabla 4.28: Cursos en que los empleados de las empresas receptoras de turismo participaron.....	189
Tabla 4.29: Ceará - Evaluación de Instituciones de enseñanza superior de turismo, ENADE 2006 y 2009 ...	211
Tabla 4.31: Ceará – IDM de municipios turísticos de Ceará entre 2000 y 2008 .....	215
Tabla 4.32: Ceará–IDM de municipios turísticos de Ceará en 2000 y 2010 .....	215
Tabla 4.33 Ceará – Municipios más visitados y IDM 2000/2008.....	216
Tabla 4.34: Ceará – Municipios más visitados y IDM 2000/2010.....	217
Tabla 4.35: PIB per cápita de principales Municipios turísticos de Ceará 2002/2010 .....	218
Tabla 4.36: Niveles de pobreza en municipios turísticos de Ceará 1991 y 2000 .....	219
Tabla 4.38. Renta per cápita en municipios turísticos de Ceará en 1991 y 2000.....	220
Tabla 4.39: Índice de Desarrollo Social - IDS de los municipios turísticos de Ceará 2000-2006 .....	221
Tabla 4.40: Índice de Desarrollo Social - IDS de los municipios turísticos de Ceará 2006-2009 .....	222
Tabla 4.41: Perfil social de los municipios turísticos de Ceará.....	223
Tabla 4.42: Tasa de analfabetismo funcional de los municipios turísticos de Ceará .....	224
Tabla 4.43: Resultados de estimación de la ecuación de rendimientos .....	225

## Índice de Gráficos

Grafica 2.1.: Diamante de Porter .....	46
Gráfica 4.1: Tipos de empresas turísticas receptoras en Ceará .....	165
Gráfica 4.2: Tiempo de las empresas turísticas receptoras en el mercado local .....	165
Gráfica 4.3: Otros países o continentes donde actúan las empresas localizadas en Ceará.....	166
Gráfica 4.5: Número de empleados directos en las empresas turísticas receptoras .....	168
Gráfica 4.6: Forma de contratación utilizada por las empresas a nivel gerencial.....	169
Gráfica 4.7: Forma de contratación utilizada por las empresas a nivel operacional .....	170
Gráfica 4.8: Nivel de escolaridad mínimo exigido para los cargos gerenciales.....	170
Gráfica 4.9: Nivel de escolaridad mínimo exigido para los cargos operacionales .....	171
Gráfica 4.10: Exigencia de cursos técnicos para el nivel gerencial.....	171
Gráfica 4.11: Exigencia de cursos técnicos para el nivel operacional .....	172

Gráfica 4.12: Atributos más importantes en la contratación gerencial en empresas (ETR).....	172
Gráfica 4.13: Atributos más importantes en la contratación de personal operacional (ETR) .....	173
Gráfica 4.14: Empresas que ofrecen capacitación profesional.....	174
Gráfica 4.15: Tipos de capacitación ofrecidas por las empresas (ETR) a nivel gerencial .....	175
Gráfica 4.16: Tipos de capacitación ofrecidas por las empresas (ETR) a nivel operacional.....	175
Gráfica 4.17: ¿Quién detecta las necesidades de capacitación en la empresa?.....	176
Gráfica 4.18: Uso de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones en la empresa (ETR).....	176
Gráfica 4.20: Empresas turísticas receptoras de Ceará que supervisan la capacitación .....	177
Gráfica 4.21: Forma de supervisar la capacitación en ETR.....	178
Gráfica 4.22: ¿Con cuánto tiempo se hace la supervisión?.....	179
Gráfica 4.23: Medios de actualización del nivel gerencial de las ETR.....	180
Gráfica 4.24: Empresas (ETR) que poseen un control de calidad periódico .....	180
Gráfica 4.25: Incentivos que las empresas (ETR) ofrecen a sus directivos para capacitarse .....	181
Gráfica 4.26: Incentivos que las empresas ofrecen a funcionarios operacionales para capacitarse.....	181
Gráfica 4.27: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel gerencial en ETR. ....	183
Gráfica 4.28: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel operacional en ETR.....	183
Gráfica 4.29: Funciones principales ejercidas por el área responsable por los recursos humanos.....	184
Gráfica 4.30: Acuerdos o asociaciones en que las empresas (ETR) participan. ....	184
Gráfica 4.31: Formas de comunicación gerencial en las empresas.....	186
Gráfica 4.32: Otras formas de comunicación gerencial en las empresas .....	187
Gráfica 4.33: Nivel de instrucción formal de los empleados.....	188
Gráfica 4.34: Empleados que recibieron entrenamiento en el último año en la empresa .....	188
Gráfica 4.35: Los motivos a no participación en cursos de capacitación.....	190
Gráfica 4.36: Nivel de conocimiento sobre el proceso de producción de la empresa.....	191
Gráfica 4.37: Formas de aprender sobre el proceso de producción en las empresas.....	192
Gráfica 4.38: Beneficios extras ofrecidos a los empleados por las empresas.....	193
Gráfica 4.39: Clasificación de los sueldos y de los beneficios del funcionario.....	193
Gráfica 4.40: Creencia en la posibilidad de crecimiento profesional dentro de la empresa .....	194
Gráfica 4.41: A través de que medio el funcionario cree que puede progresar en la empresa .....	194
Gráfica 4.42: Factores que hacen el progreso del empleado en la empresa difícil .....	195
Gráfica 4.43: Opinión de los empleados sobre el ambiente de trabajo en la empresa.....	196
Gráfica 4.44: Adaptación de equipos de la empresa a los procesos de innovación .....	196
Gráfica 4.45: Incentivo y Promoción de cursos de capacitación profesional de las empresas.....	197

Gráfica 4.46: Número de empleados compatible con la demanda de servicios de la empresa .....	198
Gráfica 4.47: Existencia de reclamos con relación a los servicios de la empresa .....	199
Gráfica 4.48: Frecuencia de los reclamos de los servicios de la empresa.....	199
Gráfica 4.49: Empresas que generan la conciencia turística comunitaria .....	200
Gráfica 4.50 Como las empresas actúan para generar la conciencia turística comunitaria .....	201
Gráfica 4.51: Contribución de su empresa (ETR) para el desarrollo de Ceará .....	202
Gráfica 4.52: Formas de contribución de las empresas de turismo para el desarrollo de Ceará .....	202

### Índice de Figuras

Figura 1.1: Relación entre capacitación de RH, sustentabilidad y empresas turísticas receptoras.....	19
Figura 2.1: Dimensiones del Desarrollo Humano .....	38

### Índice de Mapas

Mapa 3.1: Brasil - divisiones administrativas y regiones geográficas .....	81
Mapa 3.2: Estado de Ceará: límites y macro regiones turísticas .....	102
Mapa 4.1: Ceará: área de actuación del PRODETUR I.....	141
Mapa 4.2: Ceará: Polo Costa del Sol.....	141
Mapa 4.3: Ceará – regiones turísticas – RT .....	147

## **Capítulo 1. Justificación, hipótesis, objetivos y cuestiones metodológicas**

### 1.1. Introducción general

En el presente capítulo se expone el problema central de la Tesis de Doctorado, la hipótesis de trabajo, los objetivos de la investigación y las cuestiones metodológicas.

¿Por qué en los territorios pobres y periféricos que cuentan con importantes atractivos naturales, los aportes gubernamentales aplicados a la actividad turística no consiguen que ésta se transforme en un real instrumento de desarrollo territorial, quebrando el círculo vicioso de la pobreza?

Para responder a esta pregunta, esta Tesis recurre a la teoría del desarrollo endógeno y sustenta la hipótesis de que ello se debe principalmente a que las empresas de los territorios pobres y marginales “carecen de recursos humanos calificados y no poseen mecanismos para transferir el conocimiento tácito necesario para estimular la innovación” (Vázquez Barquero, 2005).

El aporte principal de esta tesis es demostrar de forma empírica (a través del estudio de caso de Ceará, Brasil) que los esfuerzos gubernamentales fracasan en generar desarrollo local a partir del turismo, cuando no otorgan alta prioridad a la capacitación de los recursos humanos en un punto estratégico de la cadena: las empresas receptoras ancladas en el territorio (agencias de viajes, medios de hospedaje y empresas transportadoras).

El hallazgo de investigación puede tener una importancia crucial en las políticas turísticas destinadas a estos territorios, pues se trata de una inversión de costo moderado con efectos directos en el empleo y que puede ser encadenada con otros esfuerzos ya existentes para elevar la calificación y productividad de los recursos humanos, además de tener impactos en el plano de la ciudadanía. Se concluye, por tanto, que una política de Turismo Sostenible para la Eliminación de la Pobreza (ST-EP, *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*) con énfasis en la calificación de los recursos humanos en las empresas receptoras, aplicada a estos territorios del Nordeste de Brasil, puede contribuir directamente no sólo a los objetivos de rentabilidad y competitividad de las empresas, sino también a la equidad social, la conservación ambiental del territorio y la ampliación de los derechos sociales y políticos, o sea, al turismo sostenible y el desarrollo local.

Los países latinoamericanos y Brasil, en particular, son hoy economías abiertas al intercambio y se encuentran fuertemente integradas a los mercados internacionales. Si bien, durante la última década han disfrutado de un escenario favorable para el crecimiento económico (CEPAL, 2007c) y la reducción de la pobreza (CEPAL, 2007b), en 2009 ellos enfrentan los efectos de la crisis financiera internacional y el deterioro de la demanda por sus productos primarios, industriales y servicios, entre ellos el turismo (CEPAL 2008a, citando datos de OMT).

La respuesta local a los desafíos globales<sup>1</sup> exige disponer de una visión más amplia y compleja de los procesos de desarrollo (Boisier, 2003 y Vázquez Barquero, 2009), en la cual la innovación es un fenómeno económico y empresarial clave. Este es un enfoque de política de desarrollo denominado “desarrollo endógeno” descrito por Vázquez Barquero (2005), como un proceso territorial (y no funcional), que adquiere su mayor eficiencia cuando los protagonistas son los actores locales (y no las administraciones centrales).

<sup>1</sup> Incluyendo los que se refieren a la desigualdad y aumento de la pobreza, al aumento de la competencia (debido a la continua integración de la economía), al aumento del desempleo (producido por los procesos de ajuste y reestructuración de los sistemas productivos), junto con la diversidad de los territorios.



El desarrollo endógeno se produce como resultado de un fuerte proceso de articulación de actores locales y de variadas formas de capital intangible, en el marco de un proyecto político colectivo de desarrollo del territorio (Boisier, 2003).

Según CEPAL (2008a), América Latina y El Caribe disponen no sólo de importantes atractivos turísticos sino que han recibido fuertes inversiones en infraestructura e ya poseen una orientación hacia el turismo, la que puede ser utilizada para un nuevo ciclo expansivo. En este último decenio, el turismo ha comenzado a ser una piedra angular de la economía de servicios, pero sólo podrá ayudar a la sociedad a responder a los retos mundiales de desarrollo si su crecimiento se gestiona cabalmente y si se centra en la ética, en la lucha contra la pobreza, en los intereses especiales de los Estados en desarrollo y en la sustentabilidad. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha iniciado desde hace más de cinco años estudios y consultas sobre la relación mutua entre turismo y lucha contra la pobreza, componente central de sus actividades para la sustentabilidad de triple base (económica, social y cultural). Así, en los últimos años se viene prestando cada vez más atención a esta orientación y se ha observado que la actividad de turismo posee un inmenso potencial para ayudar en la lucha mundial contra la pobreza.

En particular, el turismo es una actividad que Brasil considera muy importante para su crecimiento económico y su desarrollo territorial y social; por ello el gobierno se esfuerza en desarrollar una oferta atractiva que incorpore a territorios que hasta ahora han estado excluidos de los circuitos turísticos (Ministerio do Turismo, 2007 y Ministerio de Turismo, 2012).

Sin perjuicio del anterior, los efectos del turismo son considerados en la comunidad académica, diversos y, a veces, contradictorios (Fernandez, 2002; Sharpley and Telfer, 2002; Vanhove, 2005). Por un lado, el turismo juega un papel importante en el desarrollo socioeconómico y político de muchos países<sup>2</sup>, pudiendo contribuir al intercambio cultural, fomentar las relaciones entre los pueblos, favorecer la paz, crear conciencia de respeto a la diversidad cultural y, por tanto, a las diferentes formas de vida. Por otro lado, en muchos destinos turísticos, pueden observarse los efectos negativos de la actividad turística sobre el medioambiente, la cultura y la sociedad, además de la economía por no haberse cumplido las expectativas de convertirse en el “motor” del desarrollo económico territorial.

De tal forma que las empresas turísticas hoy, principales agentes de producción del turismo, se ven enfrentadas a los retos del medio ambiente, la equidad social y la competitividad, los que deben ser abordados en una oferta de un “producto” innovador que responda al nuevo perfil exigido por consumidores (turistas), gobiernos y comunidades. En un mundo globalizado, ofrecer en el momento oportuno, un “producto” turístico de calidad, innovador y basado en el buen servicio es esencial para la competitividad del destino. Y ello requiere de crecientes dosis de conocimiento, aplicado a los distintos eslabones de la cadena turística, especialmente en su fase de “experiencia”, es decir, en el servicio turístico de destino.

En la actividad turística el consumidor compra un “producto” mientras que este es ofertado por varias empresas de la cadena turística. Esta alianza debe basarse, además, en la cooperación entre las diferentes empresas, y sobre la premisa de que todas las empresas turísticas van a salir beneficiadas si se desarrolla (o potencia) la misma tipología de turismo en la zona (Guzmani y Cañizares, 2008). Por ello, resulta imprescindible establecer bases, a veces incluso de carácter jurídico, con la finalidad de cerrar acuerdos o alianzas entre los oferentes (Telfer, 2001). Ello implica que es necesario crear una organización,

---

<sup>2</sup> Principalmente, de entre otros, en países de África como Gambia e islas como Caribeñas, Seychelles y Maldiva (en el Océano Indico), Cyprus, Papua Nueva Guinea, en el English Lake District (Inglaterra), Lombok (en Indonesia), Bali (en océano pacífico).

formada por empresas públicas y privadas, a través de una identidad coordinadora para impulsar, dirigir y dinamizar dicho producto turístico.

No son, entonces, las empresas turísticas las que pueden tornar por sí mismas competitivas un destino turístico. Se requiere un sistema de planificación estratégica que incorpore la cooperación y coordinación público – privada a nivel de dichos territorios con el reto principal que la actividad sostenible de turismo exige. Es esta institucionalidad, la que puede enfrentar más exitosamente y con apoyo y participación de la ciudadanía de dichos destinos, temas como el deterioro ambiental, la prostitución infante - juvenil o la delincuencia, todos los cuales afectan la experiencia turística y determinan que el turista recomiende o no el destino y/o retorne otra vez.

Dentro de este proceso que se supone participativo de la planificación estratégica turística, la educación desempeña un papel fundamental, porque será utilizada como instrumento auxiliar en la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y aptitudes por los trabajadores. Adicionalmente, una ciudadanía conciente y que vivencia el aporte del turismo a sus localidades, será una comunidad receptiva de los visitantes y cuidadosa de otorgarles una buena “experiencia turística”, además de preservar su propio *habitat* para disfrutarlo y a la vez mostrarlo con orgullo, fortaleciendo su propia identidad con el territorio.

Ambos procesos de educación/formación, de los trabajadores para las actividades del turismo y de la ciudadanía local, tienden a mejorar la experiencia turística, la atracción del lugar, la “productividad general de los factores” y, en consecuencia, son fuente de beneficio privado y social.

Se ha adoptado en esta tesis doctoral el caso de Ceará en Brasil, por ser un “modelo” del tipo ideal de territorio con importantes activos turísticos, relativamente alejado de las principales rutas centrales del país y con elevadas tasas de pobreza, donde el gobierno estadual y la cooperación internacional han realizado importantes inversiones en el desarrollo del turismo desde hace más de una década, con escaso éxito en el sentido del tema de esta Tesis, hasta ahora.

## 1.2. Hipótesis de investigación

En territorios pobres y periféricos con atractivos turísticos, una de las herramientas más determinantes para que el turismo sostenible pueda contribuir a la generación del desarrollo económico territorial quebrando el círculo vicioso de la pobreza, es la capacitación/formación de los agentes locales, es decir, las empresas y personas que se ubican en la relación directa con el cliente, el turismo receptor.

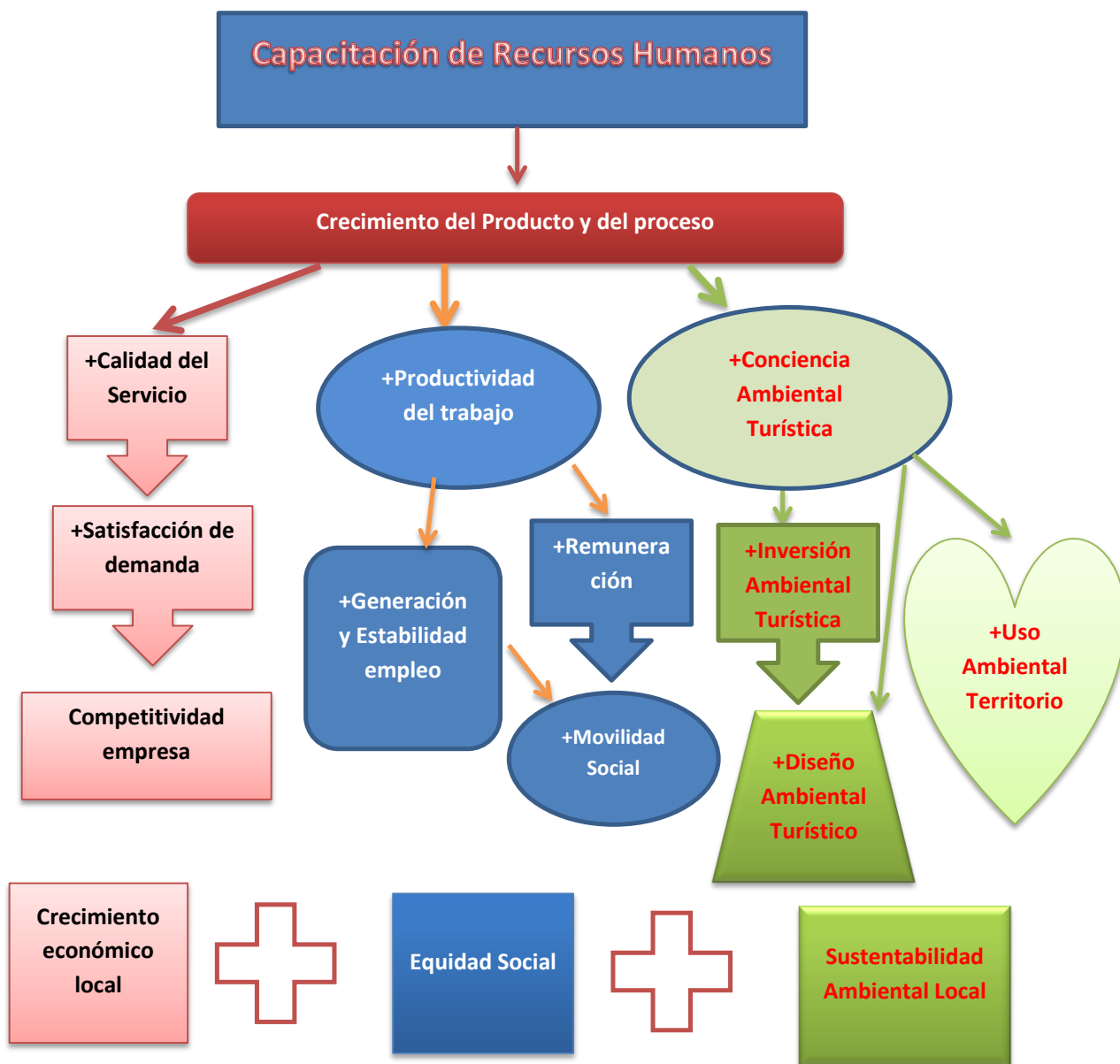
La respuesta a la pregunta central de la Tesis surge desde una concepción endógena del desarrollo, compatible con el enfoque ST-EP, de Turismo Sostenible para la eliminación de la pobreza<sup>3</sup>.

La presente Tesis sustenta la hipótesis de que la cualificación de los recursos humanos (incluyendo el aprovechamiento y cambio de la cultura local) de los principales agentes del turismo regional es uno de los factores determinantes para que el turismo sostenible sea un real mecanismo de superación de la pobreza, a través de su contribución al desarrollo económico territorial. Desde la perspectiva de la teoría de sistema correspondería a un nuevo *estado atractor* del círculo virtuoso de mayor cualificación-mayor productividad-mejores ingresos-mayor sustentabilidad del empleo-mayor cualificación. Ver figura 1.1. a continuación.

<sup>3</sup> Véase en Capítulo 2: Marco teórico.

Para demostrar la hipótesis es preciso indagar por los condicionantes específicos del sector/actividad turístico nacional y determinar, en qué medida, las políticas gubernamentales y las iniciativas privadas apuntan a desatar e impulsar esas fuerzas del desarrollo y cuál es su efectividad en la parte local de la cadena turística. Es decir, es necesario analizar la función y el territorio como los grandes determinantes del rol que puede ejercer el sector turístico en la erradicación de la pobreza.

Figura 1.1: Relación entre capacitación de RH, sustentabilidad y empresas turísticas receptoras.



Fuente: Elaboración propia, basado en Vergara y Arrais de Souza, 2003 y López Palomeque, 2001.

### 1.3. El problema de investigación

No pocos gobiernos de regiones pobres y periféricas están asumiendo sin mayor cuestionamiento que la actividad turística puede llegar a ser un real mecanismo de desarrollo económico territorial (Sobral, Peci y Souza, 2007; Sharpley and Telfer, 2002; Vanhove, 2005). Sin embargo, esta Tesis de Doctorado constata muchos casos de *desarrollo frustrado* o donde las expectativas de la comunidad respecto del impacto del turismo no se han cumplido, aunque hayan generado negocios para sus inversionistas (Ruschmann, 1997; Teixeira, 1998; Rodrigues, 1997; Vasconcelos, 1998; Fraguell i Sansbelló, 2000; Fullana y Ayuso, 2002; Swarbrooke, 2000; Oliveira, 2000; Saarinen, 2006; Nicolau, 2008).

Eso nos exige indagar en la propia naturaleza del proceso de desarrollo territorial, particularmente las interacciones entre pobreza y desarrollo económico (Banco Mundial, 2006), el rol de las desigualdades (Banco Mundial, 2005; CEPAL, 2007a), la cultura local en el desarrollo (PNUD-CHILE, 2009) y las particularidades del turismo como sector económico (OMT, 2003; OMT, 2005; OMT, 2010a). Por otro lado, entender adecuadamente al tema posee particular importancia para enfrentar los reales efectos económicos, sociales y ambientales de las políticas públicas de atracción de inversiones y de gasto público de apoyo al turismo, las que han sido cuestionadas en su efectividad para el desarrollo territorial (Benevides, 1998; Souza, 2002; Cruz, 2000; Bissoli, 2000; Santana Silva, 2005, entre otros).

Dado que esta Tesis tiene como variable dependiente el desarrollo económico territorial y no el crecimiento económico, se adopta un marco de análisis más amplio que los modelos de competitividad turística (descritos por Mazaro, 2007), los que, a pesar de reconocer la complejidad del turismo y su carácter sistémico, no consideran suficientemente el territorio (y sus características sociales) como condicionante de los resultados de la actividad turística. Por esto se realiza un esfuerzo por definir esa problemática de manera de situar el problema (el rol de los recursos humanos en el turismo sostenible para la eliminación de la pobreza, ST-EP), en un marco teórico específico (desarrollo endógeno) de respuesta al caso en estudio (el Estado de Ceará).

La elección de este enfoque y este tema tienen especial importancia en un momento<sup>4</sup> en el cual la política nacional explícita de “turismo sostenible para el alivio de la pobreza” en Brasil se concreta en grandes orientaciones:

- a) captación de grandes proyectos de inversión extranjera apoyadas por la inversión pública en infraestructura física y promoción turística, destinada a fortalecer, calificar y ampliar la demanda turística internacional por Brasil;
- b) programas de fomento y financiamiento del turismo interno, canalizados hacia el Nordeste (donde se encuentra Ceará) y con énfasis en los jubilados de clase media de la zona Sur y Sudeste del país.
- c) proceso de estructuración de sus acciones para el mega-evento de la Copa del Mundo 2014, avanzando para la organización de un grupo gestor con participación las varias instancias gubernamentales. El compromiso del Gobierno Federal es validado por la atención dedicada a cada una de las ciudades-sede y predisposición de

---

<sup>4</sup> El escenario nacional fue tensionado por los efectos de la crisis financiera mundial, que muestran una fuerte reducción del dinamismo económico de Brasil y del turismo latinoamericano para 2009 (CEPAL, 2008a). Además la elección de Brasil para ser sede de la Copa del Mundo 2014, de los Juegos de la Confederación en 2013, y la celebración de los Juegos Olímpicos en Río de Janeiro en el año 2016 son grandes retos y grandes oportunidades para el desarrollo del turismo en Brasil. Se trata de los mayores eventos deportivos del mundo, con un atractivo fuerte para los medios de comunicación y una importante capacidad para generar empleo e ingresos para los sectores involucrados, directa e indirectamente, para llevar a cabo, especialmente las actividades vinculadas al turismo. El legado, sin embargo, debe ser superior a la promoción de atractivos turísticos nacionales, así como la mejora en infraestructura y la calidad de los servicios turísticos. Para ello, se debe crear las condiciones necesarias para tales eventos a ser capaces de consolidar a Brasil como uno de sus principales destinos turísticos del mundo (Ministerio de Turismo de Brasil, 2012).

hacer lo mejor por el crecimiento del turismo en ámbitos nacional e internacional, generando crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad ambiental.

Brasil es un país que posee una larga tradición de grandes esfuerzos por alcanzar su desarrollo social y territorial, los que en buena medida han sido abortados por la conducta predatoria de las elites dirigentes, siendo el más notable el caso de SUDENE (Superintendencia de Desarrollo del Nordeste) que fue finalmente cerrada en 2001 por escándalos de corrupción<sup>5</sup> sistémica (ver Furtado, 2000 y Vergara, 2006)<sup>6</sup>. Ideas importantes para el bien común y técnicamente fundamentadas (como ha sido el caso de los mecanismos para reducir los impactos de la sequía del Nordeste) han terminado transformándose en mecanismos regresivos e instituciones ineficientes por la apropiación que de ella hacen los grupos políticos y empresariales dirigentes, formados en una larga historia de coronelismo<sup>7</sup>, prebendalismo<sup>8</sup> y clientelismo (Furtado, 2000; Medeiros, 2003; Banco Mundial, 2003; y Revista Veja, edición del 25 de octubre de 2006; Silva y Jesus, 2007; Davila Filho, 2008; Hevia, 2011).

¿Será éste un caso más de desarrollo frustrado, ahora bajo la idea del Turismo Sostenible? ¿Será este otro mecanismo más para lucrar con los atractivos naturales de los territorios pobres puestos al servicio del disfrute de los turistas extranjeros, como argumentan diversos grupos de ONGs y comunidades? O, por el contrario, ¿estas políticas representan una oportunidad real de desarrollo económico para las comunidades y territorios, como sustentan muchas autoridades del sector turístico?

En este contexto, corresponde en esta Tesis plantearse acerca de si las condiciones específicas del sistema social de estos territorios pobres sobre las cuales operará este *enfoque ST-EP* - en su sigla en inglés de *Sustainable Tourism- Eliminating Poverty*, y la estrategia específica gubernamental, no producirá resultados similares a los antes aludidos. Por eso esta Tesis da especial relevancia al estudio de las condiciones específicas del territorio que pueden o no facilitar el éxito de estas políticas turísticas. En particular explora los mecanismos a través de los cuales estas políticas transitan hacia los agentes del desarrollo territorial, fortaleciendo o debilitando a determinados grupos. En este conocimiento específico pueden estar los elementos que hagan la diferencia entre el éxito o el fracaso de la política, pero, sobre todo, a quien benefician. Los resultados de la investigación, expuestos en el Capítulo 4 mostrarán en detalle estos temas a fin de probar la hipótesis aquí adoptada.

El beneficio de esta actividad también se ve cuestionado por la existencia de casos importantes de degradación ambiental y contaminación, que han tenido lugar en estos territorios por sobre-carga de los ecosistemas y contaminación directa por la actividad turística. En estos casos surgen preguntas tales como:

<sup>5</sup> Ver Informe Sobre el Barómetro Global de la Corrupción de *Transparency International* la mala posición de Brasil, en esta época.

<sup>6</sup> Dilma Rousseff, actual Presidenta de Brasil, ha perdido siete ministros en once meses de gobierno, seis de ellos por denuncias de irregularidades o enriquecimiento súbito reveladas por la prensa y uno más por criticar a sus colegas de Gabinete.

<sup>7</sup> Se refiere a los “coroneles” que comandaban para los hacendados y por delegación del estado nacional, las provincias brasileñas en la época colonial y que se transformaron, hasta hace tres décadas, en verdaderos gobernadores de grandes espacios regionales (Andrade, 2004).

<sup>8</sup> Las formas de sostén de los “servidores patrimoniales” que Max Weber (1974) denomina prebendas, es decir “cuando se confieren de un modo renovado, con apropiación individual pero nunca hereditario las asignaciones sobre las existencias del señor en dinero o bienes, otorgamiento de tierras, o mediante apropiación de probabilidades de rentas, derechos o tributos”. Y denomina “prebendalismo” a la existencia de una administración mantenida principalmente de esta forma.

¿Porque algunas áreas pobres con atractivos turísticos consiguen iniciar procesos de desarrollo territorial que los conducen a salir de la pobreza y otras no?

¿Cuáles son los componentes claves de su círculo vicioso de la pobreza que es necesario impactar y en qué medida?

¿Cuáles son los requisitos claves para transformar la demanda turística en un aliado del desarrollo territorial y de la calidad de vida de las personas y no en un problema?

Y ante la permanente escasez de recursos en los países y regiones menos desarrolladas, enfrentados a la toma de decisiones, ¿qué debemos privilegiar?

¿El capital físico? Es decir, ¿debemos invertir para que los turistas puedan disponer de aeropuertos seguros y confortables, carreteras de calidad que reducen la distancia entre los atractivos turísticos, sistemas de comunicaciones que les permiten estar conectados con sus familiares en casa, puestos de salud con servicios de emergencia de calidad para imprevistos, amplia cobertura de sistemas de pagos universales para financiar sus gastos?

¿O, debemos invertir más y también en capital humano, de manera de calificar a empresarios, directivos y trabajadores del sector para mejorar la calidad y eficiencia en la atención? ¿O, invertir en capital social, para que estos agentes nacionales y locales desarrollen sus capacidades de trabajar coordinadamente y establezcan proyectos comunes, que mejoren su competitividad?

Dado que el sistema turístico es un todo complejo (Beni, 1998; López Palomeque, 2001; Sancho, 1998; Antón Clavé, 1997; Telfer, 2001 Sharpley y Telfer, 2002; Vanhove, 2005;) las preguntas que se hace en esta Tesis requieren estudios periódicos de un conjunto importantes de componentes, algunos de los cuales son especialmente críticos.

Por cierto, conocer la línea de base actual de los diversos componentes (o capitales) de la oferta turística es esencial para determinar donde la sociedad debe invertir, de manera de hacer un uso racional de los recursos y esfuerzos en turismo. Es decir, saber por ejemplo, cual es el nivel de cualificación de los directivos del sector turismo y de los funcionarios públicos de una región determinada así como el estado de las carreteras y las capacidades de los aeropuertos puede ser esencial para conocer cuál será la experiencia turística y consecuentemente si ello permitirá la sustentabilidad del sistema, asegurando un desarrollo territorial de largo plazo.

La presente Tesis indaga a partir del caso de Ceará, acerca de cuáles son las variables críticas que explican porque el sector turismo aún no aporta todo su potencial al desarrollo territorial de áreas pobres y desiguales y sugiere, al final, acciones de políticas para este efecto. Determinadas esas variables críticas del enfoque *ST-EP*, se pregunta acerca de la forma como ellas operan en el sistema turístico y acerca de si su naturaleza impone formas de diseño e implementación diferentes de las habituales a la política de turismo.

La constatación a la que se llegó entre los tomadores de decisión del sector es que el turismo en Brasil todavía no es competitivo, a pesar del atractivo de sus recursos naturales y culturales. Así, en el Ranking del Foro Económico Mundial 2008-2009<sup>9</sup>, el turismo de Brasil ocupaba el 45º lugar con un puntaje

<sup>9</sup> En el ranking del Fórum Económico Mundial 2011 (WEF, 2011), la clasificación del turismo de Brasil ha empeorado para el lugar 52º de entre los 139 países investigados, clasificado el Marco regulatorio 80º, en Seguridad 75º, en

de 4,35 entre 133 países, mientras que en el componente Marco Regulatorio es 95º, en seguridad es 130º, en calidad de recursos humanos es 55º y en percepción de la actividad turística por los habitantes fue 75º. Para el mismo estudio de competitividad turística del WEF de 2013 Brasil ha empeorado la mayoría de estos componentes, aunque ocupó el lugar 51º de entre 140 países investigados. En marco regulatorio bajó para 119º, en seguridad ha mejorado al 73º, la calidad de los recursos humanos hubo una caída al lugar 96º y percepción de la actividad turística por los habitantes decaió a 83º.

En el estudio de 2009, que ya destacaba negativamente la variable “disponibilidad de trabajo calificado” donde Brasil, en el concierto de 133 países, sólo es mejor que 46 naciones en el mundo (en 2011 solo es mejor que 33 otros países); además de la “*affinity for travel & tourism*” donde Brasil ocupa el 130º lugar de entre los 133 países investigados (en 2013 hubo una rehabilitación en este ítem, pues Brasil pasó a ocupar el lugar 83º de los 140 países). Este parece ser, sumado al “*quality of the educacional system*” de 2013, lugar 115º, uno de los componentes de peor desempeño del turismo brasileño y aparece nítidamente asociado a la baja calidad de su sistema de educación, ya que sólo 44 países del mundo de los 140 que fueron investigados tienen un sistema educacional peor que Brasil, según WEF (2013).

Otro estudio, realizado por el Ministerio de Turismo de Brasil y la Universidad de Campinas – UNICAMP, concluyó precisamente que la actividad turística se ejerce en forma amateur en Brasil y que es percibida como una actividad lúdica (UNICAMP, 2007). Por su parte, un estudio de la Fundación Getulio Vargas (*Observatório de Inovação do Turismo*) usando la metodología *shift-share* de desagregación de componentes del crecimiento del sector turismo para la comparación de Brasil con otros países de América del Sur, concluye que el sector turismo en Brasil se encuentra en un “estado tímido de desarrollo” en el concierto no sólo mundial sino también sudamericano (Sobral, Peci y Souza, 2007). Por último, Lohmann, 2012, en su estudio sobre innovación del turismo en Brasil, evidencia la necesidad de inversiones en innovación en todos los destinos que tienen la pretensión de tener capacidad competitiva ante el mercado global.

Este panorama nacional poco halagüeño es el marco en que se desenvuelve el turismo en Ceará.

La constatación inicial de esta Tesis es que Ceará corresponde a la categoría de territorio pobre, de elevada desigualdad social y con importantes atractivos turísticos, como muchos de Brasil y de América Latina. Ceará es el caso típico de una región con vocación turística que, a pesar de experimentar por décadas una importante demanda nacional e internacional de visitantes, no consigue que el sector turismo despliegue todo su potencial, por lo que su población en las zonas impactadas por esta actividad experimenta aún bajos niveles de calidad de vida.

#### 1.4. Objetivos y Marco Lógico de la Tesis

En el siguiente cuadro 1.1 se sintetiza el marco lógico de la presente investigación, especificando las hipótesis operacionales, los objetivos y las actividades realizadas para efectos de alcanzar dichos objetivos y contrastar las hipótesis de trabajo.

Es importante destacar allí las siguientes actividades centrales que ofrecen soporte a varios de los objetivos:

---

percepción de la actividad turística por los habitantes 25º y la calidad de los recursos humanos, que pasó del Rank 55º para 70º.

- Estudio teórico y análisis de la literatura (objetivos a, b, c, d, g, h): consideró leer las principales obras de teóricos y expertos en las diversas temáticas abordadas. Ellos son listados en la bibliografía.
- Estudio de datos secundarios (objetivos a, b, c, d, e, g, h): a través de los Planes de Gobierno Regional (Estadual) y Nacional exigió conocer las políticas gubernamentales de apoyo al turismo en términos de la capacitación y contribución al desarrollo del estado, y de otros tipos de empresas en las distintas áreas que poseen impacto directo e indirecto para la actividad turística. Se seleccionó datos y estadísticas oficiales, varios de ellos para determinar el universo de empresas turísticas (Catastro SETUR) y otros para probar las afirmaciones realizadas.
- Análisis crítico de información (objetivos b, c, d, e, f, g, i): esta actividad consideró la aplicación de conocimiento teórico (descrito en la sección sobre el Referencial Teórico), a las informaciones y datos recopilados en esta Tesis.
- Estudio empírico sobre el turismo receptor y la oferta educacional turística en Ceará (objetivos d, e, f, g, i): se generó información sobre dos tipos de problemas: a) la oferta educacional turística de Ceará; y b) la formación y capacitación de los empleados y gerentes en las empresas turísticas receptoras locales de Ceará seleccionadas.
- La contribución del turismo al desarrollo del Estado de Ceará (objetivos b, c y d). Para realización de esta actividad se generó una base de datos extraída de la base de microdatos de la Encuesta de Hogares por Muestreo de Domicilios (PNAD) realizada por el IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística). Para medir esta relación se hizo un análisis multivariante sobre las relaciones entre capacitación y empleo en empresas características del turismo de Ceará.



Cuadro 1.1: Marco Lógico de la Investigación

Hipótesis	Objetivos	Actividades
a. Ceará puede ser considerado un Estado de elevada pobreza que posee importantes recursos naturales.	a1. Demostrar que Ceará es uno de los Estados más pobres de Brasil; a2. Mostrar la importante dotación de recursos turísticos de Ceará.	Seleccionar estadísticas y resumir literatura y estudios turísticos de Brasil.
b. Ceará posee importantes ventajas comparativas para el tipo de turismo sostenible (sol y playa)	b1. Mostrar las características de los recursos turísticos locales; b2. que son atractivos significativos en relación a otros destinos.	Resumir literatura de estudios turísticos de Brasil y realizar un análisis crítico del recurso turístico.
c. El turismo en Ceará es potencialmente un importante mecanismo de desarrollo endógeno y por tanto de reducción de la pobreza y las desigualdades sociales.	c1. Evaluar el sistema turístico de Ceará desde el punto de vista de las nuevas fuerzas del desarrollo; c2. Mostrar su capacidad de generación de trabajo y empleo de calidad entre sectores pobres.	Describir las nuevas fuerzas del desarrollo; analizar el turismo de Ceará desde ese enfoque; enfatizar los componentes de vitalización de activos productivos de sectores carentes.
d. Una condición esencial para que el turismo cumpla la tarea en el desarrollo de Ceará es el fortalecimiento del sistema de empresas receptoras locales.	d1. Evaluar el rol de las empresas receptoras; d2. Definir el perfil de las empresas locales; d3. Evaluar su capacidad de impacto en y desarrollo local.	Describir el sistema de turismo de Ceará en base a catastro SETUR; Realizar estudio de campo en muestra seleccionada; análisis de empresas receptoras; estudio crítico de su impacto
e. La principal carencia de esas empresas es la escasa formación de sus recursos humanos, la que es deficitaria en relación a los requerimientos de la demanda turística.	e1. Evaluar el estado en que se encuentran las empresas turísticas locales; e2. Describir sus niveles de formación; e3. Evaluar su adecuación a la demanda turística	A través de las encuestas realizadas se evalúa la situación general y niveles de formación de RR.HH en las empresas receptoras; Estudio crítico de adecuación de la demanda turística en base a la opinión de los turistas (datos oficiales de SETUR);
f. La mayoría de las empresas locales que hacen la recepción de los turistas no invierten suficiente y adecuadamente para transformarlos en capital humano.	f1. Describir los esfuerzos de capacitación que realizan las empresas turísticas locales; f2. Evaluar la cantidad y calidad de esta capacitación; f3. Detectar el grado de satisfacción del personal con esta calificación.	Análisis crítico de datos sobre capacitación (cantidad y calidad) a partir de encuesta; Evaluación de índices de satisfacción con capacitación y formación laboral.
g. El perfil de las empresas locales no es potenciador de los efectos de la formación de RR.HH los cuales impactan significativamente sobre el desarrollo local	g1. Mostrar la capacidad de difusión del conocimiento de las empresas turísticas locales; g2. Establecer los mecanismos a través de los cuales se produce esta difusión	Análisis crítico de las capacidades de innovación y aplicación de conocimientos de empresas locales, a través de datos de encuesta; Análisis de la literatura sobre empresas locales y sus capacidades de difusión del conocimiento e impactos en el desarrollo.
h. El sistema público privilegia otras inversiones en el ámbito del turismo y no contribuye significativamente a superar la principal deficiencia de un sistema de empresas locales que es decisivo para endogeneizar el desarrollo.	h1. Mostrar como el sistema público distribuye los recursos para el turismo en Ceará; h2. Establecer la importancia de los recursos destinados a la formación de los recursos humanos; h3. Conocer la política pública al respecto.	Selección de datos acerca de recursos públicos destinados al turismo de Ceará (datos oficiales); Desagregación de datos relativos a capacitación;

## Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

i. La oferta académica técnica de capacitación turística es escasa e inadecuada a las necesidades de las empresas locales.	i1. Identificar la oferta educacional para el turismo en Ceará; i2. Establecer su coherencia con las necesidades de formación de las empresas locales.	Estudio de terreno sobre oferta de educación turística en Ceará; Análisis crítico de la oferta y su adecuación a necesidades de empresas locales.
j. La actividad del turismo contribuye al desarrollo del Estado de Ceará	J1. Relacionar características de los trabajadores con su potencial de generación de renta; j2. El salario fue en este caso una variable independiente y tuvo como variables dependientes la escolaridad medida en años de estudios, la experiencia de trabajo medida en años, el genero, el color y la formalidad o no del trabajo; j3. Los puestos de trabajo en las actividades características del turismo son en mayor numero que en las demás actividades evaluadas comparativamente.	Aplicación de instrumento estadístico con capacidad de medir la relación propuesta en el objetivo, o sea, uso de técnicas econométricas adecuadas.

Como se muestra en la sección metodológica, el caso de estudio utilizado para responder a las anteriores preguntas es Ceará, un Estado de más de 8 millones de habitantes que posee similares características geográficas, económicas y sociales al resto de las Unidades de la Federación localizadas en la macro-región del Nordeste (una zona de más de 50 millones de personas), por lo que muchas de las conclusiones que esta Tesis aporta, pueden tener aplicabilidad a esta área más amplia de Brasil.

## **1.5. Metodología de investigación**

Para estudiar la economía del turismo, tema general de esta Tesis, fue necesario definir con precisión la forma de abordaje del problema, es decir, explicitar detalladamente los aspectos metodológicos del estudio.

De las formas ya conocidas (reduccionista, holística y sistémica, según Rejowski, 1996) la visión sistémica es la que mejor se aplica a esta investigación. Esto se debe a la naturaleza sistémica de los principales objetos de estudio (turismo y desarrollo local), el que impone un tratamiento también sistémico a fin de alcanzar un conocimiento válido y no parcial del fenómeno, como ha sostenido el destacado epistemólogo Mario Bunge (2003).

Así, tratar la economía del turismo como un sistema nos permite observar peculiaridades del todo y, al mismo tiempo, las propiedades específicas de las partes que componen ese todo, o sea, un abordaje multidimensional para los problemas planteados. En esta misma línea, Michael Porter (1991, p. 74) ha sostenido que el adquirir una ventaja competitiva *“exige que la cadena de valor de una empresa se gestione como un sistema y no como una colección de partes separadas”*.

Dencker, 1998; Godet, 1998; Oliveira, 2000; Telfer y Sharpley, 2001; Vanhove, 2005; Ruiz, 2007, apuntan varias disciplinas que disponen de referencias teóricas para estudiar el turismo (entre ellos: psicología, antropología, sociología, economía, administración, geografía, derecho, educación, estadística, nuevas tecnologías, ecología, arquitectura, ingeniería, ciencia política, marketing, informática). Entre las disciplinas apuntadas, la economía es la que tiene la mejor posibilidad de mostrar la actividad de turismo como factor de desarrollo económico, lo que constituye nuestro problema de investigación.

Los autores anteriores además sostienen que la economía estudia la actividad de turismo destacando su capacidad de transferir recursos de una región para otra, en todas las partes del mundo. Sin embargo, Denker nos recuerda que el análisis económico de corriente principal presenta el problema de no considerar el turismo como un sector económico dentro de las clasificaciones tradicionales, aparte de éste estar clasificado actualmente dentro del sector de servicios de la economía, aunque tenga efectos en los demás sectores productivos.

### **1.5.1. Estudio de Caso**

El presente estudio corresponde a un estudio de caso (Castillo Garcia, 2005 y Bastos, 2003).

El método nos permitió conocer los mecanismos específicos del desarrollo local en territorios pobres y con atractivos turísticos, que es el caso de Ceará, en Brasil, y explicar porque algunos factores resultan determinantes en su desempeño.

### 1.5.2. Técnicas de recopilación de datos

Fue realizada una recopilación de los datos existentes sobre las inversiones y modalidades de capacitación de los recursos humanos en las empresas receptoras de turismo y la contribución de sus actividades al desarrollo del estado de Ceará, tanto de fuentes públicas cuanto privadas, en empresas seleccionadas, abajo especificadas (Tabla 1.2). Para ello se aplicó encuestas mediante un cuestionario estructurado, acompañado de instrucciones para las respuestas de los entrevistados seleccionados, esclareciendo los propósitos de su aplicación y la importancia de la colaboración del informante<sup>10</sup>.

La encuesta fue aplicada a los responsables de recursos humanos en las empresas seleccionadas y a los empleados de las mismas empresas, en momento distintos uno del otro, para evitar cualquier influencia en las respuestas del gerente en los empleados, por ejemplo. El cuestionario tuvo preguntas cerradas y abiertas, divididas en bloques temáticos, atendiendo a los objetivos de la tesis, y ofreció la posibilidad de respuestas múltiples, con orden lógico en la elaboración de las preguntas. La aplicación de preguntas abiertas estuvo destinada a conocer hechos que no eran posible de detectar a través de las preguntas cerradas pero que podrían ser puntos importantes a conocer.

En relación a la demostración estadística de la contribución del turismo al desarrollo económico de las regiones pobres y dotadas de recursos naturales, se ha optado por buscar esta relación a través de la comparación de las remuneraciones de los trabajadores de la actividad turística en relación al resto del sector servicios. Para ello se utilizó métodos econométricos destinados a estimar las diferencias salariales entre los trabajadores empleados en actividades relacionadas al turismo y otros trabajadores empleados en el sector servicios, a partir de los datos de la Investigación Nacional por Muestra de domicilios (PNAD), según la metodología propuesta por IPEA (2011). Para ello, fueron computadas separadamente ecuaciones mincerianas para ambos tipos de trabajadores. Con estas ecuaciones se calculo los rendimientos contractuales entre esos trabajadores.

La base de datos utilizada para análisis econométrico fue extraída a partir de los microdatos de la Encuesta de Hogares por Muestreo de Domicilios (PNAD)<sup>11</sup> realizada por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE). Esta investigación se basa en una muestra de hogares que asegure la representatividad de los resultados para la mayoría de los temas y grupos de población de interés. Además de la información en el sector económico, la posición en la ocupación, la función desempeñada y la renta de las ocupaciones de personas de 10 años o más, la PNAD también tiene un elemento en el cuestionario que permite la clasificación de las ocupaciones y actividades de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas - CNAE. Estas características hacen que la PNAD sea considerada la base de datos más adecuada para analizar las características del mercado laboral brasileño.

Dado que el objetivo del estudio econométrico fue verificar la existencia de diferencias salariales en favor de los trabajadores que participan en actividades relacionadas con el turismo en el Estado de Ceará, a partir de la CNAE, siguiendo la metodología propuesta por el IPEA (2011), fue

---

<sup>10</sup> Véase el cuestionario aplicado en el apéndice de esta Tesis

<sup>11</sup> Se utilizó la PNAD de 2009, por ser la investigación más reciente.

posible identificar a los trabajadores empleados en las Actividades Características del Turismo (ACTs)<sup>12</sup>.

En la PNAD, desde el nivel de detalle de los códigos de Actividad Económica es posible clasificar las características de las actividades turísticas basadas en 16 actividades económicas las que se agrupan en siete grupos, de acuerdo con la tabla 1.1 a continuación:

Tabla 1.1: Clasificación de las ACTs, de conformidad con el código de la CNAE-PNAD

Grupo 1 - Alojamiento	código CNAE-PNAD: 55010	
Grupo 2 - Alimentación	códigos CNAE-PNAD: 55020 y 55030	
Grupo 3 - Transporte	códigos CNAE-PNAD: 60010, 60020, 60040, 60091, 61000 y 62000	
Grupo 4 - Auxiliar de Transporte	códigos CNAE-PNAD: 63010 y 63021	
Grupo 5 - Agencias de Turismo	código CNAE-PNAD: 63030	
Grupo 6 – Arriendo de Transporte	código CNAE-PNAD: 71010	
Grupo 7 - Cultura e Ocio	códigos CNAE-PNAD: 92015, 92030 y 92040	

Fuente: IPEA (2011)

De acuerdo con el objetivo propuesto, algunos filtros se aplicaron en la muestra de la PNAD con el fin de eliminar los compuestos que pueden distorsionar las relaciones que desea calcular. Se consideró que las personas de entre 24 y 64 años de edad, económicamente activas y con ingreso positivo. También se excluyeron los trabajadores que informaron de su ocupación en la producción para consumo propio y de la construcción para uso propio.

Para el salario real por hora, su construcción se llevó a cabo en la división de las rentas del trabajo mensual por cuatro lo que tuvo como resultado el ingreso semanal de trabajo. Este último resultado se dividió por el número de horas trabajadas por semana para obtener, a partir de entonces, el salario real por hora. La elección de la hora de salario sobre el salario promedio mensual se debió a la consideración de las diferencias en las horas de los periodos de trabajo entre los trabajadores.

<sup>12</sup> Las ACTs son un conjunto de actividades que incluyen la mayor parte del gasto de los turistas: alojamiento, agencia de viajes, transporte, alquiler de transporte, el transporte auxiliar, alimentación y la cultura y el ocio. Esta selección incluye casi todas las actividades recomendadas por la Organización Mundial del Turismo - OMT.

Se efectuó un tratamiento de las informaciones y la tabulación de los datos de la investigación en terreno con software especializado SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) y MS-Excel, sobre cuya base se realizó un análisis de los resultados, además de la confección de Cuadros y Gráficos de la Tesis. Y para el análisis econométrico se utilizó en la estimación el software STATA 10.

En las Fuentes de información se consideró principalmente libros, periódicos, revistas, sites en la Web que trataban del tema estudiado, principalmente los datos estadísticos oficiales de Brasil (IBGE y IPEA), entrevistas con personas involucradas en los temas específicos, participación en encuentros, congresos, reuniones con autoridades y el *trade* turístico local.

### 1.5.3. Técnicas de muestreo

La muestra de Empresas de Turismo Receptoras - ETR, que fueron investigadas, fue seleccionada del universo de empresas catastradas por el órgano estadual de turismo en Ceará – SETUR<sup>13</sup>, datada de 2006 para las agencias de viajes, los medios de hospedajes, y los transportadores turísticos receptores (ver Tabla 1.2).

Tabla 1.2: Universo de empresas turísticas investigadas y selección muestral

Empresas turísticas receptoras	Universo			Ponderación	Muestra	Distribución de las entrevistas en la empresa			
	Empresas Ceará	Empresas Fortaleza	% Universo			Factor	Total Empresas	Directivo RR.HH.	Empleados
Agencias de Viaje	204	185	43,4%	1,004	51	51	51	102	43,2%
Transportadoras	27	16	5,7%	0,399	17	17	17	34	14,4%
Medios de Hospedaje	239	110	50,9%	1,200	50	50	50	100	42,4%
<b>Total</b>	<b>470</b>	<b>311</b>	<b>100,0%</b>	<b>1,000</b>	<b>118</b>	<b>118</b>	<b>118</b>	<b>236</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: elaboración propia

La selección de la muestra de empresas receptoras fue probabilística<sup>14</sup>, a fin de asegurar que cada unidad muestral pudiera tener la misma probabilidad de ser seleccionada. Fue realizado un sorteo sistemático a través de un procedimiento de extracción de unidades muestrales, a partir de un número aleatorio con una secuencia que garantiza la obtención del número deseado de muestras (muestreo sistemático). Para cada categoría se realizó una selección de los tres tipos de empresas catastradas, o sea, formales, las agencias de viajes, los medios de hospedajes y los transportadores turísticos receptores. Así se trabajó por cuotas, seleccionando las unidades muestrales al interior de cada categoría de empresa turística receptiva contenida en el catastro de SETUR.

Entre las empresas seleccionadas se procedió a seleccionar en cada categoría aquellas empresas de turismo receptor con domicilio principal en la ciudad de Fortaleza, capital del Estado de Ceará, donde se concentraban la mayor parte de ellas (67%) en las tipologías de empresas turísticas investigadas (en esta tesis) y donde se pudo tener informaciones detalladas en registros

<sup>13</sup> La SETUR, Secretaria de Turismo del Estado de Ceará, representa el órgano federal de turismo, el Ministerio de Turismo, en el Estado.

<sup>14</sup> Técnicamente el Muestreo fue probabilístico, sistemático, por cuotas, bi-etápico.

oficiales del Estado, lo que no era posible relativo a otros municipios. Además la muestra de empresas receptoras de Fortaleza puede ser considerada una *proxy* para todo el Estado, pues la llegada de turistas en su gran parte (más de 90%, según las fuentes oficiales del Estado) se hace a través de Fortaleza y como consecuencia los turistas se utilizan de estas empresas. Se suma al anterior que las estadísticas oficiales sobre la llegada de turistas en el Estado de Ceará a través de otras ciudades diferentes de la capital, todavía no se hacía de forma sistemática y no se tenía datos históricos que permitieran comparaciones necesarias a los objetivos de esta tesis.

Tomando por base el anterior, fueron consideradas en el universo todas aquellas empresas turísticas receptoras formales que estuviesen dentro del límite de la ciudad de Fortaleza, no importando si estaban en la categoría de micros, pequeñas o grandes empresas, según el número de empleados, y que fueran nacionales o extranjeras.

Se resalta aquí los estudios de IPEA sobre Economía del Turismo (2007b, 2008b, 2008c, 2008d, y 2011), que fueron utilizados para demostrar la caracterización general de las empresas de turismo en el Estado de Ceará, tratando específicamente de la caracterización de la mano de obra en el mercado formal de trabajo del sector turismo, los que entregan información relevante sobre las empresas turísticas de Ceará, y permitió la extracción de los datos que son mostrados y analizados a través de las Tablas respectivas en el capítulo de Análisis del Caso, incluyendo información sobre las empresas receptoras.

Se recuerda que un dato esencial sobre el sector turístico es apuntado por estudios de IPEA (2007c y 2008b), los que destacan la informalidad<sup>15</sup> del segmento: en promedio de 71,9 % para Ceará (IPEA 2008e) lo que es compatible con el porcentual de la Región Nordeste (71,7%) y mucho más elevado que el promedio de Brasil (58,9%).

Sin embargo la caracterización de empresas en esta Tesis se refiere sólo al sector formal del turismo, actualmente el más calificado, de mayor productividad e inversión y que cuentan con sus registros oficiales más completos para investigaciones y estudios.

Para la muestra relativa a la oferta educacional turística, se trabajó con las principales universidades y facultades además de los órganos oficiales en turismo, es decir, el órgano municipal responsable por la actividad y el órgano estadual o regional, pues ellos también participan de la capacitación en turismo, a través de cursos que son ofertados para los interesados en trabajar en actividades del turismo. También fueron considerados en el análisis los cursos de nivel técnicos en turismo que son ofertados por varias empresas e instituciones públicas y privadas.

En el análisis econométrica después del corte anterior referido a los datos de IBGE se obtuvo una muestra de 4930 trabajadores empleados en el sector de servicios de la economía de Ceará<sup>16</sup>. De ellos 2.443 son hombres y 2.487 son mujeres; 1.657 informaron que eran blancos y

---

<sup>15</sup> La Organización Internacional del Trabajo – OIT en su 15ª Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo (1993) estableció que “para fines estadísticos se considera el sector informal como un grupo de unidades productivas que, según las definiciones y clasificaciones del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas, forman parte del sector de las familias en la forma de empresas familiares no constituidas en sociedad”. En Brasil el trabajo informal es considerado para aquellos que ejercen alguna actividad económica pero que no tienen registro oficial en empresas catastradas (OIT, 2009).

<sup>16</sup> El sector de servicios representa, aproximadamente, 70% del PIB de la economía cearense.

3.273 se declararon negro o marrón. En la muestra fueron 710 las personas en actividades relacionadas con el turismo. Teniendo en cuenta estas personas, se obtuvo el 63% de hombres (447 hombres y mujeres 263), el 67% se presentan como raza negra o mixta (480 negro y 230 de color blanco o marrón).

En cuanto a la formalidad de la ocupación, el 63,3% de los sujetos que reportaron ser empleados en el sector de servicios no tenían registro formal. Los empleados en las actividades relacionadas con el turismo mostraron una proporción de la informalidad un poco más alto, alrededor del 69%, en el muestreo.

La gran mayoría se encuentran en las zonas urbanas, un porcentaje de aproximadamente el 94,5% de la muestra. En el caso del sector turístico, este patrón se mantiene. De los 710 empleados en el sector turístico identificados en la muestra, 670 se encontraban en las zonas urbanas, es decir, el 94,4%.

Los años promedio de escolaridad de los trabajadores en el sector de servicios fue de 8,3 años, lo que equivale a la formación en el nivel fundamental. Entre los trabajadores relacionados con el turismo, la escolaridad promedio fue menor, alrededor de 7.6 años. Entre los trabajadores en las actividades de otros sectores los años de escolaridad promedio fue de 8,4 años.

Tabla 1.3: Estadística descriptiva de las variables de interés: servicios "no turismo" y el turismo

Identificación	Servicios	No-Turismo	Turismo
Proporción de trabajadores del sexo femenino	50.5	47.3	63.0
Proporción de trabajadores negros/marrón	66.4	66.2	67.6
Proporción de trabajadores formales	36.7	37.0	31.0
Proporción de trabajadores en áreas urbanas	94.5	94.6	94.4
Rendimiento promedio del trabajo	859.5	869.9	795.7
Escolaridad promedio en años de estudios	8.3	8.4	7.6
Experiencia promedio en años	23.1	22.8	24.4
Permanencia promedio en años	6.3	6.4	5.8

Fuente: Base de datos del trabajo. Resultados obtenidos en STATA 10.

Teniendo en cuenta la muestra de trabajadores en el sector servicios, el salario real promedio fue de aproximadamente R\$ 859 (ochocientos cincuenta y nueve reales<sup>17</sup>). En el caso de los ingresos por turismo, las actividades relacionadas con el ingreso promedio fue de aproximadamente R\$ 796 (setecientos noventa y seis reales). En otros sectores, el ingreso promedio es de aproximadamente R\$ 870 (ochocientos setenta reales). Esta descripción de los trabajadores en el sector de servicios, y especialmente en el sector turístico muestra un perfil de la población a ser considerados en este estudio. En el caso de las actividades turísticas ha sido una industria en que la mayoría de los trabajadores son mujeres, negro o marrón, la mayoría está en

<sup>17</sup> El cambio equivalente en dólares de Estados Unidos es de US\$ 1,0 por R\$ 2,18 (octubre de 2013)



áreas urbanas y en mercado laboral informal. Las actividades turísticas también se realizan por los trabajadores con menos escolaridad media global que los demás trabajadores empleados en el sector servicios, aunque sean más experimentado, en promedio, pasan menos tiempo en la misma actividad, o sea, hay mas rotatividad laboral. Estas características se reflejan en bajos rendimientos en la media del sector.

#### 1.5.4 Técnicas de análisis de datos

La tabulación de las encuestas de terreno fue realizada a través del software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versión 12.0, a través del cual se procedió al análisis cuantitativo de los datos recolectados.

Se obtuvo distribuciones de frecuencias simples y cruzadas, a fin de tener una idea general del comportamiento de las variables utilizadas en la investigación. Este primer paso posibilitó la visualización de los datos recolectados según algunas categorías consideradas importantes, tales como *nivel* (operacional o gerencial) y *tipo de empresa* (agencia de viajes, transporte y hospedaje). Las tabulaciones cruzadas permitieron verificar si había o no indicios de relación entre las variables, al ser consideradas pareadas, de forma a aportar para la verificación de las hipótesis establecidas por la investigación.

La ecuación de salarios Minceriana se especificó como sigue:

$$\ln whr_i = \alpha + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_N x_{Ni} + e_i \quad (1)$$

En esta ecuación,  $whr_i$  es el salario/hora [ $\ln whr_i$  en escala logarítmica], las variables  $x_{1i}, x_{2i}, \dots, x_{Ni}$  representan un conjunto de variables explicativas que representan a las características observadas de los trabajadores y el grado: la educación, el género, la experiencia (edad), el tipo de empleo y el empleo del sector empresarial. El término  $e_i$  representa un término estocástico.

La expresión especificado en (1) es la ecuación de una línea donde **los terminos  $\alpha$**  y los  **$\beta$ 's** representan los parámetros (coeficientes) del modelo. El primer término  $\alpha$  es el intercepto de que desde el punto de vista empírico representa el nivel promedio de salarios condicionados a una serie de características básicas. Cada término  $\beta$  corresponde al coeficiente angular de la ecuación relacionada con cada característica considerada.

Cada coeficiente  $\beta$  indica la variación en el logaritmo del salario debido a una variación en la característica relacionada. Por ejemplo, si  $x_1$  corresponde a la educación medida por los años de estudio, el coeficiente de  $\beta_1$  representa el cambio en el salario promedio por cada año adicional de escolaridad.

La especificación de los salarios en una escala logarítmica proporcionó una buena aproximación para la información de la variación porcentual de los salarios. Por lo tanto, el cambio observado en los salarios como consecuencia de un cambio en las variables explicativas se da en términos porcentuales. Tomando el ejemplo de las variaciones en el nivel de educación, tenemos:

$$\beta_1 = \frac{\text{variación (\%) en el salario hora}}{\text{alteración en el nivel de escolaridad}}$$

La estimación econométrica de los parámetros de un modelo como este se hace tradicionalmente con el uso del método de Mínimos Cuadrados Ordinarios, que sirve bien a los propósitos de este trabajo.

El modelo que se estima se especifica siguiendo la estructura de la ecuación (1), la incorporación de variables explicativas con las características de interés para los trabajadores en este análisis. Entre las variables explicativas se incorporaron al modelo características individuales, tales como, educación, experiencia, género, raza / color de la experiencia (edad), tipo de empleo, son variables que tradicionalmente se observan en este tipo de estudios. El modelo empírico se especifica como sigue:

$$\ln(whr) = \alpha + \beta_1 educ + \beta_2 exper + \beta_3 exper^2 + \beta_4 educ_{exper} + \beta_5 genero + \beta_6 raza + \beta_7 informal + \beta_8 t$$

En esta ecuación las primeras variables *educ* y *exper* representan los efectos de la escolaridad y de la experiencia sobre los ingresos personales<sup>18</sup>. En el caso de la experiencia de los individuos se adoptó un proxy de la experiencia en el uso de la información en tiempo que el individuo está en el mercado laboral. A raíz de la literatura el término *exper*<sup>2</sup> caracteriza el aumento de los ingresos por la acumulación de experiencia que están sujetos a rendimientos decrecientes. El término *educ\_exper* representa la interacción entre la educación y la experiencia.

Según la teoría, se espera que  $\beta_1 > 0$ ,  $\beta_2 > 0$ ,  $\beta_3 < 0$  e  $\beta_4 > 0$ .

Las variables *sexo*, *raza* y *informal* son variables *dummies* que captan el efecto de discriminar, en el caso de las dos primeras, y el efecto de la formalidad sobre la renta. La variable de *sexo* toma el valor 1 en el caso de las mujeres y 0 para los hombres. La variable *raza* tiene el valor 1 para las personas que declararon negro o marrón, y 0 para los otros estados como el blanco y el amarillo. Y la variable *informal*, a su vez, toma el valor 1 para las personas que tenían empleo informal y 0 si tienen un empleo formal.

El turismo es una variable *dummy* que toma el valor 1 si el individuo *i* se emplea en actividades relacionadas con el sector turístico y cero en caso contrario. Esta característica es de gran importancia en este análisis porque es a través de esta que podemos inferir acerca de la brecha de ingresos prevista en el sector turístico. De acuerdo con la hipótesis de investigación, se supone que este coeficiente de esta variable es positiva, es decir  $\beta_8 > 0$ .

<sup>18</sup> La educación fue construida por una variable que representa los años de escolaridad para cada empleado.

Con el fin de probar la significación estadística de los parámetros estimados se considera que es una prueba de hipótesis de base por medio de estadística t-test.

Los resultados del procesamiento de los datos fueron convertidos del SPSS para el software MS-Excel, para posibilitar una mejor confección y presentación de tablas y gráficos.

La Tesis se compone de los siguientes capítulos además de este capítulo Introdutorio: en el que se plantea el problema a analizar, la hipótesis a contrastar, los objetivos de la investigación, las cuestiones metodológicas y la justificación en relación con el estado del arte existente sobre el tema.

- Capítulo 2 Marco teórico: Donde se hace una reflexión sobre las teorías que se han utilizado para entender la problemática que se analiza. Se trata de una interpretación del pensamiento sobre la cuestión, que pone de relieve cual es el punto de vista de la autora, poniendo énfasis en los temas relevantes.
- Capítulo 3 Características generales de Ceará en Brasil: en comparación general con otros estados brasileños, de manera que el lector de la tesis conozca el entorno en el que se realizó el estudio y el alcance y particularidad del caso de estudio.
- Capítulo 4 Análisis del caso: se presentan la información sobre turismo en Brasil y Ceará, las características de las empresas de turismo de Ceará, principalmente las receptoras, que tienen que ver con los temas a demostrar en la tesis. Enfrentando a las cuestiones centrales que se plantean en la Tesis, como la capacitación de recursos humanos en estas empresas y el desarrollo local, entre otros .
- Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones: En esta sección se exponen las consecuencias lógicas que se derivan del análisis realizado en el documento y las recomendaciones pertinentes para alcanzar un turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico y social de regiones pobres como Ceará.
- Capitulo 6 Bibliografía y webs consultados: se presentan la literatura estudiada y consultada sobre el tema de la tesis.
- Apéndices donde se encuentran informaciones importantes elaboradas pela autora pero que no necesitan estar en el cuerpo de la investigación tales cómo clasificación metodológica del estudio y la encuesta aplicada.

**Capítulo. 2 Marco Teórico**

En este capítulo 2 se presenta la base teórica del problema investigado, se resalta su importancia en el contexto académico y se identifica, para efectos de política pública, la relevancia de la temática estudiada: el turismo sostenible como uno de los factores de contribución para generar desarrollo económico en territorios pobres, con énfasis en la capacitación/formación de los recursos humanos en las empresas turísticas receptoras.

## 2.1. Desarrollo económico

Para los propósitos de esta investigación, es fundamental la adecuada comprensión de las dinámicas del desarrollo económico, pues éste constituye el marco general del desarrollo territorial y en particular establece un sistema clave de estímulos para el sector turístico en regiones pobres y cuya principal demanda es doméstica (Sharpley, R. Y Telfer, D. 2002). Por ello parece clave adoptar un marco analítico que dé adecuada cuenta de los procesos de transformación económica y social en países en desarrollo como Brasil.<sup>19</sup>

Desde la casi perfecta identidad entre crecimiento económico y desarrollo, se ha transitado en las últimas dos décadas a un paradigma del desarrollo humano sustentable que incorpora dimensiones sociales, políticas y culturales<sup>20</sup>. Los progresos conceptuales otorgan un mayor peso al conocimiento de las circunstancias específicas a la hora de adoptar medidas de política y a las bases institucionales específicas, entre ellas la desigualdad social (CEPAL, 2011).

La visión “materialista” del desarrollo ha constituido la corriente principal de economistas de las últimas décadas, quienes consideraban el crecimiento como sinónimo de desarrollo (Meade, Solow, Harrod, Domar y Kaldor) mientras que otra, alternativa y de menor peso, entiende que el crecimiento es condición indispensable pero no suficiente para el desarrollo (Prebisch, 1949; Nurkse, 1957; Myrdal, 1968; Lewis, 1969; Hirschman, 1974; y Singer, 1977). Ella constituye la base del paradigma de desarrollo humano (OCDE, 2005).

Esta constatación es clave en la coyuntura latinoamericana de incremento de la inversión extranjera, que es fundamentada como motor del desarrollo, dado la fuerte filtración de excedentes al exterior (CEPAL, 2008b y 2012b) no solo por las fugas de capitales pero también por la debilidad del sistema de agentes económicos locales (Pinto, 1959).

### 2.1.1. Las teorías del desarrollo económico.

En una perspectiva de mediano plazo es preciso destacar que el desarrollo económico, en su acepción contemporánea, es una temática que sólo adquirió relevancia a mediados del siglo XX, a partir de las fluctuaciones económicas, la concentración de renta y de la riqueza a nivel mundial,

<sup>19</sup> Un interesante análisis de la evolución del pensamiento sobre el desarrollo económico del Banco Mundial en las últimas tres décadas es presentada por Yusuf (2009), constatando lo observado por Vázquez Barquero.

<sup>20</sup> Véase Joly, 2002; Ray, 2003; Appadurai, 2002, Rao y Walton, 2004; CEPAL, 2012ª; Haq, 1995; Dervis, 2009; Williamson, 2004; Zagha, Nankani y Gill, 2006; Barcelona Development Agenda, 2004; Pritchett, 2006; Rodrik, 2009; Rodrik, 2007; Banco Mundial, 2006; Stiglitz, 2009; Easterly, 2009; Stiglitz, 2008; Douglass C. North, 1992; North, 1994; Haussmann, Rodrik y Velasco, 2006.

con el surgimiento de algunos países industrializados y la evidencia de disparidades entre países pobres y países ricos (Sousa, 2005; Yusuf, 2009; Troster y Mochon, 2002).

**Desarrollo Humano:** El concepto de desarrollo humano propuesto a comienzos de la década de los 90 por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), siguiendo a Amartya Sen (2000), entiende por desarrollo humano la generación de capacidades y ampliación de las oportunidades de las personas, expresadas en cinco dimensiones fundamentales, planteadas en el Informe sobre Desarrollo Humano (1996) del PNUD (1991) y sintetizadas en el diagrama del desarrollo humano (Figura 2.1.), en el que se interrelacionan los componentes allí presentados.

Figura 2.1: Dimensiones del Desarrollo Humano



Fuente: Elaborado por Instituto de Desarrollo Local y Regional IDER, Chile sobre la base de PNUD, 1996.

De acuerdo con el Informe de Desarrollo Humano (PNUD, 2013) existen 47 países en el mundo con Desarrollo Humano Muy Alto (entre 0,955 y 0,805), dos de los cuales son latinoamericanos Chile (40º) y Argentina (45º) encabezados por Noruega y Australia; con USA en lugar 3º y España en lugar 23º. En la categoría de Desarrollo Humano Alto, entre 0,796 y 0,712 de IDH, se encuentran 47 países, de los cuales 10 son latinoamericanos (con Brasil en el lugar 85º). El último Índice de Desarrollo Humano calculado para las regiones de Brasil (datos de 2013) muestra que el Nordeste, la región donde se focaliza esta Tesis, posee la totalidad de sus 9 estados entre los de menor desarrollo humano del país. Entre ellos, Ceará (17º entre 27 estados, con IDH de 0,682; referente Brasil: 0,727).

**Desarrollo sostenible:** El Desarrollo Sostenible es concebido como aquel tipo de desarrollo que no agota sino que conserva y realimenta la fuente de los recursos naturales, que no torna las sociedades inviables y que promete la repartición justa de los beneficios (Sunkel, 2008) y debe estar anclado sobre los pilares ( PNUMA, 2007)<sup>21</sup>: económico, social y medio ambiental.

<sup>21</sup> Véase prologo a este Reporte.

**Desarrollo Endógeno:** El concepto de desarrollo endógeno según Vazquez Barquero, 2005, surge al inicio de los años ochenta complementando y ampliando los conceptos y teorías sobre desarrollo económico anteriores<sup>22</sup>. Para lograrlo, se precisa aumentar la productividad en todos los sectores productivos, diversificando la producción y promoviendo la satisfacción de nuevas demandas de productos o servicios, lo que hace necesario la existencia de las empresas en el territorio asociadas a los demás agentes económicos (Boisier, 2004a y Albuquerque, 2006).

Todo proceso de desarrollo endógeno se vincula de una manera asimétrica al desarrollo local: éste es siempre un desarrollo endógeno, pero éste último puede encontrarse en escalas supra locales, como la escala regional (Boisier, 2003; Garofoli, 1995; De Leon, 2006; Canzanelli, 2007; Vázquez Barquero, 2002; Bocherini, 2007). Las teorías del desarrollo endógeno sostienen que la competitividad de los territorios se debe, en buena medida, a la flexibilidad de la organización de la producción, a la capacidad de integrar, de forma flexible, los recursos de las empresas y del territorio. Además que en una sociedad del conocimiento y globalizada, se necesita la superior cualificación de los recursos humanos según las necesidades locales existentes, (Albuquerque, 2004) y el empoderamiento de la sociedad local.

Las diferencias básicas entre las políticas de desarrollo tradicional es mostrada por Vazquez Barquero, 2005, en el Cuadro 2.1. Observase que en los mecanismos son usados los recursos locales potenciales como materia prima para el despliegue del desarrollo; y en la organización la asociación entre los actores locales es considerado esencial, lo que embute la idea de confianza y ampliación del conocimiento a través de la agregación de los actores con objetivos comunes en el territorio.

Cuadro 2.1: Diferencias entre las políticas de desarrollo

<b>Factores decisivos</b>	<b>Política Tradicional</b>	<b>Política de desarrollo endógeno</b>
<b>Estrategia dominante</b>	Visión funcional Desarrollo polarizado	Visión territorial Desarrollo difuso
<b>Objetivos</b>	Crecimiento cuantitativo Grandes proyectos	Innovación y mejora del conocimiento Empreditorialidad Numerosos proyectos
<b>Mecanismos</b>	Movilidad del capital y el trabajo Redistribución funcional de la renta	Movilización del potencial endógeno Utilización de los recursos locales para el desarrollo
<b>Organización</b>	Gestión centralizada Financiación a las empresas Administración pública de los recursos Jerarquía administrativa Coordinación administrativa	Gestión local del desarrollo Prestación de servicios a las empresas Administración a través de organizaciones intermedias Asociación entre los actores locales Coordinación estratégica de los actores

Fuente: Vázquez Barquero, 2005.

<sup>22</sup> Desde Schumpeter, 1911; de los economistas soviéticos de los años veinte; Abramovitz, 1952; Lewis, 1954; Solow, 1956; Arrow, 1962; Kuznets, 1966.

### 2.1.2. Pobreza y desarrollo económico.

Siguiendo el enfoque de Sen, 1996 y Sen, 2001<sup>23</sup>, se definen la pobreza considerando la carencia de capacidades humanas básicas que se manifiestan en problemas tales como analfabetismo, desnutrición, tiempo de vida corto, mala salud materna y padecimientos por enfermedades prevenibles. Esta es la denominada *pobreza humana*, que no se enfoca en lo que la gente tiene o no tiene sino en lo que la gente puede o no puede hacer (Sen, 2000).

La conceptualización de pobreza ha seguido su curso mientras su medición predominante sigue siendo mediante el cálculo de líneas de pobreza a partir del ingreso de las personas. Chen et al, 2008 y CEPAL, 2008b, por su parte, también utiliza el método que es estandar para Latinoamérica, de costo de las necesidades básicas mediante una canasta de bienes y servicios, que distingue entre indigentes o extrema pobreza (canasta alimenticia) y pobres (canasta de necesidades básicas, incluyendo las alimenticias).

CEPAL (2009) y Lustig (2009)<sup>24</sup> han mostrado precisamente que algunos países latinoamericanos (como Brasil, Venezuela, Chile y Argentina) han adoptado políticas distributivas de focalización de la pobreza y han logrado importantes reducciones de la indigencia y la pobreza total.

Un nuevo enfoque sobre la pobreza ha surgido desde Appadurai (2004) y Debraj Ray (2003 y 2006) los que han levantado el tema de la estrecha relación entre la pobreza y las aspiraciones (Sachs, 2007) mientras el Banco Mundial (2006), ha adoptado una conceptualización multidimensional y dinámica de la pobreza a partir de los temas de desigualdad social (Banco Mundial, 2005; OCDE, 2008) y falta de cohesión social (CEPAL, 2008a) como problemas que deben ser abordados ineludiblemente para reducir la pobreza. Así también la creación de oportunidades para los niños pobres (Banco Mundial, 2008), la adopción de un enfoque de geografía económica (Banco Mundial, 2009<sup>a</sup> y Banco Mundial 2010) y cambio climático. La OCDE (2008) también ha insistido que los países latinoamericanos deben mejorar sus sistemas tributarios<sup>25</sup>

Otro aspecto importante son los precios del trabajo los que reflejan los diferenciales de productividad entre trabajadores y empleos, tanto a nivel sectorial como regional, y los factores no relacionados con el mercado (CEPAL, 2003; Banco Mundial, 2006; Kliksberg, 2002; Atlas da Exclusão Social no Brasil, 2003; Banco Mundial, 2007). Desde ahí pueden surgir deficiencias en los atributos que mejoran la productividad (calidad) de los activos laborales (tales como capital humano e infraestructura) y de los diferenciales en las ganancias no relacionados con las destrezas (tales como discriminación étnica y ubicación), que provienen de barreras a la movilidad en el mercado laboral (De Franco, 2003). Sin embargo, no basta invertir solo en la educación, que es necesaria pero no suficiente. Es necesaria la inversión en el desarrollo social para cambiar modelos de comportamientos que son establecidos a partir del cuerpo y del metabolismo de la sociedad.

<sup>23</sup> El UNDP, 2006; Bustelo, 1999; Fures y Mancero, 2001; Morales, 2000; Pardo, 2007.

<sup>24</sup> Véase también Eastwood y Lipton, 2000; Kakwani, Neri y Son, 2004.

<sup>25</sup> Véase Ros, 2009; Bar-el, 2005.



### 2.1.3. Desigualdad social, cultura y desarrollo

La globalización puede ejercer una influencia amplia y profunda sobre las culturas<sup>26</sup>. Pero la relación entre economía y cultura no es de sentido único. En un mundo caracterizado por una gran diversidad cultural, no es sorprendente que las culturas influyan también unas sobre otras, a través de los intercambios mundiales, y actúen sobre el proceso de cambio económico, a nivel local y a nivel mundial. Estos intercambios y estas interacciones pueden favorecer o dificultar el crecimiento económico; se suma que pueden ser fuente de asimilación o de conflicto, en el plano cultural (North, 2008; Pochman, 2004; Throsby, 2001). El comportamiento cultural refleja objetivos colectivos diferenciados de los individualistas, y deriva de la naturaleza de la cultura como expresión de las creencias, las aspiraciones y la identificación de un grupo. Así, el entorno cultural tiene cierta influencia en el modelado de las preferencias y en la regulación del comportamiento de los agentes económicos. Las relaciones sociales influyen sobre las capacidades del individuo y sobre los criterios que orientan sus opciones.

### 2.1.4. Emprendimiento, innovación y desarrollo

Schumpeter (1934), que situó la innovación en el centro de la temática económica describía las innovaciones como la introducción de nuevas combinaciones, de procedimientos y objetos que serán o no nuevos, pero que son utilizados de manera que en el contexto de referencia, resulta original<sup>27</sup>.

La introducción y difusión de las innovaciones y el conocimiento es uno de los mecanismos que estimulan el aumento de la productividad y, por lo tanto, el desarrollo económico, ya que impulsa la transformación y renovación del sistema productivo. Ellas conducen a mejorar el “stock” de conocimientos tecnológicos de un sistema productivo, lo que crea economías externas, de las que se benefician todas las empresas y la sociedad (Vazquez Barquero, 1999 y 2004; Alburquerque, 2008; Carballo, 2003).

Boscherini, 2007 y Sabate, 2009, asumen, que la competitividad depende de tres factores fundamentales - la innovación, la calidad y la relación costes-precios, de los cuales la innovación es la más importante. Estos factores encuentran su génesis y su continua renovación en los ámbitos locales y regionales. Y dependen, en mayor medida, del rol protagónico de los agentes institucionales y empresariales locales que desarrollan experiencias de cooperación. Por ello, la capacidad empresarial innovadora en el nivel local es, probablemente, el elemento decisivo para liderar el proceso de desarrollo y movilizar los recursos disponibles.

La innovación así como la difusión tecnológica son atributos de los sistemas humanos construidos y dependen en gran medida de las inversiones en conocimiento (investigación y desarrollo) y la difusión de conocimientos en la sociedad (educación). En empresas u organizaciones más avanzadas el conocimiento, sobre todo el práctico, fue el fundamento de las grandes innovaciones que lideraron (Irigaray et al., 2006).

---

<sup>26</sup> J. Mohan Rao Profesor. Especialista en Economía y Desarrollo, Universidad de Massachusetts, Amherst (EUA).

<sup>27</sup> Véase también a Schumpeter y Opie, 1961.

En toda empresa encontramos una serie de elementos para la realización de una cantidad de actividades económicas las cuales se puede agrupar en tres: los elementos humanos o personas; elementos materiales o bienes; elementos inmateriales o no tangibles. Además del entorno local (*milieu*) lo cual permite plantear que el territorio juega un papel estratégico en la creación y difusión de las ideas y de las innovaciones, factor condicionante del desarrollo de *clusters*. Maillat (1995) explica que las innovaciones y el cambio tecnológico surgen en un territorio concreto y están asociados con el saber hacer local, la cualificación de los recursos humanos, las instituciones de conocimiento que realizan investigación y desarrollo.

Algunos países por no poseer las condiciones propicias para desarrollar las tecnologías más modernas en el producto simplemente adoptan la imitación de las existentes en otras partes del mundo (IPEA, 2005a). Se advierte que países imitadores casi nunca tienen acceso a las tecnologías más avanzadas o eficientes. Ver el cuadro 2.2.

Cuadro 2.2: Imitadores, Innovadores y Competitividad

<p><b>IMITADORES</b> Economías cuyo proceso de cambio técnico es básicamente restringido a absorción y al perfeccionamiento de innovaciones generadas en otras Economías.</p>	<p><b>INNOVADORES</b> Economías cuyo proceso de cambio técnico es capaz de generar número significativo de producto o procesos que son nuevos para el mercado mundial.</p>
<p><b>COMPETICIÓN CON BASE EN COSTES BAJOS O PROTECCIÓN</b> Bajos sueldos, explotación de recursos naturales, subsidios o protección estatales.</p>	<p><b>COMPETICIÓN CON BASE EN VENTAJAS TECNOLÓGICAS</b> Productos o procesos nuevos o significativamente mejorados.</p>
<p><b>COMPETITIVIDAD ESPÚRIA</b> Capacidad de mantener o aumentar la participación de determinado país en los mercados internacionales al coste del comprometimiento del Patrón de vida (presente y futuro) de su población.</p>	<p><b>COMPETITIVIDAD AUTENTICA</b> Capacidad de mantener o aumentar la participación de determinado país en los mercados internacionales a medio y largo plazo, proporcionando mejor patrón de vida à población</p>

Fuente: Innovación y Competitividad Capítulo. II Brasil El estado de Una Nación, 2005.

Albuquerque, 2004 y 2006, afirma que las innovaciones tecnológicas requieren cambios o mejoras gerenciales y organizativas en el funcionamiento de las empresas y la administración pública en general. Las innovaciones se dan como parte de las transformaciones sociales e institucionales (Boisier, 2004<sup>a</sup>; Vázquez Barquero, 2001) y la necesidad de formación, capacitación y educación de los actores envueltos, en especial de los empresarios y empleados en las empresas<sup>28</sup>:

### 2.1.5. La capacidad empresarial

En la práctica del mercado la existencia de agentes con capacidad empresarial significa un conjunto de calidades que los diferencia de los demás recursos humanos económicamente movilizables. Para Rossetti, 1997 y Dolabela, 2005, las características principales de los emprendedores son: tener visión estratégica; tener baja aversión a los riesgos; tener espíritu innovador; tener flexibilidad para captar oportunidades de inversiones; tener energía

<sup>28</sup> Véase también Barros, 1991; Calderón y Chong, 2005; Arias et al. , 2005 y Mico y Pagés, 2006.

suficiente para la implantación de proyectos de emprendimientos; tener acceso a los otros factores de producción, capacidad para combinarlos y motivarlos; tener la capacidad de organizar el emprendimiento.

La disponibilidad de agentes con capacidad emprendedora está asociada a factores culturales, sociales, económicos e institucionales. En economías de desarrollo tardío la presencia de ese factor es escasa, lo que dificulta el crecimiento (Haddad, 2008)<sup>29</sup>. En el mundo laboral, afirman Flores y Gray, 2005, derivado de las nuevas tecnologías, de la orientación al cliente y de la globalización, debemos aspirar al espíritu emprendedor como la única forma emergente de vida laboral capaz de renovar los valores comunitarios<sup>30</sup>.

La capacidad empresarial es condicionada, por las bases institucionales, pero aquellas que no reprimen ni condenan el ascenso social derivado del éxito de los negocios. La ambición que moviliza los emprendedores se justifica socialmente en la medida que contribuirá para generar empleos y dotar la economía de una de las precondiciones relevantes para el bienestar social – la expansión de la producción<sup>31</sup>.

Hill Coplin (2005), hace un interesante análisis sobre el aprendizaje que los futuros profesionales deberían tener, o sea, antes de partir para la profesión misma. Ha afirmado que los diez factores claves de éxito en la empresa, o sea, las habilidades que las empresas quieren que los alumnos (futuros profesionales) traigan de la universidad, para desarrollar con excelencia sus tareas son: establecer una ética laboral, desarrollar habilidades físicas, comunicarse verbalmente, comunicarse por escrito, trabajar directamente con personas, influir sobre personas, reunir informaciones, usar herramientas cuantitativas, hacer y contestar las preguntas adecuadas y solucionar problemas<sup>32</sup>.

#### **2.1.6. Capital humano y el Desarrollo local**

Los economistas empezaron a publicar trabajos sobre el capital humano a partir de la década de 1960. Los pioneros fueron Becker (1962 e 1964), Schultz (1960, 1961 y 1962) y Denison (1962 y 1964). Jiménez, 2005, apunta los modelos más relevantes que muestran ser el capital humano uno de los factores artifices del crecimiento y que permite aumentar la productividad del trabajo o actúa a través de la estimulación del cambio tecnológico: los de Lucas (1988), Romer (1990), King y Rebelo (1990), Rebelo (1991), Stokey (1991), Yong (1991), Lucas (1993) y Acemoglu (1997).

Para Troston y Mochón, 2002, el capital humano se puede definir cómo la cantidad de conocimientos técnicos y calificaciones que la población trabajadora de un país posee, conocimiento que tienen procedencia de la educación formal y de la formación en el trabajo. Sin embargo, Jiménez, 2005, afirma que no hay una definición generalmente aceptada para el capital humano y en muchos casos se le identifica con la educación formal. El autor cita la definición de la

<sup>29</sup> Columna de Paulo R., Haddad, en el Diario O Estadão del 18 de agosto de 2008. Disponible en Internet en el siguiente site: [http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20080818/not\\_imp225917,0.php](http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20080818/not_imp225917,0.php)

<sup>30</sup> Véase también a Fields, 2006; Radwan, S. 2007; Woodruff, C. 2007; Banco Mundial, 2007.

<sup>31</sup> Véase el libro *Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor mobility for development*. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank, 2007.

<sup>32</sup> Se recuerda que lo que se describió hasta este punto se aplica al sector turismo, en una economía de escasa complejidad, elevada pobreza y desigualdad social que es el tema de esta tesis de doctorado.

OCDE, 1999: contribuye al desarrollo cultural e institucional, aumenta la cohesión social, posibilita la reducción de la delincuencia, favorece el interés por el cuidado con el medioambiente, permite mejorar las condiciones de salubridad y refuerza la participación en la vida política.

Los principales teóricos de la Teoría del Capital Humano (Theodore Schultz e Frederick H. Harbison), defendían la importancia de la instrucción. El trabajo de Theodore W. Schultz, *Investment in Human Capital: the role of Education and of Research*, publicado por primera vez en Nueva York, en 1971, es referencia para la teoría del capital humano.

En la evaluación sobre la educación para alcanzar la meta de Desarrollo del Milenio, la UNESCO (2005) afirma que el factor humano ocupa el primer plano entre los medios de producción.

Las personas acumulan el capital humano a lo largo de la vida, este es el capital humano adquirido. El capital humano innato por otra parte comprende aptitudes de tipo físico e intelectual, que puede verse modificadas debido a las condiciones de alimentación y salud, educación formal, de la educación informal y de las experiencias acumuladas. La educación informal estará constituida por la instrucción que las personas reciban de las familias y su entorno social más próximo y por los conceptos asimilados a través del autoaprendizaje. La prensa escrita, la televisión, la radio, el internet son los otros medios apuntados cómo de aprendizaje informal. Los tres tipos de formación adquiridas van a condicionar la instrucción laboral y el sistema de valores de los sujetos, que determinarán junto a las aptitudes innatas, su rendimiento del trabajo (BID, 2013 y Jimenez, 2005; Arruda et al, 2003; Vázquez Barquero, 2002; Velásquez, 2007).

Antes de iniciar una política de capacitación de recursos humanos, hay que tener en cuenta la estructura jerárquica del mercado local de trabajo en la región y su integración en el sistema del mercado de trabajo (*decente*<sup>33</sup>) de la nación, además de conocer en qué nivel de desarrollo se encuentra la localidad Costa Filho, 2004; Arocena, 2002; Blake, 2005; Djardin, 2006.

Por ello, los resultados de un sistema de capacitación (y educación) serán favorables siempre que éste vaya acompañado de una política de empleo inmediata o escalonada. Boisier (2003) destaca que, actualmente no son las empresas quienes compiten, sino las sociedades (nacionales y subnacionales) y que su ventaja competitiva se basa en un recurso social: el conocimiento (Rubio Gil, 2001; Banco Mundial, 2006a y Banco Mundial, 2007a).

Para el FMI (2008) las desigualdades crecientes entre países, grupos y personas no son producto solo de la globalización sino de diferencias de conocimiento. En este sentido Vázquez Barquero, 2005, afirma que el mejoramiento de la calidad de los recursos humanos, mediante el aprendizaje y la formación, la introducción de bienes de equipo que incorporan nueva tecnología, y la acumulación de conocimiento procedente de las inversiones en I + D, producen un efecto innovador que se propaga por todo el entorno (*spillover effect*). Por ello el conocimiento puede ser considerado (y lo es) un *bien público* que debe ser incentivado y a veces provisto directamente

---

<sup>33</sup> Trabajo decente es un término de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) usado desde 2000 y que debe cumplir los siguientes requisitos: ingresos suficientes y seguros; medios financieros para cuidar de la salud propia, escolarizar a los hijos y hacer frentes a situaciones imprevistas; algunos ahorros, una pensión o un seguro de vejez; tiempo libre suficiente después del trabajo para dedicarlo a la familia; un trato imparcial y justo en el trabajo; dignidad y respeto (OIT, 2009).

por el Estado, ya que el mercado ni siempre lo provee adecuadamente (Kaul, Grunberg y Stern, 1999).

### 2.1.7. *Clusters* y factores que pueden condicionar su desarrollo

A partir de mediados de los años ochenta del siglo XX se producen fuertes transformaciones institucionales (la caída del muro de Berlín, la apertura comercial de China) y aparece una nueva revolución tecnológica impulsada por las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, que va a dar lugar a nuevas formas de organización de la producción y a la formación de nuevos mercados globales. En este contexto Porter (1991 y 1998), introduce el concepto de *cluster* en su teoría dinámica de la competencia, que reconoce la globalización de los mercados, de los productos y de los factores en el que se producen mejoras continuas e innovaciones de producto, de proceso, de factores y de organización, pero en la que el posicionamiento estratégico de las empresas es clave Lopes Neto, 1998.

Porter entiende que para competir en las mejores condiciones las empresas y las instituciones tienden a concentrarse geográficamente, vinculándose unas a otras y creando así un sistema de relaciones que estimula las estrategias competitivas de las empresas y, por tanto, del propio modelo de *cluster*. Los *clusters* incluyen, por un lado, a proveedores de *inputs* especializados; se extienden frecuentemente a clientes, empresas de productos complementarios, y a empresas de otras industrias con las que comparten *inputs*, tecnologías y cualificación de la mano de obra; algunos incluso incluyen instituciones gubernamentales y privadas, que proporcionan formación especializada, información, investigación y apoyo técnico (Vázquez Barquero, 2006). Es caracterizado por el clima innovador, de comunicación, la valoración de las capacidades de gestión y organización, la actitud de colaboración y confianza mutua, el interés por la inserción internacional (Gonzalez Garcia (1993).

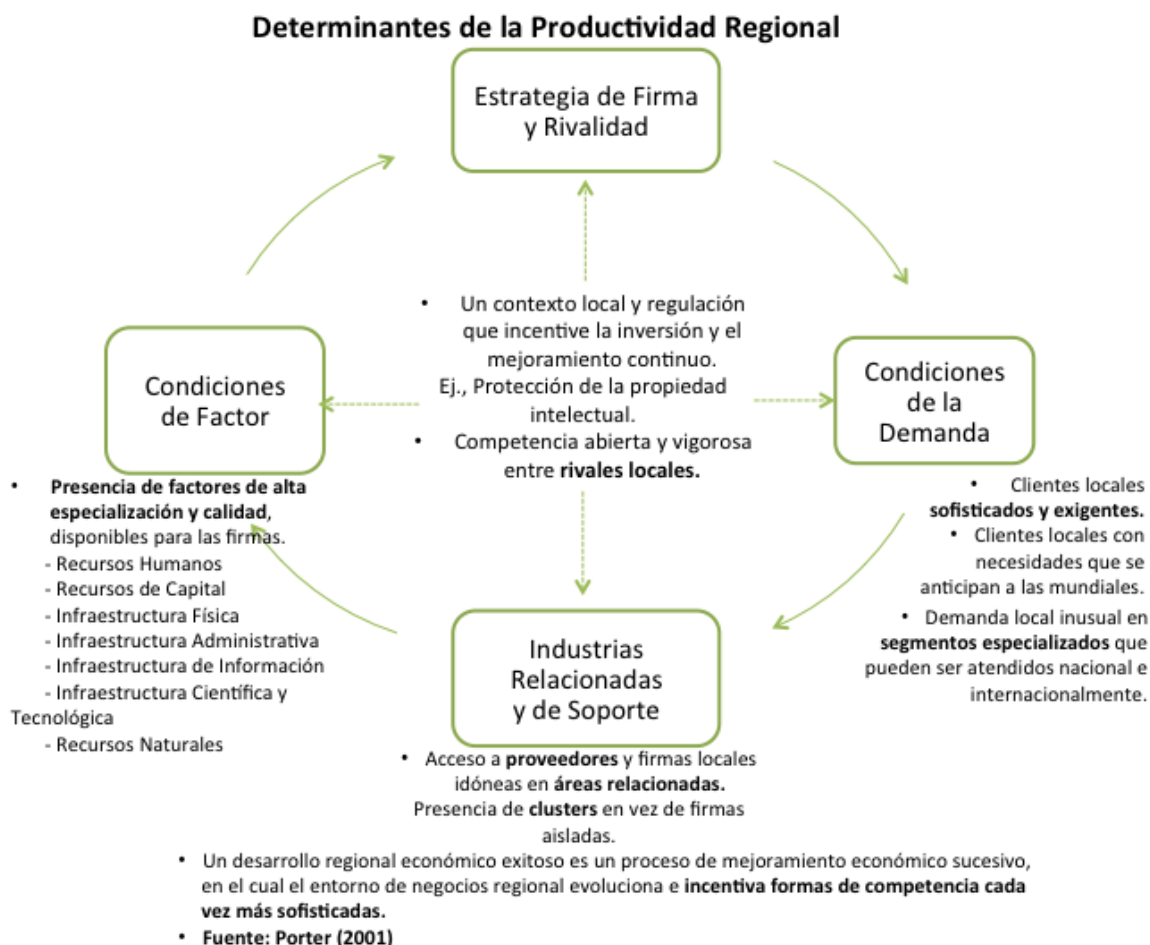
Porter también destaca en su teoría, la importancia que reviste para o *cluster* o aglomeración<sup>34</sup>, la existencia de factores productivos de calidad – entre ellos los recursos naturales – la diversidad y el vigor de las relaciones funcionales entre las empresas, el contexto de competencia interna y externa en que se mueven, las exigencias de los consumidores y la complementariedad de las políticas públicas (Vanhove, 2005). Estas relaciones pueden graficarse (Grafica 2.1) bajo la forma del llamado diamante de Porter, en cada uno de cuyos extremos figuran respectivamente, los factores: estrategia, estructura y rivalidad de las empresas; condiciones de la demanda; industrias y actividades conexas y de apoyo; condiciones de los factores. A estos se agregan dos círculos que quedan fuera del diamante, pero que tienen importancia crucial en los resultados: el Estado y los hechos fortuitos.

El conocimiento, se convirtió, como aseveran Requena et al, 2005, y Vanhove, 2005, a partir de la introducción de los elementos clave de la economía del conocimiento en una mercancía heterogénea de múltiples usos, que ha transformado la realidad económica y social (Alves et al. 2009).

---

<sup>34</sup> Como es llamado en el trabajo de la CEPAL, 2005.

Grafica 2.1.: Diamante de Porter



### 2.1.8. Cooperación entre centros de formación y empresas.

Leydesdorff y Etzkowitz (1996 y 1998) estudiaron y sistematizaron el modelo de producción del conocimiento o tríplice hélice. La primera conferencia sobre el tema (Barbosa Galvão, 2000), en 1996, tuvo como discusión principal el futuro de la investigación en la universidad y la emergencia de un nuevo modelo de producción y diseminación del conocimiento. En la segunda conferencia (1998) algunas de las cuestiones para discusión fueron: ¿porque algunas regiones y países con significantes recursos en investigación y desarrollo no desarrollan industrias de alta tecnología? ¿Cómo utilizar mejor los recursos para actualización y avance? ¿Cómo la perspectiva de red de la tríplice hélice se relaciona con los materiales colectados en estudios y practicas locales? ¿Cómo pueden los estudios locales indicar un camino teórico a ser seguido?

Las posibilidades de un nuevo modelo de relaciones entre universidad-industria-gobierno indican que las condiciones locales traigan recursos para ser operados en forma de

red porque las interacciones en red generan mutuas expectativas e interfieren en la organización institucional.

Leydesdorff y Etzkowitz (1996 y 1998) afirman que la tríplice hélice puede ser comprendida por medio de tres cursillos distintos:

- En la tríplice hélice I, las tres esferas (universidad, industria y gobierno) son definidas institucionalmente. La interacción entre ellas ocurre por medio de relaciones industriales, transferencia de tecnología y contratos oficiales, ampliamente diseminada en países crecidos y en desarrollo;
- En la tríplice hélice II, las hélices son definidas como diferentes sistemas de comunicación, consistiendo en operaciones de mercado, innovación tecnológica y control de interfaces. Las interfaces generan nuevas formas de comunicación encendidas a la transferencia de tecnología y apoyadas en una legislación sobre patentes. Se constituye en una esfera intermediaria;
- En la tríplice hélice III, las esferas institucionales de la universidad, industria y gobierno, en añadidura a las funciones tradicionales, asumen papeles unos de los otros. La universidad pasa a tener un desempeño casi gubernamental, como, por ejemplo, organizadora de la innovación tecnológica local o regional. En este concepto, el modelo de tríplice hélice es recursivo, o sea, lo que existe en común entre las esferas institucionales interfieren en la teoría y en la práctica. Al mismo tiempo en el que nuevos papeles son asumidos, algunos papeles son reforzados. Hay un cambio de papeles, pero las instituciones no desaparecen.

En la concepción de la tríplice hélice, los genes de la innovación no son dados, pero contruidos social y técnicamente. La evolución económica de las modernas sociedades con su inclinación de auto transformación y sus interacciones operacionales llevan a una reorganización de sus configuraciones que interfieren en el proceso de innovación, necesarios al desarrollo. En la verdad la tríplice hélice busca complementar la perspectiva institucional con un abordaje sobre las operaciones interactivas en nivel de sistema.

## **2.2. Turismo como sector económico**

La literatura económica sobre el turismo focaliza sus estudios en la esfera de los impactos y principalmente, los positivos. Los impactos citados son, según varios autores (Lemos, 2003; Oliveira, 2000; Arendit, 1999; Benevides, 1998; Cunha, 1997; Valls, 1996; Wahab, 1991; Goded, 1998) los siguientes: balanza de pagos, efectos globales sobre la estrategia de desarrollo de la economía de la localidad, efectos indirectos sobre otros sectores productivos, mayor equidad del sistema económico y social, ordenamiento del territorio, efectos socio-culturales indirectos, estímulo a las inversiones, efecto difusor regional y efecto multiplicador de la renta:

De esta forma se observa que el turismo tiene influencia en casi todo el sistema económico donde se localiza, con sus efectos multiplicadores, además de las consecuencias sobre el medio ambiente y el sistema socio-cultural. Hace que se desarrollen las infra estructuras en las ciudades para acomodar mejor a los turistas y también al pueblo residente en las propias ciudades.

Debido a que el turismo es una industria que depende en gran medida del factor humano, favorece la creación de empleo, tanto en el sector turístico como en otros. Por ello el turismo es considerado como un motor de la actividad empresarial territorial, en el sentido de que un

crecimiento de la actividad turística estimula el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general (Fullana y Ayuso, 2002).

Sin embargo, el turismo también puede producir efectos negativos en la economía, los cuales también son listados por varios autores (Vanhove, 2005; Vasconcelos, 2005; Fullana y Ayuso, 2002; Sharpley y Telfer, 2002; Telfer, 2001; Sharpley, 2001; Lickorish, 2000; Heras, 1999; Benevides, 1998; Goded, 1998; Valls, 1996) tales como: presión inflacionaria por el aumento de la demanda efectiva en la alta temporada de visitantes (sin la debida correspondencia de la oferta); dependencia económica de los proveedores externos a los equipamientos de los destinos turísticos que no tienen como suplir las necesidades locales en alta estación de turismo, propiciando las conocidas fugas de capitales de diversas formas<sup>35</sup>, características de modelos importadores; cuestiones socio-culturales y ambientales tales como la destrucción del medio ambiente por el uso indebido de los recursos en la actividad turística, la pérdida de cultura local tradicional, y el aumento de la prostitución y muchas veces drogadicción. Todos estos puntos son importantes de ser discutidos pues afectan negativamente la actividad económica del turismo, la que de manera general es mirada por muchas autoridades solo cómo una panacea para los males de los territorios pobres, ignorando que puede traer más problemas inherentes a la pobreza.

Benevides, 2003, hace un análisis del turismo nominando de forma simplificada de sector económico, explicando que ello debe ser entendido, en verdad si así fuera tratado, como una práctica socio-espacial que articula las diversas actividades económicas, y que tiene en los turistas los consumidores predominantes pero no exclusivos. Por su parte, Cunha, 1997, asevera que, en la medida que el turismo se desarrolla, genera nuevas actividades y renueva las existentes, transformándose en una actividad que satisface múltiples necesidades humanas de orden intelectual, físico, psicológico, cultural, social y profesional. Afirma el autor que pocas actividades humanas se encuentran en tan estrecha relación con el proceso de transformación y desarrollo de sociedades modernas como el turismo. Tratase de una actividad económica integradora de múltiples sectores, con relaciones prácticamente con todos los organismos productivos de la economía.

Oliveira, 2000, recomienda hacer un análisis del fenómeno turismo tomando en cuenta dos aspectos importantes: el interés del turista y el interés del local que recibe los turistas. El primero busca regiones que ofrecen actividades que ocupen su tiempo libre y que atiendan a sus intereses. El segundo busca atraer los turistas para ocupar el tiempo libre de los mismos por medio de atracciones que ya poseen o que puede crear. La relación entre las dos partes produce resultados que pueden generar desarrollo económico local, en la medida que la localidad se planea, se organiza y dinamiza la actividad turística. Es en este estado que el turismo comienza a producir sus resultados positivos ya referidos.

---

<sup>35</sup> Al adquirir en el exterior determinados productos para el aprovisionamiento cotidiano de los establecimientos turísticos; en países en desarrollo al cubrir con la producción nacional la demanda de bienes de capital, que la expansión turística requiere ni siempre es posible y así se ha que importar; el empleo de mano-de-obra extranjera para un nivel de cualificación que es difícil de hallar en los trabajadores nativos; la financiación necesaria para la ejecución de las inversiones turísticas; pagos de divisas a empresas multinacionales por parte de empresas nacionales asociadas a aquellas; importaciones que se realizan a consecuencia de la existencia de un efecto demostración por parte de la población local en consumir productos que los turistas consumen; la promoción turística que muchas veces obliga a abandonar ciertas producciones tradicionales en cambio de otras extranjeras. Ver Goded, 1998.



Klaus Schwab, en The World Economic Forum, WEF, 2007, observa que la economía real y potencial de los viajes y turismo es, en particular, prominente en los países en desarrollo. Asegura que el deseo de mejorar el medio ambiente nacional para los viajes y turismo estimula a los gobernantes en la preparación y perfeccionamiento en las infraestructuras de las ciudades (tal como mejores carreteras, energía eléctrica, teléfonos y transportes públicos).

Por último el análisis de la actividad turística también puede ser hecha desde la visión de sociología del turismo, definido como una práctica social colectiva que integra mecanismos singulares de relación que afectan la identidad y el espacio, se constituye más que una actividad económica, el turismo debe catalogarse como una práctica social generadora de un tipo de actividad que requiere del fundamento espacial de su desarrollo (Hiernaux, 1996). Cualquier destino turístico es, desde el punto de vista del espacio, un sistema territorial de características singulares en cuanto a su finalidad social, que cuenta como componentes fundamentales unos elementos primarios que configuran su actividad (recursos y atracciones) y unos elementos secundarios que facilitan su consumo (establecimientos de alojamientos, locales para el entretenimiento y comercios) que le otorgan también singularidad material.

### 2.2.1 Turismo para el desarrollo y la erradicación de la pobreza

La pobreza en América Latina, que afecta a uno de cada tres de sus ciudadanos, según CEPAL (2008b), ha recibido tratamientos diferentes en las últimas décadas, pasando desde un enfoque de elevado protagonismo del Estado en los años 70 a las políticas neo-liberales de los 90 que colocaban el acento en el mercado. En la actualidad, se asiste a diversas respuestas que tienen en común rescatar la multi-dimensionalidad de la pobreza para entenderla, la necesidad de una multi-diversidad de actores para enfrentarla y un enfoque sistémico y territorial del desarrollo para concretar las políticas (Franco, 2001, Vázquez Barquero, 2005, Banco Mundial, 2006, y Banco Mundial, 2009, Barros et al, 2006, entre otros).

Brasil, nuestro caso de estudio, es un país que exhibe elevadas tasas de pobreza (30%, en 2007, 24% en 2009 y 26% en 2011) y altísima desigualdad social (Índice de *Gini* de 0,59, en 2007; 0,54 en 2009; 0,53 en 2010), según el Panorama Social de América Latina (CEPAL, 2008b; IPECE 2010b y FGV, 2011), al que se agrega una concentración de la pobreza en determinadas regiones (IPEADATA, 2009)<sup>36</sup>. Es un país con fuertes diferencias de ingreso medio entre regiones<sup>37</sup> y, al interior de ellas, con muy diferentes grados de desigualdad social<sup>38</sup>.

<sup>36</sup> En 2007 la Región Nordeste poseía un 43,5% de su población (de más de 51 millones) en situación de pobreza mientras que las regiones Sudeste y Sur tenían una incidencia de 12%. En el Nordeste el Producto Interno Bruto per cápita apenas supera los 6 mil reales al año (en torno de 2,9 mil dólares) mientras que en el Sudeste se acerca a 17 mil reales (más de 8 mil dólares), según IPEADATA, 2009.

<sup>37</sup> De acuerdo con PNAD 2008, en Brasil “el subdesarrollo comienza al Norte” ya el ingreso promedio mensual de un ciudadano ocupado del Nordeste es un 65% del promedio del país, mientras en las regiones “ricas” esos valores son muy superiores (Centro Oeste: 122% del promedio nacional; Sudeste: 116% ; y Sur:114%). Datos de IBGE(2009).

<sup>38</sup> Es así, como las desigualdades al interior de las regiones se expresan en Índices de Gini muy elevados en las regiones Centro-Oeste y Nordeste (0,57) y de nivel más moderado en el Sur (0,50) y Sudeste (0,52). Datos de IPEADATA (2009).

Pero también Brasil es un país de una gran extensión, bio-diversidad y grandes atractivos turísticos naturales y culturales, como muchos otros países del continente. Esta constatación, válida para muchos países de bajo desarrollo, ha llevado a que la Organización Mundial de Turismo, a partir de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible<sup>39</sup>, haya colocado en el centro de su estrategia el tema de Turismo Sostenible para la eliminación de la pobreza. En el escenario de la crisis internacional, iniciada en 2008, que amenaza con hacer retroceder los logros en la lucha contra la pobreza en América Latina (CEPAL, 2008b), este tipo de turismo focalizado en la generación de empleo para los grupos y regiones más vulnerables parece especialmente importante de ser implementado eficaz y oportunamente.

Derivado del incremento de renta de los habitantes de los países desarrollados, el turismo internacional viene incrementándose fuertemente hacia la región en las últimas décadas (OMT, 2007) y por ello, los países latinoamericanos se preparan para utilizar el sector como una estrategia económica para reducir la pobreza, aprovechando sus atractivos naturales y culturales.

En Brasil, el enfoque Turismo Sostenible- Eliminación de la Pobreza (ST-EP) está presente en las declaraciones de política pública del nivel nacional (Planes de Turismo de 2003 y de 2007) y de los Estados con vocación turística, como Ceará, llegándose a establecer como objetivo explícito de estas políticas el turismo sostenible para el alivio de la pobreza<sup>40</sup> (Ministerio do Turismo, 2005). Una práctica previa de éxito en algunas regiones con los *Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo* (PRDT) hasta 2003, ha servido de base para las nuevas directrices turísticas.

Sin embargo, la fuerte demanda turística nacional e internacional que han experimentado, desde hace décadas, importantes territorios del Nordeste de Brasil (como Ceará) y que, a pesar de ello, aún mantienen elevadas tasas de pobreza en dichas localidades, lleva a preguntarnos acerca de su real impacto y acerca de las condiciones bajo las cuales esa demanda y el consecuente flujo turístico se expresa en desarrollo territorial sostenible y reducción de la pobreza.

Hasta ahora los diversos enfoques del desarrollo territorial han aportado un conjunto de orientaciones que permiten identificar variables de importancia, lo que adquiere algunas especificidades en el caso del sector turismo y aún más si se desea que éste sea sostenible y contribuya a la reducción de la pobreza. Así es como, por ejemplo, se ha considerado que el sector turismo presenta pocas barreras educacionales, es decir, que el costo de cualificar algunos de los trabajadores en el sector es bajo y que ello puede ser realizado en plazos breves de tiempo.

Es de conocimiento general que el turismo ha resultado ser una piedra angular de la economía de servicios y al mismo tiempo ha sido acusada de sólo perseguir beneficios privados, ignorar y perjudicar a las poblaciones locales y dañar el medio ambiente. Es así como con mucha frecuencia las empresas que componen la actividad de turismo han sido especialmente criticadas por no atender a los requisitos del desarrollo sostenible. Las críticas principales son en términos del desarrollo de los elementos físicos tangibles de su producto tales como hoteles y aeropuertos, de su operación en términos de consumo de energía, de políticas para el sector, de patrones

---

<sup>39</sup> Realizada entre los días 26 de agosto y 4 de septiembre de 2002 en Johannesburgo, Sudáfrica.

<sup>40</sup> La Secretaria Nacional de Programas de Desarrollo del Turismo de Brasil ha sostenido que: “Sabemos que la inclusión a través del trabajo conjuga objetivos económicos y sociales y contribuye para el aumento de la renta y del bienestar social. Pero necesitamos saber si el turismo puede realmente ofrecer esa oportunidad de inclusión de forma permanente” (Ministério do Turismo, 2005).

salariales y condiciones de trabajo hasta la explotación de la vida salvaje. En este sentido Swarbrooke (2000), resume las principales críticas a las empresas de turismo:

- ✚ están excesivamente interesadas en los lucros a corto plazo y no en la sostenibilidad a largo plazo;
- ✚ hay más interés en explotar el medio ambiente y las poblaciones locales que en su conservación;
- ✚ demuestran poco compromiso con determinados destinos turísticos;
- ✚ están cada vez más controladas por grandes corporaciones transnacionales que no tienen interés por algunos destinos y solo explotan a los recursos existentes, llevando a sus países de origen las ganancias obtenidas;
- ✚ no hacen lo suficiente para aumentar la conciencia del turista hacia la sostenibilidad;
- ✚ solo quieren hacer turismo sostenible cuando hay perspectiva de una buena publicidad corporativa (auto-propaganda) y de reducción de costes.

Sin embargo, la industria del turismo, hace más de treinta años<sup>41</sup>, tuvo conciencia de que la actividad convencional de turismo (que no tomaba en consideración los aspectos de sostenibilidad del medio ambiente, social, cultural y económico) podría provocar daños y comenzó a tomar iniciativas a favor del turismo sostenible. Las principales instituciones internacionales han debatido acerca de cómo conseguir que el turismo sea un eficaz instrumento para un desarrollo económico incluyente y sostenible, lo cual traería consigo la reducción de la pobreza. Y han elaborado acuerdos y planes de acción al respecto, cuyos principales hitos son resumidos a continuación.

En 1999 la Organización Mundial del Turismo (OMT) adoptó un Código Ético Mundial que incorpora, entre otros, los principios del desarrollo sostenible, importantes para todas las formas de producción, y de forma especial, para la actividad de turismo que todavía tiene mucho a avanzar en el sentido de institucionalidad de sus actores principales. El Código fue aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y se ha difundido ya ampliamente entre los sectores público y privado con el fin de que sirva de base a las legislaciones nacionales y a las estrategias de responsabilidad social de las empresas. La OMT, en 1993, ya enumeraba dos principios fundamentales del desarrollo sostenible que pueden ser transformados en políticas para alivio de la pobreza:

- a) la sostenibilidad ecológica que garantiza que el desarrollo compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos; y
- b) la sostenibilidad social y cultural que garantiza el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad.

A partir de la Conferencia *Globe 90 Tourism Stream, Action Strategy*, de Vancouver, Canadá, la OMT adopta los siguientes principios para el turismo sostenible los que también son descritos por Troncoso, 1999, los cuales van al encuentro de las estrategias de reducción de la pobreza en territorios destinos turísticos:

---

<sup>41</sup> En términos históricos la OMT se dio cuenta desde 1978, que el número de visitantes en el mismo lugar y al mismo tiempo estaba llegando al límite de soporte de las poblaciones visitadas en términos de paciencia a la hospitalidad. Creó, así, un comité ambiental que se reunió por primera vez en 1981 en Madrid. Se constituyó en un grupo de expertos, procedentes de la industria del turismo y de las organizaciones ambientales los cuales establecen las líneas maestras para la consecución de un mayor respeto del turismo por el medio ambiente.

- El turismo sostenible estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los entornos naturales, culturales y humanos.
- El turismo sostenible garantiza una distribución justa de costos y beneficios.
- El turismo sostenible requiere la adopción de decisiones en todos los sectores sociales, incluidos las poblaciones locales, de forma que el turismo y los otros usuarios de los recursos puedan coexistir. Con la incorporación de la planificación y calificación de terrenos, se garantiza un desarrollo turístico adecuado a la capacidad turística del ecosistema.
- El turismo crea instalaciones de esparcimiento que pueden ser usadas por las comunidades locales o por los visitantes nacionales y extranjeros. También estimula y contribuye a costear la conservación de los monumentos arqueológicos, edificios y barrios históricos.
- El turismo de naturaleza estimula el uso productivo de terrenos marginales para la agricultura, permitiendo que grandes extensiones sigan cubiertas de su vegetación original.
- El turismo cultural refuerza la autoestima comunitaria y ofrece la oportunidad de un mejor entendimiento y comunicación entre pueblos de diferentes bases culturales.
- El turismo sostenible pone de relieve la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de una comunidad.
- El turismo sostenible vigila, evalúa y gestiona los impactos del turismo, desarrolla métodos fiables de seguimiento ambiental y contrarresta cualquier efecto negativo.

De esta forma, para la OMT, el turismo para ser sostenible debe incluir a los pobres en sus acciones, para que ellos puedan recibir los beneficios tanto como empleados o como empresarios. Se suma que el turismo puede beneficiar a los pobres no solo en términos materiales, sino también puede imbuirles de orgullo por su propia cultura y sentido de dominio y control y puede hacerles menos vulnerables, gracias a su poder de diversificación de actividades (OMT, 2003). El lema de la OMT en tiempos mas recientes es *“comprometidos con el turismo y con los objetivos de desarrollo del Milenio”*, es un claro indicador de las nuevas orientaciones de la organización<sup>42</sup>.

A partir de esta visión la OMT desde 2005 inicia estudios y consultas sobre la relación mutua entre turismo y lucha contra la pobreza, componente central de sus actividades para la sostenibilidad de triple base. En los últimos años se socializa esta orientación y se descubre que el sector tiene un inmenso potencial para ayudar en la lucha mundial contra la pobreza, por los efectos positivos que puede traer si es planeado y si se controlan los efectos adversos que pueden surgir. Con esta visión las análisis de la OMT (2005) sobre turismo y el desarrollo llegan a la conclusión de que:

- En los países en desarrollo el turismo es casi siempre la primera fuente de crecimiento económico, divisas, inversión y empleo.
- Es uno de los pocos ámbitos de posible ventaja comparativa para todos los países.
- Tiene un potencial único para generar comercio e inversiones directamente en el plano local, al buscar los turistas y los empresarios nuevos destinos.
- Puede contribuir notablemente al enriquecimiento de las comunidades y a la potenciación social, sobre todo de las mujeres.
- La mayoría de los países en desarrollo está bien posicionada para beneficiarse del turismo de patrimonio natural y cultural, siempre que se garanticen transporte, infraestructura y criterios de sostenibilidad.
- Hay varios modelos de desarrollo que pueden adaptarse prudentemente a contextos intra e interregionales.
- Los países desarrollados, organismos, empresas y los propios viajeros deben adoptar un enfoque proactivo del turismo como catalizador de la lucha contra la pobreza en los destinos.

<sup>42</sup> Ver sitio: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

En la reunión sobre el turismo y el desarrollo de UNCTAD<sup>43</sup>, realizada en Ginebra en 2007, los expertos recomendaron crear mayores vínculos entre el turismo y otras áreas económicas para que los países en desarrollo incrementen la sostenibilidad del turismo, con el propósito de garantizar que los beneficios del sector se traduzcan en ganancias económicas, sociales y ambientales a largo plazo. En este evento también se enfatizó que el turismo debería proveer trabajo digno, que garantice una seguridad social, protección social y buenas condiciones de trabajo. Además, se concluyó que la tecnología de la información y las comunicaciones, así como la inversión extranjera directa, también desempeñan un papel importante en el desarrollo del turismo sostenible. La promoción directa a través de Internet, el uso de redes electrónicas para reservas de viaje y el uso de la banca electrónica como medio de pago, dan muestra del potencial que tienen los países en desarrollo para proveer el paquete completo de servicios turísticos y por lo tanto, mantener una mayor proporción de las ganancias en sus países.

Sin perjuicio del anterior, mas reciente, los autores Rilley y Szivas (2009) argumentaron que la oferta turística con pendiente negativa de mano de obra es relevante para las explicaciones del comportamiento del mercado laboral en el turismo, con implicaciones en el alivio de la pobreza. Los autores estudiaron que si la oferta con pendiente negativa es el caso, entonces la mano de obra tiene implicaciones para la calidad de los productos turísticos y para la capacidad del turismo para aliviar la pobreza. En conclusión de eso el turismo solo puede ayudar en el desarrollo y alivio de la pobreza si posee calificación suficiente en sus profesionales que lidian directamente con los turistas (al igual que nuestra hipótesis en esta Tesis).

Otro aspecto importante en esta discusión es que en el pasado reciente (y hasta hoy día en diversos países), gran parte de las divisas ingresadas por turismo quedaban en el extranjero con operadores turísticos extranjeros, líneas aéreas y los negocios que manejan transferencias de dinero y cambio de divisas, las llamadas fugas del turismo. Por esta razón la conferencia de la UNCTAD, 2007, exploró la posibilidad de expandir el turismo mediante negociaciones comerciales multilaterales en el contexto de la Ronda de Doha<sup>44</sup> así como acuerdos comerciales de cooperación. Asimismo, discutió diversas maneras de ayudar a los países en desarrollo y a las empresas turísticas a capitalizar sus patrimonios natural y cultural, puesto que los países en desarrollo tienen muchos atractivos turísticos. Se acordó también que una de las ventajas de incrementar el sector turismo, es que éste contrata mucha mano de obra y emplea a muchas mujeres.

---

<sup>43</sup> Las consecuencias del comercio y el desarrollo de los servicios de turismo para los países en desarrollo: evento previo a la XII UNCTAD, realizado los días 19-20 de noviembre de 2007. Disponible en <http://www.unctad.org>

<sup>44</sup> El 24 de julio de 2006 el Director General de la OMC informó que las negociaciones de la llamada Ronda de Doha estaban "suspendidas" con el fin de "permitir una seria reflexión de los participantes, que resulta claramente necesaria". No especificó cuándo podrían reanudarse tales negociaciones, que inicialmente debían concluir en 2005. Esta Declaración surgió tras el fracaso de la última reunión del llamado Grupo de los 6, integrado por Australia, Brasil, Estados Unidos, India, Japón y la Unión Europea, que se habían transformado en los principales interlocutores del proceso (CEPAL 2006). Desde la reunión de julio de 2011 hasta 2012 aun no se ha logrado el cumplimiento de los acuerdos, exigiendo que la OMC impulse su cumplimiento "es inaceptable la falta de avances en el cumplimiento del compromiso de eliminar los subsidios a las exportaciones agrícolas prevista para 2013, según se acordó en la reunión ministerial del 2005" (OMC, 2012).

Por ultimo, el enfoque de turismo contra la pobreza siguió en la OMT (2010), la que recomendó que se debe combinar con el trabajo a nivel local dentro de las comunidades con el fin de comprometerse y llegar a los pobres, para comprender y atender sus necesidades, y crear oportunidades de acceso a ellos. Esto debe, sin embargo, se relacionar adecuadamente con el contexto más amplio del turismo y el mercado. La OMT en este caso recomienda que los países tengan al mínimo diez principios para la consecución de alivio de la pobreza a través del turismo:

1. Todos los aspectos y tipos de turismo pueden y deben estar preocupados por reducción de la pobreza.
2. Todos los gobiernos deben incluir el alivio de la pobreza como un objetivo clave del desarrollo del turismo y considerar el turismo como una posible herramienta para reducir la pobreza.
3. La competitividad y el éxito económico de las empresas y los destinos turísticos es fundamental para la mitigación de la pobreza - sin esto los pobres no pueden beneficiarse.
4. Todas las empresas turísticas deben estar preocupados por el impacto de sus actividades en las comunidades locales y tratar de beneficiar a los pobres a través de sus acciones.
5. Los destinos turísticos deben ser manejados con reducción de la pobreza como un objetivo central que se construye en las estrategias y planes de acción.
6. Una buena comprensión de cómo funciona el turismo en los destinos se requiere, incluyendo cómo los ingresos por turismo se distribuye y quién se beneficia de esto.
7. Planificación y desarrollo del turismo en los destinos deben incluir una amplia gama de intereses, incluyendo la participación y la representación de las comunidades pobres.
8. Todas las posibles repercusiones del turismo sobre la vida de las comunidades locales deben ser consideradas, incluyendo los impactos locales y globales actuales y futuras sobre los recursos naturales y culturales.
9. Se debe prestar atención a la viabilidad de todos los proyectos la participación de los pobres y el acceso, lo que garantiza a los mercados y maximiza las oportunidades de vínculos beneficiosos con las empresas establecidas.
10. Los impactos del turismo en la reducción de la pobreza deberían ser controladas eficazmente.

A nivel de Brasil, el Ministerio del Turismo en el trabajo “Turismo sostenible y alivio de la pobreza” (2005) ha definido el concepto de “alivio de la pobreza” a través de un conjunto de políticas públicas destinadas a crear las puertas de salida para las poblaciones en estado de carencia, permitiendo a sus individuos realizar su potencial productivo, mejorar sus condiciones económicas y sociales y retomar sus dignidades de ciudadanos. Se constata también que para el éxito de estas políticas los pobres tienen que ser provistos de oportunidades.

Se pregunta entonces: ¿Cuáles son las políticas generadoras de oportunidades? En el trabajo de Brasil la respuesta viene a través de las políticas de compensación que se constituyen de mecanismos de transferencias de rentas y las políticas que se basan en medidas de aumento de los activos efectivos de la población pobre para que tengan capacidad de generación permanente de rentas. De entre las políticas estructurales actuales destinadas a sectores de actividades y con retos para alivio de la pobreza en Brasil el fortalecimiento del capital humano por la educación<sup>45</sup> fue una de las políticas seleccionadas (la que apoya nuestra visión en esta Tesis).

---

<sup>45</sup> Las demás son: la concesión del crédito, el apoyo a las pequeñas y micro empresas.

Las inversiones en capital humano en este sentido pueden ser resumidas a partir de las siguientes etapas:

- promoción de la inserción de la población local en el mercado de trabajo ofrecido por el turismo a través de la oferta de capacitación/formación profesional adecuada con énfasis en las franjas de población local del menor nivel de escolaridad;
- Gestión para el establecimiento, en los destinos turísticos, de unidades educativas, tanto para la educación formal cuanto para la capacitación en las áreas específicas directamente aplicables a las actividades turísticas;
- Acciones públicas de facilidades para la inclusión digital de la población;
- Campañas de concienciación de la población, de los gobiernos locales y de los turistas y demás interesados en el desarrollo sostenible del turismo.

Se recuerda que la satisfacción o insatisfacción de la experiencia turística, que al final es lo que busca la actividad, tienen como materia prima básica el producto turístico que el destino ofrece al visitante, o sea, el territorio, el grado de conservación del entorno, la calidad de las infraestructuras y equipamientos, las costumbres de la población con sus vestigios culturales en sus formas de vida. En suma, como sostiene Arrais de Souza (2004), la experiencia turística no se puede desarrollar ni al coste de las experiencias negativas, actuales o futuras, de los habitantes del lugar, ni de la destrucción de algún elemento de su patrimonio geofísico, cultural, monumental, gastronómico, folclórico, puesto que esos elementos constituyen la materia prima básica de la experiencia de satisfacción de los visitantes.

Se advierte que los programas y los proyectos de turismo sostenible y alivio de la pobreza son de alta complejidad y de amplio espectro, porque los recursos disponibles son destinados a muchas actividades distintas, las cuales pueden tener efectos directos e indirectos sobre las poblaciones pobres que quieren beneficiarse. De allí que la planificación sea un ejercicio indispensable en el desarrollo de esta actividad.

### **2.2.2. Capacidad del turismo en entornos frágiles y pobres**

A luz del crecimiento de la actividad turística en los países más desarrollados y a procura de soluciones para sus problemas de desarrollo, los países menos desarrollados procuran establecer políticas y estrategias para atracción de turistas, principalmente para los provenientes de países más ricos que deberían dejar más ingresos monetarios en sus territorios visitados. Utilizando datos que abarcan desde 1990 a 2005, los autores Fayissa, Nsiah y Tadesse (2011) investigan el impacto del turismo sobre el crecimiento económico de 18 países heterogéneos de América Latina en el marco del modelo de crecimiento neoclásico convencional. Los resultados de los modelos empíricos muestran que los ingresos de la industria del turismo contribuyen de manera positiva tanto para el nivel actual a la tasa de crecimiento del PIB per cápita de los países de la región, al igual que las inversiones en capital físico y humano. Los hallazgos implican que las economías de América Latina puede mejorar su crecimiento económico en el corto plazo mediante el fortalecimiento de sus industrias turísticas estratégicamente, sin descuidar las fuentes tradicionales de crecimiento económico.

Sin embargo, las políticas ni siempre vienen acompañadas de los recursos necesarios a la creación de infra-estructuras de apoyo ni del conocimiento o capacidad sobre el tema turismo

y sus reflejos. En este punto Lickorish y Jenkins (2000) destacan cinco de las principales características comunes a los países menos desarrollados y que interfieren en los resultados económicos del turismo:

1. La mayoría tiene economías restrictas y basadas en recursos naturales, poseen sectores industriales limitados y son dependientes de exportaciones agrícolas. Les faltan recursos en términos de capital y conocimiento;
2. Muchos son dependientes de exportaciones de productos primarios con ventajas comparativas limitadas en el mercado internacional, con barreras de tarifas y cuotas en los países importadores;
3. La gran mayoría necesita de importaciones de los países desarrollados, las cuales tienen acotaciones internacionales con precios que pueden generar presiones inflacionarias con repercusiones en la estabilidad económica interna;
4. La mayoría tiene infra-estructura frágil, sectores industriales subdesarrollados, altos niveles de desempleo y una escasez crónica de capital;
5. Las altas tasas de crecimiento de la población ponen en riesgo el crecimiento económico.

Para el desarrollo del turismo en países menos desarrollados Lickorish y Jenkins (2000) apuntan desventajas<sup>46</sup> tales como: el turismo está entre las actividades internacionales más competitivas y así la relevancia de los precios, de la seguridad personal, en general, determinan la ventaja competitiva de determinados países; el turismo es siempre criticado por absorber personas con baja cualificación, aunque traiga muchos empleos; la infra-estructura natural es un recurso importante para el desarrollo del turismo, pero hay muchos ejemplos del uso de estos recursos que causaron serios problemas ambientales; los turistas no más aceptan cualquier nivel de servicios comparados a las normas internacionales.

Mazaro (2007) hace una interpretación de la marcha del desarrollo turístico sostenible, hacia donde puede llegar y que se puede lograr con las diferentes formas de implementarlo. De acuerdo con Bosch et al. (1998) y Mazaro (2007), los modelos de desarrollo turísticos se resumen en dos tipos básicos:

- **un intensivo-continuo**, que sigue la pauta del modelo de desarrollo turístico tradicional y cuyas características corresponden a la densificación y la congestión urbanística, deterioro del paisaje y del entorno, ofertas estandarizadas, desconexión entre los espacios, desaprovechamiento de los recursos y de fuertes impactos negativos sobre el medioambiente.
- **un extensivo-puntual**, que corresponde a los modelos alternativos de desarrollo turístico, invariablemente basados en un desarrollo horizontal y equilibrado que provoca una imagen de alta calidad, en la recuperación y aprovechamiento de los recursos y del paisaje. Se caracteriza por una importante prevención de la contaminación y por una preocupación por la protección de los espacios naturales, mientras se incorporan los recursos culturales.

El primero corresponde al modelo de desarrollo turístico tradicional; el segundo es alzado como modelo alternativo, en respuesta a las características del nuevo modelo turístico y a las nuevas coordenadas en la gestión del espacio turístico.

---

<sup>46</sup> Estas se suman a las citadas en el apartado 2.2.



Los factores y características del modelo turístico pueden ser entendidos a través de cuatro grandes fuerzas, al igual que los modelos de competitividad: los consumidores, la tecnología, la producción y la gestión, cada una de las cuales con implicaciones múltiples en su dimensión de análisis. Estas fuerzas están determinadas por un entorno global y competitivo muy singular y único en la historia, en donde factores como flexibilidad, segmentación y preocupación medioambiental se han puesto como condicionantes del desarrollo turístico.

Valls, 1996, afirmaba que la masificación en sí no es mala, siempre que el lugar tenga la suficiente capacidad de regenerarse y asimilar positivamente el aluvión de consumidores. Sin embargo los destinos turísticos tienen un límite en el volumen e intensidad de desarrollo turístico por encima del cual se vuelve insostenible y decae. La llamada “capacidad de carga” de un destino turístico es el máximo uso que se puede obtener de él sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área.

La cantidad física de visitantes no es suficiente para explicar la evolución de un destino turístico. Debido a la complejidad del sistema turístico tanto las características del lugar (entorno, infraestructura, economía local, estructura social, organización política, actitud de población residente) como las características de los propios turistas o la tipología de la oferta turística, deben ser observadas como factores que limitan la capacidad de carga de un destino turístico. Como consecuencia, existen definiciones de cuatro tipos de capacidad de carga (Fullana y Ayuso, 2002):

1. **Capacidad de carga física:** capacidad de una área de absorber turistas. Identifica los límites físicos de la oferta turística disponible como alojamiento, infraestructura, suministro de agua, etc. Aquí también se define el máximo de personas que pueden usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable del entorno físico;
2. **Capacidad de carga psicológica o de percepción:** se refiere a la satisfacción de los visitantes, o sea, el máximo número de personas que pueden usar un área sin que dé lugar a una alteración inaceptable en la experiencia de los visitantes;
3. **Capacidad de carga social:** tolerancia de los habitantes respecto a los visitantes. Es el nivel de la actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local;
4. **Capacidad de carga económica:** basada en el equilibrio entre los beneficios económicos y los impactos negativos que genera la actividad turística sobre las economías locales. La capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables.

Así, llevando en consideración los aspectos existentes en la gran mayoría de los países pobres, en algunos destinos turísticos saturados de visitantes surgen además otros problemas tales como el tratamiento de los residuos, desde su recogida hasta su almacenamiento y la depuración de las aguas residuales, puesto que las inversiones requeridas son elevadas y las autoridades locales no disponen de suficientes recursos para llevarlos a cabo. Se puede mencionar muchos ejemplos de destrucción ambiental asociadas con la actividad turística tales como la destrucción de arrecifes de coral y manglares para la construcción de embarcaderos y zonas hoteleras, el excesivo uso-desperdicio de agua en albercas, campos de golf y poblaciones

turísticas, la descarga de aguas sin tratar a los suelos y cursos de agua y la alta tasa de producción de basura, entre otros.

En términos ambientales específicamente Fullana y Ayuso (2002) han hecho un resumen de los impactos que el turismo puede provocar, si no fuera hecho a partir de un planeamiento cuidadoso, los que se presenta el Cuadro 2.3. Estos van desde la contaminación de los propios recursos naturales, que son parte de la oferta turística, hasta las modificaciones en el patrimonio histórico-cultural de las ciudades, como los edificios y el paisaje y que suelen ocurrir en espacios turísticos de regiones o ciudades pobres y que no cuentan con los recursos humanos apropiados para cuidar de la actividad de turismo.

Cuadro 2.3: Principales impactos ambientales del turismo

Tipo de impacto	Consecuencias potenciales
<b>Contaminación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Problemas relacionados con el tratamiento de basuras</li> <li>b. Contaminación de las aguas por vertidos de aguas residuales; derrames de aceite/petróleo;</li> <li>c. Contaminación del aire por emisiones de vehículos, combustión de carburantes para calefacción e iluminación;</li> <li>d. Contaminación acústica por transportes y actividades turísticas.</li> </ul>
<b>Erosión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>e. Compactación de suelos causando aumento de escorrentía superficial y erosión;</li> <li>f. Aumento de riesgo de desprendimiento y aludes;</li> <li>g. Daños a estructuras geológicas;</li> <li>h. Daños a edificios provocadas por pisadas y tráfico (incluyendo los impactos por vibración);</li> </ul>
<b>Fauna y Flora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>i. Destrucción de <i>habitats</i> naturales;</li> <li>j. Cambios en la diversidad de especies;</li> <li>k. Cambios en las migraciones, en los niveles reproductivos y en la composición de las especies;</li> <li>l. Eliminación de animales por caza o para el comercio de <i>souvenirs</i>;</li> <li>m. Daños de vegetación por pisadas o vehículos;</li> <li>n. Cambios en la cobertura vegetal por despojamientos para edificaciones turísticas;</li> <li>o. Creación de reservas naturales o restauración de <i>hábitats</i>.</li> </ul>
<b>Consumo de recursos naturales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>p. Agotamiento de suministros de aguas subterráneas y superficiales; Agotamiento de combustibles fósiles para generar energía;</li> <li>q. Agotamiento de recursos minerales;</li> <li>r. Proliferación de incendios;</li> <li>s. Proliferación de desertificación.</li> </ul>
<b>Urbanismo y arquitectura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>t. Desarrollo urbano no integrado en el paisaje;</li> <li>u. Arquitectura diferente al estilo tradicional;</li> <li>v. Restauración y preservación de edificios y lugares históricos.</li> </ul>

Fuente: Fullana y Ayuso (2002)

Finalmente, después de conocer hartos impactos negativos del turismo que suelen ocurrir con la actividad turística espontánea (sin planeamiento) se pregunta ¿Se acabará el turismo? Esta es la pregunta que se ha hecho en los tiempos actuales por el entendimiento de que el turismo también es responsable por el calentamiento global.<sup>47</sup> La respuesta más obvia es: parece que, tal y como lo conocemos, sí. Suele decirse que el turismo moderno se “inventó” el 5 de julio de 1841, cuando Thomas Cook fletó un tren para llevar a un grupo de abnegados militantes a un congreso contra el alcoholismo. Este primer viaje organizado, que incluía billete de tren, merienda, partida de críquet y baile, tuvo tanto éxito que, 166 años después, se contabilizan 900 millones de turistas. Para el año 2020 la OMT (2008) estima que se llegue a los 1.600 millones de turistas, y que China (¡también en esto!) sea el principal destino turístico. Las estimaciones más recientes de la OMT, 2012a, apuntan al año 2030 con 1.800 millones de llegadas.<sup>48</sup>

### 2.2.3. Planificación del Turismo

La planificación sostenible del turismo es un proceso donde deben intervenir todas las instituciones del Estado, involucradas en la planificación del desarrollo (Goded, 1998). De ahí se deriva que debe ser una acción multidisciplinada e interinstitucional, que satisfaga todos los componentes básicos: actividades y puntos de interés, infraestructura de servicios, planta turística, medios y vías de comunicación, transporte, elementos institucionales, superestructura turística y otros. En este sentido Bissoli, 2000, nos recuerda que la ausencia del planeamiento del turismo en una ciudad destino turístico puede provocar impactos inesperados e indeseables. Por ello, el acto de planear debe estar directamente asociado a las políticas de desarrollo, no sólo del sector de turismo, sino al desarrollo de las ciudades, regiones y países como un todo.

Ruschmann (1997), afirma que las organizaciones públicas para llegar a sus objetivos necesitan de colaboración de las empresas privadas. Al Estado, según la autora, le corresponde el planeamiento y la legislación necesaria al desarrollo de la infraestructura básica, que proporcionará el bienestar de la población residente y de los turistas. Además el Estado debe mantener la protección y conservación del patrimonio ambiental (natural, sicosocial y cultural) y crear las condiciones que faciliten el funcionamiento de los servicios y equipamientos en los destinos, necesarios a la atención de las necesidades y deseos de turistas, generalmente a cargo de empresas privadas.

El planeamiento de la actividad turística exige de esta forma enfrentar desde la definición de los retos del desarrollo de manera general y como alcanzarlos, la conservación de recursos existentes, el establecimiento de las relaciones entre turismo y otros sectores productivos, la optimización y equilibrio de los beneficios económicos, ambientales y sociales hasta la implementación efectiva de la política de desarrollo, pasando por las inversiones y el monitoreo continuo de desarrollo del sector. Por ello, Antón Clavé et al. (1997), han sostenido que el turismo puede ser considerado como factor para la reorganización y configuración del territorio y de los modelos de desarrollo, por ser una actividad inherente al proceso de tercerización de la economía a diferentes escalas espaciales y en distintos entornos. Los procesos de instrumentación territorial

---

<sup>47</sup> Fundación Vida Sostenible. Disponible en [http://www.vidasostenible.org/bitacora/2008/03/se-acab-el-turismo-ciberturismo-contra\\_03.htm](http://www.vidasostenible.org/bitacora/2008/03/se-acab-el-turismo-ciberturismo-contra_03.htm)

<sup>48</sup> Disponible en [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)

del turismo varían en relación con el entorno en que se producen y del papel de dominancia, exclusividad o complementariedad con que esta actividad organiza el espacio. Así, la especificidad y diversidad de los lugares de destino ha de ser un factor esencial a la hora de intervenir en la planificación de los proyectos de intervención.

Diversos autores (Barreto, 1991; Ruschmann, 1997; Boullón, 1997; Antón Clavé et al, 1997a; Lickorish et al. 2000; Bissoli, 2000; Oliveira, 2000; Fraguell i Sansbelló, 2000; López Palomeque, 2002; Weaver, 2012; Cernal y Gordon, 2012;) apuntan los caminos para la elaboración de la planificación turística, o sea, las etapas que las administraciones en sus diversos niveles – nacionales, regionales y municipales - tienen que definir. Entre ellas, destacan el análisis de demanda, de oferta, la previsión de demanda, costes y financiamiento del plan, Implementación, monitoreo y evaluación.

Antón Clavé et al, 1997a, por su parte, destacan la importancia de la escala de trabajo, del territorio y de los instrumentos en la planificación turística:

- *la concreción de la escala de trabajo*: la inserción del turismo en la política económica y territorial y su papel en el equilibrio del modelo territorial y económico. En la escala local la implantación del turismo supone la consideración del rol de los agentes actuantes, las articulaciones entre turismo y las otras actividades productivas, el impacto ambiental derivado de las instalaciones y equipamientos;
- *el papel del territorio como argumento de la oferta turística*: observando los límites de los procesos de transformación, papel de la diversidad físico-ecológica a la hora de optar por modelos y tipologías de oferta turística;
- *la falta de reconocimiento del hecho diferencial del turismo en su afectación espacial*: puede derivar en la ausencia de instrumentos específicos de planificación para conducir los procesos de implantación de la actividad.

Conviene recordar en este punto la teoría de los interesados (*Stakeholders*), presentada por Sautter y Leisen, 1999, la que sostiene que toda organización se caracteriza por sus relaciones con diversos grupos e individuos, entre los que se hallan empleados, clientes, proveedores, administraciones públicas y miembros de la comunidad. En la planificación del turismo, según esa teoría, cualquier grupo o individuo puede influir o puede verse afectado por la consecución de los objetivos de la organización en la actividad (amplia y compleja). De esa forma deben ser considerados proactivamente las orientaciones de todos los grupos afectados por la actividad<sup>49</sup> antes de proceder a su planificación y desarrollo. Autores como Clarkson, 1995; Wang y Ritchie, 2012, subrayan que la incapacidad de mantener la participación de una mínima parte interesada tendrá como resultado el fracaso de la organización, por lo que la planificación del turismo sólo será sostenible con la participación de todos los actores envueltos en la actividad.

Un modelo interesante de planificación para destinos turísticos es presentado por Molina, 2005, como prospectiva y comienza a desarrollarse para cubrir los vacíos dejados por los pronósticos y previsiones. La prospectiva poco a poco fue ganando terreno, de manera que hoy muchos investigadores y estudiosos la han incorporado a sus métodos habituales de trabajo. En el sentido más amplio, la planificación prospectiva reúne un conjunto de métodos y técnicas cuyo objetivo principal consiste en explorar el futuro y diseñar en el presente mecanismos que

---

<sup>49</sup> Entre ellos empleados, negocios locales, gobierno, residentes, competidores, cadenas nacionales de negocios, turistas y grupos activistas.

contribuyan a controlarlo. La prospectiva se caracteriza por utilizar métodos y técnicas más comprometidas con la acción, es decir, implican compromisos para ser puestos en práctica por los actores turísticos. De esta forma, la prospectiva no sólo trata de conocer el futuro de manera determinística o probabilística, sino que persigue diseñar escenarios futuros que tengan y contengan particularidades previamente establecidas.

En una visión distinta de la economía, algunos geógrafos afirman que en la articulación territorial del espacio turístico es necesario destacar que lo turístico hace referencia a los procesos por los que se transforman los entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales (Vera et al, 1997). De esta forma, para los autores, un espacio no es *de por sí* turístico, sino que lo es en tanto es *objeto de interés* turístico por una práctica particular o la propia percepción del turista, cargada de su propia cultura y arraigada en otro territorio.

Boullon (1997), complementa la visión del espacio turístico como la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que no se debe olvidar, pues son la materia-prima del turismo. La contribución del turismo a los espacios se ha convertido, según Fernando Vera et al. (1997) en uno de los elementos claves para el mejoramiento de la calidad de los espacios degradados, incluso de los mismos lugares convertidos en despreciables por el desarrollo turístico, según la estética de las nuevas motivaciones turísticas. Ello debe ser visto por los planificadores como un factor de valoración del patrimonio natural y de construcción positiva del paisaje.

Por fin las principales patologías ambientales generadas por el desarrollo del turismo, la destrucción del medio físico y la alteración del paisaje, pueden ser resueltas a través del planeamiento sostenible de la actividad, tomando en consideración los modelos de desarrollo compatibles con cada localidad y teniendo siempre los recursos humanos en el territorio como eje conductor.

La Organización Mundial del Turismo, OMT<sup>50</sup> hace años ya plantea lo siguiente:

*“La planificación del turismo en el contexto de la planificación global del uso del suelo crea las condiciones necesarias para lograr un desarrollo turístico integrado, controlado y sostenible. La planificación del turismo debe tener en consideración los diversos componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y del medio ambiente local, ya sea natural, cultural o socioeconómico. La planificación se lleva a cabo siguiendo un proceso sistemático de fijación de objetivos, estudio y análisis, formulación del plan y recomendaciones y ejecución. A todo ello habrá de seguir una gestión continuada.”*

#### **2.2.4. Las funciones principales de la empresa turística en el territorio y clusters**

En este apartado empezamos por describir las tipologías de empresas de turismo, ítem importante de conocer para los objetivos de esta tesis.

---

<sup>50</sup> En el libro "Desarrollo Turístico Sostenible, Guía para Planificadores Locales", 1993.

En la actividad de turismo, la gran variedad de actividades que se realizan y su interconexión determina que no exista un solo tipo de empresa sino un sistema de empresas turísticas. Debido a las particularidades de las actividades, la clasificación de las tipologías de las empresas turísticas que forman parte de este sistema productivo local, es una tarea compleja. Aun cuando sea difícil, según el ámbito de la actividad misma, seguimos a Casanueva Rocha et al, (2001) que apuntan y proponen clasificaciones diversas mostradas en la Cuadro 2.5, lo que no incluye todas las empresas que pueden estar asociadas a la actividad:

Cuadro 2.5: Tipología de empresas turísticas<sup>51</sup>

1.	<b>Transportes y auxiliares:</b> incluyen el transporte aéreo, marítimo y ferroviario, el transporte colectivo (autobús y microbús) el taxis, los vehículos de tracción animal, etc.
2.	<b>Alojamiento:</b> todo el sector de medios de hospedaje tales como hoteles, hostales, apartamentos, pensiones, camping, casas rurales, cortijos y casas de campo, habitaciones en casas particulares, cabañas, etc.
3.	<b>Restauración:</b> se encuentran restaurantes, bares, cafeterías, pubs, empresas de catering (abastecimiento de alimentación a aviones), etc.
4.	<b>Intermediación:</b> los tour operadores y las agencias de viajes.
5.	<b>Financieras:</b> compañías de seguros y entidades crediticias.
6.	<b>Alquileres:</b> de vehículos, de material audiovisual, de equipos deportivos, etc.
7.	<b>Servicios profesionales:</b> como los de Guía turístico.
8.	<b>Actividades culturales y de ocio:</b> teatros, espectáculos, discotecas, cines, parques zoológicos, parques de atracciones, museos de artes y de ciencias, etc.
9.	<b>Comerciales:</b> dedicados a la venta de productos para los turistas, entre los cuales se destacan la venta de recuerdos, <i>souvenir</i> , ropa y productos típicos de la zona, además de los conocidos centros comerciales.
10.	<b>Educativos:</b> empresas que ofrecen aprendizaje de idiomas en el extranjero, universidades, etc.
11.	<b>Pertenecientes a los sectores primario y secundario:</b> las editoriales que publican las guías turísticas y los productores de recuerdos, y de una gran variedad de artesanías y especialidades gastronómicas típicas.

Fuente: elaboración a partir de Casanueva Rocha et al, (2001)

A su vez la prestación de los servicios en las empresas de turismo se descompone en varios subprocesos, los cuales están insertos en todas las unidades de una organización, desde el departamento comercial hasta el departamento de limpieza o de personal de una empresa. O sea, todos los procesos internos forman parte de un sistema de componentes interrelacionados, por lo que cualquier alteración en uno de ellos afectará a los demás. Se adicionan los procesos que ocurren entre empresas distintas, o sea, las relaciones de complementariedad que son parte de la producción turística.

Las empresas turísticas además presentan una serie de rasgos distintivos que, de una manera u otra, afectan su gestión y organización. Los más importantes son (Valls, 1996):

- **Estacionalidad:** la demanda se concentra en los momentos de ocio de los turistas que suelen acumular en los fines de semana y en los periodos vacacionales. Las empresas tienen que adaptar sus sistemas de producción, comercialización y distribución a estos aspectos;
- **Imposibilidad de almacenamiento:** los servicios que constituyen el producto turístico son prestados por personas por eso tienen carácter inmaterial e intangible y no se puede almacenar. No se puede, de esa forma, producir el producto para guardar y ser consumido después;

<sup>51</sup> Para conocer con detalles las operaciones que deben cumplir las empresas turísticas en Brasil véase la Lei Geral do Turismo n.º 11.771/08, de 17 de setiembre de 2008 en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br).

- **Elevada inversión necesaria e inflexibilidad:** es necesaria mucha demanda y mucha producción para amortizar las inversiones hechas. Sin embargo la inmovilidad del servicio ofertado y la dificultad de cambiar de dimensión a bajo coste, ya que las instalaciones son muy específicas, son problemas que enfrentan las empresas;
- **Localización próxima a los recursos turísticos:** en la mayoría de las veces los visitantes se desplazan a procura del atractivo en primero lugar y no de los servicios;
- **Importancia de los recursos humanos:** los servicios turísticos son prestados por personas, así el factor humano es fundamental sobre todo en las cuestiones de grado de profesionalidad y en la atención al cliente;
- **Cambios en los gustos y expectativas de los clientes:** las influencias externas tales como zonas turísticas que se ponen en moda, la aparición de problemas de inseguridad ciudadana o política, problemas de salud, aparición de nuevas formas de turismo, etc.;
- **Importancia de los procesos de intermediación:** la distribución de los bienes y servicios son hechas por los operadores y agentes de viajes y son punto clave para las demás empresas turísticas, con una demanda muy atomizada y que se encuentra en lugares y en contextos económicos, sociales e idiomáticos muy distintos.

La empresa turística necesita considerar también su productividad como sistema, para ser competitiva en el mercado. Para hacer los cálculos se puede considerar inicialmente la productividad global como el cociente de valor de la producción y el valor de los factores empleados. Sin embargo, no se puede afirmar que la mayor o menor productividad dependa solamente de la cantidad del factor empleado, sino que influyen también otros muchos factores, como son las condiciones en las que trabaja el empleado, la motivación del trabajador, que hace que éste ponga más o menos interés en la labor que realiza y la organización del trabajo.

De esta forma en la empresa turística las medidas recomendadas para mejorar la productividad son las siguientes (Pimenta, 2004):

- Aplicación de las políticas salariales apropiadas
- Mejora de los planes de capacitación
- Mejora de las condiciones de trabajo
- Adaptación de equipamientos a los nuevos procesos de innovación
- Estudio de cambios en las estructuras organizativas de la empresa.

Martín Rojo (2000), ha afirmado que el entorno o medio ambiente de la empresa, es decir, lo que queda fuera de los límites de la organización, el *milieu*, debe ser considerado por un estudio de la naturaleza aquí hecha, ya que la empresa como sistema abierto<sup>52</sup> que es, estará en constante interacción con éste. Hay que considerar, sin embargo, que no todos los componentes del entorno afectan por igual a todas las empresas en una sociedad. Y es el entorno específico de cada empresa que le afecta más a la empresa en cuestión que al resto. En especial en la empresa turística debemos tener en cuenta el entorno económico, jurídico, político, social, físico y tecnológico, que le influye y en el que ella también influye.

Para que el entorno sea propicio a las empresas turísticas la agenda pública de desarrollo local juega un papel preponderante en la elaboración de los lineamientos de acción que debe contener la agenda local y en tal sentido Garcia et al. (2004) citando Rosales (1999) destaca que la misma debe orientarse a:

<sup>52</sup> Según Beni (1998) el turismo, en el lenguaje de la teoría general de los sistemas, debe ser considerado un sistema abierto lo cual permite la identificación de sus características básicas, que se tornan los propios elementos del sistema.

- 1) La creación de un entorno adecuado para la instalación de actividades económicas (en nuestro caso el turismo) a través de la dotación de servicios esenciales como el agua potable, la energía eléctrica, la recolección de residuos, la construcción y mantenimiento de las vías de comunicación y de la instalación de servicios superiores para las actividades productivas, como los bancarios, la asistencia técnica y los de información.
- 2) La atracción y diversificación de las actividades económicas mediante la determinación de las potencialidades, ventajas competitivas y fortalezas del territorio para el desarrollo de actividades económicas primarias, secundarias o terciarias.
- 3) La regularización de las actividades productivas utilizando los instrumentos del ordenamiento territorial para definir los distintos usos posibles del suelo rural considerando su vocación. A nivel de la ciudad, el plan regulador será el instrumento que indicará a los planificadores los ordenamientos óptimos de la misma en términos de áreas de producción fabril, comercial, recreacional, residencial o de preservación histórica.
- 4) La formación de recursos humanos a través de la promoción de cursos, seminarios, talleres de inducción, que permitan entre otros aspectos capacitar a la población en materia productiva, tecnológica, gerencial y micro empresarial requeridos por el programa de desarrollo local.
- 5) Asegurar la sostenibilidad del desarrollo ya que frecuentemente el crecimiento económico de un territorio va acompañado por el desarrollo de actividades que conducen a la contaminación y degradación del medio ambiente local.
- 6) Reciclamiento de las actividades económicas en decadencia a través de la formulación de lineamientos de acción orientados a enfrentar el agotamiento y las crisis que se puedan presentar en un momento dado en las actividades productivas.

En la misma línea Bianchi (2004) ha sumado la necesidad de tener en cuenta las variaciones territoriales específicas en la política de turismo sostenible. Esto incluye no solo los puntos aquí ya discutidos, pero también la manera en que los modelos regionales de desarrollo capitalista, el institucional y ambiente de la política, los sistemas de valor ideológicos y el asociado en el cual se pueden producir alineaciones de poder y se reproducen en el forcejeo para definir, la forma y políticas del desafío para el turismo sostenible.

En términos de sistema el concepto de Arrais de Souza (1999) sobre Cadena Turística puede ser utilizado para aclarar mejor lo que es el sistema turístico o *clusters* en la visión de empresas: conjunto de empresas y de elementos materiales e inmateriales que realizan actividades ligadas al turismo, con procedimientos, ideas, doctrinas y principios ordenados, armónicos y afines, para conquista de los mercados estratégicos respectivos, utilizándose de productos competitivos. El objetivo final de las actividades debiera ser los acrecimientos del flujo de personas que se dirigen para determinada área receptora, su grado de participación en las muchas actividades de recreación y ocio, la oferta de unidades de alojamiento, las tasas de ocupación de esas unidades, de entre otros aspectos importantes.

Los *clusters* de turismo, que han sido estudiados desde los años 90 cuando Porter trajo la nomenclatura, y tiene definiciones generales pues la conformación de la actividad no es cerrada y, al revés, es muy amplia y, por tanto no permite una definición que la conforme globalmente. Monfort Mir (2000) y Santos Silva (2007) lo define como el conjunto complejo de distintos elementos, entre los cuales se encuentran los servicios prestados por



empresas o negocios turísticos (alojamiento, restauración, agencia de viajes, parques – acuáticos, temáticos); la riqueza que proporciona la experiencia de las vacaciones de un turista; el encuentro multidimensional entre empresas e industrias relacionadas; las infraestructuras de comunicación y transporte; las actividades complementares (dotación comercial, tradición en ferias); los servicios de apoyo (formación e información); los recursos naturales y las políticas institucionales.

Otro concepto de *cluster* en el turismo, según Carner (2001), se relaciona con la alta integración vertical, horizontal, intersectorial e interdisciplinar que ocurre en la actividad turística. La eficiencia de las cadenas de producción no mas es generada, según la autora, apenas a la escala nacional, como también internacional, mediante el valor añadido en un territorio específico, pero también a través y entre las fronteras.

El turismo, por ser constituido por una multiplicidad de actividades de respuesta a las distintas demandas de los visitantes de un destino, presenta una característica de heterogeneidad, que no posibilita en su consideración como uno sector típico de una clasificación de actividades económicas, y sí como un concepto integrador de actividades ligadas a los servicios prestados a los viajantes, cuya existencia es lo denominador común y la razón de ser de las actividades turísticas. En esta perspectiva, para Gouveia y Duarte (2001) el análisis del *cluster* turismo presupone como eje del visitante, a partir del cual se puede intentar percibir o detectar el conjunto de actividades vinculadas a él creciente movimiento de las personas. A partir de esta visión las autoras definen que la actividad turística depende de las actividades y empresas relacionadas para frente y para tras y en la dimensión de su propia esfera de oferta, actuando de forma conjunta a través de la co-responsabilidad de los diversos intervinientes, eje fundamental para la competitividad del turismo.

La Asociación Puno Turismo y Desarrollo, APTUR, 2008 defiende que los *cluster* además de ser innovadores, deben tener ventajas competitivas, ser sostenibles, y poseer variedad de gente e ideas. Es importante también tener en cuenta, que las redes o asociaciones están afectadas por el contexto político y social favorable o desfavorable, por conflicto de intereses, por las diversas posiciones de los integrantes, inexistencia de cohesión previa entre los miembros, poca capacidad de liderazgo y representatividad. En esta reflexión existen cuatro tipologías de *cluster*: **Cluster cerrado con el exterior**, en el que sus integrantes solo operan y se comunican entre ellos al interior de la organización, puede ser para cubrir la información y protegerse. **Cluster abierto con el exterior**, esto quiere que se relaciona con otras organizaciones u actores externos a la organización, como la comunidad local o por ejemplo un Ministerio, ello dependerá de los líderes del *Cluster* los cuales deben definir si tendrán poca conexión o alta conexión hacia fuera. Si realmente la información es interesante para el grupo solamente, pues no será posible compartir esta información. **Conexión con otros cluster**: en turismo es importante hacer conexiones con otras organizaciones. **Conexión con Supra-Cluster**: con organizaciones a nivel regional, provincial o nacional.

Para crear un *Cluster* es importante que el destino o la organización turística tenga las características de Interdependencia de empresas donde los límites de las compañías no sea estricto, sino flexible. Principio de Cooperar y Competir (coopero con tu empresa o destino en un tema que tengo conocimiento pero también compito lealmente contigo). Cooperación sostenida en la verdad y la confianza. Sentirse parte del grupo, cultura comunitaria, políticas públicas de soporte a los integrantes del grupo. Discurso ético: tener el mismo principio ético en los negocios, el grupo decide fronteras y aperturas del *cluster* desde el comienzo. Institucionalización de las relaciones (por ejemplo entre hoteles), debe darse relaciones económicas y personales dentro del Cluster, y el mas importante, los *cluster* tienen un ciclo de vida, si sus integrantes trabajan juntos pueden renovarse, sino desaparecen pronto.

Los beneficios de crear un *cluster* turístico es el de crecer, mejorar y fortalecerse ante los nuevos retos del mercado turístico. Un *cluster* turístico puede integrarse por empresas pequeñas y medianas (PYMES) e incluso grandes firmas, que en general, interactúan dentro del sector turismo. Sin embargo, es preciso señalar que el nivel de interrelación de las firmas puede variar entre distintos *clusters* turísticos conformados a lo largo de un país, e incluso a nivel mundial.

En la conformación eficiente de un *cluster* turístico sus principales beneficios se encuentran en: tener acceso a nuevos nichos y segmentos de mercado, mejoramiento tecnológico y de conocimiento interno de las empresas, fortalecimiento de la capacidad gerencial, incremento en la capacidad para acelerar el proceso de aprendizaje de los recursos humanos y de la organización, mejoramiento en la calidad de los servicios turísticos y reducción de costos de operación e insumos.

Se suma al anterior la ventaja del modelo de *cluster* en sentido de menores fugas de divisas comunes en desarrollo turístico que se vuelven al exterior.

Siguiendo la reflexión el desplazamiento del turista, según Furió Blasco, 1994; Vanhove, 2005; Reddy, Nica y Wilkes, 2012, entre otros autores, es atraído también por un componente importante de la oferta, que compone el producto turístico, que son los bienes públicos, los que por tanto poseen las características de no rivalidad y no exclusividad en su consumo. Como ejemplos las playas, el entorno urbano-rural, la riqueza arquitectónica los monumentos históricos que son bienes públicos y cuyos servicios que les son agregados benefician a los que viven de forma permanente o temporal en una determinada comunidad.

La existencia de estos tipos de bienes públicos en la producción del turismo junto a la relativa gratuidad de los servicios prestados por ellos y la relevancia de los efectos externos positivos, pueden estar en el origen de la generación de los efectos externos negativos o des economías externas, los que muchas veces provocan la congestión y deterioro de estos mismos bienes públicos y la pérdida de atractividad de los espacios turísticos.

Como consecuencia, advierten Vergara y Arrais de Souza, 2005, surgen los costes internos y externos, privados y sociales en el propio proceso de desarrollo turístico y económico. Los efectos producidos por el turismo en los diferentes ámbitos del territorio donde se desarrolla la

actividad pueden tener trazos comunes, según los autores, tales como resultados intencionales o no intencionales resultantes de las interdependencias entre los elementos económicos, sociales, físicos y culturales ahí existentes.<sup>53</sup>

Otro aspecto a considerar relativo al territorio donde se encuentra anclada la actividad de turismo es la accesibilidad diferencial, o sea, la tipología de turismo que se establece depende de la calidad del espacio de ocio (Furió Blasco, 1994) pues la accesibilidad contribuye a la organización y estructuración del área turística, comunicando los espacios emisores y receptores y contribuye a definir economías de aglomeración en especial las de localización.

Se recuerda que la matriz funcional del sistema territorial es compuesta de los subsistemas: humano, cultural, tecnológico, económico, espacial, político y ecológico. Lo que resulta un mercado no homogéneo sino una demanda compleja y segmentada de acuerdo con variables socio demográficas y económicas, sin olvidar el carácter dinámico de los mercados que obliga a considerar no solo los segmentos actuales sino los potenciales (Ivars, 2003).

Como ya es conocido por especialistas de la area turística, el espacio turístico constituyese al mismo tiempo en espacio de producción y de consumo y así la especialización turística es obtenida a través de las relaciones de complementariedad y competencia con otros sectores productivos, como advierte Martínez Pellegrini, 2009. Además la complejidad del sistema de interrelaciones que constituye el sistema de turismo puede ser ampliado en la medida que la sociedad local pasa a tener un rol activo en la definición del modelo de desarrollo y una vinculación más estrecha entre calidad de vida, diversificación económica y imagen del territorio.

Enseña Anton Clavé et al., 2007, que los procesos de reestructuración de los espacios de destino turístico con alto grado de consolidación parten del conocimiento de la importancia estratégica del turismo para el desarrollo local, de la necesidad de concertar intereses plurales y de impulsar otras actividades económicas compatibles con la actividad turística. Tratase de una percepción del espacio turístico distinta de solo contenedor del crecimiento de una oferta estereotipada para una demanda masiva direccionada casi exclusivamente por los criterios de mercado. Al revés, el espacio se concibe como un recurso en sí mismo y el horizonte del desarrollo se amplía a un periodo más largo como reacción a cambios cualitativos en la demanda, la progresión de espacios concurrentes y al mayor protagonismo de las aspiraciones de la sociedad local.

Considerando que en el municipio (lo que contiene territorio, población y organización), se reúnen grande parte de las características definidores del espacio turístico, y que cuenta con la presencia de factores de atracción y concentración de la oferta y servicios turísticos, se advierte que aún así ahí no se delimita el espacio para la actividad de turismo, pues este es configurado por patrones de localización de las actividades, por las pautas de consumo de los segmentos de demanda y por la imagen proyectada y percibida del territorio.

De esta forma, la configuración del espacio turístico, a partir de los elementos que integran el destino, resulta de la apropiación de los recursos territoriales por parte de las empresas turísticas las que visan obtención de máxima rentabilidad de sus inversiones y aprovechan las externalidades positivas de los bienes libres y públicos que atraen la demanda

---

<sup>53</sup> Los que pueden ser positivos o negativos y pueden alterar el comportamiento de los agentes envueltos.

turística, además de la apropiación de los recursos naturales que realizan los consumidores turísticos para obtención de una experiencia satisfactoria (Canela y Nuñez, 2008). Las dos dinámicas, la de producción y la de consumo, se viabilizan por intermedio de la participación pública con sus diferentes formas de intervención, dando origen, así, a un espacio turístico funcionalmente armónico.

La mejor forma de determinarse el espacio turístico, según Bullón (1997) es a través del método empírico, por el cual se puede observar la distribución de los atractivos turísticos y la planta turística en el territorio, con la finalidad de detectar los agrupamientos y concentraciones que sea destacado. En el modelo teórico, sin embargo, Bullón apunta los componentes del espacio turístico que son los siguientes, en escala descendiente de tamaño en términos de superficie: zona, área, complejo, centro de distribución, centro de estadía, centro de escala, centro de excursión, unidad, núcleo, conjunto, corredor de traslado y corredor de estadía.

Ivars, 2003, identifica los elementos básicos de una región turística como integrados por límites regionales definidos, vías de acceso desde los mercados de origen, en especial vías de entrada de naturaleza estratégica – portones de la región turística y las vías de comunicación interna – corredores de circulación. Los criterios principales apuntados por el autor para delimitar las regiones turísticas son:

- La región debe tener un conjunto de características culturales, físicas y sociales que generen una identidad regional;
- Debe haber una adecuada infraestructura turística y oferta de servicios para permitir el desarrollo turístico y satisfacer las necesidades de los turistas;
- La región debe ser mayor que un destino o una única atracción;
- La región debe poseer los atractivos suficientes para atraer turistas actual o potenciales;

Vera Rebollo et al., 1997, hace un aporte sobre las regiones turísticas, en el sentido que ellas no se distribuyen en el espacio de forma homogénea, pero que su localización demuestra un determinado grado de concentración espacial, de naturaleza puntual o zonal lo que se debe, entre otras razones, al hecho de que para viabilizar el desplazamiento entre un centro emisor y un centro receptor, el consumidor o turista pondera las variables presupuestaria, las preferencias de consumo y utilidad esperada, la influencia y el peso en su presupuesto del factor distancia. De esta forma la localización influye en la dimensión y intensidad de los flujos turístico físicos y monetarios, los que trazan vitalidad y dinamismo en la economía del país o región de destino.

Por último, ni todas las regiones tienen la capacidad para absorber la actividad de turismo: algunas pueden tenerlo como función dominante, otras como función estructurantes, otras como función complementar o residual. Todo eso depende de la importancia económica del turismo en estas regiones. Si hay dominancia económica del turismo al final se enfatiza problemas de desajustes y de recualificación de equipamientos y servicios, que sean de forma cuantitativa o cualitativa, en vista de la evolución de los segmentos de demanda turísticas.

## **2.2.5. Empresas turísticas: competitividad basada en recursos humanos y territorio**

Las empresas de turismo, poseen algunas características o particularidades que es necesario definir para un mejor entendimiento de la problemática de la formación de recursos humanos en ellas.

Es así como el interés sobre el estudio de la empresa turística nació al constatar no sólo su importante presencia en la economía contemporánea sino también sus problemas de administración para la obtención de los resultados que los consumidores y el mercado esperan, servicios distintos a aquellos presentados por empresas que ofrecen bienes y productos físicos. La profesionalización de la dirección de empresas turísticas ha constituido, entonces, según Muñoz et al. (1996), la clave del crecimiento de la actividad turística.

El resultado ha sido la formación de cadenas turísticas de enorme dimensión, cuya complejidad de administración y uso de los modernos enfoques y métodos de dirección nada tienen que envidiar a las grandes corporaciones industriales o de otros servicios. La convicción de que la competitividad está influida esencialmente por los aspectos internos de la empresa (formas de organización interna y comportamiento estratégico) ha concedido especial trascendencia al estudio de la problemática organizativa y estratégica de la empresa. Sin embargo, el mundo de investigadores en turismo ha vivido en gran medida ajeno a esta necesidad, debido principalmente al marco teórico y/o a la disciplina de la que proceden.

Es preciso entonces detenerse a precisar ¿qué es realmente la competitividad turística?

López Ramos, 2007, la define como la habilidad de un país para crear un valor agregado a la riqueza nacional, producto de la administración de activos o procesos, atracciones o incursiones, globalidad o proximidad, y por la integración de esas relaciones dentro de un modelo económico y social. Con la capacidad de alcanzar los objetivos de rentabilidad y sostenibilidad de forma superior al promedio del sector de referencia. En este entendido los diversos productos, servicios y procesos de las zonas turísticas, al combinarse favorablemente entre sí y crear un encadenamiento productivo, aumentan su valor, y de una simple suma de valores puede llegarse a una multiplicación de valores e incluso hacer que crezcan exponencialmente (sinergia) además de que contribuyan a los objetivos del desarrollo local.

Al encadenamiento de productos los llamamos “*cluster* turístico”, Michael Porter, ha desarrollado aportaciones fundamentales al significado de la competitividad a través del estudio de las ventajas competitivas de las naciones, en el que manifiesta que “una nueva teoría debe reconocer como elemento central (de la competitividad) al mejoramiento y la innovación en los métodos y tecnología”. Porter dice que la competitividad debe entenderse en términos de capacidad de mejoramiento continuo e innovación constante para generar ventajas, lo cual implica realizar un análisis estructural de los mercados para elegir las alternativas.

El autor considera que un sector alcanzará competitividad cuando el llamado “diamante competitivo”<sup>54</sup> logre condiciones favorables. Finalmente sostiene que la competitividad debe entenderse no en términos de una nación, sino de sus *industrias y sectores*. Por tanto, no existen naciones competitivas, sino naciones con industrias y sectores competitivos.

Bajo estos principios del modelo de *cluster* de Porter, la actividad turística se desarrolla en espacios geográficos perfectamente localizados, donde se concentran e interrelacionan los

---

<sup>54</sup> Ver Grafica 2.1 en esta Tesis.

atractivos turísticos, infraestructuras, equipamientos, servicios y organización para ofrecer un producto a un mercado determinado (Arrais de Souza, 2003). Es decir, según el modelo la competitividad turística no se desarrolla entre países, sino entre *clusters* y entre negocios turísticos. Una empresa consigue crear valor por su habilidad para ejecutar las actividades requeridas a un coste menor que sus competidores, o de modos especiales que creen valor para el comprador.

Para contribuir al desarrollo endógeno la empresa de turismo debe transformar su producción continuamente a través de los *inputs* que recibe de la sociedad donde se ubica (las personas, materiales, dinero, energía, información) y devolverlos como *outputs* en la forma de servicios turísticos listos para el consumo, la satisfacción de los objetivos de los participantes, el crecimiento de la propia empresa y los beneficios sociales.

El peso de las micro y pequeñas empresas en términos de número, dentro del conjunto del sector de turismo es superior al de las grandes empresas, aunque ya se observa la internacionalización y la llegada a los países menos desarrollados de grandes cadenas hoteleras en la modalidad de *resorts*<sup>55</sup>.

Sin embargo, Valls, en 1996, ya afirmaba que la dimensión pequeña o mediana de empresas se acomoda fácilmente al turismo, principalmente por las siguientes razones:

- resulta más fácil crear un negocio propio que organizar grandes inversiones; además el proceso de toma de decisiones diarias (financiero, recursos humanos, técnicas de producción) es menos complejo en una estructura pequeña;
- en muchos casos se trata más de aporte de ideas y esfuerzo propio, que de inversión de grandes capitales;
- las barreras de entrada son difíciles de superar para las grandes empresas, ya que desconocen la realidad del territorio;
- las peculiaridades, la disponibilidad y el coste del personal que se requiere se resuelven mejor a nivel de los miembros de una familia, que en otro tipo de organización empresarial. Por lo demás la dimensión familiar resulta más fácil proyectarla al trato personal con los clientes;
- conoce mucho mejor la plaza quién ha habitado en ella desde siempre;
- se acomodan mucho mejor al componente estacional del negocio quienes conocen el terreno;
- resulta mucho más fácil acomodarse a los precios que fija el entorno del sector en una dimensión flexible que en una más pesada.

El carácter de empresa pequeña del sector turístico, sin embargo, conlleva muchos problemas para adaptarse a los entornos, tales como:

- el excesivo individualismo de los agentes económicos privados, que les impide amalgamar el producto o tratar adecuadamente el destino turístico junto a los demás agentes económicos;
- las dificultades para ponerse de acuerdo en liderar proyectos o llevarlos a la práctica en conjunto;
- de acceso al crédito; para hacer frente a una comercialización autónoma o a la promoción necesaria; y
- la excesiva dependencia de la actuación pública, en la que se delegan demasiadas funciones.

---

<sup>55</sup> Un modelo que si no cambia debiera estar en desuso y agresivo para los retos del desarrollo local, principalmente por no incluir a la población nativa.

Así, las empresas turísticas que carecen de una gestión profesionalizada quedan fuera del mercado, pues la mayor exigencia de los consumidores, la mayor competencia dentro del sector a nivel mundial y la capacidad tecnológica basados en el apoyo diario de informaciones necesaria para la toma de decisiones, no se concretizan.

La administración de los recursos humanos, según Martín Rojo (2000), consiste en la puesta en práctica y control de un conjunto de actividades capaces de promover al desempeño eficiente del personal, una vez que se permite a las personas que trabajan en la organización alcanzar sus objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo. La administración de los recursos humanos se ocupará de llevar a cabo una planificación de los recursos humanos, reclutar y seleccionar al personal para desempeñar cada puesto de trabajo y valorar al personal y las tareas que realizan. Se encargará también del mantenimiento de ellos, de su desarrollo y de su control.

Para cumplir los objetivos de la administración de los recursos humanos (crear, mantener, desarrollar, tener eficiencia y eficacia del personal) una serie de funciones deben ser desarrolladas por parte de los responsables de esta tarea en la empresa turística, tales como las siguientes, indicadas por Martín Rojo (2000):

1. Determinación de las necesidades cuantitativas y cualitativas de personal;
2. Reclutamiento y selección de las personas adecuadas para las exigencias de la empresa;
3. Formación y desarrollo de los recursos humanos;
4. Aplicación de los recursos humanos a las operaciones de la organización de acuerdo con la valoración de cada puesto de trabajo y la valoración del personal;
5. Mantenimiento de los recursos humanos para satisfacer a las necesidades de éste, incluyendo toda la problemática relacionada con las retribuciones del personal, prestación de servicios a éste, aspectos sanitarios, cuestiones relacionadas con la seguridad e higiene en el trabajo;
6. Control o actividad de seguimiento, para corregir las desviaciones respecto de los objetivos fijados, comparándose las previsiones con las realizaciones.

La existencia de un sistema de evaluación del desempeño formal y corporativo es una tentativa de dar visibilidad al desempeño humano y dar la oportunidad para la búsqueda de mejoras. La evaluación de desempeño es un componente importante del proceso de gestión y envuelve las dimensiones estrategia, personas y procesos o infra-estructura. Según Casanueva Rocha et al. (2001) ella consiste en una actividad continua de evaluación y asesoría, que se caracteriza por la interacción entre el gestor y el colaborador, lo cual busca direccionar el desempeño del colaborador y del gestor en el sentido de apoyar resultados de desempeño de ambos y la *performance* interna y externa de la organización. Corresponde a la integración entre las estrategias y objetivos del negocio, la gestión del desempeño empresarial u organizacional (gestión del desempeño humano, financiero, tecnológico, comercial, logístico, de la producción, del negocio) y los modelos de evaluación de desempeño incluso humano.

Los beneficios de la evaluación del desempeño para la empresa turística pueden ser resumidos, según Martins Lima, 2006:

- Ofrece informaciones sobre el desempeño humano y su contribución para el desempeño empresarial y para el reto de las organizaciones;

- Identifica las necesidades de entrenamiento y reciclaje visando la mejora del nivel de cualificación y de los resultados de las áreas internas;
- Dinamiza las políticas de recursos humanos, ofreciendo oportunidades del crecimiento profesional, estimulando la productividad y mejorando el relacionamientos interpersonal;
- Instrumentaliza el proceso de gestión del desempeño;
- Mejora el nivel de comunicación y relaciones de las personas y equipos;
- Reconoce las reales expectativas sobre el trabajo mismo de uno y sus resultados;
- Promueve los rumbos al auto desarrollo personal y profesional;
- Ofrece los parámetros para el desarrollo profesional de los empleados.

Otro aspecto importante a ser considerado es el diseño de los puestos de trabajo en la organización turística es lo que se refiere al trazado de las relaciones más permanentes entre los elementos de la empresa. Se trata de elaborar el armazón, la estructura, el esqueleto, de la organización. Se trata en cómo se va a dividir el trabajo y como se va a coordinar. Este trabajo de diseño de la organización es, en definitiva, la tarea que realizan los directivos cuando llevan a cabo la función de organizar la empresa en los primeros momentos de su vida y también a lo largo de su existencia, pues el diseño se puede cambiar. Debe ser determinado específicamente los siguientes aspectos (Casanueva Rocha et al., 2001):

- Funciones a realizar, entendidas éstas como las acciones propias del puesto de trabajo;
- Actividades o tareas a realizar para cada una de las funciones, entendiéndose por actividad el conjunto de operaciones propias de una función ocupacional determinada;
- Procedimiento, técnica o metodología a seguir para realizar las tareas y actividades;
- Recursos necesarios para realizar las tareas (maquinaria, herramientas y software);
- Condiciones de realización de las tareas;
- Actitudes que debe poseer la persona que va a ocupar el puesto;
- Conocimientos, formación y preparación necesaria para ocupar el puesto;
- Objetivos o resultados que se espera conseguir, es decir, los bienes o servicios que esperamos obtener como consecuencia de realización de las tareas;
- Evaluación cuantitativa y cualitativa de los resultados, valorando las tareas realizadas y evaluando el desempeño del trabajador.

En el sector turístico al igual que otras ramas de actividad, se puede encontrar empresarios que son propietarios y al mismo tiempo asumen la administración de su empresa. Sin embargo, la tendencia al crecimiento empresarial y la necesidad de un continuo reciclaje profesional y una constante actualización del *know-how* para una mayor competitividad de las empresas, es común encontrarse con personas que son propietarios de los medios de producción de estas organizaciones pero no actúan como profesionales, sino que prefieren que la dirección de la empresa la desarrolle un equipo de profesionales cualificados (Martín Rojo, 2000).

El empresario turístico tiene que ser innovador para estar en plena actualidad de su negocio y conseguir hacer más competitiva su empresa. Sin embargo, Hjalager, 2010, ha hecho un examen sobre el tema y revela que aún hay evidencia empírica sólo limitada, sistemática y comparable del nivel de actividades innovadoras en turismo y de sus impactos y las implicaciones más amplias para los destinos y las economías nacionales.

En cuanto a los estilos de dirección ellos no pueden ser definidos por patrones fijos pues la complejidad del comportamiento humano y de los estilos de organizaciones, con su gran diversidad de factores de influencia, como la cultura de la empresa y de la sociedad donde ella



está ubicada, el tipo de actividad que realiza y los procesos productivos que desarrolla, hacen coexistir una serie de estilos de dirección. (Casanueva Rocha et al., 2001).

Un buen director no es sólo aquel que tiene conocimientos intelectuales elevados y una buena formación personal también es el que posee un tipo de inteligencia relacionada con las emociones, lo que es fundamental a la hora de dirigir una empresa. La inteligencia emocional, según Daniel Coleman (1996), es la capacidad de comprender a los demás, distinguiendo cuales son las propias emociones, lidiar con las emociones, motivarse a sí mismo y a los otros, reconocer emociones en los otros y lidiar con relacionamientos. En las empresas turísticas el factor humano en la empresa debe merecer mucha atención, pues el empleado que produce el servicio es también el que se lo ofrece al cliente final, repercutiendo su eventual descontento también en el servicio para el turista.

En suma, en una empresa de servicios como es la empresa turística, el principal recurso productivo son las personas que los producen. Por tanto, la ventaja competitiva está relacionada positivamente sobre todo con las capacidades de los recursos humanos (Muñoz, et al., 1996) .

#### **2.2.6. Capacitación de los recursos humanos para el turismo sostenible.**

La relación muy estrecha entre el turismo sostenible y la capacitación de los recursos humanos, o sea, las que poseen conocimientos y habilidades propias para desarrollar la actividad turística, pueden contribuir fuertemente y de forma positiva para su continuidad, con mejoramiento de los niveles económicos, sociales, culturales y medio ambientales (Arrais de Souza, 2004).

Quienes trabajan en la actividad turística tienen que estar conscientes de la capacidad que poseen o pueden adquirir para mejorar la competitividad de sus destinos a través de la calidad en sus servicios, lo que redundará además en su propio beneficio personal. Xiao y Smith, 2008, advierten que el uso del conocimiento ha sido siempre de interés para académicos y profesionales del turismo, pero la investigación sobre el mismo ha sido poco desarrollada. Si los profesionales de campo aplican el conocimiento para tomar decisiones y resolver problemas, el conocimiento sobre la actividad turística se convertiría en un componente esencial del producto turístico (Flores, 2007).

Los resultados de un programa de capacitación bien diseñado y llevado a cabo, principalmente por parte de las empresas deben ser:

- Mejor ejecución de las tareas: reducción de la incidencia de errores y mejora en la calidad de vida laboral;
- Más rápida ejecución de la tarea: lo que implica mayor productividad y mejor utilización de los recursos de que dispone la empresa;
- Mayor posibilidad de delegación: los directivos pueden centrarse en las tareas de coordinación y planificación y los colaboradores así se sentirán más motivados y apreciados;
- Reducción del tiempo dedicado a supervisión y control: los mandos intermedios pueden dedicarse a otras funciones más productivas;
- Reducción del ausentismo y de la rotación: evita la fuga de los empleados para otras empresas por frustración y por necesidad de desarrollo personal;

- Satisfacción de necesidades humanas de aquellos individuos que pertenecen a la empresa: los conocimientos adquiridos pasan a formar parte del bagaje personal de los empleados, lo que permitirá plantearse mejoras profesionales y utilizar los conocimientos también en su vida extra-laboral. Facilita la auto-realización de las personas como individuos;
- El sujeto formado debe poder llevar a la práctica lo aprendido: en caso de que esto no ocurra, la empresa no tendrá aumento de productividad y sus inversiones se habrán perdido.

La excelencia del producto turístico debe estar asociada a todos los momentos y todos los ámbitos del proceso de producción, distribución y consumo del producto turístico. Esto afecta la competitividad del producto porque condiciona la satisfacción del consumidor, determina el posicionamiento de la empresa o territorio en el mercado y establece las condiciones de vida y trabajo de las personas que intervienen en el proceso. Además la formación y cualificación del factor humano permite adaptarse a los continuos cambios que se dan en el entorno de los destinos turísticos: cambios tecnológicos, organizativos, sociales, de entre otros (Flores, 2007).

Como recuerdo en la historia, la profesionalización en turismo parte de finales del siglo XIX, con el ascenso en Gran Bretaña, pero también en otros países, de una importante clase media. Las profesiones, como resultado de la carrera, es un producto que caracteriza las sociedades occidentales a partir del siglo XX. La existencia del guía como profesional, oficio turístico por excelencia, data de 1821, año en el que se asociaron los guías locales de montaña, gracias a la presencia de turistas y su vocación por el alpinismo. Solo a finales del siglo XIX, cuando la profesión de guía de montaña ya estaba ordenada y reglamentada, decae esta modalidad, y comienzan a demandarse guías en las ciudades, siendo reglamentados por las ordenanzas municipales para proteger a los forasteros de la conducción insustancial y de los abusos.

Serrat i Juliá (1996) afirman que una organización turística con ideas y objetivos bien definidos, con una clara voluntad de servicios al cliente y orientada hacia la calidad, en cualquiera de sus actividades, es el motor de una plantilla consciente. Servir al cliente y a la compañía es servirse a uno mismo, es crecer y orientarse en el camino, es sentirse seguro y apoyado por un estilo de trabajo.

La capacitación de los recursos humanos se puede incluir varias acepciones:

1. **La formación:** según P.H. Giscard apud Iglesias Millan (1992) es el proceso de desarrollo o mejoramiento de las capacidades, conocimientos y aptitudes de los hombres y mujeres que tienen en situación de trabajo, responsabilidad y jerarquía sobre los otros hombres y mujeres. Puede también definirse como el aumento o perfección de los conocimientos, habilidades o formas de comportamiento de uno o varios operarios de una empresa;
2. **La instrucción:** es algo esencialmente teórico basado, sobre todo, en la enunciación de conceptos, ideas, principios, teorías, datos; la instrucción tiende a facilitar al alumno un nuevo equipaje de conocimientos para enriquecer su competencia y cultura;
3. **El adiestramiento:** incorpora el concepto de practicidad, es la acción de llevar las personas a un estado de conocimiento y de eficiencia a través de la instrucción y de la práctica.

En la vida empresarial y laboral se advierte que son necesarias las tres funciones, o sea, el personal necesita ser formado, instruido y adiestrado, quizás empezando

por la instrucción para después pasar al adiestramiento, pero no es fácil separar las dos fases, además una debe representar la continuación de la otra a través del tiempo.

Los tipos de capacitación, apuntadas por Suarez Rodriguez, s/f, deben variar según las diversas circunstancias para cubrirlas, tales como:

- Capacitación para hacer: es la que generalmente se practica y se refiere al desarrollo de las aptitudes, y habilidades para poder actuar sobre las cosas. Sus condiciones son lo observable, lo cuantificable, lo dominable. Es la capacitación, según la autora, que parece ser más útil y de resultados más inmediatos.
- Capacitación para llegar a ser: esta capacitación es generalmente ignorada, pero es vital para que el personal pueda realmente llegar a ofrecer un servicio de calidad. Se enfoca hacia el desarrollo de las personas, es decir, hacia el perfeccionamiento de su personalidad. Se refiere entre otras cosas, a la conciencia de la responsabilidad personal en el trabajo, a la auto valoración de la dignidad humana, al acrecentamiento del sentido del deber y el desarrollo del espíritu de justicia.
- Capacitación para hacer y llegar a ser: se refiere al obrar humano en la conveniencia de la empresa. Tiene un doble objeto: el hacer trabajo conjunto, esto es, el trabajo en su dimensión social, o más claro aún, el trabajo organizado; y por otra parte, el desarrollo del hombre como miembro de grupos de la comunidad de la empresa y de la sociedad en general.

Estos tipos de capacitación se complementan y por ello no pueden desligarse, a veces ocurre que se emplea únicamente la capacitación para hacer. Se piensa erróneamente que lo esencial es la eficiencia en el trabajo, como si este pudiese desprenderse del trabajador en su calidad humana. El resultado es casi siempre negativo, el trabajador puede adquirir la habilidad y competencia necesaria, pero se sentirá desligado de la labor que ejecuta, no se identifica con ella, si está entonces en presencia del trabajo deshumanizado y del trabajador enajenado, y menos puede esperarse que el trabajador se vincule con la empresa y descubra el valor o significado social que su esfuerzo representa.

La única forma de subsanar tales deficiencias es abordar la capacitación en toda su amplitud. Los aspectos de participación, la solidaridad, la cooperación, la coordinación y la integración son los que darán vida, sentido y positiva eficiencia a la capacitación para hacer.

La capacitación puede orientarse también hacia las vertientes relativas a los aspectos técnicos y a los relativos a las relaciones humanas. Cuando la capacitación es en aspectos técnicos se debe centrar exclusivamente en cómo se debe ejecutarse cada función. Los aspectos relativos a las relaciones humanas se centran en cuáles son los aspectos a tener en cuenta en cuestiones como motivación y comunicación, y en los principios que deben presidir estas cuestiones. Se refieren a cuestiones generales y con mayor grado de abstracción.

La importancia que las empresas contratantes dan a las cualidades y habilitaciones de los candidatos, las cuales deben ser adquiridas en parte en la escuela, ya fue objeto de investigación por parte de los estudiosos del tema empresarial versus universidad y mide la adaptación al sistema de trabajo. Satisfacer los requisitos de los profesores es parecido a complacer al jefe (Coplin, 2005).

Abajo se presenta una reproducción de la investigación hecha por Job Outlook, 2002, citada por Coplin, la cual mide la importancia que dan las empresas contratantes a las cualidades/habilidades de los candidatos en base a una escala de 5 puntos en la que 1 es la menos importante y 5 la extremadamente importante.

Habilidades de comunicación (verbal y escrita)	4.69
Honestidad/integridad	4.59
Habilidades de trabajo en equipo (trabaja bien con otros)	4.54
Habilidades interpersonales ( se relaciona bien con los demás)	4.50
Fuerte ética laboral	4.46
Motivación / iniciativa	4.42
Flexibilidad / capacidad de adaptación	4.41
Habilidades analíticas	4.36
Habilidades informáticas	4.21
Habilidades organizativas	4.05
Atención a los detalles	4.00
Habilidades de liderazgo	3.97
Autoconfianza	3.95
Personalidad amistosa / abierta	3.85
Buenos modales / cortesía	3.82
Tacto	3.75
Promedio calificativo (3.0 o superior)	3.68
Creatividad	3.59
Sentido de humor	3.25
Habilidades empresariales / asunción de riesgos	3.23

Las empresas necesitan de buen servicio, innovación y velocidad de llegada al mercado, o sea, es necesario ser siempre más creativo y audaz y presentar un producto o servicio de excelente calidad para que él pueda ser bien aceptado (Barros, 1999; Téboul, 1999; Berry, 2001; Barbulho, 2001; Albacete-Saez, Mar-Fuentes y Javier-Llorens, 2007; Xiao y Smith, 2008). Sostener que lo que mantiene a las organizaciones funcionando por más tiempo es el conocimiento no es algo nuevo. Pero otra cosa diferente es reconocer el conocimiento como un *activo corporativo* y entender las necesidades de administrarlo y cercarlo del mismo cuidado dedicado a la obtención de valor de otros activos más palpables.

Otro aspecto importante es la *experiencia*, ya que el conocimiento turístico de un visitante acerca de un lugar se adquiere y desarrolla a través de las experiencias vividas. En ese sentido Borja Solé, Casanovas Pla y Bosch Camprubí (2002) y Brian, Alan, Anna y Elaine (2012) afirman que la experiencia adquirida en términos de satisfacción o insatisfacción incide decisivamente en la decisión de retornar o no al destino visitado en las vacaciones. Las evaluaciones dependen básicamente de los comportamientos y actuaciones de los profesionales y otros individuos con quién contactaron los visitantes durante sus estadías. Un excelente servicio refuerza la calidad del producto turístico por lo que un cliente puede perdonar, por ejemplo, a un hotel por sus instalaciones sencillas si recibe un servicio inolvidable o de calidad. La lealtad de un cliente está pues asociada al trato que recibe en los lugares de destino. Eso es el núcleo de su *experiencia turística*, lo que condiciona su voluntad de retorno al lugar en un momento determinado (Borja Solé et al., 2002).

No bastan las capacidades técnicas y/o actitudes estudiadas, sino la gentileza natural, amabilidad, espontaneidad y alegría. En la manera de servir es dónde está el secreto. Es preciso recordar también que el comportamiento de los profesionales de turismo también depende de su nivel social y cultural y que es función de la instrucción general o de base recibida, de la instrucción específica y de la formación y condiciones de trabajo (Rubio Gil, 2001).

Gursoy y Nunkoo (2012) al estudiar un modelo basado en la teoría del intercambio social y la teoría de la identidad<sup>56</sup> nos presenta la importancia de la recepción y atención de la comunidad receptora, la que también puede influir en las actitudes a los impactos del turismo y del comportamiento de los residentes frente a los turistas. Los resultados de las investigaciones de los autores confirman la relevancia del apoyo de la comunidad para el turismo.

En resumen, el turismo es, por definición, una industria multisectorial con muchas interrelaciones público-privadas, que se sustenta sobre el territorio y que necesita de una planificación y gestión responsables. Esta debe colocar su acento en la cualificación permanente del personal ya que ésta incide decisivamente en la experiencia del turista, afectando su lealtad y construyendo imágenes sociales del destino que son transmitidas entre los potenciales visitantes.

Muchos empresarios no tienen la preocupación de invertir en la capacitación de su personal considerando que hay históricamente una rotación de empleados muy fuerte en las empresas principalmente por la estacionalidad característica de la actividad de turismo; y también piensan erróneamente que muchos puestos de trabajo no necesitan cualificación. Además los empleados no son compelidos a formarse mejor por utilizar los empleos en turismo como por un tiempo que es solo en la alta estación. Goded, 1998, afirma que la planificación incorrecta o la falta de ella influyen en la formación de la mano de obra para el turismo, en sentido que tienen que ser generalmente apresurada y los resultados son desastrosos con consecuencias para la reputación del destino. Otro aspecto a considerar es que el trabajo discontinuo da lugar a la fuerza laboral escasamente motivada para cualificarse y se suma que los salarios pagos suelen ser bajos.

Con el despliegue y penetración de la Internet y las redes sociales virtuales en los segmentos sociales que hacen más frecuentemente turismo, una mala experiencia turística en cualquier lugar del mundo puede expandirse con inesperada rapidez y sin posibilidad de *control* por el resto del planeta, creando una mala fama del destino turístico muy difícil de erradicar, aún con costosas campañas publicitarias.

### **2.2.7. Problemas enfrentados en la educación en turismo**

La calidad y pertinencia de la capacitación de los recursos humanos en turismo dependen no sólo de las instituciones de educación superior que investigan y enseñan estas materias a nivel

---

<sup>56</sup> Las que proponen que la identidad es basada en la identidad profesional, la del medio ambiente, y del sexo de los residents.

técnico y de pre y postgrado. Ella se encuentra también fuertemente condicionada por el nivel de desarrollo de la misma disciplina del turismo y la existencia de un campo de estudio e investigación consolidado.

En los países más desarrollados hasta los años 70 y 80 los cursos en turismo no estaban estabilizados y se desarrollaron de forma general y no planeada (Rubio Gil, 2001). Así, ellos formaban parte de los cursos de economía o geografía y les faltaba la consistencia en términos de calidad y coordinación.

La enseñanza en turismo está marcada por muchas dificultades en el contexto académico, principalmente, pues se trata de una materia nueva (tiene poco más de 50 años) y todavía no ha alcanzado el nivel de disciplina teórica (Cooper, 2001). Las razones para ello son varias, pero algunas pueden ser presentadas para la finalidad de esta Tesis, de la siguiente forma:

- la industria de turismo es altamente fragmentada y no posee una descripción propia;
- no existe un consenso entre los gobiernos, industria y la academia en lo que realmente consiste la industria de turismo. Así el turismo no es definido como sector y sus actividades no son bien documentadas y así también las necesidades de educación y entrenamiento del turismo son difíciles de ser identificadas en forma comprensible;
- Por ser una industria tan extensa, sus definiciones y categorizaciones plenas se hacen extremadamente difíciles: no existe una descripción universalmente aceptada de lo que es turismo. Ello se refleja en todos los niveles de educación;

De entre los muchos problemas que son enfrentados para la educación en turismo, pero los más importantes, que pueden incluso desacreditar la propia enseñanza en turismo, son apuntados por la OMT, 2001<sup>57</sup> principalmente en los países menos desarrollados (Matias, 2002):

- La educación en turismo es multidisciplinaria en su abordaje y contenido, siendo así interesante en sus dimensiones humanas para los historiadores y científicos de comportamiento. Y en sus dimensiones comerciales, que puede asociarse a los economistas, financistas y otros. El Turismo se pone así al servicio de otras áreas de estudio.
- El turismo es visto apenas como un caso de contribución de material de estudio para ilustrar otras disciplinas. Así el educador en turismo puede no alcanzar credibilidad e influencia política dentro de su institución, y representar amenazas para asignaturas ya más establecidas y, por tanto, más aceptables.
- El turismo no tiene una base teórica establecida como una base para estudios académicos más serios, lo que provoca un abordaje fragmentado de la educación y una falta de dirección clara para mantener el desarrollo de la teoría.
- Existe ignorancia y falta de credibilidad en la materia de estudios turísticos por todas partes, lo que lleva a las personas a la creencia de que los educadores en turismo sólo saben dónde debe ser “el próximo viaje” de los que le preguntan sobre los destinos.
- Existen problemas de disponibilidad de datos históricos y numéricos e informaciones para facilitar comparaciones interculturales e investigación.
- En los lugares donde existen datos históricos disponibles ellos suelen no ser confiables y difíciles de comparación, nacional e internacionalmente, además de la mala calidad (en turismo ya existen metodologías establecidas pero no son adoptadas por todos).
- La industria es diversa y fragmentada, segmentando varios sectores con amplia gama de operaciones.

---

<sup>57</sup> Y todavía están vigentes en los días de hoy.

## Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

- La industria turística está compuesta mayoritariamente por pequeños negocios, conducidos por empresarios y trabajadores autónomos que no poseen entrenamientos formales en turismo y que no reconocen la necesidad de apoyar los cursos y aumentar el profesionalismo en la industria.
- La educación en turismo está afectada por debilidades conceptuales, lo que deriva en falta de rigor y foco.

La falta de inversión en educación e investigación para el desarrollo de nuevas tecnologías en turismo suele frenar la innovación en el sector y el surgimiento de nuevas empresas turísticas más sofisticadas que usen la virtualidad, altos volúmenes de información y personal de alta cualificación para un servicio turístico más competitivo y de mayor valor, como ha propuesto Molina (2003).

La investigación en turismo se ha incrementado en el mundo junto con su importancia como sector económico (OMT, 2005) y las estadísticas internacionales han mejorado en los últimos años. En Brasil la investigación científica en turismo se intensificó a partir de la creación del Ministerio de Turismo el año 2003, cuando la necesidad de datos e informaciones fueron sentidos como imprescindibles para el planeamiento y gestión del turismo. A partir de este año, fueron encomendados importantes estudios a las instituciones de investigación oficial en el país y con credibilidad nacional (tales como la Fundación Getulio Vargas - FGV, la Fundação Estudos e Pesquisas Econômicas - Fipe, el Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - IBGE, el Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA) .

Así, solamente a partir de 2006, empezaron a aparecer los resultados de estas investigaciones con datos científicamente confiables y lo cual ha generado más interés por estudiar el tema en profundidad por parte de la comunidad científica. Las herramientas de la economía son las más utilizadas para investigar el tema turismo en Brasil, siendo estos profesionales quienes realizan además las investigaciones y consultorías más importantes y complejas. Se espera que ese conocimiento se transmita y comience a nutrir la enseñanza del turismo en Brasil.

**Capítulo 3. Características Generales del Estado de Ceará en Brasil**



### 3.1. Presentación del País Brasil.

Para conocer el Estado de Ceará, estudio de caso de esta Tesis, se presenta, inicialmente, el entorno donde se lo encuentra inserto, o sea, el país Brasil.

Brasil es un país “continental” (por su gran superficie - 8.547.403 km<sup>2</sup>), población (190.755.799, en 2011) y tamaño económico, que posee una gran diversidad natural y humana, a la vez que fuertes desequilibrios sociales y regionales que se expresan en una elevada complejidad y heterogeneidad económica. Es uno de los cinco países más extensos del mundo<sup>58</sup> (ocupa casi la mitad de América del Sur). Es una República Federativa organizada políticamente en estados (está dividido en 27 estados los que son llamados Unidades de la Federación), municipios (5.565 en total) y el distrito (Distrito Federal con la capital Brasilia) (ver Mapa 3.1)

Mapa 3.1: Brasil - divisiones administrativas y regiones geográficas

---

<sup>58</sup> Los demás son Estados Unidos, China, Canadá y Rusia.



Fuente: [http://www.ibge.gov.br/mapas\\_ibge](http://www.ibge.gov.br/mapas_ibge)

Para administrar el país existe una división en gobiernos en tres niveles: federal, estadual y municipal. Los Estados o Unidades de la Federación (UF) son agrupados en cinco Regiones, para efecto de planificación regional y de gestión de algunas instituciones gubernamentales, tales como los bancos de fomento. Las regiones son:

- Región Norte (en verde claro en el Mapa 3.1) incluye siete Estados: Acre, Amazonas, Amapá, Pará, Rondônia, Roraima y Tocantins;
- Mientras que el Nordeste (en rosa) está formado por los Estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte y Sergipe.
- El Sudeste de Brasil (en rojo) está conformado por los Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo y Minas Gerais.
- A su vez, el Sur de Brasil (en fucsia) está integrado por los estados de Rio Grande do Sul, Santa Catarina y Paraná;
- Y la Región Centro-Oeste (en amarillo) por el Distrito Federal (Brasília) y los Estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul y Goiás.

El proceso de urbanización en Brasil ha sido acelerado en las últimas cuatro décadas, alcanzando a más del 80% de la población en zonas urbanas (84,4% en 2010). Existen 103 ciudades de Brasil con población superior a las 250 mil personas y 16 ciudades ya han superado el millón de

habitantes. Las diez principales ciudades, en julio de 2012<sup>59</sup> eran: São Paulo (11,4 millones), Rio de Janeiro (6,4 millones), Salvador de Bahia (2,7 millones), Distrito Federal de Brasília (2,6 millones), Fortaleza (2,5 millones), Belo Horizonte (2,4 millones), Manaus (1,9 millones), Curitiba (1,8 millones), Recife (1,6 millones) y Porto Alegre (1,4 millones).

### 3.1.1. Comparativo entre las Regiones de Brasil

Brasil es un país de elevada concentración económica territorial, ya que en 2006 el 56,8% de su Producto Interno Bruto, PIB, se concentra en una sola Región, el Sudeste. En el año 2010 los datos eran similares, según muestra la tabla 3.1, o sea, 55,4% mas precisamente de la riqueza está concentrada en los cuatro estados que componen la Región Sudeste.

Tabla 3.1: Participación de las regiones en el PIB de Brasil 2002-2010 (referencia año 2002)

Regiones	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Norte	4,7	4,8	4,9	5,0	5,1	5,0	5,1	5,0	5,3
Nordeste	13,0	12,8	12,7	13,1	13,1	13,1	13,1	13,5	13,5
Sudeste	56,7	55,8	55,8	56,5	56,8	56,4	56,0	55,3	55,4
Sur	16,9	17,7	17,4	16,6	16,3	16,6	16,6	16,5	16,5
Centro-oeste	8,8	9,0	9,1	8,9	8,7	8,9	9,2	9,6	9,3
Total Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IBGE, 2008a, 2012 y 2012c.

Visto desde el ángulo de las Unidades de la Federación (UF), sólo seis de los veinte y siete estados y Distrito Federal (São Paulo – 33,5%, Rio de Janeiro – 10,9% y Minas Gerais – 8,9% de la Región Sudeste y Rio Grande do Sul – 6,7%, Paraná – 5,9% de la Región Sur y Bahia – 4,2% de la Región Nordeste) concentran el 71,1%, en 2006 y 69,8%, en 2010, del PIB de Brasil (IBGE, 2008a, 2012, 2012c). A partir de esta diferencia sustancial de capacidad productiva se generan fuertes disparidades en los niveles de renta por persona entre las regiones de Brasil, como muestra la siguiente tabla 3.2.

Así, un habitante promedio de la capital política, Brasilia, lo más rico en términos per cápita, producía en 2006 (hipotéticamente) un valor anual igual a 37.600 mil reales, mientras que un ciudadano de Ceará, en Nordeste, alcanza solo a los 5.636 reales, es decir, una relación de 6,7/1. En 2003 la relación entre estos dos estados era de 6,8/1. Esta misma relación del PIB por habitante entre la capital, Brasilia, y Ceará se mantiene casi constante entre 2002 y 2006, según IBGE (2008a). En 2010 la relación ha mejorado, o sea, pasa a ser de 6,3/1 pero permanece muy alta y distante de ser equilibrada.

Tabla 3.2: Brasil 2006-2010 - PIB por habitante en regiones y estados seleccionados (R\$1)<sup>60</sup>

Regiones y Estados Seleccionados	2006	2010
Norte	7.989	12.701

<sup>59</sup> Dato disponible en IBGE, acceso en marzo de 2013.

<sup>60</sup> Paridad al Euro= 2,55 y al dólar=1,96 (marzo de 2013).

Amazonas	11.829	17.173
Roraima	9.075	14.052
Amapá	8.543	12.361
Rondonia	8.391	15.098
Tocantins		12.462
<b>Nordeste</b>	<b>6.029</b>	<b>9.561</b>
Sergipe	7.560	11.572
Bahia	6.922	11.007
Rio Grande do Norte	6.754	10.208
Pernambuco	6.528	10.822
Ceará	5.636	9.217
<b>Sudeste</b>	<b>16.912</b>	<b>25.988</b>
Sao Paulo	19.548	30.243
Rio de Janeiro	17.695	25.455
Espírito Santo	15.236	23.379
Minas Gerais	11.028	17.932
<b>Sul</b>	<b>14.162</b>	<b>22.723</b>
Santa Catarina	15.638	24.398
Rio Grande do Sul	14.310	23.606
Paraná	13.158	20.814
<b>Centro-Oeste</b>	<b>15.551</b>	<b>24.953</b>
Distrito Federal	37.600	58.489
Mato Grosso	12.350	19.644
Mato Grosso do Sul	10.599	17.766

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IBGE, 2008a y 2012c.

\* Se ha considerado solo los Estados más ricos de cada Región

Una mirada a las regiones de Brasil, a través del PIB per cápita, en la Tabla 3.2, muestra que:

- Los estados de las Regiones Sudeste y Sur, además de la capital nacional - DF de Brasilia, en 2006 (y de los demás estados de la Región Centro-oeste, en 2010), poseen un PIB por habitante sustancialmente superior al resto del país.
- El Nordeste en 2006 es la región de menor PIB per cápita de Brasil (6.029 reales), siendo cinco estados de esta zona los de peor desempeño nacional en este indicador (*Piauí* - 4.213, *Maranhão* - 4.628, *Alagoas* - 5.164, *Paraíba* - 5.507 y *Ceará* - 5.636) y estando los 9 estados nordestinos dentro de los 11 de menor PIB por habitante de Brasil. En 2010 ha mejorado este indicador cuando la Bahía alcanzó la 6ª posición, Pernambuco la 10ª, Ceará la 12ª, y los demás estados en posiciones semejantes a las anteriores: a partir de la 16ª (*Maranhão*), 18ª, 19ª, 20ª, 21ª, y 23ª (Rio Grande do Norte, Paraíba, Alagoas, Sergipe y Piauí, respectivamente). En este ítem en 2010 continua siendo la segunda Región más pobre de Brasil.
- El Norte del país, en torno de la cuenca del Amazonas, una enorme área (casi 3,9 millones de kms<sup>2</sup>) de bajísima densidad poblacional (3,8 habitantes por km<sup>2</sup>), poseía en 2006 un PIB per cápita bajo, apenas más alto que el de los estados del Nordeste (promedio 7.750 reales) si se excluye Amazonas, cuyo Producto se encontraba muy influido por el Polo Industrial de *Manaus*, construido inicialmente para abrigar a la Zona Franca, hoy extinta como tal.
- Otro tanto sucede, aunque en menor medida, con el Centro-Oeste donde el DF de Brasilia, eleva considerablemente el promedio del PIB regional, mientras los demás estados, también de baja densidad demográfica, se encuentran en un nivel de PIB

por persona superior al Nordeste, pero alejado del Sudeste y Sur (excepción del Estado de Minas Gerais donde el PIB per cápita es semejante al de Mato Grosso do Sul).

Así, el estado de Ceará (nuestro caso de estudio), situado en el Nordeste, producía en 2006 por habitante un 44% de lo que, en promedio, Brasil alcanzó (12.688 reales). Y en 2010 esta relación fue de 46,6%, mejorando en dos puntos porcentuales en cuatro años.

### 3.1.2. El sector servicios en Brasil.

En relación al sector servicios se sabe que en los países más desarrollados la participación de los servicios en el PIB alcanza o sobrepasa el 70%. La proporción que representan los servicios en la distribución de la población ocupada es semejante o ligeramente superior. Así, en Estados Unidos o en Europa por ejemplo, pocos aún contestan la realidad de la tercerización de la economía contemporánea. Se discute la velocidad y las futuras consecuencias de ese proceso (Silva, Di Negri y Kubota, 2006).

En Brasil, según estudio del IPEA (2006) se observa que ciertas ramas de servicios se expandieron a una velocidad bien superior a la registrada para el conjunto de la economía, especialmente en lo que concierne a la generación de empleos o puestos de trabajo. Destacan los siguientes segmentos:

- (1) servicios empresariales y profesionales, especialmente en el caso de actividades relacionadas a las tecnologías de información, a la investigación y desarrollo;
- (2) servicios de salud;
- (3) educación;
- (4) servicios de información, principalmente aquellos que se expanden con la Internet;
- (5) entretenimiento y turismo;**
- (6) comercio y transporte (logística);
- (7) servicios financieros.

En razón de su dinamismo, esos servicios están entre los sectores que deben ser considerados estratégicos para la generación de valor y la creación de trabajos remunerados en las economías contemporáneas (Kon, 2006). Ellos tienden a concentrarse en las regiones metropolitanas, las que son cada vez más los grandes centros de producción de servicios diversificados, especialmente de servicios superiores, dependientes de información y conocimiento, pues utilizan servicios para producir otros servicios. Son centros de comercio nacional e internacional y de actividades de producción inmaterial diferenciadas, tanto de aquéllas destinadas al consumo personal, cuanto de aquéllas que suministran insumos intangibles para empresas. Son también polos de educación superior y de producción de arte, cultura y entretenimiento. Son, incluso, centros turísticos y, particularmente, de turismo de eventos o negocios, pero no venden sólo servicios de turismo. Al comercio de mercaderías se suma un nuevo comercio de “invisibles”. Las metrópolis contemporáneas importan y exportan software, moda e investigación; exportan e importan música, salud e ingeniería.

El análisis territorial de los servicios que pone foco en el desarrollo local, enfrenta considerables obstáculos. Entre ellos están la escasez de datos a nivel de empresa y establecimiento, el limitado grado de desagregación de los datos existentes y la carencia de series históricas basadas en clasificaciones comparables. La información sobre el sector servicios en la economía de Brasil continúa siendo producida principalmente para los niveles nacional o estadual

(agregados macroeconómicos, Pesquisa Anual de Serviços – PAS, hecha por IBGE). En los ámbitos metropolitano, municipal o urbano, los datos existentes se limitan casi exclusivamente a la distribución de la ocupación, en los marcos de investigaciones muestrales de base domiciliar. Este cuadro es paradójico en la medida en la que los servicios constituyen más de mitad del PIB brasileño y que están concentrados en las grandes ciudades y, particularmente, en las regiones metropolitanas del país.

Hasta el inicio de los años 80, la industria brasileña ocupaba un papel importante en el PIB. El cuadro se invirtió desde aquella década: entre 1980 y 2003 el crecimiento acumulado de la industria alcanzó sólo un 40%, el del sector agropecuario fue de 44,8% y el sector de servicios creció nada menos que un 71,3%. Sin embargo, en el mismo período, a pesar de esa enorme alza, el mercado de servicios tuvo una significativa caída de productividad y acabó por empujar hacia abajo la productividad de la economía como un todo, que cayó 4%. La fuerte participación de los servicios en el PIB también influyó negativamente la renta per cápita en este periodo.

Para el periodo 2000-2009 la participación del sector servicios en el PIB, mostrado en la Tabla 3.3, se ha mantenido en torno de los 64 a los 67,5%, habiendo un crecimiento en los últimos cinco años, y ha representado el mayor valor porcentual en 2009. En el periodo del inicio de los años 90 hasta 2009, los servicios en Brasil contribuyeron, en materia de productividad, con un fuerte aumento en la proporción de los trabajadores empleados, liderado por el comportamiento de los siguientes sectores: comercio, transportes, servicios prestados a las empresas y servicios privados no mercantiles. Eso para adiconar que la productividad media del trabajo para la economía como un todo creció a una tasa anual media del 1,24%.

Para una descripción detallada del sector de actividades turísticas, en 17 de setiembre de 2008 fue publicada la *Lei Geral do Turismo* nº 11.771/08 por la Presidencia de la República de Brasil. Esa ley describe con detalles las competencias, derechos y deberes, entre otros ítems, de las empresas que tienen el turismo como servicio.<sup>61</sup>

Tabla 3.3: Brasil: PIB servicios 2000-2009<sup>62</sup>

Fecha	PIB - Servicios
	(%)
2000	66,7
2001	67,1
2002	66.3
2003	64,8
2004	63,0
2005	65,0
2006	65,8
2007	66,6

<sup>61</sup> Una copia de la ley puede ser leída en el sitio [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br) que presenta la descripción de la ley en lo relativo a las tipologías de empresas investigadas en esta Tesis.

<sup>62</sup> Dato no disponible en fechas mas recientes (investigación en IPEA y IBGE en agosto de 2013).

<b>2008</b>	<b>66,2</b>
<b>2009</b>	<b>67,5</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPEA, 2007 y IBGE, 2013.

La tabla 3.4 presenta datos mas recientes sobre el sector servicios en Brasil el que tiene personal ocupado que ha crecido en todos los años del periodo 2007-2010 en todas las regiones, en especial en la Región Nordeste, que ocupó a 34,8% a mas de personas en estas empresas. En lo relativo al salario promedio mensual de los trabajadores en estas empresas, se observa que Nordeste, como la Región mas pobre de Brasil, es la que paga menos que las demás.

Tabla 3.4: Brasil - Var. % Personal Ocupado y Salario Promedio Mensual en SM<sup>63</sup> de empresas de servicios, según las Regiones 2007-2010

Región	Personal Ocupado				Salario Promedio Mensual			
	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2010/2007	2007	2008	2009	2010
<b>Norte</b>	7,9	8,6	8,4	2,7	2,2	2,2	2	2
<b>Nordeste</b>	13,1	7	11,4	34,8	2	1,9	1,8	1,8
<b>Sudeste</b>	7,1	6,7	9,6	25,3	2,9	2,9	2,7	2,7
<b>Sul</b>	8,5	4,8	12,9	28,4	2,3	2,2	2,2	2,1
<b>Centro-oeste</b>	12,3	5,4	8,9	28,8	2,5	2,5	2,3	2,2
<b>Brasil</b>	<b>8,5</b>	<b>6,4</b>	<b>10,3</b>	<b>27,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>

Fuente: IBGE, 2012d

### 3.1.3. La educación en Brasil.

Para hablar de educación superior en Brasil, de interés para esta Tesis, hacemos un pequeño recuento de la enseñanza básica (llamada también fundamental) y de la enseñanza media.

A comienzos del siglo XX, dos de cada tres brasileños eran analfabetos y después de 60 años, el país aún poseía un 40% de su población en esta condición. En ese mismo período, las principales naciones del Cono Sur habían alcanzado resultados mucho mejores: a comienzos de los años 60, Argentina estaba bajo el 9% de analfabetos, Uruguay en 10% y Chile en 16%. Es decir,

<sup>63</sup> El Salario Mínimo en marzo de 2013 es de R\$ 678,00 (promedio de 348 dólares dos EUA)

hace poco más de medio siglo, Brasil formaba parte de los países latinoamericanos de peor nivel educacional, sólo superando a El Salvador (52%), Nicaragua (53%), Honduras (56%), Bolivia (56%) y Guatemala (65%), según datos de Thorp (1998).

A pesar de los avances en alfabetización y escolaridad de la población ocupada en la última década (BNDES, 2007), Brasil sigue estando bastante atrás de la media latinoamericana a este respecto. En 2005 más del 11% de la población de 15 años y más de Brasil era analfabeta, contrastando con países como Uruguay (2%), Argentina (2,8%) y Chile (3,5%) y asemejándose a Bolivia (11,7%) y los países centro-americanos más pobres, según CEPAL (2007b).

En el largo plazo todos los países han reducido su tasa de analfabetismo, pero la cantidad absoluta de analfabetos se han mantenido o incrementado en varios países latinoamericanos. Con ello, la “brecha” con respecto a los países desarrollados se ha incrementado (Yañez, 2000). De hecho, la mala cualificación de sus trabajadores y técnicos, especialmente en la educación básica, ha sido considerada un factor económico desventajoso de su competitividad.

Estimaciones del INAF, 2007, muestran que el analfabetismo funcional<sup>64</sup> en Brasil asciende al 32% de la población de 15 a 64 años de edad. En 2012 el INAF calculó este dato que se redujo a los 27%. Un 7% son personas que no saben leer ni escribir y un 25% (que cursó 4 años de escuela) leen con mucha dificultad textos mínimos y apenas escriben su nombre. Adicionalmente un 40% tienen un dominio muy limitado de la escritura, lectura y matemáticas mínimas. Entre los estudiantes que concluyen la enseñanza media sólo un 55% es plenamente alfabetizado; y entre los que ingresan a la enseñanza superior, un 74%.

La enseñanza fundamental (básica) es la única obligatoria por ley en el sistema educacional brasileño y consume el 60% de los recursos públicos destinados a la financiación de la educación en el país. Según los datos del IBGE - Pesquisa Nacional por Muestra de Domicilios – PNAD 2004, 97,2% de los niños de 7-14 años estaban en la escuela, lo que evolucionó para 97,6% en 2007 (IBGE, 2008e<sup>65</sup>). En esta edad una preocupación ya salta a los ojos: existen trabajos para los niños en Brasil, o sea, se observa que de los niños de 7 a 10 años de edad, 3,2% están fuera de la escuela y 0,1% en el mercado de trabajo.

Los logros educacionales de Brasil en la última década han sido discutidos durante 2007 debido a los malos resultados de sus estudiantes en las pruebas internacionales de conocimientos de ciencias, matemáticas y lenguaje, PISA, de OECD (2007), donde ocupan los últimos lugares entre 55 países<sup>66</sup>. Los peores resultados educacionales se registran en la región Nordeste de Brasil. En la Enseñanza Media, los peores resultados educacionales se observan en los colegios públicos, cuyos alumnos obtuvieron una media de 49,2 puntos (máximo: 100) en la prueba objetiva del Examen Nacional de Enseñanza Media (ENEM) de 2006, mientras los de escuelas privadas obtenían 68.0 puntos.

---

<sup>64</sup> Un concepto de analfabetismo propiciado por UNESCO (Educación para todos, 2003) que incorpora a las personas con cuatro o menos años de escolaridad y que no consiguen entender un texto simple o las operaciones aritméticas básicas.

<sup>65</sup> Dato más reciente investigado en marzo de 2013.

<sup>66</sup> En la prueba PISA de OECD 2009 Brasil ocupó el 13º lugar de entre los peores (OECE, 2009 Database).



Se observa en el examen de alumnos de universidades <sup>67</sup>(ENADE) en 2006, según datos publicados por el Ministerio de Educación de Brasil<sup>68</sup>. Allí se observa mejores resultados en los alumnos de universidades de las regiones Sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro) y Sur (Paraná y Rio Grande do Sul), que son, como ya hemos visto, las zonas de mayores ingresos promedio y menor desigualdad social del país.

Es importante destacar que la enseñanza universitaria pública es gratuita en Brasil (mejor dicho, pagada por el contribuyente y no por el estudiante). No existe un examen nacional de ingreso a las universidades. Ello genera en los hechos un sistema altamente regresivo en términos sociales y territoriales, ya que los alumnos de colegios privados tienen una mejor formación académica que les permite ingresar a las mejores universidades y carreras, que en su mayoría son gratuitas.

En las regiones Sudeste y Sur existe la mayor concentración de universidades de alta calidad. Por lo tanto, serán ellos los que recibirán parte importante de los significativos subsidios nacionales a las mejores universidades federales (y estatales, en algunos casos). Es decir, el sistema educacional es regresivo en su origen aun cuando sea meritocrático en apariencia. En virtud de este diagnóstico, el Ministerio de Educación de Brasil ha impulsado programas (como PROUNI) destinados a posibilitar el ingreso de jóvenes de bajos ingresos a la universidad.

---

<sup>67</sup> La organización de los estudios superiores en Brasil: según el Ministerio de Educación de Brasil, luego de la conclusión de la enseñanza media o equivalente, el sistema educacional brasileño ofrece las siguientes opciones para la continuidad de los estudios superiores: cursos secuenciales, con hasta dos años de duración, y cursos de graduación, la mayoría con cuatro años de graduación, habiendo también los cursos de formación tecnológica, con dos o tres años de duración, y los cursos con duración de cinco o seis años como los de ingeniería o medicina, por ejemplo. Después de la graduación hay una serie de opciones de postgraduación: postgraduación lato sensu (son cursos de especialización y MBA o equivalentes) y programas de postgraduación stricto sensu los que incluyen las maestrías (académicas o profesionales) y doctorado. Los cursos secuenciales y de formación tecnológica pueden ser una opción para una inserción más rápida en el mercado de trabajo. Es posible posteriormente hacer un curso de graduación plena, con aprovechamiento de los créditos correspondientes a las asignaturas cursadas. Los diplomas pueden ser de bachiller o de licenciado. Los más tradicionales son los cursos que ofrecen diploma con el grado de bachiller que habilita al portador a ejercer una profesión de nivel superior. El grado de licenciado habilita al portador el ejercicio del magisterio en la enseñanza fundamental y media. Los dos grados han de cumplir las currículas específicas de cada una de las modalidades, pero el de licenciado, además de las asignaturas en la área de formación, requiere también asignaturas pedagógicas y 300 horas de práctica de enseñanza. Los cursos de graduación pueden ofrecer una o más habilitaciones, o sea, la habilitación es un programa de instrucción con exigencias específicas en asignaturas, prácticas y trabajo de conclusión, de entre otros, y debe ser vinculada de forma obligatoria a un curso de graduación. Los cursos secuenciales se destinan a la obtención o actualización de cualificaciones técnicas, profesionales o académicas, donde hay dos modalidades: curso superior de formación específica y curso superior de complementación de estudios. El primero es un programa de formación de estudiantes que ofrece un conjunto de asignaturas y actividades organizadas, con carga horaria y duración mínima de 1600 horas, 400 días lectivos y diploma a los concluyentes. El segundo es, de forma obligatoria, vinculado a un curso de graduación existente en la IES y debe ofrecer certificado a los concluyentes. La enseñanza puede ser administrada en las siguientes modalidades: presencial (cuando exige la presencia del alumno en por lo menos 75% de las clases y en todas las evaluaciones), semipresencial (cuando combina enseñanza presencial con parte de enseñanza realizada a distancia) y a distancia (cuando la relación profesor alumno no es presencial y el proceso de enseñanza recurre a varias formas de comunicación).

<sup>68</sup> Datos disponibles en [www.mec.gov.br](http://www.mec.gov.br)

El modelo tradicional de educación brasileña aún se presenta obsoleto en relación a la nueva realidad de mercado. La valorización de una cultura de contenidos, adecuada en la formación del alumno en la enseñanza básica para el *Vestibular*<sup>69</sup>, acaba por distanciar los alumnos de su éxito profesional. Cuando se habla de formación para la vida en un mundo globalizado se apunta para la necesidad de una persona ya lista para el mercado. Las empresas no tienen tiempo para aguardar la madurez de un profesional dentro de sus estructuras después de salir de la universidad. Surge, entonces, la necesidad de se formar personas con capacidades definidas. Y desarrollar capacidad no se limita a contenido, que es apenas una de las vertientes de la formación profesional (Barato, 2005). La cuestión pasa también por las esferas de las habilidades y de las actitudes. En este escenario, se impone a las universidades y cursos de pre y pos grados el desafío de que alteren drásticamente para un modelo devotado para la carrera, el llamado *carrier oriented*.

Un ejemplo de la ineficiencia de la enseñanza superior brasileña, en la fase de asociación con el mercado, son las universidades corporativas de las empresas, que tienen la tarea de formar a los empleados bajo la cultura de la organización, y suplir la deficiencia de formación de su personal. Estas son las mayores pruebas que las facultades no están entregando profesionales calificados a las empresas. Uno de los obstáculos al cambio, aún presentes, es el predominio de las ofertas de cursos de pos-graduación "stricto sensu" por las universidades públicas brasileñas. Tales cursos, en su grande mayoría, promueven la formación de un investigador, y no un profesional de mercado, que tendrá a reproducir el modelo de contenidos inadecuados. El papel de la nueva universidad es quebrar esa inercia y abrir espacio para implantar un modelo diferente. Buenos ejemplos ya empiezan a surgir y abren espacio para un horizonte con excelentes perspectivas.

Los resultados del Censo de la Educación Superior de Brasil<sup>70</sup>, en la tabla 3.5, se puede observar el ritmo de aumento de las Instituciones de nivel superior – IES las que han crecido entre 2002-2007 existiendo, entre tanto, según estudio del Ministerio de Educación - MEC, 2009, la tendencia de integración de instituciones por fusiones o compra observada en los últimos años. La distribución de las IES por categoría mostró la existencia de 89% de instituciones privadas y 11% de instituciones públicas entre las federales (4,6%), estaduais (3,6%) y municipales (2,7%). Mientras las instituciones privadas multiplican su oferta, contribuyendo con las vacantes de enseñanza superior, las públicas contestan con mayor lentitud.

Las investigaciones del MEC apuntan, que 35% de los alumnos que estudian en instituciones privadas están en instituciones que logran puntuaciones D o E en el sistema de Examen Nacional de Cursos en Brasil, contra 12% de las Universidades federales públicas. Muestra también que 61% de los alumnos que estudian en las Instituciones Federales de Enseñanza Superior estudian en universidades o facultades que logran nota A o B, contra apenas 19% de los alumnos de las privadas.

Tabla 3.5: Brasil - Educación superior evolución del número de instituciones 2002-2007

<sup>69</sup> Nombre de la prueba a través de la cual el estudiante entra a las universidades

<sup>70</sup> Publicado por el Ministerio de Educación en 02 de febrero de 2009, con coleta de informaciones en 2008 (acceso en marzo de 2013 <http://portal.inep.gov.br>).

Año	Total	Pública federal	Pública estadual	Pública municipal	Privada
2002	1.637	73	65	57	1.442
2003	1.859	83	65	59	1.652
2004	2.013	87	75	62	1.789
2005	2.165	97	75	59	1.934
2006	2.270	105	83	60	2.022
2007	2.281	106	82	61	2.032

Fuente: elaboración propia a partir de MEC- INEP, 2009.

Los análisis mas cualitativos en la tabla 3.5 permiten algunas conclusiones: la primera es que la enseñanza de nivel superior en el sector público es de buena calidad, pero no va acompañada de la explosiva demanda por vacantes. La segunda es que el sector privado, que consume grande parte de esa demanda por vacantes, produce egresos que no saben lo que deberían saber al finalizar sus cursos. El resultado general es que el sistema como un todo no acompaña ni a las aspiraciones sociales ni producen la mano de obra calificada que es fundamental para el desarrollo del país, en un mundo cada vez más tecnológicamente avanzado. El desafío mayor en la educación superior de Brasil es saber cómo permitir el acceso a instituciones de calidad. Eso quiere decir: o se aumenta la oferta de las instituciones públicas o se mejora la calidad de la educación ofrecida en las privadas.

En términos regionales, en 2007, (tabla 3.6) en la región Nordeste fue observado un incremento de 10 instituciones, en la región Centro-Oeste y Norte un crecimiento de 6 y 5 instituciones respectivamente. En la región Sudeste fue observado un crecimiento de dos instituciones y en la Región Sul registrase una disminución de 12 instituciones. Observase de entre las regiones de Brasil también (además de la renta) la gran concentración de instituciones de nivel superior en la región Sudeste en porcentual del total de Brasil al largo del periodo, aunque este número esté en disminución: 51,3% en 2002, 50,5% en 2003, 49,7 en 2004, 48,6% en 2005, 48,2% en 2006 y 48,1% en 2007.

Tabla 3.6: Brasil – educación superior - evolución del número de instituciones según la región 2002-2007

Año	Brasil	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro -oeste
2002	1.637	83	256	840	260	198
2003	1.859	101	304	938	306	210

2004	2.013	118	344	1.001	335	215
2005	2.165	122	388	1.051	370	234
2006	2.270	135	412	1.093	387	243
2007	2.281	140	422	1.095	375	249

Fuente: elaboración propia a partir de MEC- INEP, 2009

En términos de organización académica en Brasil las universidades, las que representaron 8% del total en 2007, han crecido en el periodo 2002-2007 (tabla 3.7) correspondiendo del total (183 en 2007) a 52,5% de públicas y 47,5% privadas. Según la legislación vigente estas instituciones tienen autonomía académica, administrativa y de gestión financiera y patrimonial, debiendo realizar actividades de enseñanza, investigación y extensión de forma indisociable. O sea, además de las actividades de enseñanza en la graduación, las universidades propiamente dichas deben tener espacio para maestrías y doctorados y para la investigación de estudios avanzados.

Los Centros Universitarios, que representaron 5,3% de las IES, en 2007, también han crecido en el periodo y son instituciones que en términos de la legislación vigente, gozan de autonomía didáctica y administrativa y pueden crear cursos sin autorización previa del MEC, deben ofrecer enseñanza de excelencia, oportunidades de cualificación al cuerpo docente y condiciones de trabajo a la comunidad escolar. Representaron, en 2007, a 96,7% en el sector privado.

Los demás tipos de instituciones, que representan la mayor parte del sistema, son las facultades separadas, escuelas e institutos de educación superior, en general instituciones de pequeño tamaño, las que sumaron 1.978 instituciones, representando 86,7% del total de las IES, en 2007 y han crecido al largo del periodo 2002-2007. Se observó que este tipo de institución predominó en el sector privado (92,5% de ellas). Según la legislación vigente, las facultades, deben tener propuestas curriculares en más de una área del conocimiento, son organizadas en el mismo comando con la finalidad de formar profesionales de nivel superior, pueden administrar cursos en los varios niveles (secuenciales, de graduación, de pos-graduación y de extensión) y modalidades de enseñanza. Los Institutos de educación superior, al igual que las facultades tienen la finalidad de administrar cursos en los varios niveles (secuenciales, de graduación, de pos-graduación y de extensión).

Tabla 3.7: Brasil – educación superior número de instituciones según la organización académica 2002-2007

Años	Universidades	Centros Universitarios	Facultades
2002	162	77	1.398

2003	163	81	1.615
2004	169	107	1.737
2005	176	114	1.875
2006	178	119	1.973
2007	183	120	1.978

Fuente: elaboración propia a partir de MEC- INEP, 2009

Además de las tipologías presentadas, en Brasil existen los Centros de Educación Tecnológica que son instituciones con finalidad de calificar profesionales en cursos superiores de educación tecnológica para los diversos sectores de la economía, realizar investigaciones y desarrollo tecnológico de nuevos procesos, productos y servicios, en articulación con los sectores productivos y la sociedad ofreciendo, incluso, mecanismos para la educación continuada. El ritmo de crecimiento de estos cursos registrado en 2007 fue de 28%, siendo 700 nuevos cursos en el total, la gran mayoría ofrecidos por las facultades y universidades.

El Censo de 2007 registró un aumento en el número de vacantes de nivel superior ofrecidas, en especial en las instituciones privadas. Sin embargo, este aumento no resultó en aumento en número de ingresos, con aumento de vacantes ociosas de 1.341.987 relativo al número total de ingresados. El número total de cupos ofertados en la graduación presencial fue de 2.823.942 en todo el Brasil del cual las instituciones privadas fueron responsables por el mayor número de cupos – 88,4%. En lo referido a la organización académica, la mayoría de los estudiantes brasileños está matriculada en universidades (2.664.187), los centros universitarios registraron 680.938 matrículas y las facultadas 1.555.256.

Otro aspecto importante en relación al Censo de 2007 es que las matrículas en las ciudades del interior han aumentado entre las instituciones federales del ámbito estadual y municipal (Tabla 3.8), siendo que las instituciones privadas tuvieron una participación en las ofertas de matrículas, en las ciudades fuera de las capitales, de 40%.

Tabla 3.8: Brasil – educación superior número de matrículas por categoría administrativa según la localización – 2007

Localización	Total	Pública Federal	Pública Estadual	Pública Municipal	Privada
Capital	2.211.982	396.125	125.126	2.019	1.688.712
Interior	2.668.399	219.417	357.688	140.593	1.950.701
Total	4.880.381	615.542	482.814	142.612	3.639.413

Fuente: elaboración propia a partir de MEC- INEP, 2009

El Plan Nacional de Educación tiene como uno de sus objetivos para la enseñanza superior la reducción de la tasa de evasión de los alumnos cuyo porcentual de conclusión, calculado por la razón entre el número de concluyentes de un año y el de ingresantes cuatro años antes. Para 2007

el porcentual de concluyentes relativo a los ingresados en 2002 fue de 58,1% y la mayor proporción fue observada entre los alumnos de las instituciones federales (72,6%) seguidos por los alumnos de las instituciones estaduais (63,8%) y de las municipales (62,4%). En las instituciones privadas se presentan los más pequeños porcentuales de conclusión de cursos de graduación – 55,4% de concluyentes.

#### **3.1.4. Instituciones de enseñanza superior en Turismo.**

El Ministerio del Turismo de Brasil<sup>71</sup> facilitaba una lista de instituciones de enseñanza superior, que allí se registraron como profesionalización y capacitación al turismo y áreas afines. Estos datos son listados por institución y por estados en Brasil, no siendo una lista con el nombre de los cursos que dictan las instituciones. Así, puede una institución ofrecer uno o más carreras en las modalidades de turismo o áreas afines (hotelería, gastronomía, eventos, ocio, entretenimiento, entre otros) y en estos casos, los números de carreras son más grandes que el número de instituciones presentadas. En la tabla 3.9 se puede apreciar la cantidad de cursos que existen en Brasil con el tema de turismo: son en total 576 instituciones, distribuidas en los 27 Estados y en el Distrito Federal. El Estado de Sao Paulo tiene el mayor registro de instituciones en éste ámbito (193) y corresponde al 33,5 % de todo el país. Es seguido por el estado de Minas Gerais (8,68 %), Paraná (7,99 %), Río de Janeiro y Santa Catarina (5,9 %), Bahía (5,38 %) y Pernambuco (3,65 %). El importante es que todas las Unidades Federativas de Brasil han incorporado los cursos de turismo y áreas afines en sus carreras universitarias. Ceará, nuestro objeto de estudio, se posiciona en el 13º lugar en número de instituciones de enseñanza en turismo y posee 11 de ellas el que le da casi 2% de la oferta del país.

Tabla 3.9: Brasil: Instituciones de enseñanza superior en turismo y áreas afines – 2009

---

<sup>71</sup> Ver en <http://www.turismo.gov.br/> acceso en marzo de 2013.

Localización	cantidad	% s/total
São Paulo	193	33,51%
Minas Gerais	50	8,68%
Paraná	46	7,99%
Rio de Janeiro	34	5,90%
Santa Catarina	34	5,90%
Bahia	31	5,38%
Pernambuco	21	3,65%
Mato Grosso do Sul	18	3,13%
Rio Grande do Sul	18	3,13%
Goiás	16	2,78%
Distrito Federal	15	2,60%
Espírito Santo	14	2,43%
Ceará	11	1,91%
Maranhão	11	1,91%
Mato Grosso	11	1,91%
Rio Grande do Norte	9	1,56%
Amazonas	7	1,22%
Alagoas	6	1,04%
Pará	6	1,04%
Piauí	6	1,04%
Paraíba	5	0,87%
Rondônia	4	0,69%
Sergipe	3	0,52%
Tocantins	3	0,52%
Amapá	2	0,35%
Acre	1	0,17%
Roraima	1	0,17%
Total	576	100,00%

Fuente: elaboración propia a partir de Ministério do Turismo, 2009a

Si se agrupan las instituciones con enseñanza en turismo y áreas afines entre las regiones que componen Brasil, Tabla 3.10, se percibe la Sudeste como la de mayor número de instituciones, representando 50,5% de todas las demás. La segunda región que reúne más enseñanza en turismo es la Nordeste, con un número total de 103, lo que representa 17,9% de Brasil. Es probable que en esta región la oferta mayor sea por la abundancia de recursos naturales y el gran potencial para la actividad de turismo. La región Sur se posiciona en este ítem muy similar al Nordeste, con 98 instituciones representando 17% de toda la oferta de Brasil. La cuarta posición es del Centro Oeste donde se localizan 60 instituciones (10,4%) y la quinta y última posición es de la región Norte donde 24 instituciones están con el tema turismo y afines de entre sus capacitaciones profesionales.

Tabla 3.10: Brasil - Instituciones de enseñanza superior en turismo y áreas afines, por regiones – 2009

Regiones	cantidad	% s/total
Norte	24	4,2
Nordeste	103	17,9
Centro-oeste	60	10,4
Sudeste	291	50,5
Sul	98	17,0
<b>Total</b>	<b>576</b>	<b>100,0</b>

Fuente: elaboración propia a partir de Ministério do Turismo, 2009a

En la tabla 3.11 se hace un comparativo entre los estados que recibieron más turistas en Brasil en 2007 y la cantidad de instituciones de turismo y afines registradas: Sao Paulo fue la ciudad que obtuvo más turistas y también más enseñanza profesional en turismo. Río de Janeiro es el segundo en términos de recibimiento de turistas y el cuarto con relación al número de instituciones. El Rio Grande de Sul se clasificó como tercero en número de turistas y fue el nono en cantidad de instituciones. Paraná (4º), Bahia (5º), Rio Grande do Norte (6º), Ceará (7º), Santa Catarina (8º), Pernambuco (9º), Mato Grosso do Sul (10º), Amazonas (11º) y Pará (12º), fueron los estados por orden decreciente de número de turistas mejores clasificados como receptores de turistas en Brasil y están entre los diecinueve (de entre los 27 en total) que más están con instituciones que tienen currículos en turismo y afines.

Observase que la relación entre los dos indicadores, número de turistas que el destino recibió y número de instituciones dedicadas a la profesionalización en turismo y afines<sup>72</sup> demuestra que este aspecto puede ser llevado en consideración cuando un inversionista quiere ubicar su negocio en una ciudad porque, al contar con más instituciones ocupadas con la profesionalización de los habitantes en aquella área, también puede tener mejores resultados laborales y empresariales, eso si la calidad de estas instituciones fuera buena.

Los estados que no aparecen de entre los que más recibieron turistas, pero que tienen clasificación en número de instituciones de mejor enseñanza que los listados en la tabla 3.11 (Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Espírito Santo, Maranhão, Mato Grosso y Alagoas) deberían preocuparse del destino de los profesionales que están formando, pues estos o van a trabajar en otra rama de actividades o van a servir para trabajar en otras localidades de otros estados, o aún, las carreras pueden verse sin alumnos y cerrar sus puertas.

Tabla 3.11: Brasil - comparativo entre llegada de turistas y nº de instituciones de enseñanza superior por principales estados receptores

<sup>72</sup> Aunque no sea directa, además de muchos otros factores, como ya hemos discutido en este trabajo, que afectan la calidad y cantidad de turistas que visitan un destino.



Estados	Número de turistas 2007	clasificación en Brasil	cantidad de Inst. enseñanza superior	% en Brasil de instituciones	Clasificación en Brasil en número de instituciones
São Paulo	2.356.705	1	193	33,51	1
Rio de Janeiro	773.932	2	34	5,90	4
Rio Grande do Sul	587.392	3	18	3,13	9
Paraná	516.376	4	46	7,99	3
Bahia	183.867	5	31	5,38	6
Rio Grande do Norte	108.474	6	9	1,56	16
Ceará	105.284	7	11	1,91	13
Santa Catarina	103.667	8	34	5,90	5
Pernambuco	68.345	9	21	3,65	7
Mato Grosso do Sul	55.209	10	18	3,13	8
Amazonas	30.584	11	7	1,22	17
Pará	20.961	12	6	1,04	19
Otros	105.038				
<b>Total Brasil</b>	<b>5.025.834</b>				

Fuente: elaboración propia a partir de Ministério do Turismo, 2009

### 3.1.5. La capacitación en turismo en Brasil.

En Brasil el Ministerio del Turismo creyendo que el turismo presenta mejores resultados<sup>73</sup>, que otros sectores de actividad económica, instituyó en 2003 (y renovó en 2007 y 2010) el Plano Nacional de Turismo que tienen como uno de sus ejes dar calidad al producto turístico brasileño. Así la educación profesional es uno de los factores esenciales para que la actividad de turismo se desarrolle con calidad, porque los profesionales competentes elevan la calidad de la oferta turística nacional, permitiendo de esta forma el aumento de la competitividad de Brasil como destino turístico mundial y su consecuente contribución para el desarrollo del País. Además las nuevas formas de organización del trabajo y las demandas creadas por las nuevas tecnologías impulsan la competencia mundial y ponen a las personas en la posición de bien valioso en las organizaciones de la actualidad, en especial en el sector de servicios, donde está inserto el turismo.

El currículo de una carrera de formación profesional de nivel superior es un proyecto de profesión y los que pasan por los cursos van a definir lo que será su profesión, de acuerdo con lo que aprendieron y son capaces de aplicar en la vida profesional. Onzy y Batomé, 2005, definen la competencia como un grado de perfección en la capacidad de actuar del profesional, o sea, es una característica del comportamiento profesional en todos los campos de actuación. El proceso se inicia a partir de la información que debe ser transformada en aptitud, competencia, habilidad y pericia. Cada comportamiento es una compleja interacción entre el medio que necesita de evidencias de que sean los componentes de esta interacción para ser efectivamente identificado.

A partir de una investigación de carreras universitarias de turismo en Brasil que tenían más tiempo de existencia y publicaciones científicas en el tema turismo, y que, por lo tanto, pueden representar los cursos de nivel superior, de manera general, en sus currículos, los autores revelaron que existen nueve distintos criterios utilizados para nombrar las asignaturas en estas carreras:

<sup>73</sup> En términos de generación de empleos, puestos de trabajos y renta.

1. áreas y sub áreas de conocimientos y temáticas amplias, aisladas o aplicados: lengua portuguesa, estadística y turismo, por ejemplo;
2. categorías de temas restrictos, aislados o aplicados: teorías, urbanismo, deporte, por ejemplo;
3. profundidad de estudios de alguna área de conocimiento, tema en particular o en relación a otras áreas de conocimiento, asuntos o temas: nociones, elementos, tópicos, aspectos, por ejemplo;
4. recortes temporales del estudio de alguna área de conocimiento, asunto o tema: contemporáneo, antiguo, medieval, por ejemplo;
5. paquete geográfico o físico del estudio de alguna área de conocimiento, asunto o tema: rural, brasileño, en Europa, por ejemplo;
6. tipos de procedimientos o instrumentos de trabajo que incorporen de alguna área del conocimiento, asunto o tema: informática, lenguajes tecnológicas, por ejemplo;
7. tipos de actuaciones o de actividades, aisladas o relacionadas a alguna área del conocimiento, asunto, tema, objeto, fenómeno o sitio: consultoría, recreación, planeamiento, *agenciamiento*, por ejemplo;
8. tipos de locales de trabajo: agencias de viajes, por ejemplo;
9. tipo de exámenes a ser hecho en relación a alguna área de conocimiento, asunto o tema: analisis estructural, por ejemplo.

A partir de estos criterios es posible verificar los tipos de enfoques que están siendo dados a la formación de los profesionales de turismo en Brasil.

Se concluye que todavía existe poca claridad en relación a la función de cada una de las asignaturas para el desarrollo del comportamiento profesional significativo para la sociedad, en relación al turismo. Se pregunta: ¿qué categorías serian las más adecuadas para orientar el planeamiento y organización de cursos superiores en turismo, en el sentido de tornarlas más efectivos en la capacitación de personas para solucionar problemas económicos y sociales, para minimizar o suplir las necesidades de la sociedad en relación al turismo? La respuesta puede ser encontrada en la reflexion de que las categorías de los problemas, necesidades y características sociales que necesitan de intervención profesional serian más apropiadas do que las categorías de la organización del conocimiento en capacidad de actuar frente a la realidad, o sea, en procesos de enseñanza aprendizaje.

La gama de especializaciones del turismo permiten que el profesional tenga una amplia visión del sistema turístico que tiene la misma base de otros saberes: la educación. Se ha constatado, al largo del tiempo al cual se ofrece destinos turísticos y que se analiza el sector, que no basta el profesional en turismo saber hablar otras lenguas o saber vender los billetes de transportes. Cada día más es exigido del profesional un conocimiento respeto de todo aquello que envuelve la actividad, la realidad del destino y del mundo.

Las exigencias aumentan y la competencia de los profesionales debería aumentar de forma proporcional. Sin embargo, si el profesional necesita adaptarse a los cambios, el modo como son educados también debe acompañar las transformaciones. Llegase de esta forma al rol del educador dentro de la actividad de turismo, el cual necesita estar apto a trabajar las alteraciones con sus alumnos. Hoy día el mercado pide más calidad, eficiencia y el saber transformar informaciones en conocimiento.

Es necesario saber hacer con que la experiencia del visitante o turista sea positiva para los dos lados – el profesional y el turista. Y para que esto ocurra se debe volver al tiempo en que el profesional estaba en la sala de aulas aprendiendo y entendiendo la importancia suya como

prestador del servicio, de realizador de sueños. No se admite más el profesor que habla y que no permite cuestionamientos pues este tipo de actitud no permite el desarrollo adecuado de las habilidades de sus alumnos. Todavía se encuentran profesores que enseñan de forma inadecuada y limitada, sin la busca de nuevos conocimientos, sin establecer contacto real con sus alumnos para saber de sus aprendizajes.

En la era de la información, cuando ocurrieron muchos cambios en la forma de educar ya se encuentran profesores preocupados con el “aprender a aprender” repasando sus conocimientos a sus alumnos de una forma creativa y con placer. Se ve profesores que juntan todas las áreas del saber para proporcionar al futuro profesional un aprendizaje saludable, mas completo, bien embasado, cualificado, preparándolo para cualquier modificaciones que vengan a ocurrir en su área.

Para mejor entendimiento de las diferenciaciones sobre la educación en turismo, en el cuadro 3.1 es dibujado un panorama general de las modificaciones ocurridas, presentando el pasado, el presente y el futuro, enfocando el educador y el mercado en áreas de turismo.

Cuadro 3.1: Educación en turismo - Pasado, presente y futuro

Discriminación	Ayer	Hoy	Mañana
<b>Profesional</b>	Reto en solo una área	Desarrollo de habilidades en algunos segmentos, acceso a muchas informaciones	Especialista en todas las áreas, desarrollo continuo.
<b>Educador</b>	Orientador sin preocupaciones con el real, aprendizaje sin formación o especificación en la área	Todavía hay resquicios del pasado, pero surgen profesores dirigidos a la interdisciplinaridad y en la aprendizaje continua	Profesores especialistas en las áreas ligados a los cuatro pilares de la educación: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a convivir, aprender a ser.
<b>Mercado</b>	Mercado con profesionales de todas las áreas, muchos sin formación específica.	Mercado más competitivo, exigiendo formación calificada y que presente diferencial.	Ética y competencia en todas las áreas como diferencial

Fuente: elaboración propia a partir del original Heidi Kanitz, 2004.

Se percibe aun que el rol del educador no es solo del lado profesional, delineándose también para el lado social, familiar y el emocional. Es necesario que los educadores estén conectados directamente a todas las exigencias y que ellos sepan transmitir a sus alumnos la importancia de todo este conjunto de exigencias y necesidades.

El área de turismo en Brasil todavía se encuentra carente de buenos profesionales, con técnica, sabiduría y competencia. Los agentes de estos cambios necesitan saber trabajar con la realidad actual, atentos no solo a su propio crecimiento, como también con el buen desempeño de cada uno de sus alumnos porque muchos serán sus sucesores.

### 3.1.6. La problemática del turismo en Brasil

Corresponde ahora describir brevemente la situación del sector turismo a nivel de Brasil toda vez que éste ejerce una fuerte influencia sobre esta actividad en Ceará, tanto porque la

demanda doméstica es la más importante para el Estado (92% de los visitantes fueron brasileños, en 2011, según la SETUR, 2012) como porque buena parte del acceso del turismo internacional se registra a través de Sao Paulo, Río de Janeiro y otros grandes centros urbanos de Brasil<sup>74</sup>.

Desde el punto de vista de la oferta, las condicionantes del sector turismo en Brasil se transmiten también a Ceará, afectando su desempeño. Es el caso, por ejemplo, de las infraestructuras ferroviarias<sup>75</sup>, de carreteras y aeropuertos, los sistemas cambiario y de seguridad pública, además de las políticas tributarias y de apoyo al sector turismo que emergen como respuesta a los desafíos del sector nacional.

Durante 2007 el sector turismo en Brasil ha entrado en crisis, quebrando la tendencia positiva de la presente década. La constatación más fuerte es que en el marco de un crecimiento mundial de la actividad turística (5,4%, en 2005 y 4,5%, en 2006), el turismo internacional hacia Brasil se redujo en 2006<sup>76</sup> según las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (Ministério do Turismo, 2009b). Así, mientras en 2005 llegaron 5,4 millones de visitantes a Brasil, en 2006 esa cifra cayó para 5 millones, cantidad inferior a la que visitó el país en 1995 y en el año 2000. Eso ha significado que Brasil ocupaba en 2006 el 37º lugar en recepción de turistas y el 42º lugar en ingresos dejados por esos turistas (4,3 mil millones de dólares) de un total de 50 países investigados (OMT, 2007a). En 2008, frente a la crisis económica mundial, Brasil recibió poco más de 5 millones de visitantes, los que representaron 4,8% más que en el año 2007; en 2009 los turistas se redujeron aun mas y fueron en numero de 4,8 millones; en 2010 hubo una recuperación para 5,2 millones (Ministerio do Turismo, 2011), cuando se ha recuperado la cifra de 1995 que fue de 5,1 millones (Ministério do Turismo, 2010). En 2012 Brasil ha recibido 5,4 millones de visitantes (Ministerio do Turismo, 2012).

### 3.1.7. Políticas Nacionales de Turismo en Brasil (2003-2007 y 2007-2010)

El Gobierno de Brasil definió su Plan Nacional de Turismo 2003-2007 como un importante mecanismo de reducción de la pobreza, de las desigualdades regionales y sociales y de la generación de empleo. Este Plan fue acompañado por la disposición de importantes niveles de créditos para pequeños y micro empresarios del sector turístico (700 millones de dólares, en 2003) y por la creación de una institucionalidad ministerial y de profesionalización de EMBRATUR - *Instituto Brasileiro de Turismo*, la agencia gubernamental de apoyo al sector (Ministerio de Turismo, 2003).

Es importante consignar acá que los objetivos de la política estadual del turismo del Estado de Ceará estuvieron en plena consonancia con esta idea matriz al entender al turismo tanto como estrategia para el desarrollo social (generación de empleo y renta, inclusión social y mejoramiento

<sup>74</sup> Desde 2004 una agresiva política de captación de vuelos desde Europa ha permitido a las capitales del Nordeste y especialmente Fortaleza, disponer de vuelos directos desde Portugal, España, Holanda e Italia, preferentemente en alta estación, lo cual ha sido especialmente importante para mantener este flujo turístico dado el colapso del sistema aéreo del país desde mediados de 2006 (Diario del Nordeste, edición del 9 de julio de 2007). En diciembre de 2012 fueron inaugurados vuelos directos desde Fortaleza a Roma además del ya existente hacia Lisboa.

<sup>75</sup> Casi inexistentes en Brasil para uso turístico.

<sup>76</sup> Año de referencia de la investigación de terreno de esta Tesis.

de la calidad de vida) como para el desarrollo económico (el Turismo como negocio) (SETUR, 2004)<sup>77</sup>.

A partir de 2007, el Plan Nacional de Turismo 2007-2010 (que consideraba un presupuesto gubernamental de 3,4 mil millones de dólares) refuerza el objetivo de inclusión social de la actividad turística, incentiva el turismo doméstico y define algunas áreas preferenciales de calidad internacional. En particular se incentivó los viajes de jubilados de medios y bajos ingresos hacia el Nordeste de Brasil mediante créditos subsidiados.

La meta del Plan fue de una virtual duplicación en 5 años de la cantidad de viajes turísticos dentro de Brasil (a 217 millones de viajes), lo cual incentivaría el mejoramiento de la infraestructura (3 mil millones de dólares), las inversiones privadas apoyadas por créditos públicos (estimadas en torno de 3.500 millones de dólares) y la cualificación profesional en estas zonas pobres y con atractivos turísticos, generando en torno de 1,7 millones de nuevos empleos (Ministerio do Turismo, 2007). Se percibe que la cualificación de recursos humanos es reconocida como necesaria y forma parte de la política pública nacional en la actividad de turismo.

Nuevamente uno de los pilares del Plan de Nacional de Turismo (PNT) 2011/2014<sup>78</sup>, es la inversión directa en los esfuerzos y acciones que contribuyan a la erradicación de la pobreza en el país. Directrices propuestas que promuevan la inclusión social, con la implementación de proyectos destinados a la generación de negocios, empleos e ingresos para la población. El plan además de establecer metas a alcanzar se ocupa de la preparación del turismo brasileño en la Copa del Mundo 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016.

Elaborado en consonancia con el Plan Plurianual 2012/2015 del gobierno federal, el PNT 2011-2014 tiene como premisas: la ampliación del diálogo con la sociedad, reducción de las disparidades regionales, promoción de la sostenibilidad, fomento a la innovación y promoción de la regionalización del turismo. Se suman en los retos del Plan alentar a los brasileños a viajar por el país, aumentar la generación de divisas, aumentar la competitividad del turismo del País y fortalecer la gestión compartida.

Se añade al anterior el escenario de apertura económica de Brasil y el masivo ingreso de capitales extranjeros en la economía nacional lo que ha significado una valorización del real en los últimos años, afectando la competitividad del turismo receptor regional (Versiani, 2007); ello fue atenuado en 2008 con la valorización del dólar en el contexto de la crisis financiera internacional. Y se atenuó mas todavía en 2012, cuando las tasas de juros oficial de Brasil han sido rebajadas y llegaron, en marzo, a un dígito, o sea 9,75% al año, motivado no solo por el aumento de la entrada de dólares sino por el pequeño resultado del Producto Interno Bruto (PIB) de 2011, lo que apuntó crecimiento de ínfimos 2,7% para a economía brasileña. Otro número llevado en consideración en la decisión, fue el dato de la producción industrial del principio del año, enero, que presento retracción de 2,1% - número por debajo del esperado para el período.

---

<sup>77</sup> En marzo de 2013, la SETUR CE no publica su política de Turismo. Véase site oficial <http://www.setur.ce.gov.br>

<sup>78</sup> Lanzado en julio de 2011, ver en <http://www.turismo.gov.br>

### 3.2. Presentación del Estado de Ceará.

La presente Tesis se concentra en un destino turístico importante en Brasil, el Estado de Ceará, el que ha elegido el Turismo como herramienta<sup>79</sup> para su desarrollo sustentable. Los años de 2012 y 2013 han empezado con la conclusión de muchos proyectos de inversiones importantes tales como el aeropuerto de Aracati, el aeropuerto de Jericoacoara, el Centro de Eventos y la aprobación de la construcción del acuario de Ceará.

Ceará situado un poco abajo (dos grados) de la línea de Ecuador, en una posición tropical, se limita al Sur con Pernambuco, al Norte con el Océano Atlántico, al Oeste con Piauí y al Este con Paraíba y Rio Grande do Norte (Mapa 3.2). El Estado de Ceará está compuesto por 184 municipios con autonomía político-administrativa, posee un área total de 148.920,472 km<sup>2</sup>, el que equivale a 9,57 % del área de la Región Nordeste y 1,74% del área de Brasil. Ceará posee la cuarta extensión territorial del Nordeste y es el 17º de entre los estados brasileños en términos de superficie territorial.

Con sus 8.185.286 habitantes, en 2007, representaba el 4,4% de la población brasileña y el 15,9% de la nordestina (IBGE, 2007c), siendo 75% de ellas vivían en áreas urbanas. En 2010 el censo presenta una población de Ceará igual a 8.452.381: este contingente poblacional lo hace el 8º estado más populoso de Brasil y el tercero del Nordeste, además con una densidad demográfica de 56,76 hab/km<sup>2</sup> (IBGE, 2011a). El clima es semi-árido con significativas variaciones de lluvias, muy concentradas entre los meses de febrero y junio, en las zonas interior (500 mm., promedio) y litoral (1.000 a 1.300 mm. promedio) y entre años, existiendo sequías recurrentes, con elevado impacto en la población. Casi el 55% de las áreas ocupadas por la población son improductivas para agricultura.

El Estado de Ceará es llamado la **Tierra de la Luz** pues cuenta con promedio 2.800 horas de sol por año, con vientos que soplan en los 573 kilómetros de litoral del Estado. El mar es siempre tibio, y con temperatura de aproximadamente 27º grados centígrados. Circundado al norte por “mares verdes” del Atlántico, al sur por la chapada (pequeña sierra) del Araripe, al este por la chapada del Apodí, y al oeste por la chapada Ibiapaba, teniendo como capital la ciudad de Fortaleza. El año 2007, la región metropolitana de Fortaleza superó las 3,4 millones de personas y el propio municipio se acercó a los 2,5 millones (IBGE, 2007d)<sup>80</sup>, una parte importante de ellas nacidas y socializadas en los sectores rurales o ciudades menores.

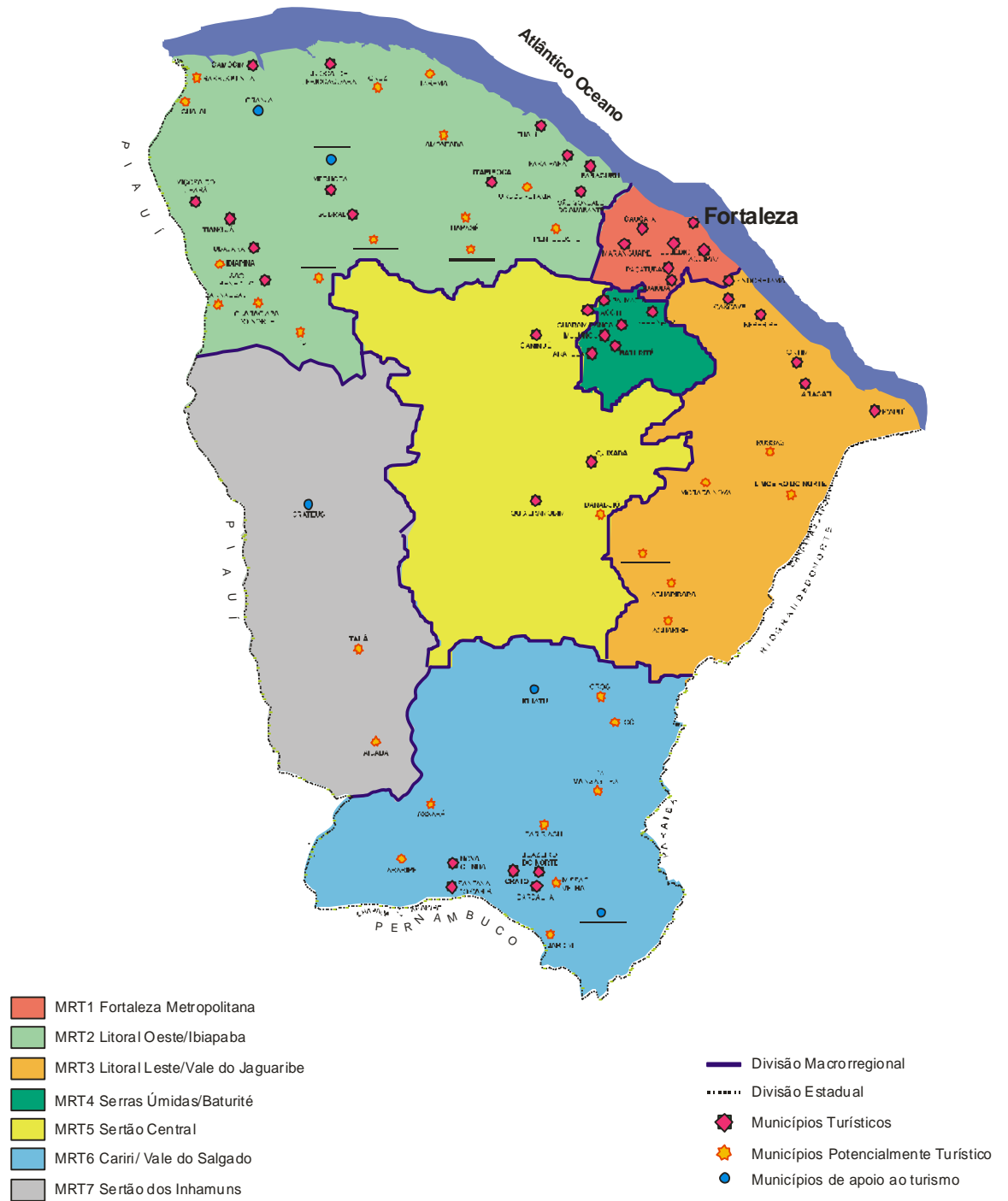
Ceará como poseedor de fuertes atractivos turísticos, cuenta con promedio de más de 2 millones de visitantes al año, y el sector de servicios es lo que comprende la mayor parte de la riqueza generada: 70,4 %. La industria genera 24,5% y la agropecuaria 5% (IPECE, 2011).

#### Mapa 3.2: Estado de Ceará: límites y macro regiones turísticas

<sup>79</sup> Principales Programas por Eje y Área de Actuación, según el Plan Plurianual del Gobierno Estadual 2008-2011.

<sup>80</sup> Los datos del Censo 2010 apuntan la población de Fortaleza en 2.452.185 habitantes.

Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil



Fuente: SETUR/Ce, 2006

### 3.2.2. Indicadores socio-económicos de Ceará

Según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE, 2010), el año 2006, el PIB de Ceará registró un crecimiento del 8%. El desempeño de la economía superó la media de crecimiento de Brasil, que fue de apenas 2,9%. Esos números muestran que Ceará ha crecido más que la media nacional. En 2006, los tres sectores que son investigados por el IBGE presentaron incremento positivo, destacándose Agropecuaria (35,5%) el área de Servicios (6,5%) y la industria que creció 5,3%. Estos números para 2012 fueron los siguientes comparados al país: Ceará registró crecimiento en el PIB de 3,65% mientras Brasil tuvo apenas 0,9%. En términos sectoriales el sector servicios avanzó en 5,8% mientras que en Brasil el crecimiento fue de 1,7%. Ceará ocupa el 12º lugar de entre los 27 estados brasileños en términos del PIB. De acuerdo a la estructura productiva, existe en Ceará una concentración en los sectores terciarios y secundarios al igual que en la Región y en el Brasil.

El porcentual de la población que recibe hasta 2 salarios mínimos<sup>81</sup> mensuales en Nordeste es de 69,55%, un poco debajo de Ceará (71%) y este más alto que Brasil 61,15% (tabla 3.12). Conclusión es que Ceará todavía tiene mucho para llegar al nivel de Brasil, más que los 9,86% de diferencia entre los porcentuales medios apuntados. Veamos en el sub-ítem sobre la pobreza y exclusión social más adelante.

Tabla 3.12: Ceará - Nordeste – Brasil 2009 - indicadores económicos seleccionados

Indicadores	Ceará	Nordeste	Brasil
Porcentual de población con ocupación y que reciben hasta dos salarios mínimos	71,01	69,55	61,15
Porcentual de la población con ocupación pero sin rendimientos	15,46	15,42	8,83
Razón entre los 10% más ricos y los 50% más pobres de la población	13,79	14,82	13,59
Proporción de la renta apropiada por el 1% más rico de la población	13,18	14,30	12,03
Proporción de la renta apropiada por los 50% más pobres de la población	15,95	15,21	15,65

Fuente: IPECE, 2010b.

La razón entre los 10% más ricos y los 50% más pobres en Ceará (13,79) es solo un poco más alta que la de Brasil (13,59) pero por debajo del Nordeste (14,82). Y la proporción de renta que es apropiada por los 50% más pobres de la población equivale a 15,95 en cuanto que en Brasil este indicador es de 15,65 y Nordeste 15,21. Este es un indicador que se asemeja, por

<sup>81</sup> Igual a 678 reales (cambio de 2,323 dólares de EUA, diciembre, 2013).



increíble que parezca, a la proporción de renta apropiada por lo 1% más rico que corresponde a 13,18 en Ceará, 14,30 en Nordeste y 12,03 en Brasil.

### 3.2.3. La salud en Ceará

La esperanza de vida, es un indicador muy importante de la calidad de vida de las personas y muestra los efectos de una serie de mejoras y avances en las condiciones de salud existentes, tanto en el sentido de prevención como la cura de enfermedades. Para los cearenses este indicador establece que el promedio de vida era de 66.4 años en 2001, subió para 66.9 en 2002, para 67.3 en 2003, llega a 69.2 en 2004. En el año 2006, según el IPECE (2007) este indicador está aún más alto, o sea, 69,9. Es una posición favorable pues está muy próximo a la media nacional, que llegó a los 72.4 años de edad en el mismo año. La Tabla 3.13 demuestra que Ceará ha llegado en 2007 a una esperanza de vida más alta que el promedio de Nordeste. Y en 2009, mejor todavía, pues alcanza a los 71 años en cuanto en Nordeste llega a los 70,4. En cuanto al género Ceará posee, en 2010, 48,75% de la población de hombres y más de la mitad de mujeres (51,25%).

Tabla 3.13: Brasil, Nordeste y Ceará 2006-2009: esperanza de vida

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	72,4	72,7	73,1
Nordeste	69,4	69,7	70,4
Ceará	69,9	70,3	71

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b

El Índice de Desarrollo Humano IDH de Ceará ocupa la décima séptima posición en el país, de entre 27 otros estados, correspondiendo a un 0,682 (mediano nivel), en el año 2010<sup>82</sup> lo que puede demostrar que todavía necesita una mejora profunda en la calidad de vida de la población en términos de salud y en educación, ya que en comparación con el país que tiene un IDH de 0,727 (alto nivel), falta mucho.

Las tasas de mortalidad para los nacidos vivos, que es utilizada como uno de los buenos indicadores para análisis de las condiciones de salud y de vida de la población ha disminuido en el periodo 1992-2004 y representó 33,2 por mil nacidos, en 2004, en cuanto en Nordeste fue de 39,5; en el país 26,6. Ceará todavía tiene mucho por mejorar para llegar a los niveles nacionales. Para los años 2006 a 2009 demuestran progreso tanto a nivel nacional, como regional y estadual (Tabla 3.14).

Tabla 3.14: Brasil, Nordeste y Ceará: Tasa de Mortalidad de niños 2006-2009 por 1000 nacidos

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	25,1	24,3	22,5
Nordeste	36,9	35,6	33,2
Ceará	30,8	29,7	27,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b

<sup>82</sup> Último dato oficial disponible en agosto de 2013.

Todavía en Ceará hay enfermedades endémicas como la dengue, que en las épocas de lluvia empeora mucho. La pregunta que se hace ahora es: ¿Y cómo desarrollar la actividad turística con enfermedades endémicas como esta? Que en la mayoría de los casos ocurre simplemente por falta de cuidados de la población local con la basura residencial.

### 3.2.4. La educación.

Los niveles de educación de Ceará han mejorado solo moderadamente, a pesar de los esfuerzos del gobierno estadual. Así, por ejemplo, el segmento de personas sin instrucción o con menos de un año de estudios descendió de 25,7% en 1998 para 22,3% en 2001. Este dato ha mejorado al largo del tiempo y en 2007 logró a los 19,1% en el Estado y a los 18,6% en 2009 (Tabla 3.15).

Tabla 3.15: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: tasa de analfabetismo entre adultos (%)

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	10,4	10	9,7
Nordeste	20,7	19,9	18,7
Ceará	20,6	19,1	18,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b

En cuanto a la tasa de no alfabetización entre los jóvenes de los 7-14 años, la comparación entre la Región y el País, Ceará está por debajo de los índices de Nordeste – 17,8% y 19,5% pero se encuentra distante de los números del Brasil – 10,0%. Los datos históricos muestran que el número de jóvenes y adultos alfabetizados ha mejorado en el periodo 2004-2005, con tasas de crecimiento de las matriculas llegando a casi 76,0%.

Las personas con más de 12 años de estudios crecen de 3,4% para 4,4% en el mismo periodo. Y considerando un período más largo, desde 1992 a 2006, se ha pasado de un 34,4% de analfabetismo a un 20,6% y desde un analfabetismo funcional entre adultos de 62,2% a 42%. El gobierno considera en sus políticas prioritarias la universalización de la educación de primer ciclo y la mejora en la cualidad de la enseñanza en todos los niveles, pues éstos son considerados factores imprescindibles para el desarrollo estadual. Así, la cobertura escolar para la enseñanza fundamental es oficialmente de 95,8%.<sup>83</sup>

Para el año 2009 (Tabla 3.16) el analfabetismo funcional entre adultos en Ceará todavía es alto (37,6%) un poco debajo de la situación en Nordeste (38,1%) pero distante del País (24,5%). Si se suman los porcentuales de las personas totalmente analfabetas de

<sup>83</sup> MEC realiza, desde 2003, el Programa Brasil Alfabetizado (PBA), direccionado para la alfabetización de jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. El programa es una puerta de acceso a la ciudadanía y el despertar del interés por la elevación de la escolaridad. El Brasil Alfabetizado es desarrollado en todo el territorio nacional, con la atención prioritaria a 1.928 municipios que presentan tasa de analfabetismo igual o superior a 25%. De ese total, 90% se localizan en la región Nordeste. Estos municipios reciben apoyo técnico en la implementación de las acciones del programa, con objetivo de garantizar la continuidad de los estudios a los alfabetizandos.

Ceará con las analfabetas funcionales llegamos a más de la mitad de la población (52,2%) que no posee las condiciones mínimas de conocimientos exigidos por el mercado de trabajo. Con hasta 8 años de estudios Ceará posee 48% de la población y con 11 años solamente 28,2%.

Con relación al nivel superior de estudios, Ceará posee solo 6,6% de su población que hizo una facultad completa, en 2009, estando 4 años por debajo de Brasil (10,6%). Es una situación inaceptable para los días actuales cuando se necesita con urgencia el desarrollo del Estado y la mejora de vida de sus habitantes.

Tabla 3.16: Brasil, Nordeste, Ceará 2009: tasa de escolarización entre adultos (%)

Indicadores	Ceará	Nordeste	Brasil
Porcentaje de analfabetismo Funcional entre adultos (25 años o más)	37,6	38,1	24,5
Porcentual de la población adulta (15 años o más) con por lo menos la Enseñanza Fundamental Completa (8 años de estudios)	48,0	44,4	55,0
Porcentual de la población adulta (25 años o más) con por lo menos la Enseñanza Media Completa (11 años de estudios)	28,2	28,4	36,8
Porcentual de la población (con 25 años o más) con nivel Superior Completo	6,6	6,30	10,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2010b

La escolarización general de la población adulta de Ceará, es de 5,9 años de estudios, en 2009 (Tabla 3.17). Datos muestran que la escolaridad media en Ceará, en la década 1996 a 2006 ha pasado desde 3,8 años a 5,3 años de estudio, mientras la escolaridad media de Brasil pasó desde 5,4 años en 1996 a 6,7 años en 2006. Y en los años 2006 a 2009 Ceará estuvo a punto de alcanzar, en 2007, los niveles educacionales de Brasil hace más de una década. Todavía permanecen en un nivel muy bajo para que el Estado pueda tener una mano de obra calificada y productiva al nivel de otros Estados brasileños o países.

Aquello se debe que Ceará ha sido durante la década citada, el segundo estado que más progresó en Brasil en términos de promedio de años de estudio para mayores de 25 años. Sin embargo, se observa que con 5,6 años de estudios las personas solo conocen un poco más de lo que significa escribir, leer y comprender frases sencillas. No pueden crear o innovar o tener más productividad, en especial en el sector de servicios en el mundo globalizado que exige conocimientos más diversos y aptitudes proactivas delante de situaciones nuevas y el pensar del futuro como patrón de calidad en los trabajos remunerados, tanto en empresas como en cuanto a los actores económicos y sociales<sup>84</sup>.

Tabla 3.17: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: escolaridad promedio de adultos en años de estudios

Territorio	2006	2007	2009
------------	------	------	------

<sup>84</sup> Véase De Oliveira y Barbosa S. Carvalho, 2007.

Brasil	6,7	6,9	7,2
Nordeste	5,2	5,5	5,8
Ceará	5,3	5,6	5,9

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b.

Se pregunta: ¿Dónde están los cerebros para innovar y crear algo distinto de los otros? ¿Para entender mejor que estamos en la era del conocimiento? ¿Para crear centros de investigaciones y tecnologías de excelencia? En fin ¿para desarrollar con mayor propiedad sus trabajos?

El número de pos-graduaciones, magíster y doctorados en Ceará es ínfimo: todavía alcanza al 2,9% (datos de 2009, CAPES) de los cursos de Brasil. Debe ser considerado normal para una población que tiene los niveles de enseñanza y en especial de curso superior, ya comentados, pero no compatible con el desarrollo que se pretende para el estado, definido por el propio gobierno estadual con inclusión social desde 2003 (Governo do Estado do Ceará, 2003a) hasta los días actuales.

### 3.2.5. Pobreza y exclusión social.

Los datos más confiables de las últimas cuatro décadas sobre pobreza en Ceará (IBGE, 2008c) muestran que, a comienzos de los años 80 del siglo XX, tres de cada cuatro cearenses vivían en la pobreza, proporción que se mantuvo hasta 1990 (73%). Es decir, hasta hace 20 años Ceará era el estado más pobre de Brasil, después de Piauí (80% de incidencia de la pobreza). En 2007, tras más de cuatro y media décadas de planificación Ceará es, de acuerdo a los datos oficiales sobre pobreza (2009), el quinto con mayor cantidad de pobres: 4,2 millones de personas representando el 7,4% de los pobres del país (IPEADATA, 2010). Los datos de IBGE (2008d) sobre renta del trabajo, en 2006, permiten determinar que al menos un 23% de los cearenses vive con menos de  $\frac{1}{4}$  de salario mínimo y un 26% con entre  $\frac{1}{4}$  y  $\frac{1}{2}$  salario mínimo. Esas proporciones son mucho más elevadas en el promedio de Brasil: 11% y 16%.

Los niveles de pobreza y calidad de vida regional no son homogéneos. Así, a pesar de ostentar Fortaleza, la capital del Ceará, el dudoso título de la región metropolitana de Brasil con mayor incidencia de la pobreza (44,8%, en 2004, lo que representa más de un millón de pobres, según IBGE, 2008c), estos datos son los menores en relación al resto del estado de Ceará. Datos de PNAD 2006 (IPECE, 2007) sitúan la incidencia de la pobreza en Fortaleza en 41,8% mientras que para el estado de Ceará es de 54,3%, por sobre el promedio del Nordeste (53,9%) y bastante lejos del promedio de Brasil (31,6%) (Tabla 4.18). En 2007, los datos de PNAD, sitúan Ceará con 52,9% de pobres sumando más 25,6% (=78,5%) de los que se encuentran debajo de la línea de extrema pobreza o indigencia (Tablas 3.18 y 3.19).

Tabla 3.18: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: población debajo la línea de la pobreza

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	31,6	30,8	24,3
Nordeste	53,9	52,7	44,3
Ceará	54,3	52,9	41,2

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b

En 2009 esta situación ha mejorado para 41,2% de pobreza con más 17,2% de indigencia, lo que daría 58,4% que todavía define una población de casi 60% bajo la pobreza.

Tabla 3.19: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: población debajo de línea extrema pobreza o indigencia

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	12,6	11,8	8,5
Nordeste	26,3	24,5	18,2
Ceará	26,1	25,6	17,2

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE 2008 y 2010b

Los datos históricos muestran que la desigualdad de ingresos expresada por el índice de gini ha sido siempre más elevada en Ceará que en Brasil, situando entre 0,66 en 1989 y 0,62 en 1999 (Banco Mundial, 2003). La concentración de renta, todavía es muy alta. En 2004 fue de 0,574 un poco mejor que la de Brasil – 0,570. Los datos más recientes muestran que Ceará ha seguido la tendencia del país, reduciendo esos niveles de desigualdad de ingresos, a 0,59 en 2002 y 0,54 en 2009, según IPECE (2008b)<sup>85</sup>, lo que lo sitúa como el séptimo más desigual entre las 27 Unidades de la Federación (UF).

Si se considera el segmento de menores ingresos, los indigentes, en 2006 las cifras oficiales de IBGE (2008d) indican que más de 12% de los brasileños están debajo de esa línea de pobreza extrema, mientras que en Nordeste y en Ceará esa proporción es de más del doble, el 26%. En Fortaleza, los indigentes se sitúan ligeramente sobre el nivel medio de Brasil: 15%. Si se compara con la situación existente en 1992, cuando Ceará tenía niveles de indigencia de 45%, se observa que el estado redujo su nivel de indigencia a un ritmo similar al de Brasil y un poco más rápido que Fortaleza. En 2009 este indicador ha mejorado, pero Ceará (17,2%) todavía expresa más que el doble de la indigencia de Brasil (8,5%)

Finalmente la diferencia entre vivir en el medio rural y urbano en Ceará es enorme desde el punto de vista de los ingresos. Así el 32% de las personas de la Población Económicamente Activa (PEA) que viven en ciudades, en 2005, declara recibir menos de ½ salario mínimo, mientras que esta proporción en el sector rural supera el 57%. Si a ello se agrega quienes viven con más de ½ salario mínimo y menos de un salario mínimo, se concluye que el 82,5% de los pobladores rurales de Ceará viven en el borde o al interior de la pobreza. Esta cifra en las ciudades del estado es de casi 59% según datos de PNAD (IBGE, 2008c).

En conclusión, los datos presentados comprueban que Ceará está caminando, pero de forma lenta, y que necesita pensar su desarrollo de una forma distinta de la que viene haciendo

<sup>85</sup> En 1995 el Índice de Gini de Brasil era de 0,60, pasando para 0,59 en 2001 y para 0,57 en 2004. Así, entre 2001 y 2004 la renta del 20% más pobre de Brasil creció en cerca de 5% al año, mientras que la del 20% más rico se redujo en un 1% al año (IPEA, 2006;). Sin embargo, esta menor desigualdad y pobreza está asociada fuertemente a una mejoría en el sistema de protección social del país (un 35% de la caída de la desigualdad de ingreso se debe a transferencias directas del gobierno federal a las familias pobres) y en menor medida al incremento del ingreso autónomo del hogar, según IPEA (2006).

hasta ahora para que una parte substancial de su población pueda disfrutar la calidad de vida tan ansiada y prometida por los modelos de desarrollo adoptados en sus gobiernos.

### 3.2.6. Acceso a la infraestructura domiciliar.

Los datos sobre la provisión del agua debidamente tratada, para que no sea conductora de enfermedades diversas a la vivienda, muestran importantes progresos en Ceará a partir de una condición crítica. Hace 12 años, en 1992 menos de la mitad de la población (45%) tenía abastecimiento regular de agua en el domicilio, mientras que en 2004 esta proporción, similar al promedio del Nordeste, era de 75,5%. O sea, 24,5% de las residencias no tenían este recurso tan importante para la salud. Si comparado a Brasil, también deficiente en este ítem, pero que tuvo 83,4% de las residencias atendidas, en el mismo año de 2004, todavía falta mucho para que Ceará esté en el nivel medio del país. Un dato promisorio es que a dentro del promedio de la Región Ceará se pone por encima, pues allá solo 72,8% de las residencias eran atendidas con aguas tratadas. En este mismo indicador, la Tabla 3.20 presenta datos de 2006 a 2009<sup>86</sup> los que indican semejanza con la situación anterior, o sea, Ceará posee 18,2% de los domicilios sin suministro de agua tratada, pero en nivel inferior al promedio de Nordeste, 22,3% y superior al nivel de Brasil 15,9%.

Tabla 3.20: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: % de domicilios con suministro regular de agua

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	83,2	83,3	84,4
Nordeste	75,1	75,7	78,0
Ceará	75,2	78,8	81,8

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE, 2008 y 2010b.

En cuanto a otro indicador importante para la salud y calidad de vida de la población es la red de alcantarillado, un problema aún crítico ya que tres de cada cuatro viviendas no poseía este servicio, en 2004, en Ceará: Ceará tenía solo 24,8% de sus residencias con colecta de aguas servidas. Las demás residencias tenían que contentarse con formas menos indicadas de recolección de sus desechos domiciliarios. Brasil en este indicador también se encontraba en posición mala: solo 48% de las residencias poseen red de alcantarillado y en el Nordeste eran de 28%. Los datos de PNAD/2007 presentan un avance en esto indicador (Tabla 3.21) pero aún insuficiente.

Tabla 3.21: Brasil, Nordeste, Ceará 2006-2009: % de domicilios con suministro de alcantarillado

Territorio	2006	2007	2009
Brasil	48,5	51,3	52,3
Nordeste	28	29,7	30,8
Ceará	24,3	26,9	30,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos originales IPECE, 2008 y 2010b.

<sup>86</sup> Último año disponible en la fuente IPECE a marzo de 2013.

### 3.2.7. ¿Seguridad o violencia?

Uno de los graves problemas que enfrenta el Estado es el aumento de muertes por causas externas, desde 49,4 por 100.000 habitantes hasta 63,1, en 2005. Este aumento es especialmente importante entre los jóvenes hombres de 15 a 24 años, ya que mientras a nivel poblacional el 13% de los cearenses muere por causas externas, en el segmento juvenil ellas representan el 67%. Las principales causas de muerte externa en Ceará son los homicidios y los accidentes de tránsito y muy secundariamente los suicidios, estos primeros de gran prevalencia entre los jóvenes (RITLA, 2008).

Si bien entre 2002 y 2005 los datos muestran que Ceará está por debajo de la media de Brasil y del Nordeste en términos de homicidios (18,4 versus 21,5 y 22,1 por 100 mil habitantes, respectivamente), es preocupante su mayor ritmo de crecimiento en el periodo. Más aún, si se observa la Región Metropolitana de Fortaleza - RMF se advierte que las tasas de homicidios superan a las de Brasil (23,8). Así mientras el país reduce su tasa de homicidios en el periodo 2002-2005, el Nordeste, Ceará y especialmente RMF aumentan (IPECE, 2007). En 2010 las tasas de homicidios estadual crecen en ritmo acima del promedio nacional impulsadas por el crecimiento acelerado de la región metropolitana y con fuerte porcentual del interior “elevando” el estado al 10º lugar en este ítem de entre los demás de Brasil (Waiselfisz, 2012)<sup>87</sup>.

Para completar el cuadro de inseguridad del Estado, de acuerdo a datos de RITLA (2008), Fortaleza es la tercera capital de Brasil con más accidentes de tránsito después de Sao Paulo y Belo Horizonte, en parte importante protagonizados por motos.

En términos de robos, Ceará es la segunda región del país (898 por 100 mil habitantes) en 2005, después de Brasilia, y con tendencia creciente, mientras en Brasil se estabiliza (en torno de 510 por 100 mil habitantes). El robo de autos creció en 151% desde 2000 a 2007, según el diario “O Povo” (10/12/2007), citando datos de la Secretaría de Seguridad Pública y Defensa Social de Ceará.

Para efectos de enfrentar las muertes por causas externas, Ceará poseía uno de los mayores contingentes policiales del Nordeste por habitante (1 policía por cada 632 habitantes), sólo superado por Maranhão (939) según datos recopilados por un reportaje del diario O Povo (13/08/2007). Desde 2007 el gobierno del Estado implantó un programa llamado “Honda de la Manzana” que consiste en un grupo de policiales por 24 horas en los puntos más vulnerables de la ciudad.

Si la seguridad del habitante del destino turístico es mala, entonces para el visitante o turista que no conoce bien el lugar es peor; y también cuando él va a buscar las informaciones del destino que intenta visitar se enfrenta con esa inseguridad que está latente. Sin contar que la inseguridad de un territorio turístico es, de manera general, aumentada en relación a robos, y sus consecuencias, con la presencia de turistas, los que traen, a los ojos del bandido, más dinero para ser robado. Este es un punto importante que debe ser cuidado para no afectar la actividad turística.

---

<sup>87</sup> Por 100 mil habitantes la tasa es de 29,7 en Ceará; 26,2 en Brasil; 42,9 en la capital y región metropolitana; y 20,3 en los municipios del interior del estado.

### 3.3. El marco territorial: Ceará un estado turístico

El Estado tiene condiciones para tornarse un destino más importante del turismo brasileño<sup>88</sup>, en función de la infraestructura ya existente, de la diversidad de los recursos naturales, de la peculiaridad cultural, de la comprobada hospitalidad de su población (Almeida, 2007) y de la fuerte presencia del sector privado en las actividades turísticas. Sin embargo es necesario dar sustentabilidad económica, financiera, social y ambiental a la oferta turística actual y futura del Estado, incluyendo todo el sistema productivo del turismo.

Según la Secretaría Estadual de Turismo de Ceará – SETUR<sup>89</sup> factores como la localización geográfica, muy próxima a la Línea de Ecuador, hacen tener tiempo bueno y sol brillando prácticamente el año entero. En el litoral, la temperatura media varia, generalmente, entre 24°C y 30°C. En las sierras, el clima es más ameno, pudiendo bajar hasta 18°C o 16°C, durante la noche. Las lluvias se concentran, generalmente, entre los meses de enero a abril, asimismo en este período no hace frío, y de esta forma se puede aprovechar el sol durante todo el año. El baño de mar es excelente durante el año todo: debido al clima local y la temperatura del agua. Aunque, como es frecuente en grandes áreas urbanas, en algunas áreas de la capital hay playas que no presentan condiciones adecuadas de baño, debido a la contaminación de las aguas marinas provocada por los residuos que algunos de los edificios ponen al mar.

La geografía colmada de playas amplias y con pocos arrecifes, sumada al viento constante auxilia la formación de olas, lo que torna los mares cearenses ideales para la práctica de surf y deportes la vela como el windsurfe y kitesurfe<sup>90</sup>, de entre otras modalidades de turismo.

#### 3.3.1. Ceará: ¿anti caso de Turismo Sostenible para la eliminación de la pobreza?

La heterogeneidad económica, tan característica de América Latina y Brasil (CEPAL, 2007), se expresa en Ceará bajo la forma de un sector turístico donde la oferta de servicios es muy diferenciada ya que grandes y modernos emprendimientos coexisten con pequeños establecimientos en el borde de la informalidad y la precariedad: desde *Beach Park*<sup>91</sup> hasta las humildes barracas en las playas cercanas a Fortaleza<sup>92</sup>.

A partir de enero de 2007, con el cambio gubernamental hacia el gobierno de Cid Gomes, el que ha sido reelecto para el periodo 2011-2014, se ha acelerado el proceso de concreción de inversiones extranjeras en el sector turismo, a juzgar por los 2.100 millones de dólares que

<sup>88</sup> Ocupa el 7º lugar de entre los estados mas visitados de Brasil (Anuario Estadístico do Turismo, 2012).

<sup>89</sup> Órgano oficial de turismo del gobierno regional, [www.setur.ce.gov.br](http://www.setur.ce.gov.br)

<sup>90</sup> Una investigación sobre las playas más adecuadas en el mundo para la práctica del windsurf mostró a Ceará, en Cumbuco, clasificada en el primero lugar ([www.opovo.com.br](http://www.opovo.com.br)).

<sup>91</sup> Un complejo turístico de 183.000 m<sup>2</sup> (de ellos 35.000 m<sup>2</sup> de parque acuático) inaugurado en 1985 y que se ha incrementado sustancialmente con su parque acuático (1989), Hotel (1996), Suites Resort(1998) y Acqua Resort(2008). En 2011 fueron invertidos mas de US\$ 50 millones en construcción de un tercero resort y para adaptación a la Copa do Mundo de 2014, para la cual Brasil será palco y Fortaleza será una de las ciudades-sede. Declara atender un público anual de 800.000 personas. Para mayores detalles ver su web [www.beachpark.com.br](http://www.beachpark.com.br) .

<sup>92</sup> Igualmente a otros destinos turísticos en el mundo con características económicas – sociales semejantes a Ceará.



estando en carpeta, se preparaban para ser puestos en marcha a partir de mediados de 2008. Es así como grandes inversionistas europeos (de Portugal y España, preferentemente) se aprestaron a realizar importantes inversiones turísticas en Ceará<sup>93</sup>.

El producto turístico de Ceará es incentivado por “proyectos de resort de alto estándar”, los que, a juicio del Secretario de Turismo de Ceará, Bismark Maia, “*van a poner a Ceará en un elevado nivel de competitividad internacional, pues esos emprendimientos son esenciales para calificar el tipo de destino sol y playa*”. El Secretario refuerza que “la cualificación es tan importante como la promoción de los destinos para la mantención y ampliación del flujo turístico y atracción de visitantes de mayor calidad, sobre todo con mayor nivel de renta”<sup>94</sup>.

Entre los grandes esfuerzos de inversión pública se destaca la transposición de las aguas del Rio *Sao Francisco* (desde el Estado de Bahía) que, de acuerdo a sus detractores, no sólo busca asegurar el abastecimiento de agua de la capital Fortaleza, de la industria siderúrgica (otro gran proyecto gubernamental) y de los agro-negocios, sino también el elevado consumo de agua dulce de los resorts y de sus canchas de golf. Estas grandes inversiones, articuladas como proyectos privados con apoyo de infraestructura pública, buscan revertir el ritmo de la caída de participación de los turistas extranjeros en la demanda total de Ceará que ha venido decreciendo desde 2006, con pequeña mejora en 2010 y 2011 (SETUR, 2012) y mejorar las perspectivas de los empresarios locales, que no son auspiciosas. En suma, Ceará parece haber apostado a un modelo de turismo “dual” en que la modernidad y competitividad del destino viene de la mano de la inversión extranjera y donde el rol del gobierno nacional y estadual es invertir preferentemente en infraestructura física y, en menor medida, en capacitación de los trabajadores del sector.

Sin embargo, los conflictos socio-ambientales se han manifestado, y diversos grupos ambientalistas han levantado la bandera de que “otro turismo” es posible, denunciando que el Gobierno estadual y los alcaldes de esas localidades destino turístico orientan y dirigen los grandes proyectos públicos a construir la competitividad privada de los inversionistas turísticos<sup>95</sup>.

El anterior se refuerza y amplía un modelo turístico que después de estas importantes inversiones públicas bajo el amparo de la aplicación de los Planes Nacional y Estadual, experimentan a partir de 2006 problemas en su desempeño<sup>96</sup>, aún no consigue elevar la calidad de la oferta turística atrayendo a visitantes más calificados y no muestra beneficios importantes para las comunidades donde se asienta<sup>97</sup>.

---

<sup>93</sup> Entre las más importantes inversiones figuran los proyectos Aquiraz Riviera (US\$ 340 millones), Cumbuco Golf Resort (US\$ 230 millones) y Playa Mansa Living & Life Resort (US\$ 190 millones), a los que se agregarán posteriormente Cidade Turística Nova Atlántida (US\$ 1.100 millones) en Itapipoca, Arenas Coloridas (US\$ 75 millones) en Beberibe y Aquapura Ceará (sin valor definido aún) en Cascavel. Informaciones todas proporcionadas por un reportaje del diario *O Povo* en su edición del 9 de junio de 2007.

<sup>94</sup> *O Povo*, edición del 9 de junio de 2007.

<sup>95</sup> Artículo “Mais discussão sobre o Turismo” del *Diário O Povo*, edición del 8 de julio de 2007.

<sup>96</sup> Entre los indicadores preocupantes figuraba una caída en la tendencia de crecimiento de la demanda turística, especialmente internacional en 2006. Durante una década esa tasa de crecimiento estaba en torno del 10% anual y en 2006 no alcanzó al 5%. Si bien en 2008 remonta, no existían expectativas de que eso se mantuviera.

<sup>97</sup> Ver, por ejemplo <http://www.terramar.org.br/oktiva.net/1320/nota/43913> y *Diario (O Povo, 9 de junio de 2007)*

Las autoridades del sector confían en que los grandes resorts que se establecerán en Ceará conseguirán incrementar la demanda internacional de visitantes de mejores ingresos mediante una oferta de calidad lo cual exige resolver no sólo los temas de infraestructura sino también la cualificación de los recursos humanos locales y la imagen que el turismo posee en la población local, dos temas extremadamente deficitarios en Brasil (WEF, 2007). También se recuerda que no son llevadas en consideración en estas inversiones las fugas tan características de este tipo de inversión en la actividad de turismo, que lleva las ganancias para sus matrices en el extranjero, además de emplear en los mejores puestos en la empresa a los empleados de origen del país natal de sus empresas.

En las palabras del Banco Mundial (2006), de modo muy general, ello correspondería a un círculo vicioso en el cual la pobreza genera escaso crecimiento el que, a su vez, no ayuda a la superación de la pobreza. Todo ello mediatizado por la existencia de elevadísimas desigualdades sociales que reducen el impacto del crecimiento sobre la pobreza (Székely, 2001; Lustig, Arias y Rigolini, 2002; CEPAL/IPEA/PNUD, 2003 y Banco Mundial, 2004, entre otros). Este círculo vicioso parece aplicarse también al sector turismo ya que se constata que “el estado del desarrollo del sector turismo se encuentra íntimamente asociado al grado de desarrollo económico social del país” (Sobral, Peci y Souza, 2007). Es decir, el aporte del turismo a la reducción de la pobreza se ve afectado negativamente por la propia pobreza del territorio que impide un mayor crecimiento económico de la actividad<sup>98</sup>.

Es en el contexto socio-económico anterior presentado donde la demanda turística hacia Ceará ha venido creciendo anualmente (12% anual entre 1996-2006 y 4,75% entre 2007-2008; 13,2% entre 2008-2009; 9,1% entre 2009-2010; 5,8% entre 2010-2011; y 5,1% entre 2011-2012 según SETUR, 2009, 2012 y 2013) y su contribución al Empleo y el Producto Interno Bruto regional se ha elevado sustancialmente en la última década. Según cifras de la Secretaria de Turismo, en 2012 casi 3 millones de turistas visitaron Ceará (de los cuales cerca de 221 mil fueron extranjeros), empleando 132 mil personas (considerando solo los empleos en empresas de hotelería y alimentación) y contribuyendo al 10,8% del PIB del Estado (SETUR, 2013)<sup>99</sup>. En términos comparativos con los demás estados brasileños, Ceará continua ocupando en 2012, el 7° lugar entre los más visitados en el País. Desde el ángulo de la economía del turismo, Ceará ha mejorado pues ocupaba el décimo lugar en el ranking nacional con una recaudación de 622 millones de dólares, en 2003.

En suma, Ceará muestra una atractibilidad turística importante, en buena medida gracias a sus recursos naturales<sup>100</sup>, la que ha sido reforzada con políticas nacionales y regionales que declaran un enfoque *Sustainable Tourism – Eliminating Povert* (ST-EP), orientado a la reducción de la pobreza. A estas iniciativas gubernamentales se han destinado importantes recursos que

<sup>98</sup> El estudio de Sobral, Peci y Souza, 2007, muestra que la imagen negativa de los visitantes extranjeros a Brasil se caracteriza por la de un país con mucha pobreza y violencia, lo que genera inseguridad y temor.

<sup>99</sup> En 1996 la demanda turística de Ceará sólo era de 776 mil visitantes al año, empleaba 123 mil personas y contribuía al 4% del PIB. En 2003 a pesar de emplear sólo a 84.386 personas contribuía al 7% del PIB regional, un indicador del cambio de perfil de la oferta turística.

<sup>100</sup> De acuerdo a las encuestas de satisfacción turística aplicadas entre 1997-2006, el atractivo natural (especialmente “sol y playa”) es evaluado por sobre los demás factores. Es así como atractivos naturales alcanza 94.9 puntos frente a patrimonio histórico (80,1) y manifestaciones populares (79,2) (SETUR, 2007). Estos numeros han se reducido para el periodo más reciente, 1997-2011: atrativos naturales 87,9; patrimonio historico 76; manifestaciones populares 74,2 (SETUR, 2012).

sugerirían que los gobernantes poseen una voluntad política para transformar al turismo en un efectivo mecanismo de desarrollo regional y local. Es así como los recursos financieros de apoyo a la actividad turística en el Nordeste y en Ceará han sido significativos durante la década de los 90, especialmente a través de PRODETUR/NE *Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste*, un Programa con financiamiento compartido con BID<sup>101</sup>, que estuvo centrado en mejorar la infraestructura en localidades turísticas y reforzar el sistema institucional (BNB, 2007)<sup>102</sup>.

A estas alturas de la tarea gubernamental corresponde preguntarse si el uso de esos recursos están en la dirección correcta, es decir, si el resultado real de las políticas gubernamentales e iniciativas privadas corresponde a un proyecto que interprete a la población local y, especialmente, si los beneficios sociales de esta inversión turística superan a los privados, condición básica para hablar de desarrollo y no meramente de crecimiento económico. En este sentido, al término de la temporada turística de inicios de 2007, el principal periódico de Ceará, *O Povo*, cuestiona esos resultados al destinar su editorial a preguntar “¿Cuál turismo?”, enfatizando que:

*“No sirve de nada que apenas unos pocos ganen, en cuanto los demás en la sociedad salen perdiendo, en lo que respecta a sus intereses estratégicos”*

*“Es preciso que el segmento sea pensado como un todo, y eso significa asociación entre las instancias públicas, privadas y comunidad. El Estado y los Municipios deben trazar una orientación común y compartida”.*

*“La impresión de ser aficionados (amateurs) en esta área está muy presente y la pregunta que queda en el aire es insoslayable: ¿hasta cuándo Ceará continuará apostando sólo en sus bellezas naturales y en la improvisación en esta área, como si tuviera la exclusividad de la bendición de los visitantes?” (O Povo, 2007)*

Esta cualificada opinión del importante generador de opinión pública estadual, contiene los tres grandes elementos del desarrollo territorial: orientación al bien común, participación de los agentes de desarrollo local en torno de un proyecto común y competitividad (Crouch, 2007) en base a la cualificación de sus recursos humanos.

Un simple análisis del Índice de Desarrollo Humano al año 2010<sup>103</sup> de las áreas turísticas prioritarias del Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico do Ceará muestra que ellas no alcanzan el promedio del Estado (0.682). Así el Litoral Extremo Oeste posee un IDH de 0.612, el Litoral Medio Oeste de 0.660, el Litoral Este de 0.655 y el Cariri de 0.650 (SETUR, 2007b). Ello muestra que, a nivel de los pequeños territorios turísticos de Ceará, el impacto de los crecientes ingresos por turismo parece haberse diluido o concentrado en otras áreas y sectores sociales diferentes a los que motivan los programas gubernamentales de uso del turismo para la erradicación de la pobreza y que justifican las fuertes inversiones y prioridades públicas.

<sup>101</sup> De acuerdo con el operador del Programa, Banco del Nordeste de Brasil, el PRODETUR I realizó aportes por 750 millones de dólares en el Nordeste, de los cuales 166,13 millones de dólares fueron invertidos en Ceará hasta 2002 (BNB, 2007). Y en el PRODETUR II un aporte de recursos oriundos do Banco Interamericano de Desarrollo (BID) US\$ 240,00 millones y aporte de recursos de contrapartida local de US\$ 160,0 millones.

<sup>102</sup> Una segunda versión del Programa (PRODETUR II) con aportes de 800 millones de dólares para el Nordeste está en fase final de gestión, concentrándose en: a) el fortalecimiento de la capacidad municipal para la gestión del turismo; b) la planificación estratégica, entrenamiento e infraestructura para el crecimiento turístico; y c) la promoción de la inversión del sector privado (BNB, 2007).

<sup>103</sup> El más reciente disponible en agosto de 2013 a nivel estadual.

Corresponde preguntarse: ¿en qué medida este resultado está asociado al modelo excluyente<sup>104</sup> de desarrollo turístico de Ceará, que implícita o explícitamente define sus agentes protagónicos e integra económica y políticamente a sus actores, dando prioridad a ciertos componentes del modelo?

### 3.3.2. Oferta Turística: Recursos Naturales y otros atractivos en Ceará

Las características de algunos aspectos geográficos importantes de Ceará son mostradas en el cuadro 3.2 abajo.

Cuadro 3.2: Ceará – Características Geográficas

ESPECIFICACIÓN	VALORES
Insolación	2.800 h/año
Humedad Relativa del Aire	
- Litoral	82%
- <i>Sertão</i> (interior)	Inferior a 70%
Precipitación Pluviométrica	
- Media Anual	775 mm
Altitud	Hasta 1.100 m

Fuente: SETUR, 1998 -Ceará & Turismo

El litoral cearense contiene fuentes de agua dulce y aguas transparentes en lagunas y se extiende por 573 kilómetros. Uno de sus aspectos más marcados es la regularidad costera quebradas solamente por pequeñas y tranquilas ensenadas y por las angostas hoces de los ríos. Extensas son las dunas las cuales están también formadas por tierras o rocas altas y empinadas denominadas acantilado. Sus playas son largas, generalmente bajas y en suave declive, con razonable infra- estructura de apoyo al turismo y equipamientos, favorecidas por la sombra de cocoteros donde se cobijan innumerables colonias de pescadores.

Aunque se constate que, para el conjunto del territorio cearense, los relieves con altitudes inferiores a 200 metros tienen larga predominancia, es importante resaltar las sierras, planaltos y chapadas cuyas áreas se extienden desde 400 metros hasta el punto culminante del Estado - Pico Alto, en el municipio de Guaramiranga, con 1.114 metros de altitud (Cuadro 3.3). En esas áreas se destacan como características las formaciones montañosas, las colinas de valles planos utilizados para agricultura, altitudes elevadas, costas en forma de abismo, nacientes de ríos, quedas de agua, cascadas, pequeñas barrajes, florestas húmedas, flora y fauna expresivas, fuentes de agua cristalina, perennidad de los ríos, sitios paleontológicos, clima ameno, bajas temperaturas, grutas, miradores y áreas propicias para trillas.

<sup>104</sup> El modelo general de desarrollo económico territorial de Ceará ha sido calificado como “excluyente” por el Banco Mundial (2003), de manera que no resulta extraño que el modelo turístico de Ceará tenga ese mismo sello.

Cuadro 3.3: Ceará – puntos más elevados

ELEVACIONES	ALTITUD	DESTAQUE
Sierra de Baturité	500 a más de 900 m	Pico Alto, más alto del Estado, con 1.114 m, fuentes y quedas de agua, representativa área de concentración vegetal.
Chapada da Ibiapaba	700 a más de 900 m	Parque Nacional de Ubajara, Guaraciaba do Norte fuentes y quedas de agua.
Chapada do Araripe	700 a más de 900 m	Floresta Nacional do Araripe, fuentes y quedas de agua, fósiles.
Sierra da Meruoca	500 a 900 m	Representativa área de concentración vegetal.
Sierra de Maranguape	500 a 700 m	Fuentes y quedas de agua, representativa área de concentración vegetal.
Sierra da Pacatuba	500 a 700 m	Fuentes y quedas de agua

Fuente: SETUR, 1998 - Ceará &amp; Turismo

En el Cariri, el planalto situado en la chapada del Araripe alcanza un nivel de altitud de 800 a 900 metros. Las vertientes presentan escarpas abruptas de donde chorrean abundantes fuentes. En la base de la sierra se extiende una banda angosta de calcáreo de grande importancia por la abundancia de fósiles cretáceos que presenta, revelando una tierra bastante fértil.

Los relieves húmedos reúnen los mayores potenciales de vegetación del Estado, cuyas formaciones forestales que abundan en las sierras húmedas poseen árboles con hasta 20 a 30 metros de altura con especies conocidas como “madera de ley”, de importante valor industrial, y vegetales de Palmas pendientes. Las principales reservas forestales del Estado se encuentran en las costas húmedas, en la porción nordeste de la chapada de Ibiapaba y costa de chapada del Araripe, donde están las Florestas Nacionales de Ubajara y del Araripe. Representativas áreas de concentraciones vegetales son también encontradas en los elevados niveles de la sierra de Meruoca, en la costa sudeste, y mayores altitudes de las sierras de Maranguape y Baturité.

La hidrografía en las sierras húmedas es la más rica del Estado, con la mayor permanencia de los cursos de agua y abundancia de fuentes perennes. La región de la sierra de Baturité es cubierta por la bacía hidrográfica Pacoti - Choró - Pirangi que alcanza altitudes superiores a 600 metros.

La región del *sertão*<sup>105</sup> representa cerca del 57% del territorio cearense, corresponde al área en la que las medias pluviométricas se sitúan entre 500-700 mm, incluyendo zonas en las que estas medias no alcanzan los 500 mm. El período seco (el que no ha lluvia) tiene duración de 6, 7 ó 8 meses y las medias térmicas máximas registradas se sitúan entre 32 y 33° C con la media de las

<sup>105</sup> *Sertão* es la denominación de la región rural donde predomina la caatinga que es un tipo de vegetación característico y resistente a las sequías.

mínimas en 23°C durante las noches. La topografía del *sector* presenta llanuras formando el curso de los ríos Jaguaribe, Acaraú y Coreaú. La aridez del clima dominante se refleja por la presencia de la *caatinga* que se caracteriza por la fuerte adaptación la insuficiencia de agua, a los solos rasos y pedregosos, a los altos índices térmicos y baja pluviosidad. En la estación de las lluvias la *caatinga* es una mezcla de árboles y hierbas que en el estío se reducen a especies arbóreas o arbustivas.

En el Cuadro 3.4 abajo un resumen de las temperaturas en las diversas regiones turísticas que componen el Estado de Ceará.

Cuadro 3.4: Ceará – temperatura de las regiones turísticas

Región	Clima	Temperatura média <sup>1</sup>		
		mediana de las medianas	mediana de las máximas	mediana de las mínimas
Litoral	Caliente y húmedo	entre 26 e 27°C	Más de 30°C	superior a 19°C
Sierra	Frío húmedo	Promedio de 22°C	27°C	17°C
Sertão	Semi-Árido	Promedio de 28°C	Entre 32 y 33°C	23°C (las noches)

Fuente: SETUR, 1998 - Ceará & Turismo

Nota: 1. Temperatura media da agua do Atlântico: 25° - 28° C, con salinidad entre 36% e 37%, y vientos alisios, permanentes.

En los aspectos culturales la originalidad y creatividad del pueblo cearense hacen que las artes y la cultura cearense sean conocidas y admiradas en todo el Brasil y extranjero. De entre otros, importantes puntos de la oferta turística de Ceará son: la Artesanía, la gastronomía, el Folklore, el Humor Cearense, la Arquitectura Antigua

Fortaleza y su región metropolitana reúne las principales infraestructuras de acceso: el Aeropuerto Internacional, el Centro de Eventos de Fortaleza<sup>106</sup>, el puerto Mucuripe organizado y mantenido por el Estado, la convergencia de los ferrocarriles y autopistas interregionales y los terminales de buses.

Fortaleza dispone aún de los principales equipamientos turísticos: hoteles, restaurantes, centros de espectáculos, museos, teatros, parques temáticos, centro de comercialización de artesanía y confecciones, teniendo una vida nocturna caracterizada por las innúmeras opciones y por el grande movimiento de personas. Del punto de vista geo-ambiental, su territorio cuenta con 90 km de playas, la mayoría urbanizada.

Con relación al turismo las sol y playas, las más frecuentadas por los visitantes son las de los municipios de Caucaia y Aquiraz donde, junto al Euzébio, están localizados los principales

<sup>106</sup> La inversión fue de casi R\$ 500 millones, con R\$ 150 millones financiados por el BNDES, y R\$ 63 millones de subvención del Ministerio de Turismo y el resto del gobierno de Ceará. El Centro de Eventos tiene capacidad para abrigar hasta 30 mil personas al mismo tiempo y estacionamiento para 2.500 coches. Es un espacio que puede ser utilizado para diversas demandas durante la Copa de las Confederaciones y la Copa del Mundo, por ejemplo. (cambio junio 2012 R\$1=U\$2,05 y 2,6 euros)

equipamientos de ocio y entretenimiento. Donde se destacan, aún, las grandes inversiones que están siendo hechas en las mencionadas localidades, por los agentes privados.

### Oferta de Medios de Hospedaje

La oferta de medios de hospedaje en Ceará ha crecido entre los años 2005 y 2006, en especial con respecto al número de camas en las Unidades Habitacionales - UHs de los Medios de Hospedaje - MH: un 1,3% mayor en 2006 relativo a 2005. (Tabla 3.22).

En términos de las tipologías de empresas los hoteles son los que presentaron el mayor crecimiento, pasando de 103 unidades en 2005 para 105 en 2006, con 1,9% de variación siendo que la variación que llama la atención es que en los hoteles las unidades habitacionales subieron 2,6%: o sea, las unidades hoteleras más recientes tienen más cantidad de habitaciones. De hecho muchos inversionistas tienen aportado en Ceará inicialmente como turistas y después como inmigrantes, empresarios e inversionistas.

Tabla 3.22: Ceará 2006-2005 - Oferta Hotelera

Categorías	2006			2005		
	MH	UHs	Camas	MH	UHs	Camas
Hotel	105	7.778	17.531	103	7.568	16.796
Posadas	84	1.209	3.295	88	1.226	3.240
Flats	23	1.369	3.943	25	1.565	4.371
Albergues	3	38	195	3	48	234
<b>Rede</b>	<b>215</b>	<b>10.394</b>	<b>24.964</b>	<b>219</b>	<b>10.407</b>	<b>24.641</b>

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR indicadores turísticos 2007

Sin embargo, como punto negativo del análisis sobre la oferta de medios de hospedaje en Ceará, en los dos años 2005-2006, se apunta la disminución en el número de *flats* (departamentos que sirven para arriendo de turistas como hoteles) y su consecuente reducción en números de UH's (Unidades Habitacionales) en los hoteles y camas: se pasó de 25 a 23 *flats*. Tampoco creció el número de albergues además de la reducción de 8,3% de camas en ellos, pasando de 234 a 195, lo que puede significar que estudiantes o personas con menor poder adquisitivo (los que más usan estos medios de alojamiento) que antes podrían hospedarse ahí, ahora van a tener menos opciones en el Estado para hospedarse según sus fuentes de recursos.

En el periodo 2007 a 2011 (Tabla 3.23) se observa una reducción gradual en número de Medios de Hospedaje y de respectivas Unidades Habitacionales – Uhs y camas. Al mismo tiempo

las posadas y los *flats* casi se mantienen en términos de número total o se presentan en pequeña reducción (las posadas pasaron de 80 en 2007 para 72 en 2011; y los *flats* en número de 21 en 2007 aumentaron para 23 en 2011) pero se percibe un aumento en el número relativo de camas en las dos tipologías de hospedaje. Los albergues sin embargo es la tipología de hospedaje que más han crecido en cantidad, principalmente en 2011, cuando se duplicó desde 3 en 2007 hasta 6 en 2011. Se puede percibir con esta información que la tipología de turistas que recibe Ceará es de un perfil de personas que se acomodan a alojamientos más baratos y más simples, y el mercado está se adaptando a eso.

Tabla 3.23: Ceará 2007-2011 - Oferta Hotelera

Categorías	2007			2008			2009			2010			2011		
	MH	Uhs	Camas	MH	Uhs	Camas	MH	Uhs	Camas	MH	Uhs	Camas	MH	Uhs	Camas
Hotel	102	7.752	17.499	101	7.656	17.692	98	7.639	18.047	97	7.766	19.185	99	7.773	18.924
Posadas	80	1.151	3.044	82	1.228	3.261	76	1.213	3.334	77	1.323	3.594	72	1.264	3.430
Flats	21	1.374	3.883	22	1.442	4.054	23	1.557	4.356	22	1.437	3.998	23	1.416	3.786
Albergues	3	39	184	3	39	184	2	31	154	3	43	190	6	57	262
Rede	206	10.316	24.610	208	10.365	25.191	199	10.440	25.891	199	10.569	26.967	200	10.510	26.402

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR indicadores turísticos 2012

Cuanto a la oferta de medios de hospedaje en Ceará, relativo a los sitios donde están instalados, se puede observar en la Tabla 3.24 que ha crecido en el interior (9,8%) la cantidad de unidades habitacionales – Uhs más que en la capital (0,7%), o sea, el turista que llega a través de Fortaleza tiene la opción de ir a hospedarse en las otras ciudades consideradas turísticas, y no solamente en la capital. Este es un buen indicador de la interiorización del turismo en el Estado y de la diversificación productiva que los demás municipios fuera de la capital - Fortaleza, han experimentado entre los dos años 2005-2006, aunque les falte las demás estructuras en términos empresariales y de apoyo al turismo.

En 2011 el mismo fenómeno ocurre una vez que la cantidad de UHs en el interior del estado, ha crecido 11,2% mientras que en Fortaleza este indicador fue solo de 1%. La interiorización del turismo ha crecido en el Estado con potencial beneficio de un número mayor de personas sea por trabajo en la actividad, sea por inclusión de infraestructuras de apoyo que benefician a todos los que las necesitan: la población habitante y los visitantes.

Tabla 3.24: Ceará 2005-2006/2011 – Oferta hotelera por capital e interior (UHs)

Años	2005	2006	Var. %	2011	Var. %
Fortaleza	10.407	10.480	0,7	10.586	1,0
Interior	12.583	13.814	9,8	15.359	11,2
Total del Estado	22.990	24.294	5,7	25.945	6,8

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR indicadores turísticos 2007 y 2012.



### **3.3.3. Análisis DAFO del turismo en Ceará**

## Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Entretención variada con diversidad de equipamientos	El puerto se encuentra muy próximo a las playas centrales lo que dificulta su uso turístico	Existencia de recursos públicos para el turismo	Crecimiento desordenado de las ciudades y de la actividad turística
Atractivos históricos y culturales	Turismo desordenado con grandes impactos negativos en Caucaia	Interés por parte de inversionistas en los equipamientos de entretenimiento	Erosión de la orilla marítima
Playas diversas y atractivas	Insuficiencia de saneamiento básico	Migración del flujo turístico de la capital a otros municipios	Descontrol de la actividad del puerto
Artesanía y gastronomía de gran potencial	Impactos ambientales en las dunas y lagunas	Aumento de demanda en las áreas de planeamiento gubernamental	Des caracterización de la identidad cultural del cearense
Fácil aceptación de los productos artesanales y de gastronomía	Pocos o inexistente puestos de atención al turista	Disponibilidad de nuevos equipamientos deportivos y de ocio	Deterioro natural de los bienes históricos
Gran numero de equipamientos de alojamiento	Concentración de centros de artesanía en solamente algunas ciudades	Tendencia del flujo de turista aprender sobre la cultura local	Conflictos de intereses entre los propietarios de los bienes históricos, órganos de conservación y la sociedad
Diversidad de parques temáticos	Inexistencia de aterro sanitario	Aumento de turistas con interés en conocer la historia y cultura local	Deterioro de los equipamientos hoteleros en muchas localidades
Belleza natural de las playas en municipios cerca de Fortaleza	Baja cualificación de la mano de obra	Disponibilidad de programas nacionales e internacionales de incentivo a la conservación del patrimonio histórico	Crecimiento exagerado de restaurantes de baja calidad
Grandes áreas con poco uso turístico	Parte de los prestadores de servicios en la informalidad	Crecimiento de demanda por infra-estructura de apoyo en la área de planeamiento gubernamental	Mercado saturado de servicios de alimentación
Estructura portuaria con potencial de uso turístico	Concentración de las opciones de entretenimiento en la capital y municipios vecinos	Gran interés de empresarios en invertir en la área de alojamiento en la área de planeamiento gubernamental	Deterioro y desactualización de los equipamientos de entretenimiento
Excelente recepción de los turista	Baja conservación del patrimonio histórico	Crecimiento de demanda por entretenimiento en la área de planeamiento gubernamental	Competición predatoria entre destinos concurrentes
Existencia de parque nacional de Jericoacoara	Bajo aprovechamiento del potencial turístico del patrimonio histórico	Gran interés de empresarios en la inversión de equipamientos de entretenimiento en la área de planeamiento gubernamental	Alta en los precios de transporte aéreo
Patrimonio natural de grande atractiva	Comercio de productos industriales junto a las artesanías	Creciente urbanización de los municipios de la área de planeamiento gubernamental	Exceso de oferta turística en los medios de comunicación
Diversidad de recursos turísticos en las áreas de planeamiento gubernamental	Baja calidad de servicios y equipamientos fuera de la capital	Apareamiento de nuevos medios de comunicación	Aumento de la competitividad de los concurrentes
Alta representatividad regional del patrimonio histórico	Alta concentración de equipamientos de alojamiento en la capital y ciudades vecinas	Gran exposición del turismo en los medios de comunicación	Discontinuidad administrativa y cambio de eje de las prioridades y acciones gubernamentales.
Cercanía entre los atractivos en una misma ciudad	Concentración de mejores restaurantes en la capital y ciudades vecinas	Existencia de programas de financiación que incluyen componentes de planeamiento	Ocupación de las áreas con potencial turístico para otros segmentos de mercados nuevos pero con equipamientos convencionales.
Diversos planeamientos gubernamentales de construcción de infraestructuras de apoyo	Pocos consultores privados capacitados en nivel local fuera de la capital	Consultores privados capacitados en nivel local y nacional	Descontrol del crecimiento de la demanda turística
Gran numero de empresas de restauración	Precios influenciados pela estacionalidad de la demanda	Crecimiento de la demanda turística en la busca de nuevos destinos.	Impacto generado por el crecimiento del turismo y otras actividades económicas, además del uso y ocupación del suelo
Gran numero de nuevos destinos a ser explotados o poco explotados	precios influenciados por el costo del transporte aéreo	Crecimiento acelerado do turismo en Brasil y en el mundo	Falta de control de la utilización y explotación de los recursos naturales
Existencia de recursos naturales que pueden hacer parte del producto turístico	Falta de la segmentación de la promoción realizada, en términos de tipología turística	Previsión de inversiones gubernamentales para la promoción del turismo sustentable.	Insuficientes recursos para la manutención de la infra-estructura de apoyo existente.
Precios de acuerdo con el producto turístico ofrecido	Inexistencia de planeamiento estratégico de la promoción en la área de planeamiento gubernamental	Creciente conciencia ecológica de la población y de los profesionales de turismo	Aumento excesivo de visitantes.
Gran divulgación del Estado de Ceará nacional e internacionalmente	Necesidad de mejora en el planeamiento municipal y estadual	Creación de diversos mecanismos de protección y planeamiento ambiental en la región	Aumento de la población fija y flotante
Material promocional del Estado de excelente calidad	Baja cualificación del cuadro técnico efectivo de los órganos municipales y estaduais	Disposición de la iniciativa privada en invertir en las vías de acceso de la región	Degradación ambiental en muchas áreas turísticas
Existencia de la cultura de planeamiento en el órgano estadual de planeamiento - SETUR	Área de planeamiento consolidada como destino turístico de gran escala	Necesidad de adecuación de los municipios a ley de Responsabilidad fiscal.	Desestimulo al flujo turístico
Grandes áreas con potencial turístico aun poco explotados.	Potencial turístico concentrado en la tipología de sol y playa y eventos, sin opciones para otros segmentos.	Crecimiento de la sensibilización relativa a la importancia de la articulación intersectorial	Discontinuidad administrativa
Acciones de marketing planeadas para segmentos aun iniciales	Gran flujo de turistas en algunas áreas saturando las áreas de planeamiento gubernamental	Coyuntura política nacional de estructuración de actividad pública	Intereses conflictivos entre los varios elementos de las organizaciones del sector turístico
Ecosistemas lacustres en la costa aun poco degradados en los municipios de Jijoca y Camocim	Existencia de actividades económicas degradantes del medio ambiente, en algunas localidades	Presión externa para que los destinos emergentes se organicen.	Vulnerabilidad de la viabilidad de inversiones
Existencia de unidades de conservación	No cumplimiento de la legislación ambiental en algunas áreas frágiles	Existencia de líneas de financiamiento para emprendimientos turísticos.	Alta sensibilidad de la actividad de turismo
Razonable capacidad de soporte de las playas, ríos y fallacias	Ecosistemas lacustres en la costa degradados en algunos de los municipios turísticos: Paracuru, Itaipocca, Sao Gonzalo do Amarante y Trairi	oferta de cursos y entrenamientos de capacitación en la gestión empresarial del turismo	Crecimiento acelerado de la oferta de servicios turísticos sin acompañamiento de la oferta de cursos de capacitación correspondientes.
Carreteras bien estructuradas, con tramos de uso preferencial para el turismo, aunque algunos de ellos necesitan de manutención	Tránsito de autos en las dunas y playas	interés creciente de la comunidad en participar de consejos representativos	
Buena estructura aeroportuaria para la ciudad de Fortaleza, principal entrada del estado.	Regiones que presentan recursos extremadamente frágiles como las dunas y lagunas.	Crecimiento de la actividad turística en el mundo	
Punto de parada de cruceros marítimos	Insuficiente sistemas de monitoreo de la capacidad de soporte medio ambiental	Oferta de cursos y entrenamientos en la actividad de turismo.	
Seguridad publica mejor comparada a otros estados de Brasil	Insuficientes terminales turísticas en los municipios	Interés de la población en se cualificar para actuar en la actividad turística	
Existencia de policía especializada en la atención de los turistas	Accesos a través de carreteras sin opciones directas de ligación con los demás municipios de la área de planeamiento gubernamental.	Existencia de recursos públicos para inversiones en el turismo	
Acelerado ritmo de crecimiento del sistema de saneamiento básico en los municipios de la área de planeamiento gubernamental	Pequeña estructura de apoyo a los viajeros por carreteras		
Atención del sector publico para la cuestión de la basura	Insuficientes puestos policiales en algunas localidades turísticas		
Gestión estadual con estructura de funcionamiento satisfactorio	Insuficiencia de infra-estructura de saneamiento básico en todos los municipios de la área de planeamiento gubernamental		
Predisposición de la gestión publica para implantación y ejecución de proyectos	Insuficiencia y no adecuación de sitios y equipamientos para disposición de residuos solidos		
Disponibilidad de consultores locales capacitados para dar soporte a la gestión municipal y estadual	La población desconoce la importancia de la cuestión del saneamiento básico y disposición de los residuos solidos.		
Buena estructuración del órgano gestor estadual del turismo	Capacidad de gestión fiscal de los órganos municipales insatisfactoria.		
Gran concentración de empresarios con alto poder de inversiones.	Órganos municipales de turismo poco estructurados		
Alguna predisposición de los empresarios en se capacitar	Insuficiente estructura publica de apoyo al turismo		
Gran importancia del turismo como actividad propulsora de la economía local	Baja capacidad empresarial de la población local		
Actividad turística como importante generadora de rentas en la área de planeamiento gubernamental	Dependencia excesiva de inversiones externas		
Gran disponibilidad de cursos de capacitación profesional en diversos niveles jerárquicos de las actividades turística.	Existencia de entidades sectoriales con necesidad de estructuración		
	Especulación inmobiliaria localizada		
	Gran dependencia de algunos municipios en relación a la actividad de turismo		
	Gran efecto negativo de la estacionalidad en la renta de la población local		
	Exclusión de la comunidad tradicional en la dinámica de la actividad turística.		
	Deficiente cualificación de los agentes envueltos con la actividad de turismo.		

Fuente: elaboración propia, adaptado de Ruschmann Consultores.

## Capítulo 4. Análisis del Caso

#### 4.1. La información sobre turismo en Brasil y Ceará

En Brasil las empresas turísticas que deberían tener sus registros oficiales, previstos en la Ley General del Turismo del Ministerio de Turismo de Brasil<sup>107</sup> son las que actúan como agentes de turismo, medios de hospedajes, organizadoras de eventos, organizadoras de ferias, transportadoras turísticas, parques temáticos y campamentos turísticos, además de los restaurantes, cafeterías, bares y similares, los centros de convenciones, ferias y eventos, las marinas y emprendimientos de apoyo al turismo náutico o a la pesca deportiva, las casas de espectáculo y equipamientos de animación turística, los organizadores, promotores y prestadores de servicios de infraestructura, arriendo de equipamientos y organizadores de ferias de negocios, exposiciones y eventos; los alquiladores de autos para turistas, los prestadores de servicios especializados en la realización y promoción de las diversas modalidades de los segmentos turísticos, incluso atracciones turísticas y empresas de planificación.

Como se puede percibir por la fecha de la Ley General del Turismo, septiembre de 2008, la legislación sobre el tema es relativamente nueva y no se tiene acceso, todavía, con detalles, a los registros de estas empresas, pues ellos aun se encuentran en formación y perfeccionamiento en su forma de presentación y disponibilidad para los investigadores. A nivel nacional se encuentran los registros de empresas turísticas hechos por el IBGE<sup>108</sup> para el área de servicios. En los servicios se encuentran registradas la cantidad de empresas que operan los servicios de alojamiento, alimentación, transportes, auxiliar de transportes, agencias de turismo, alquiler de transportes y cultura y ocio para las cinco regiones del país y para cada Estado, además del número de empleos en cada tipología de empresa.

Hasta la fecha de la investigación de terreno de esta Tesis (2006) no existían datos específicos que fueran accesibles a los investigadores sobre estas empresas de turismo en el Estado de Ceará. Algunos datos estaban desglosados por Estados pero no se tenía informaciones tales como tamaño, años de vida, localización, número y tipos de empleados, entre otros.

El Ministerio del Turismo, desde su creación en 2003, cuando percibió las dificultades de hacer planificación sin datos específicos del sector, y también para hacer parte de la composición de las Cuentas Satélites del Turismo, encomendó a los institutos de investigación oficiales del Brasil (IPEA<sup>109</sup> e IBGE), una serie de estudios sobre turismo (fue creado el Sistema de Informaciones sobre el Mercado de Trabajo en el Sector Turismo – SIMT<sup>110</sup>). A partir del año 2006, empezó a ser visible la información a través de las páginas web de estos institutos oficiales, con la preocupación adicional de dimensionar la contribución del turismo a la economía del país.

<sup>107</sup> Lei Geral do Turismo n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008; accesible en <http://www.turismo.gov.br>.

<sup>108</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

<sup>109</sup> Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA.

<sup>110</sup> El que recurre a las estimaciones e informaciones del sector formal de turismo a partir de datos de la Relação Anual de Informações Sociais - RAIS y del Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED, del Ministério do Trabalho e Emprego, en la consulta realizada por el IPEA en 7,8 mil establecimientos, de más de 1200 municipios. Las estimaciones del sector informal son elaboradas a partir de investigación del IPEA y en la Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD del IBGE ([www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)).

Así es que para conocer sobre los registros de empresas de turismo en Ceará<sup>111</sup>, se obtuvo para efectos de esta Tesis<sup>112</sup>, los registros de las que interesaban directamente al objetivo de esta investigación - las empresas turísticas receptoras, o sea, las que reciben al visitante a su llegada al Estado de Ceará y que no corresponden a trabajadores remunerados por el Estado.

#### 4.1.1. Flujo Turístico (demanda) .

La cantidad de turistas que visitaron Ceará, llegando a través de la capital Fortaleza (Tabla 4.3) tuvo crecimiento positivo, en el periodo 2005-2006, de 4,8% y, en 2006, correspondió a los 85,34% del total de la población de la ciudad, 2.416.920<sup>113</sup> habitantes, siendo 87% de visitantes nacionales y los demás, 13%, de extranjeros al país. El turismo en el Estado de Ceará logró, en el año de 2006, una participación del 9,4 % en el PIB estadual, resultado del desarrollo de una Política de Turismo que, en los últimos años, elevó la demanda turística del Estado de 761.777, en 1995, para 2.062.493, en 2006, con un acrecimo de 170,7%. (SETUR, 2007). En 2012, el numero de turistas que visitaron Ceará por la vía Fortaleza fueron de 2.995.024, con registro de aumentos simultáneos en todo el periodo desde 2006. Se observa también crecimiento en los días promedio de permanencia: desde 9 (2006) hasta 11 días (2012) lo que puede significar mejora en la oferta turística del Estado.

En el período 1996/2011 el flujo de turistas para el Estado de Ceará, según datos de la SETUR, 2012, ha experimentado crecimientos siempre mayores, o sea, las inversiones y el apoyo al turismo han dado resultados positivos en la llegada de visitantes. La excepción fue de los dos años, 2002-2003, cuando se registró decrecimientos del número de turistas de 1.629.422 para 1.550.857, respectivamente. Estos decrecimientos coinciden con la mala situación económica de los varios segmentos sociales que componen la economía nacional, incluso de los más favorecidos, que son los que mas viajan y hacen turismo (Arrais de Souza, 2006 y SETUR, 2012).

Con relación a los empleos generados en la actividad de turismo en Ceará fueron 111.524<sup>114</sup> en 2006, siendo un acrecimo de 3,5% relativo al año anterior, correspondiendo a una participación de 6,8% en la población económicamente activa del estado. Los empleos generados por las actividades de alojamiento y alimentación<sup>115</sup> fueron de 132.521, en 2012, siendo responsable por 12,3% del total de empleos en el Estado (SETUR, 2013).

---

<sup>111</sup> Las cuales deben registrarse en el Ministerio del Turismo a través del órgano oficial de Turismo en el Estado - la Secretaría Estadual de Turismo, SETUR –CE.

<sup>112</sup> Información no pública a la fecha de la investigación primaria, sólo accesible gracias al apoyo de técnicos de SETUR, colegas de universidad.

<sup>113</sup> Según el Censo Demográfico 2010 del IBGE a población de Fortaleza es de 2.447.407. El municipio de Fortaleza (CE) fue el cuarto municipio más populoso del país, en 2006.

<sup>114</sup> Datos del IPEA, otra fuente de datos distinta de SETUR-Ce, registran 119.838 empleos turísticos en 2006 en Ceará, siendo 34.218 formales y 85.620 informales (IPEA, 2008c).

<sup>115</sup> Los datos más recientes de SETUR contabilizan solamente los empleos en estos dos tipos de empresas.

Tabla 4.3: Ceará - 2005/2011 - demanda turística vía Fortaleza

Agregados	2005	2006	Var. %	2008/2009	2010/2011
<b>Demanda Turística Vía Fortaleza</b>	<b>1.968.856</b>	<b>2.062.493</b>	<b>4,8</b>	<b>2.466.511 (2009)</b>	<b>2.848.459 (2011)</b>
<b>Impacto sobre el PIB (%)</b>	9,8	9,4	(9,6)	10,4 (2009)	10,8 (2011)
<b>Empleo en turismo en Ceará (hotelería + restauración)</b>	111.140	111.524	3,5	112.302 (2008)	129.990 (2011)
<b>Participación en la PEA (%)</b>	6,7	6,8	1,8	No Disponible	10,2
<b>Desembarques Aeropuerto (p/mil Pasajeros)</b>	1.256	1.538	22,5	1.574 (2008)	2.692 (2011)
<b>Movimiento de Turistas (mil)*</b>	8.309.	9.166	10,3	10.182 (2008)	12.700 (2010)

(\*) Corresponde al flujo en los municipios turísticos del Estado, de origen nacional, internacional e intra-estadual.

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR indicadores turísticos 2007 y 2012

Los desembarques en aeropuerto también se mostraron crecientes en 22,5% entre 2005-2006 (tabla 4.3), demostrando que hubo más vuelos y más gente con destino al Ceará. Se percibe, además, que el movimiento de turistas<sup>116</sup> también ha crecido en los dos años analizados uno 10,3%, por tanto más que las demandas nacionales e internacionales antes señaladas, destacando el vigor de los flujos de visitantes inter-estaduales e inter-municipales. Para el periodo 2006-2011 los embarques aéreos continuaron en ascensión registrando 75% de variación.

Del total de turistas que visitaron al Ceará, llegados por Fortaleza, la grande mayoría viene del propio país, o sea, en el período 2002-2011 (Tabla 4.4), los brasileños corresponden al promedio de 89%, en 2002, llegando a los 87% en 2006, 91,5% en 2009 y 92,3% en 2011. Los extranjeros al país han asimismo aumentado su participación en número absolutos de visitantes al Ceará, entre 2002 y 2006, y en porcentual del total pasando de los 11,2%, en 2002, para 13% en 2006<sup>117</sup> y se han reducido desde 2009 mejorando en 2011, sin embargo logrando a solo 7,7% en 2011. Estos datos presentan mas visitantes domésticos demostrando la fuerza que el estado tienen de atracción nacional por sus características antes descritas.

Tabla 4.4: Ceará 2002-2011 – turistas nacionales e internacionales

Turistas	2002	% total	2006	%total	Var.% (06/02)	2009	%total	2011	%total
<b>Nacionales</b>	1.446.927	88,8	1.794.369	87,0	24,1	2.556.858	91,5	2.628.361	92,3
<b>Internacionales</b>	182.495	11,2	268.124	13,0	46,9	209.653	8,5	220.098	7,7
<b>Total</b>	1.629.422	100,0	2.062.493	100,0	26,6	2.466.511	100,0	2.848.459	100,0

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR indicadores turísticos 2007, 2011 y 2012.

<sup>116</sup> Incluye el total de 82 municipios turísticos del Estado de Ceará con flujos nacionales, internacionales e interestaduais.

<sup>117</sup> Los datos de 2009 demuestran que los extranjeros se redujeron, pasando a representar 8,5% del total de visitantes en el Estado.

Los principales mercados emisores para el Ceará en los últimos años de la serie investigada por la SETUR, 2012, fueron:

- a) En 2011 Nacionales: de la región sudeste (39,5%), de la región nordeste (35,9%), del centro-oeste (9,8%);
- b) En 2011 Internacionales: Italia (26,6%), Portugal (20,1%), Francia (7,7%), España (7,1%) Alemania (6,6%).

Se observa una predominancia de los mercados europeos entre los principales emisores internacionales. Y, en el mercado nacional, de los estados del sudeste, del propio nordeste y del centro-oeste entre principales emisores. Se comparados con el país, los datos del anuario estadístico del Ministerio de Turismo de Brasil, 2012, apuntan los de países vecinos en América del Sur como siendo los mayores visitantes del Brasil, en 2011 (48,4%) siendo los segundos clasificados los turistas provenientes de Europa, que corresponden a 29,8% del total. Mientras que los europeos tienen tasas de participación en el turismo brasileño mucho más bajas, en Ceará ellos representan 95,6% del total de turistas extranjeros, demostrando la importancia de estas nacionalidades para ser trabajadas como visitantes calificados para el Estado considerando incluso la corta distancia desde Europa a Ceará. Los vecinos de América del Sur representan solamente 0,3% de los visitantes de Ceará, en 2011.

Ceará, a través de la capital, Fortaleza ha ocupado en 2011<sup>118</sup>, como ya hemos señalado la séptima posición entre los estados más visitadas por los turistas internacionales del país (Ministerio do Turismo, 2012) quedando atrás de Sao Paulo (1ª), Rio de Janeiro (2ª), Rio Grande do Sul (3ª), Paraná (4ª), Santa Catarina (5ª) y Bahia (6ª). Se observaba que la evolución del turismo internacional en Ceará, hasta 2006, se presentaba siempre con tasas crecientes, incluso mayores que las del país y con participación creciente en términos nacionales. Sin embargo, a partir de 2009 el turismo domestico invirtió esta posición y paso a dominar de entre los visitantes del Estado.

En cuanto a los ingresos por turismo en Ceará, la SETUR estima que en el periodo 1995 a 2010 el turismo por Fortaleza generó un ingreso que varió de R\$ 377,1 millones (promedio US\$191,4 millones) a R\$4.592,90 (promedio US\$ 2.331,42 millones)<sup>119</sup>, con acrecidos en todos los años del periodo, representando un impacto del 4% (1995) a los 11% (2011) sobre el PIB del Estado. Este número puede ser todavía más alto ya que se debe recordar que en los resultados presentados sobre el turismo en Ceará sólo están computados los ingresos de turistas por la vía de Fortaleza, por lo que se puede concluir que el impacto de la actividad de turismo en Ceará sobre el PIB debe ser superior a los valores ya mencionados<sup>120</sup>. La renta generada<sup>121</sup> desde la actividad turística en Ceará, pasó de R\$ 505,3 millones (promedio US\$ 256,1millones), en 1995, para R\$ 7.114,4 millones (promedio US\$ 3.611,4 millones) en 2011.

<sup>118</sup> En 2006 Ceará ocupó la misma posición relativa a Brasil.

<sup>119</sup> Para el periodo 1996/2006 estos valores fueron de R\$ 519,3 millones (promedio US\$263 millones) a R\$ 2.496,9 millones (promedio US\$1.267 millones).

<sup>120</sup> Además que en los cálculos de las cuentas estaduais no se incluye la totalidad de las recetas turísticas.

<sup>121</sup> Es calculada por la SETUR considerando el multiplicador de gastos turísticos = 1,75.

De entre las motivaciones más expresivas de los visitantes de Ceará están los paseos a los atractivos naturales: en los tres años presentados 2004 a 2006 (ver Tabla 4.5) correspondieron a los 90,5%; 81,6% y 76,1% de las preferencias. En según lugar viene las visitas a parientes y amigos pero en porcentual mucho más pequeño – 22,0%; 24,2% y 23,3% respectivamente para el periodo, y los negocios y eventos son las motivaciones que menos activaron a los turistas en los años 2004 y 2005 (14,3% y 19,6%) y en 2006 esta motivación ha sobrepasado las visitas a parientes y amigos, o sea, correspondió a 24,8% de las preferencias.

Tabla 4.5: Ceará 2004-2006 - Motivaciones y Atractivos de Viaje

Motivos y Atractivos	2004	2005	2006
1-Paseo	56,4	47,68	42,36
1.1-Atractivos Naturales	90,5	81,6	76,1
1.2-Manifestaciones Populares	1,5	4,9	2,8
1.3-Compras	1,2	2,7	1,1
1.4-Otros	6,8	10,8	20,0
2-Visita a Parientes/Amigos	22,0	24,2	23,3
3-Negocios y Eventos	14,3	19,6	24,8
4-Otros	7,3	8,6	9,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/CE (2007)

Observándose que el crecimiento que los negocios y eventos tuvieron en 2006 fueron, según la SETUR, 2008, movidos por las políticas del Estado para incentivo a inversiones de capitales extranjeros y la realización de eventos en la ciudad.

Para el periodo 2006 a 2011 la SETUR cambió la forma de calculo para conocer las motivaciones de los turistas en visita a Ceará, y presentamos los resultados de las investigaciones en la tabla 4.6. Se observa que casi la mitad de los turistas que vienen a Ceará es por paseo, pero que ha se reducido desde 2010 hasta 2011. La otra parte importante de visitantes viene a negocios o trabajo. Lo que más ha crecido en todo el periodo es la motivación congreso / eventos aunque represente solo 9,2% de las motivaciones de viajes, justificando las inversiones en el Gran Centro para abrigar hasta 30.000 personas al mismo tiempo, ya comentado.

Tabla 4.6: Ceará 2006-2011 - Motivaciones y Atractivos de Viaje, %

Motivos y Atractivos	2006	2009	2010	2011
1-Paseo	47,1	51,0	47,4	46,2
2-Visita a Parientes/Amigos	23,0	19,7	19,3	18,3
3-Negocios / trabajo	24,4	18,1	21,2	21,9
4-Congreso / eventos	4,8	7,3	8,1	9,2
4-Otros	0,7	3,9	4,0	4,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/CE (2012)



En términos de influencia del viaje (Tabla 4.7) los turistas que llegan hasta Ceará tuvieron el siguiente comportamiento en el periodo 2000-2006<sup>122</sup>:

- en primer lugar oyen lo que dicen los amigos y parientes que antes estuvieron en Ceará, es lo que se conoce o llama el “*boca a boca*”. Esta fue la mayor publicidad para el turismo estadual, la cual correspondió a 39,6% en 2006, siendo un promedio de 45,4%, en el periodo 2000-2006.
- En segundo lugar lo más importante son las repeticiones del viaje, es decir, los turistas que ya visitaron el estado y que (es probable les gustó el destino) quieren venir y vuelven en otra oportunidad. Este factor es lo que se puede trabajar mejor para la demanda de un destino, pues los visitantes que lo conocen son los que van a hablar bien del destino (influyendo también para el primero factor mencionado) y así mantener el flujo de visitantes, que es lo que debería tener como objetivo final todos los que componen la cadena que trabaja el turismo.
- Y en tercer lugar las llamadas a través de los medios de comunicación de masa, de televisión y revistas, especializadas o no en turismo.

Observase ahí en este ítem que las revistas y la televisión ocupan espacio importante (correspondiera a 37,8% y 36,0%, respectivamente, en 2006) para el público que visita el Estado los folletos o *outdoors* no tienen tanta importancia para los turistas del estado como ocurría en el pasado reciente. O sea, no sirve para el viajante ver una publicidad estampada en *outdoor* si no tiene más informaciones sobre el lugar en los demás medios de comunicación.

Tabla 4.7: Ceará 2000-2006 Influencia de Viajen

Influencia del Viaje/Años	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>1. Comenta Pariente/Amigo</b>	<b>52,4</b>	<b>50,5</b>	<b>44,6</b>	<b>36,5</b>	<b>48,7</b>	<b>45,3</b>	<b>39,6</b>
<b>2. Agencia de Viajes</b>	<b>13,6</b>	<b>5,6</b>	<b>6,9</b>	<b>3,2</b>	<b>7,8</b>	<b>6,4</b>	<b>6,0</b>
<b>3. Propaganda/Publicidad</b>	<b>9,5</b>	<b>8,2</b>	<b>6,8</b>	<b>9,4</b>	<b>8,9</b>	<b>9,7</b>	<b>5,9</b>
3.1. Periódico	9,4	10,1	5,9	6,7	12,2	9,1	11,7
3.2. Revista	25,4	47,6	40,7	45,5	40,9	23,9	37,8
3.3. Televisión	46,9	24,7	32,6	39,4	44,0	46,0	36,0
3.4. Folleto/ <i>Outdoors</i>	11,7	6,0	12,6	3,0	8,1	16,0	-
3.5. Otros	9,7	11,6	8,2	5,4	9,5	5,0	14,5
<b>4. Conocimiento previo del lugar</b>	<b>16,2</b>	<b>29,9</b>	<b>38,0</b>	<b>49,1</b>	<b>30,3</b>	<b>33,6</b>	<b>40,6</b>
<b>5. Otros</b>	<b>8,3</b>	<b>5,8</b>	<b>3,7</b>	<b>1,8</b>	<b>4,8</b>	<b>5,0</b>	<b>7,0</b>

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/indicadores turísticos 2007

Otro punto importante es observar la poca influencia de los agentes de viajes para la decisión de viaje de los turistas de Ceará: solo 6,0%, en 2006, aunque todavía sea la tipología de empresa en mayor cantidad y con mayor número de personas trabajando directamente en turismo en Ceará y Brasil<sup>123</sup>.

<sup>122</sup> La SETUR no mas presenta estos datos en años recientes.

<sup>123</sup> El Nordeste represento, en 2007, 15,1% de las empresas que agencian el turismo del País, 20,8% de los medios de hospedaje y 5,9% de las transportadoras turísticas. El estado de Ceará es el segundo clasificado

Los turistas que visitaron Ceará en el periodo 2000-2006 pueden ser clasificados, de manera general, por el siguiente perfil (Tabla 4.8): en su mayoría hombres, entre los 25 a los 50 años, casados – 52,1%, en 2006 (aunque haya un porcentual también expresivo de solteros – entre los 35,3% y 43,7% periodo 2000 a 2006), tienen nivel de estudios superiores (59,7% en 2006) y en segundo lugar estudiaron hasta el nivel medio (9 a 11 años de estudios) 10,2% en 2006; y casi la mitad viaja solo (48% en 2006) en mayor grado que con sus familias (31,6%).

Estos datos son muy importantes en términos de los planes para el sector público y privado, pues a partir de ellos se puede definir las estructuras empresariales (forma de atender en agencias de viajes, hoteles u otros medios de hospedaje, acomodaciones en medios de transportes, tipos y tamaño de autos para arriendo, alimentación en los restaurantes familiares o no, eventos como fiestas para turistas o residentes y turistas, de entre otros) además de las infraestructuras públicas relacionadas a la actividad de turismo, que generalmente están estructuradas para la población de las ciudades, pero que también deben adecuarse al turismo. También en términos de la adecuada capacitación de los profesionales en el turismo el perfil del turista también indica un camino muy directo de qué tipo de trabajo se puede desarrollar a partir de qué actividad se quiere trabajar y qué tipo de público atender.

Tabla 4.8: Ceará 2000-2006<sup>124</sup> - Perfil del Turista

Aspectos Personales	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Sexo</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. Masculino	60,9	57,5	57,0	55,5	57,5	55,2	59,3
. Femenino	39,1	42,5	43,0	44,5	42,5	44,8	40,7
<b>Franja de Edad</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. bajo 18 años	2,5	2,4	4,5	4,3	2,4	2,6	1,6
. 18 a 25 años	16,3	17,0	15,9	18,4	21,6	18,4	17,4
. 26 a 35 años	30,5	28,6	29,5	34,0	32,1	30,3	29,8
. 36 a 50 años	36,7	36,6	36,3	29,3	32,8	34,1	34,5
. 51 a 65 años	11,4	12,8	11,1	10,8	8,5	11,2	12,9
. Arriba de 65 años	2,2	2,7	2,7	3,2	2,7	3,4	3,8
<b>Estado Civil</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. Soltero	38,1	35,3	37,1	35,6	43,7	35,5	39,0
. Casado	51,8	54,6	54,3	56,2	45,7	49,8	52,1
. Viudo	2,5	2,6	2,4	2,0	2,9	5,6	-
. Separado	6,5	6,8	5,7	5,4	6,7	7,2	-
. Otros	3,2	0,8	0,5	0,8	1,0	1,9	8,9
<b>Grado de Instrucción</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. 1º Grado	10,2	10,6	4,9	6,4	3,3	8,3	9,1
. 2º Grado	26,8	37,9	27,8	25,9	24,5	32,8	21,0
. Técnico	6,4	-	9,2	8,4	13,8	-	-
. Superior	54,5	37,5	56,7	52,6	40,9	43,0	59,7
. Otros	2,1	13,9	1,4	6,7	17,5	15,9	10,2

(atrás de la Bahia) dentro de la Región Nordeste, en cantidad de empresas agencias de viajes y tercero (atrás de Bahia y Pernambuco) en empresas medios de hospedaje. Los transportadores turísticos también en Ceará son en número muy pequeños y representan solo 7,6% de los regionales (Ministerio do Turismo, 2008).

<sup>124</sup> Ultimo año del dato disponible.

<b>Nivel Sociabilidad</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. Viajando Solo	41,2	42,7	32,6	33,9	38,1	41,7	48,0
. Con la Familia	36,9	33,2	44,4	41,7	39,9	38,6	31,6
. Otras	21,9	24,1	23,0	24,4	22,0	19,7	20,4

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/indicadores turísticos 2007

Con relación a los medios de transportes utilizados por los turistas que vienen al Ceará (Tabla 4.9) en su gran parte – 74,5%, en 2006, y un promedio de 71,9% en el periodo 2000-2006, se desplazan de sus *habitats* naturales por vía aérea. Lo que es justificado ya que de entre los brasileños, los que más visitan el Estado son los de la región Sudeste, que dista más o menos 3.000 Kilómetros de distancia; y, de entre los extranjeros, los que vienen de otros continentes tienen que ultrapasar por lo menos 6:30 horas desde Europa o Estados Unidos, no considerando aquí los de la América del Sur o Central que no están entre los principales visitantes del Estado.

Los demás turistas tienen como medio de transporte el ómnibus – 23,8%, en 2006, que son generalmente los propios moradores de las ciudades vecinas, y sus coches propios – 1,4%, en 2006. En este ítem se observa una disminución en el periodo 2000-2006, ya que en años anteriores a 2006 hubo una circulación más grande de autos en las carreteras inter-estaduales de Ceará. La causa puede ser el casi permanente malo estado de conservación de las carreteras en el estado y la cantidad grande de actos de robos o violencia observado en los últimos años (Waiselfisz, 2012). Solo algunos tienen sus coches con condición de soportar las malas carreteras en viajes de mediana distancia

En cuanto a los medios de hospedaje alternativos los datos de la tabla 4.9 presentan la hotelería como los medios de hospedaje preferidos de los turistas que visitan Ceará, (59,7% en 2006) el hotel es el medio preferido de los 40,6% de visitantes, en 2006. En según lugar las posadas son las más utilizadas – 15,6% en 2006, que, de manera general, son más simples y más económicos. Los albergues fueron muy pocos utilizados. En cuanto a los medios de hospedaje extra-hoteleros 40,3% quedan en las casas de parientes o amigos. Lo que es muy común en el Estado ya que las familias se visitan mucho en municipios diferentes y la hospitalidad, que es una marca cultural característica de los cearenses, los inclina a invitar los turistas a estar en sus casas mismas. Muchas veces la recepción a los amigos/visitantes es tan calurosa que hasta les permite alojarlos en sus residencias, como si fueran de la propia familia.

Tabla 4.9: Ceará 2000-2006<sup>125</sup> - Tipos de transportes y hospedajes de los turistas %

Transporte /hospedaje	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Transporte</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
. Avión	61,5	75,1	73,2	80,4	71,4	67,0	74,5
. Ómnibus	26,1	20,7	18,7	16,7	25,9	22,9	23,8
. Automóvil	10,5	3,8	7,6	2,7	2,2	8,5	1,4
. Otros	1,9	0,3	0,5	0,2	0,5	1,6	0,3
<b>Hospedaje</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Hotelería</b>	<b>48,2</b>	<b>54,5</b>	<b>53,2</b>	<b>60,4</b>	<b>53,3</b>	<b>54,1</b>	<b>59,7</b>

<sup>125</sup> Ultimo año disponible del dato.

. Hotel	35,9	41,0	34,6	42,6	36,6	34,6	40,6
. Depart-Hotel	3,8	5,2	4,2	4,1	2,1	2,0	2,5
. Posada	8,3	6,8	13,8	13,4	14,2	17,2	15,6
. Albergue	0,2	1,4	0,6	0,3	0,4	0,3	0,8
<b>Extra-Hotelera</b>	<b>51,8</b>	<b>45,5</b>	<b>46,8</b>	<b>39,6</b>	<b>46,7</b>	<b>45,9</b>	<b>40,3</b>
. Casa Parientes/Amigo	38,6	34,3	38,0	33,0	37,1	36,9	34,4
. Casa Propia	3,5	2,4	3,3	2,2	4,7	3,5	2,1
. Casa/Apto Alquiler	3,6	4,3	3,7	2,5	3,6	2,2	2,4
. Otros	6,1	4,5	1,8	1,9	1,3	3,3	1,4

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/indicadores turísticos 2007

#### 4.1.2. Ventajas comparativas de Ceará en Turismo de Sol y Playa

Como ya se ha presentado, los atractivos naturales son los que más atraen los visitantes para Ceará, que tienen las motivaciones de ocio. La Tabla 4.10 muestra la investigación hecha por la SETUR, en 2012, la cual evaluó los principales atractivos de Ceará demostrando que el sol y la playa – principales atractivos naturales del Estado, son los que reciben las mejores evaluaciones de los turistas: el índice calculado por la SETUR varió entre 2000 y 2010 de los 95,8 a los 92,8 en evaluaciones óptimas y buenas netas. Este índice fue de 91,4, en 2006.

La análisis del cuadro de la evaluación de los turistas es importante para la adopción de medidas correctoras y a continuación, de las deficiencias acentuadas, incluyendo esos aspectos que no han conseguido un concepto mínimo de la calidad percibida por parte del turista. Éste es un cuadro que podrá servir como instrumento de la mediación entre los turistas y la SETUR/CE para planeamiento de las actividades y de la oferta turística en sus aspectos más amplios y más estrechos. Enmiéndese que es a través de la evaluación, que el turista también puede ejercer su “ciudadanía” al contribuir para la mejora de las condiciones urbanas y del medio ambiente en general, que son las principales fuentes de generación de la actividad turística e por lo tanto, de renta, puestos de trabajo e inversiones privadas para los habitantes del lugar visitado.

Tabla 4.10: Ceará 2000/2011 –Índice de Evaluación de los atractivos turísticos de Fortaleza

Ítems Evaluados	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008	2009	2010	2011
<b>1. Atractivos Turísticos</b>	85,3	85,0	86,5	87,5	81,8	85,7	81,6	81,0	88,5	91,3	83,9
<b>. Atractivos Naturales</b>	<b>95,8</b>	<b>95,0</b>	<b>95,0</b>	<b>95,8</b>	<b>95,2</b>	<b>89,8</b>	<b>91,4</b>	<b>90,6</b>	<b>91,8</b>	<b>92,8</b>	<b>91,8</b>
. Patrimonios Históricos	81,8	82,4	83,2	83,5	77,0	84,8	75,8	80,4	89,1	90,5	81,5
. Manifestaciones Populares	78,2	77,6	81,2	83,2	73,2	82,6	77,8	72,0	84,6	90,5	78,5
<b>2.Equipamiento e Servicios Turísticos</b>	82,6	80,8	79,6	85,1	84,3	74,7	78,5	79,8	79,1	80,8	79,6
<b>. Equipamientos de Ocio</b>	<b>88,0</b>	<b>87,6</b>	<b>82,8</b>	<b>91,2</b>	<b>89,0</b>	<b>86,4</b>	<b>83,4</b>	<b>80,9</b>	<b>89,3</b>	<b>75,7</b>	<b>82,8</b>
. Paseos Ofrecidos	91,2	90,2	89,8	93,0	91,2	86,0	82,2	81,1	70,6	77,1	81,1
. Servicios Receptor/Empresas	82,2	83,4	82,4	86,4	82,6	67,0	81,2	74,5	79,5	79,6	76,5
<b>. Hospitalidad del Pueblo</b>	<b>91,8</b>	<b>90,2</b>	<b>92,2</b>	<b>93,9</b>	<b>92,4</b>	<b>92,2</b>	<b>88,8</b>	<b>88,3</b>	<b>83,4</b>	<b>88,2</b>	<b>88,8</b>
. Información Turística	75,4	70,2	62,0	78,7	79,8	56,2	80,6	68,2	79,5	75,7	72,0
. Guías de Turismo	77,6	75,0	68,2	79,5	78,6	68,4	69,0	71,6	78,9	69,8	69,8
. Medios de Hospedajes	86,0	85,8	91,4	90,7	85,8	83,0	78,4	79,0	85,2	84,9	81,8

## Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

. Bares e Restaurantes	88,6	87,8	89,9	90,7	91,2	84,0	81,4	83,3	72,0	88,1	82,9
. Comercio/Compras	84,0	80,2	85,4	87,3	88,8	78,0	82,8	88,3	85,6	87,7	84,3
<b>. Diversiones y Vida Nocturna</b>	<b>92,6</b>	<b>89,8</b>	<b>90,0</b>	<b>90,4</b>	<b>90,4</b>	<b>82,7</b>	<b>85,8</b>	<b>88,9</b>	<b>88,4</b>	<b>87,6</b>	<b>86,4</b>
. Taxis	70,6	75,2	74,4	71,1	71,8	54,0	73,0	74,0	64,8	74,1	69,1
<b>3. Infra-Estructura</b>	<b>53,1</b>	<b>45,3</b>	<b>41,4</b>	<b>51,3</b>	<b>51,4</b>	<b>43,5</b>	<b>40,3</b>	<b>41,7</b>	<b>48,7</b>	<b>49,6</b>	<b>44,6</b>
. Comunicaciones Coreo/teléfono	81,0	78,0	79,8	79,9	70,2	55,2	70,8	68,5	60,0	71,9	65,0
. Señalización Urbana	53,8	44,0	43,0	60,7	46,0	45,0	55,2	57,5	47,9	54,4	48,4
. Seguridad Pública	0,2	17,4	18,8	33,3	9,4	2,4	1,4	18,7	31,9	22,9	13,3
. Limpieza Pública	5,0	9,2	(8,0)	8,9	2,6	(1,7)	(5,4)	(2,1)	2,6	4,7	5,3
. Ómnibus Urbano	50,0	29,8	33,8	25,5	52,8	24,6	48,0	26,4	37,8	42,5	37,8
. Terminal de buses (Rodoviario)	59,4	39,2	29,0	39,4	63,0	60,1	64,8	34,2	64,0	59,4	53,0
. Aeropuerto	<b>97,6</b>	<b>93,4</b>	<b>91,8</b>	<b>92,2</b>	<b>88,4</b>	<b>89,1</b>	<b>87,2</b>	<b>88,5</b>	<b>96,9</b>	<b>91,6</b>	<b>89,3</b>

Obs: El índice para cada ítem es calculado con base en la evaluación del turista a través de la relación (optimo bueno) – (regular+ruin+pésimo).

Fuente: SETUR/indicadores turísticos 2007, 2011 y 2012.

En la evaluación general de los turistas, el ítem atractivos turísticos naturales habían logrado los conceptos (Optimo+bueno) por encima del 90,0% en casi todo el periodo 2000-2011 (excepción de 2005) entre los entrevistados. Con esta aprobación se percibe la necesidad de una atención sistemática y permanente de mantención al ambiente, el patrimonio histórico-cultural y, principalmente, a las manifestaciones populares, que obtuvieron evaluación debajo de los 90%, en 2011.

Cuánto a los equipos y los servicios turísticos asociados, en 2011, los servicios receptores de la empresa turística (76,5), información (72), comercio y compras (84,3), bares y restaurantes (82,9), paseos ofrecidos (81,1), diversiones (86,4) tuvieron más conceptos óptimos y buenos que los malos. Sin embargo, la infra-estructura (44,6) con excepción del ítem aeropuerto (89,3), tuvieron menos conceptos buenos o excelentes con el 80% de entrevistados. Los guías de turismo experimentaron una evaluación de 69,0 en 2006, la que no es tan buena y continuaron con casi la misma evaluación en 2011 (69,8), demostrando la necesidad de mejor capacitación de estos profesionales para atención del turista.

Aquí se subraya la seguridad y la limpieza de la ciudad que se encuentran muy mal evaluados por los turistas durante todo el periodo 2000-2011. Hay otros ítems con pocos índices bajo el concepto excelente, o sea, habían sacado los índices más bajo en los conceptos definidos como pésimo por los entrevistados, estos fueron: terminal de buses y autobuses urbanos. Es aquí en estos ítems donde se necesita trabajar más para que el turista no sea perjudicado y maltratado en sus visitas al Estado de Ceará. En la otra extremidad se tienen la hospitalidad de la gente casi de 89,9 el promedio en el periodo 2000-2011 y diversión y vida nocturna promedio de 83 en el periodo.

El tipo de turismo de Ceará (sol y playa) queda de manifiesto cuando se constata que los municipios más visitados por los turistas (Tabla 4.11) están localizados en el litoral (recibieron 57,3% de los visitantes en 2011, 49,6% en 2010, 51,3% en 2008 y 45,2% en 2007) se trata de 10 municipios litoráneos, que en su mayoría son los que tienen más proximidad con la capital Fortaleza, que es el portón principal de entrada de los turistas.

En el interior de Ceará las ciudades más visitadas, se encuentran en la sierra y en el *sertão*, las cuales en conjunto representaron sólo el 6,5% de las ciudades visitadas en Ceará en 2011. Es preciso recordar que la capital estadual Fortaleza tuvo 30,4% de la demanda total de turistas para Ceará. Como se verá más adelante en esta Tesis, el gobierno estadual a través de su política de turismo, ha hecho un esfuerzo para atraer visitantes a estas otras áreas de recursos naturales menos visitadas y distintos del sol y playa<sup>126</sup>, sin embargo aún no ha tenido un éxito destacado a este respecto.

Observase también que los días de permanencia de los turistas en sus destinos fuera de la capital son menores al ser comparados con Fortaleza, a excepción de los municipios que se ubican más lejos de la capital (Cascavel, São Gonçalo do Amarante, Aquiraz y Paracuru). Esta baja permanencia también se observa en los municipios vecinos a Fortaleza donde los turistas pasan menos tiempo que allá<sup>127</sup> ya que reciben el radio de influencia (hasta 200km, según Boullón, 1997) de la ciudad principal, pero no tienen todavía la buena estructura de la capital para abrigo por más tiempo.

Tabla 4.11: Principales ciudades más visitadas en el litoral del Estado de Ceará en 2005-2011

Municipios más visitados en el litoral	2005		2007		2008		2010		2011	
	% sobre total de turistas	Permanencia Media en días	% sobre total de turistas	Permanencia Media en días	% sobre total de turistas	Permanencia Media en días	% sobre total de turistas	Permanencia Media en días	% sobre total de turistas	Permanencia Media en días
Litoral	57,8	3,3	45,2	6,5	51,3	6,6	49,6	8,3	57,3	7,5
1. Caucaia	14,5	1,9	10,4	7,4	14,1	6,9	10,7	5,7	11,6	7,3
2. Aracati	12,1	3	7,2	4,8	8,2	5,3	8,4	5,4	8,4	5
3. Beberibe	8	2,1	8,5	6	9,8	5,3	8,5	4,8	8,5	7,5
4. Jijoca de Jericoacoara	7,5	4,5	4,2	5,4	3,6	5,4	5	6,8	7,2	7,2
5. Aquiraz	6,7	2,1	6,5	6,3	8,3	7,7	10,1	6,6	10,2	9,1
6. Paripaba	2,7	3	3,7	7,2	2,2	5,8	2,3	6,5	3,5	5,2
7. Cascavel	1,8	3	0,7	6,3	1,2	5,6	1	11,2	2	9,5
8. Trairi	1,4	2,3	1,4	7,5	1,2	5,4	0,9	7,6	1,5	7,3
9. São Gonçalo do Amarante	1,3	3,4	1	6,1	1,5	5,5	1,7	0,4	2,4	8,3
10. Paracuru	1,2	3,1	1,1	7,5	0,8	7,6	1	9,1	2	8,9

Fuente: elaboración propia a partir de SETUR/indicadores turísticos 2007, 2011 y 2012.

Otro análisis importante respecto de los municipios más demandados por los visitantes de Ceará, es ver que su estructura económica sectorial (Tabla 4.12 y 4.13) está basada en los servicios en más de 50%, de todas estas comunas (excepción de Aquiraz, en 2009), sector donde están las actividades características del turismo. Es decir, además de que el sector servicios del estado representa más de 70% de su PIB, estas ciudades ofrecen una tendencia productora en este mismo sector económico y con crecimientos a lo largo del periodo 2003-2005, pasando a estabilizar este porcentual entre 2007 y 2008 y nuevamente creciendo en 2009<sup>128</sup>, dejando a las demás actividades como de menor potencial (sectores secundario y primario).

<sup>126</sup> Tales como el ecoturismo, el turismo de eventos y negocios, turismo rural, turismo de aventura, turismo de vientos (windsurf, kitesurf y vuelo libre).

<sup>127</sup> Ver ítem Fortaleza flujo turístico.

<sup>128</sup> Excepción además de Aquiraz, como ya habíamos señalado, de Sao Gonzalo do Amarante y Fortaleza, que por reemplazo tuvieron sus industrias en ascension.

Tabla 4.12: Ceará 2003-2008 - % estructura sectorial, según los municipios turísticos más visitados

Municipios	Agropecuaria				Industria				Servicios			
	2003	2004	2005	2008	2003	2004	2005	2008	2003	2004	2005	2008
Caucaia	3,5	3,0	2,7	2,2	24,1	27,1	25,7	23,6	72,3	69,9	71,6	69,3
Aracati	16,6	14,7	12,1	14,6	26,1	31,6	29,1	26,9	57,3	53,7	58,8	58,5
Beberibe	24,7	27,7	23,3	23,2	8,8	12,3	10,8	12,1	66,5	60,0	65,9	64,6
Jijoca de Jericoacoara	20,4	17,2	11,9	10,1	8,1	10,4	11,5	13,3	71,4	72,4	76,6	76,6
Aquiraz	10,3	7,6	8,3	8,0	33,3	39,9	37,8	38,6	56,4	52,5	53,9	53,5
Paraipaba	31,2	27,4	24,1	22,4	13,5	16,4	20,0	22,5	55,4	56,2	55,9	53,1
Cascavel	8,6	7,4	6,3	7,8	40,2	50,1	43,5	32,8	51,2	42,5	50,2	59,4
Trairi	21,0	22,4	14,3	12,1	27,3	33,6	35,0	37,5	51,7	44,0	50,7	50,4
São Gonçalo do Amarante	16,1	14,2	14,3	14,9	15,2	17,7	18,5	19,6	68,6	68,1	67,2	65,5
Paracuru	12,9	11,8	10,8	16,0	42,7	40,5	43,1	34,6	44,4	47,7	46,1	49,9
Fortaleza	0,2	0,2	0,2	0,2	19,8	21,6	18,9	20,3	80,0	78,2	80,9	79,6
Estado do Ceará	8,4	7,1	6,0	7,1	21,8	25,1	23,1	23,6	69,9	67,8	70,9	69,3

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2008 y 2011.

Tabla 4.13: Ceará 2009- % estructura sectorial, según los municipios turísticos más visitados

Municipios	2009		
	Agropecuaria	industria	servicios
Caucaia	1,57	32,0	66,0
Aracati	13,1	26,9	60,1
Beberibe	19,6	11,7	68,7
Jijoca de Jericoacoara	8,5	12,9	78,6
Aquiraz	6,8	43,6	49,6
Paraipaba	19,0	23,0	58,0
Cascavel	7,2	32,9	59,9
Trairi	14,0	22,9	63,0
São Gonçalo do Amarante	13,7	25,5	60,8
Paracuru	14,0	25,7	60,3
Fortaleza	0,1	22,1	77,8
Estado do Ceará	5,1	24,5	70,4

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2012.

#### 4.1.3. La inversión pública y privada en turismo de Ceará

Según el Guía de Desarrollo de Ceará para el turismo, 2007-2008 (SETUR, 2008), el gran interés del gobierno del Estado para los inversionistas está basado en la implantación de nuevos equipamientos hoteleros para recogerse la demanda de algunas áreas aún no atendidas por este servicio. El modelo de construcción que interesa al gobierno incentivar es de hoteles horizontales, de ocio y deportes, o sea, los llamados *resorts*, pues la red hotelera, en la capital Fortaleza, principalmente, según el documento del gobierno, es casi toda por verticalidad. Ya hemos advertido que el modelo de *resorts* no es lo más adecuado para el desarrollo endógeno y la política de inclusión social, como prevé el gobierno federal en su política, porque generalmente excluye la población local de los resultados del turismo.

Además el gobierno intenta incentivar también la implantación de posadas del tipo “hoteles boutique” que son establecimientos de tamaño menor, pero que ofrecen un servicio de alta calidad a los visitantes. Para este tipo de empresa el gobierno ofrece financiación a través de programa propio<sup>129</sup>, para reforma o construcción. Hay interés también del gobierno estadual en inversiones en equipamientos para la diversión y entretenimiento tales como los campos de golf, los centros deportivos, los parques ecológicos y los parques temáticos.

De esa forma se percibe que el gobierno de Ceará ha procurado socios inversionistas nacionales y extranjeros para el turismo del Estado. Los europeos son los que más tienen llegado con sus recursos, principalmente en las construcciones de hoteles con banderas ya conocidas en el mercado internacional. De entre ellos los portugueses son los que más han aplicado dinero y están previstas inversiones en *resorts* tales como: el grupo Pestana que trae R\$ 180 millones para la playa de Beberibe (promedio de US\$ 90 millones); otros R\$ 1,5 mil millones aplicados en hoteles y *resorts* en los municipios de Aquiraz y Caucaia, según la SETUR, 2007.

Desde el año 2003, los recursos federales del presupuesto oficial destinados al turismo han evolucionado positivamente, ya que la prioridad para el sector turístico fue reconocida a través de la Política Nacional de Turismo y la creación del Ministerio del Turismo<sup>130</sup>. Los órganos oficiales de financiación del turismo de Brasil son Banco de Amazonía (BASA), Banco do Brasil (BB), Banco do Nordeste do Brasil (BNB), Caixa Económica Federal y Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES) los que han apoyado las empresas de turismo, con créditos más adecuados desde el punto de vista de las tasas de interés y periodo de carencia para pagos, según las necesidades del proyecto<sup>131</sup>.

En la región Nordeste, donde se encuentra Ceará, la principal fuente de recursos para el turismo obtiene del Fondo de Constitucional de Financiamiento do Nordeste (FNE) un compuesto de recaudaciones de impuestos federales, los cuales tienen una tasa de interés subsidiada por el gobierno federal y es operado por el BNB. El Programa de Desenvolvimento del Turismo

<sup>129</sup> FINACTUR en asociación con el Banco de Nordeste de Brasil SA.

<sup>130</sup> La discusión de la Política Nacional de Turismo y la elaboración del Plan Nacional de Turismo – PNT 2003 / 2007 constituyeron un hito en el proceso democrático de ponderación sobre la realidad del sector turístico en Brasil. El Plan, que sistematizó las proposiciones para la definición de esta política sectorial nacional, en el ámbito del Gobierno Federal, fue elaborado de forma integrada a las acciones y programaciones de las demás esferas de gobierno, en una acción articulada con la iniciativa privada y el tercer sector. Era un tema de extrema necesidad ya que el País no tenía una política para la actividad aunque fuera de importancia para su crecimiento y desarrollo económico.

<sup>131</sup> El artículo 16 de la Ley General del Turismo describe el soporte financiero para el sector, disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)



(PRODETUR)<sup>132</sup> con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es otra fuente de recursos direccionado a la Infra-estructura de apoyo al turismo, o sea, aquella que sirve para la ciudad, sus habitantes y visitantes (BNB, 2007).

El Estado de Ceará cuenta también con la política de captación de inversiones para el turismo ofreciendo al emprendedor incentivos tales como: acceso, comunicaciones, energía eléctrica, saneamiento básico y apoyo logístico a las empresas para programas de entrenamiento de recursos humanos, en número compatible con las necesidades reales, ponderando los aspectos de valor de la inversión, localización, generación de empleos, impacto sobre la demanda por materias-primas e insumos locales y servicios (Governo do Estado do Ceará, 2004a). Algunos incentivos fiscales más recientes (año 2012) del Estado son el Fondo para el Desarrollo Industrial – IDF que actúa directamente en el aplazamiento del impuesto sobre Bienes y Servicios - ICMS aplicado a las importaciones de maquinaria y equipo. Y para los Municipios la exención parcial del Servicio de Impuestos - Impuesto Inmobiliario Urbano y ISS - Impuesto sobre la propiedad por un período máximo de hasta 10 años, de acuerdo a la legislación municipal.

No existen datos oficiales consolidados disponibles sobre el volumen de inversiones destinado a las empresas de turismo, que en su mayoría son micros y pequeñas empresas, en más de 95% de ellas. Y en su gran parte actúan cómo operadoras, agencias de viajes, hoteles, bares, restaurantes, transportadoras, alquiler de coches y organizadoras de eventos. Sin embargo, estudio hecho por la FIPE, 2006a, detectó la situación abajo descrita sobre las inversiones que están en trámite con apoyo de la SETUR-Ce.

El sector turístico en Ceará debió recibir por el Gobierno del Estado la cantidad de R\$ 1,3<sup>133</sup> mil millones en inversiones, en 2012. Según el Gobernador Cid la cantidad no se limitará sólo a la inversión en equipos de construcción, sino también en la capacitación de mano de obra calificada e infraestructura. Las inversiones en el área de desarrollo de capacidades para el sector, el Gobernador anunció la construcción de una Escuela de Turismo, que deberían ofrecer cursos de corto y largo plazo. Otras acciones tales como cursos centrados en el espíritu empresarial y cursos de corta duración, que a través de las Escuelas de Educación del Estado Profesionales (EEEP) quiere Capacitar a los técnicos jóvenes en Turismo.

Los emprendimientos turísticos en Ceará que cuentan con apoyo de la SETUR están distribuidos entre las regiones<sup>134</sup> de Fortaleza (1), Litoral Leste (9) y Litoral Oeste / Vale do Curu (3), los que suman trece emprendimientos, con previsión de inversiones de R\$ 2.721,00 millones (promedio U\$1.381 millones) siendo nueve de ellos de nacionalidad portuguesa, representando 69,3% del total, seguidos de los de nacionalidad española (15,4%), otro de origen nacional (7,7%) y uno de origen nacional y portuguesa (7,7%). El área ocupada por los emprendimientos es de 5.427,2 hectáreas, sumando 9.740 nuevas Unidades Habitacionales - UHs y generando 12.660 empleos directos. En términos de recursos invertidos en los emprendimientos la distribución es la siguiente: 59,8% para el Litoral Leste, 39% para el Litoral Oeste / Vale do Curu y 1,1% en Fortaleza.

---

<sup>132</sup> Ver ítem 4.1.4 de esta Tesis.

<sup>133</sup> Cambio real dólar a 2,323 en diciembre de 2013.

<sup>134</sup> Ver descripción de las regiones turísticas en el ítem 4.1.5.1 de esta Tesis, La gestión de la SETUR.

#### 4.1.4. EL PRODETUR

Según SETUR, 2012, El Programa de Desarrollo del Turismo del Nordeste (PRODETUR-Ne) tiene el objetivo de desarrollar el turismo sostenible con base en la planificación estratégica de largo plazo. Las acciones del programa son devotadas a la infraestructura básica de los municipios para fomentar la oferta turística, aportando para el desarrollo económico del Estado. El PRODETUR intenta equilibrar las obras con las condiciones ambientales, preservando aspectos culturales, productivos y administrativos, garantizando la mejoría de la calidad de vida de la población. El programa fue concebido desde gestiones de gobernadores de estados del Nordeste, junto al Banco del Nordeste - BNB, la antigua Superintendencia del Desarrollo del Nordeste – SUDENE (hoy la ADENE), el antiguo Instituto Brasileño de Turismo - EMBRATUR (incorporado al Ministerio del Turismo) y Comisión del Turismo Integrado del Nordeste – CTI-NE. Los agentes financieros son el Banco Interamericano de Desarrollo- BID y el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social- BNDES. En Ceará, la coordinación y la ejecución del PRODETUR se quedan bajo la responsabilidad de la Secretaría del Turismo- SETUR, por medio de la Unidad Ejecutora Estadual.

Las obras de infraestructura apoyados por el PRODETUR consisten en la construcción o reestructuración de carreteras y desarrollar acciones de saneamiento básico implantando sistemas de agua y alcantarillado en los municipios contemplados, así como la construcción de equipamientos que aporten para el desarrollo del turismo. El programa implantó también la recuperación y el control ambiental de playas, fuentes y lagos, bien como la urbanización del entorno y la creación de las Unidades de Conservación y Educación Ambiental. Otro punto importante fue el desarrollo institucional de los órganos envueltos en la administración del PRODETUR, los que fueron beneficiados desde entrenamientos y suministro de equipos, además de la participación activa de la población de cada municipio contemplado, en las decisiones de los proyectos.

La reestructuración y la implantación de autopistas mejoraron el acceso de los visitantes a los destinos turísticos de la Costa del Sol Poniente. El total en extensión de vías recuperadas o construidas fue de 255 km. Las acciones de saneamiento básico aportaron para la reducción del índice de enfermedades. Las principales inversiones del PRODETUR I fueron en los ítems constantes en la Tabla 4.14, con destaque para los retos de esta Tesis, la inversión relativa al desarrollo institucional los que consumieron US\$ 2,68 millones correspondiente a solo 1,64% del total.

El PRODETUR I (Mapa 4.1) invirtió US\$ 166 millones en el Estado de Ceará. Además de las obras para mejorar la infraestructura de las carreteras en la Costa del Sol Poniente (Mapa 5.2), litoral oeste de Ceará, y de la reconstrucción del Aeropuerto Internacional Pinto Martins de Fortaleza y sus vías de acceso, la inversión fue en los sistemas de suministro de agua y agotamiento sanitario en los municipios contemplados por el programa: Itapipoca, Trairi, Paraipaba, Paracuru, Sao Gonzalo de Amarante, Caucaia y Fortaleza. Las acciones aportaron para la reducción de la proliferación de enfermedades por evacuación hídrica. Importante destacar la inclusión social de la población fija de las comunidades contempladas por el programa desde la generación de empleo y acciones de educación ambiental en las escuelas públicas. Los gestores municipales participaron de seminarios para maximizar la aplicación de los recursos disponibles, siendo esta una aplicación de recursos referente a la capacitación de los funcionarios públicos como parte del desarrollo institucional que trabajan en los órganos dedicados al turismo.

Algunas acciones del PRODETUR I fueron complementadas en la segunda fase del programa, el PRODETUR II, lo cual tuvo como objetivo dar sustentabilidad al turismo y aportar más calidad de vida a la población de los municipios beneficiados. Para tanto, fueron aportadas inversiones y acciones generadoras de renta turística. Otra acción a alcanzar el objetivo del programa fue la continuación del desarrollo institucional a través de la capacitación de los gobiernos municipales para la gestión, con los respectivos planes de gestión del turismo y del patrimonio cultural y natural, modernización administrativa y fiscal, además de planes directores participativos.

Tabla 4.14: Ceará -PRODETUR I – Valores de financiación / componentes

<b>1. Fuentes</b>	<b>US\$ millones</b>
1.1. Préstamo BID	81,90
1.2. contrapartida del Estado	42,80
1.2.1. BNDES	24,78
1.2.2. Tesoro	18,02
1.3. Gobierno Federal	39,10
<b>Total general</b>	<b>163,80</b>
<b>2. Discriminación de los componentes</b>	<b>US\$ millones</b>
<b>2.1. transportes y carreteras</b>	<b>102,44</b>
2.1.1. ejecución obras en carreteras	24,24
2.1.2. aeropuerto Internacional Pinto Martins	78,20
<b>2.2 saneamiento básico</b>	<b>25,76</b>
2.2.1. Suministro de agua y agotamiento sanitario	25,76
<b>2.3. Medio ambiente y protección ambiental</b>	<b>5,07</b>
<b>2.4. Desarrollo Institucional</b>	<b>2,68</b>
<b>2.5. Adquisición de tierras (desapropiación)</b>	<b>5,67</b>
<b>2.6. Ingeniería y administración</b>	<b>6,19</b>
2.6.1. estudios	2,52
2.6.2. supervisión	2,67
2.6.3. administración	1,00
2.8. Costos financieros	16,00
<b>Total General</b>	<b>163,80</b>

Fuente: <http://www.sfiac.org.br/palestras/turismo/>

Para realización del PRODETUR II, se realizó un levantamiento de acciones que debieran ser priorizadas en esta etapa del programa, junto a la población de los municipios atendidos. Ese diagnóstico se llama Plan de Desarrollo Integrado del Turismo Sostenible (PDITS). En Fortaleza, por ejemplo, el foco fue el desarrollo del turismo a través de la valorización del patrimonio histórico y cultural. Para el Nordeste, el total general de inversiones es del orden de US\$ 480 millones dólares por parte del BID y US\$320 millones en contrapartida nacional.

En el balance del PRODETUR II el secretario de turismo de Ceará<sup>135</sup> ha afirmado que el presupuesto de la SETUR-Ce, en 2007, sumó R\$ 10 millones (promedio US\$ 4,95 millones). Para el periodo 2008-2010 fueron contabilizados R\$ 1 mil millones que fueron usados en la implementación de polos de turismo seleccionados para esta fase del Programa: Litoral Leste, Ibiapaba y Maciço de Baturité. Del total de inversiones, explica el Secretario, 60% son destinados a infraestructura, 10% en obras de cualificación, 15% en promoción y marketing y 15% en el fortalecimiento institucional y medio ambiente.

En 2012 el BNB informa que la situación del PRODETUR II fue la siguiente:  
Con ejecución completa de los proyectos

- Elaboración de la Base Cartográfica del Polo Costa do Sol;
- la urbanización de la playa de Taiba;
- urbanización de playa Flecheiras;
- la urbanización del borde en playa de Paracuru;
- ampliación del sistema de abastecimiento de agua de Jericoacoara;
- aplicación del sistema de alcantarillado de Jericoacoara;
- terminación de la carretera CE-085 (estructuración);
- pavimentación de la carretera CE-311, en la ciudad de Granja - Viçosa do Ceará;
- carretera de acceso de la playa de Lagoinha;
- la urbanización de Lagoinha, playa en Paraipaba;
- la recuperación de la Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción y el Seminario de Prainha;
- la recuperación del Antiguo Edificio EMCETUR;
- Restauración del Museo de la Sagrada Aquiraz;
- Recuperación del mercado de la carne de Aquiraz;
- la recuperación de la Plaza Matriz Aquiraz;
- preparación de los Planes Maestros Municipales de Amontada, Barroquinha, Cruz, Paraipaba Paracuru, Trairi, Viçosa do Ceará y Jijoca de Jericoacoara.

En ejecución estaban los proyectos:

- Reforma y Ampliación Teatro de Cámara de Carlos;
- Capacitación Profesional para el Turismo del Polo Costa del Sol;
- Capacitación empresarial para el Turismo del Polo Costa del Sol;
- la urbanización de la Playa de Iracema;
- pavimentación de la carretera CE-176, sección Amontada - Aracatiara – Icarai;
- Fortalecimiento Institucional del órgano oficial del estado Administrador del Turismo.

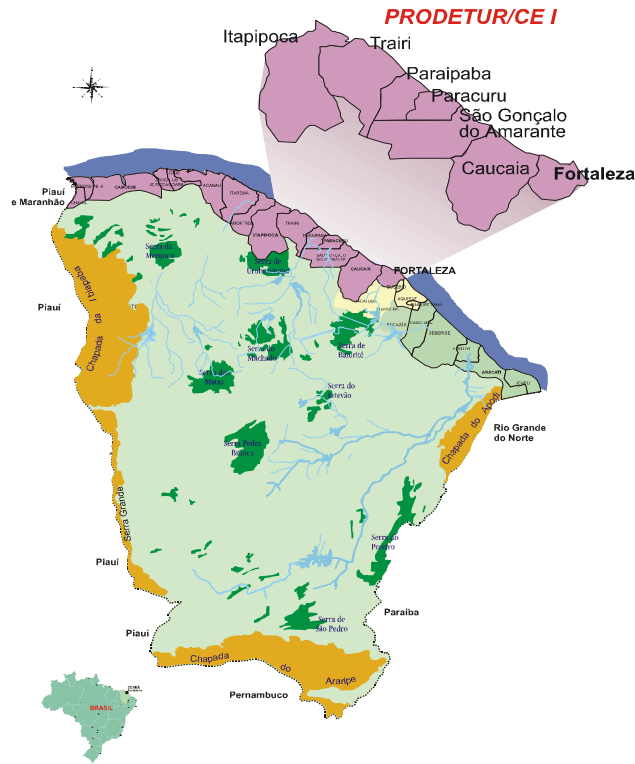
Según BNB<sup>136</sup> en la segunda fase de Prodetur II NE, terminado en marzo de 2012, los recursos fueron asignados para la ejecución de un total 136 proyectos. Del total de proyectos, 52 fueron adjudicados a fortalecer la capacidad municipal, 81 proyectos de planificación estratégica,

<sup>135</sup> Fuente: <http://www.conceitoconsultores.com.br/site/index.php?pagina=1956>

<sup>136</sup> Disponible en <http://pedesenvolvimento.com/2012/07/06/prodetur-ne-investiu-r-100-mi-no-ceara/>

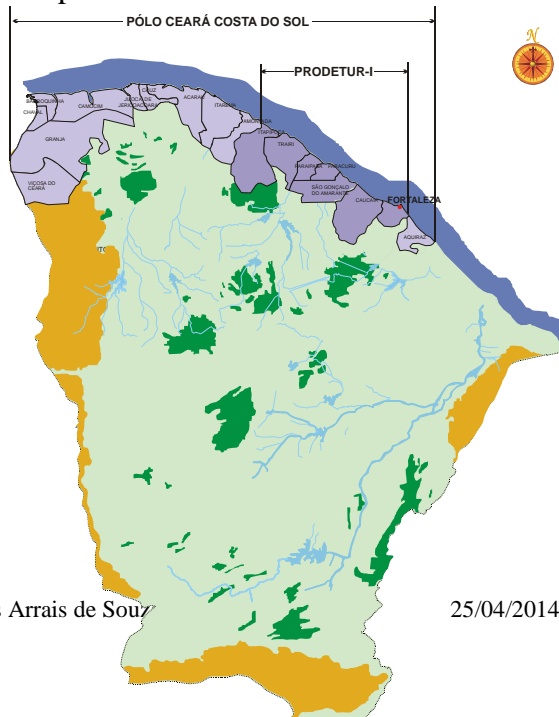
desarrollo de capacidades e infraestructura, así como tres proyectos para promover la inversión privada.

Mapa 4.1: Ceará: área de actuación del PRODETUR I



Fuente: <http://www.sfiec.org.br/palestras/turismo>

Mapa 4.2: Ceará: Polo Costa del Sol



- Aquiraz
- Fortaleza
- Caucaia
- São Gonçalo do Amarante
- Paracuru
- Paraipaba
- Trairi
- Kapipoca
- Amontada
- Karema
- Acaraú
- Cruz
- Jijoca de Jericoacoara
- Camocim
- Barroquinha
- Chaval
- Granja
- Viçosa do Ceará

Fuente: <http://www.sfiec.org.br/palestras/turismo>

#### **4.1.5. Las políticas de turismo en Ceará: el gobierno**

Desde finales de la década de los setenta el Gobierno Estadual ha intentado incorporar el turismo como parte de las estrategias de desarrollo del Estado. El Plan de Desarrollo Integrado del Turismo del Estado de Ceará, lanzado en 1979 (Gobierno del Estado de Ceará, 1979), tenía la intención de generar expectativas favorables para la explotación del turismo como actividad económica. El Plan estuvo basado casi totalmente en investigación directa porque no existían fuentes bibliográficas sobre el tema. A pesar de sus limitaciones el trabajo inicial sirvió de parámetro de orientación a las inversiones que podrían llegar para desarrollar la actividad turística como coadyuvante para el desarrollo del Estado.

En 1995 con una visión renovada sobre la actividad turística, el gobierno estadual, dando mayor importancia al turismo como propulsor del desarrollo socio-económico del Estado, creó la Secretaría Estadual de Turismo – SETUR, con el objetivo básico de planear, coordinar, ejecutar, promocionar, informar e integrar las actividades pertenecientes al turismo. A través de inversiones locales, nacionales y extranjeras así como capacitando y cualificando a los segmentos involucrados en la actividad turística, se implantó la política para el desarrollo del sector turístico, también encuadrada en el Plano de Desarrollo Sustentable (Gobierno de Estado de Ceará, 1998).

La Secretaría del Turismo de Ceará (SETUR-Ce) fue creada con la misión de fortalecer el Estado como destino turístico nacional e internacional, de forma sostenible, con foco en la generación de empleo y renta, en la inclusión social y en la mejoría de vida del pueblo cearense. La SETUR busca desarrollar el turismo en armonía con el crecimiento económico, la preservación ambiental, la responsabilidad social y el fortalecimiento de la identidad y de los valores culturales.

Por tanto, la Secretaría desarrolla acciones de capacitación y cualificación de los segmentos envueltos en la cadena productiva del sector. El Estado desarrolla, aún, a través de la SETUR, acciones de marketing en conjunto con el *trade* turístico y operadoras en los mercados nacional e internacional.

Según la propia SETUR-Ce, el modelo de gestión del turismo en Ceará ha sido pautado por la gestión descentralizada, coordinada e integrada, basada en los principios de la flexibilidad, articulación, movilización, cooperación intersectorial e interinstitucional, lo que trató las cuestiones del sector a partir de la división del estado en siete Macro regiones Turísticas – RTs (ver Mapa 4.3) lo que se dio de acuerdo con la identificación de las potencialidades de los tres principales ecosistemas cearenses – litoral, sierra y *sertão*, y permitió la constitución de identidades regionales y la mantención de la diversidad de elementos turísticos disponibles, dejando así que los municipios pudieran desarrollar elementos complementarios, maximizando los puntos fuertes de cada uno y reduciendo gastos.

La división en RTs presenta un cuadro diversificado de recursos y atractivos que agrupa gran parte del territorio geográfico del Ceará y tiene condiciones de atender a las necesidades y expectativas de turistas de los más variados perfiles y motivaciones, desde que cada una de las regiones esté estructurada y preparada para recibir a los turistas y conformarse como un destino turístico efectivamente sustentable tanto del punto de vista ambiental y socioeconómico. Hay algunas RTs que ya se encuentran más consolidadas que otras, las que tienen necesidades de inversiones en áreas prioritarias tales como infraestructuras básicas, salud, educación y equipamientos turísticos. Más adelante son descritas con detalles las regiones turísticas – RTs de Ceará.

En función del inicio del proceso del Programa de Regionalización del Turismo – PRT<sup>137</sup> la SETUR-Ce reestructuró la organización regional del turismo del estado, instituyendo doce Regiones Turísticas – RTs (Mapa 4.3) para las cuales fueron propuestas rutas temáticas integradas, cuyas configuraciones permiten la generación de oportunidades de negocios y la efectiva colaboración del turismo, para el desarrollo de Ceará, además del incentivo a la preservación del patrimonio histórico, cultural y ambiental natural o edificado en el territorio.

En cada una de las RTs están constituidos los órganos responsables por representar la sociedad y promocionar las discusiones periódicas que resulten en la integración de los municipios, fortalecimiento de los polos regionales, valoración de la cultura regional, recalificación de los servicios y equipamientos, elaboración de calendario regional de eventos, incremento de la comercialización y divulgación de las regiones y la consolidación de la RT como destino turístico. Este rol es desempeñado por los Foros Regionales de Turismo y Cultura, del cual participan la

---

<sup>137</sup> Una innovación del Programa Nacional del Turismo - PNT 2007-2010 fue el programa de Regionalización del Turismo – Rutas de Brasil - PRT, trabajado por el gobierno federal desde 2004, lo que propone la estructuración, el ordenamiento y la diversificación de la oferta turística en el País, seleccionando destinos que reflejan las características de más peculiaridades, identidades y especificidades de cada región de Brasil, priorizando el desarrollo turístico en polos regionales, con inclusión de los programas PRODETUR y PROECOTUR que interactúan en proceso complementario. El mapa de regionalización de Brasil contempla 276 regiones turísticas las cuales incluyen 3.635 municipios brasileños en todos los estados de la federación. Actualmente, marzo de 2013, este Programa se encuentra en reestructuración.

SETUR-Ce, la Secretarias de Cultura del Estado de Ceará – SECULT, la Secretaria de Desarrollo Local y Regional del Estado de Ceará – SCLR, las municipalidades, la iniciativa privada, las asociaciones comunitarias y entidades de clase, las organizaciones no gubernamentales – ONGs, el Servicio de Apoyo a las Micro y Pequeñas empresas – SEBRAE, la Federación del Comercio del Estado de Ceará – FECOMERCIO, el Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial – SENAC, las instituciones de enseñanza, el Ministerio de Turismo, la comunidad regional y las instituciones financieras.

#### 4.1.5.1. La gestión de la SETUR

A partir del momento que se reconoció que el turismo es fuente generadora de rentas y empleo que garantiza a la población la oportunidad de mejoramiento de su calidad de vida y bienestar social, la planificación turística, para el periodo 1995/2020, fue concebida bajo el presupuesto de la conservación de la naturaleza, con integración de las acciones para la mantención de los recursos naturales, humanos y culturales, preservando el patrimonio turístico, histórico, ecológico y de la población local. De esa forma la política de turismo del Estado procura, en su esencia, participar directamente del desarrollo económico sustentable del Ceará, en una visión prospectiva de largo plazo, basada en la asociación y en la gestión descentralizada.

Para ayudar en el gerenciamiento de la política estadual del turismo fue creado el Consejo Estadual del Turismo – CETUR<sup>138</sup>, con el objetivo de gestionar directrices generales para el desarrollo turístico de Ceará y de proponer soluciones concernientes a la actividad. El consejo siempre es presidido por el Secretario Estadual del Turismo, cuyo titular actualmente es el Sr. Bismark Maia. Y, a lo largo de su actuación, el CETUR ha buscado los retos abajo discriminados:

- Suministrar subsidios al Gobierno del Estado de Ceará para la formulación de políticas y programas, para impulsar el desarrollo del turismo cearense;
- Actuar en estrecha articulación con entidades de clase del sector turístico, órganos, instituciones públicas y privadas, que ejerzan actividades relacionadas al turismo;
- Proponer criterios para concesión de estímulos gubernamentales a la organización, expansión, modernización y aumento del flujo turístico para el estado de Ceará;
- Sugerir los medios necesarios a la actualización y perfeccionamiento profesional de los dirigentes y del personal técnico-administrativo del sector turístico;
- Conocer los planes de desarrollo del turismo cearense, emitiendo opinión sobre los mismos;
- Sugerir medidas referentes a la expansión de servicios turísticos en el territorio del Estado;
- Tomar conocimiento de los convenios de interés turístico, firmados por el Estado con otras instituciones;
- Colaborar con sugerencias para la elaboración del calendario turístico del Estado;
- Opinar sobre los temas de interés turístico que les son sometidos por el Presidente del Consejo, o por cualquier otro Consejero.

Además de ejercer tales capacidades necesarias a cumplir su finalidad, el CETUR es la instancia deliberativa del estado anterior al encaminamiento de las demandas e / o proyectos al Ministerio del Turismo, por determinación de este. El consejo es formado actualmente por

<sup>138</sup> En 1971 por la Ley nº 9.511.



representantes de diversa instituciones públicas y privadas, con inclusión suficiente para que las decisiones tomadas atiendan a los más variados sectores de la sociedad en términos económicos y sociales. Periódicamente el consejo realiza reuniones, con la participación de sus representantes, cuyas actas son públicas y disponibles en el sitio de la SETUR para divulgación. Cabe también a la Secretaría Directiva del CETUR la organización de reuniones y eventos, bien como el recibimiento de las demandas relativas a la entidad.

El fortalecimiento de las bases municipales y Regionales ha sido uno de los pilares en los cuales se apoya el Gobierno del Estado para desarrollar el Ceará de forma más justa y equilibrada. Coherente con este propósito, la Secretaría del Turismo se empeña en implementar la política de regionalización.

En resumen las estrategias del Estado están focalizadas en los aspectos de:

- Turismo como estrategia para desarrollo social (generación de empleo y renta, inclusión social y mejoría de la calidad de vida);
- Turismo como negocio y estrategia para desarrollo económico;
- Gestión dirigida a resultados y asociaciones;
- Sustentabilidad (económica, social, cultural y ambiental);
- Turismo como factor de competitividad territorial.

A continuación se presenta las doce Regiones Turísticas – RTs - que por las características propias poseen aspectos de naturaleza ecológica, cultural, religiosa, científica, deportiva, de ocio, de negocios, de sol y playa (Mapa 4.3):

1. **Fortaleza:** incluye el municipio de Fortaleza, capital de Ceará, reúne recursos y atractivos naturales tales como playas, Unidades de Conservación y el clima con mucho sol, vientos moderados y mar calmado. Dispone de equipamientos y atractivos culturales como centro de eventos, patrimonio histórico, gastronomía diferenciada, manifestaciones artísticas y culturales. Existen recursos aún no explotados por el turismo como patrimonio edificado del centro de la ciudad y diversas formas de artesanía;
2. **Litoral este:** desde Fortaleza hasta la frontera con el estado de Rio Grande de Norte, con atractivos que están vinculados al medio ambiente natural de litorales: playas y líneas de falesias que se extienden por 190 kilómetros de litoral. Existen también recursos y atractivos culturales representados por el patrimonio histórico instalado en los municipios de Aracati y Aquiraz.
3. **Litoral Oeste/Vale do Curu:** va de Fortaleza hasta la embocadura del río Acaraú se caracteriza por la oferta de atractivos relacionados al litoral, pero que se diferencian por recortes irregulares de la costa, los que forman áreas de mangle<sup>139</sup>, hoz de río y ensenadas que abrigan villas de pescadores;

---

<sup>139</sup> El Mangle es muy abundante en las costas de América Intertropical. Las ramas colgantes de los mangles se hunden en tierra, echan raíces y se entrelazan formando impenetrables barreras en las que se refugian peces y se adhieren y viven moluscos.

- 4. Litoral Extremo Oeste:** va de la confluencia del río Acaraú hasta el límite con el estado de Piauí y dispone de atractivos como el Parque Nacional de Jericoacoara, lo que engloba las áreas de los municipios de Jijoca de Jericoacoara y Granja; la Área de Protección Ambiental - APA de Tatajuba en Camocim, y la APA del Delta do Parnaíba, en los municipios de Chaval y Barroquinha;
- 5. Sierras de Aratanha y Baturité:** entre el litoral este y el sector central se caracteriza por un paisaje de relieve serrano y clima ameno quedando a menos de 100km de Fortaleza. Los recursos turísticos se expresan en la gastronomía, artesanía, en la producción de café, en las artes y en el patrimonio histórico;
- 6. Sector Central:** corresponde a un promedio de los 20% del territorio geográfico central del Estado. Caracterizado por formaciones rocosas y vegetación de esparcimientos favorables para la práctica del turismo de aventura, ecoturismo y turismo científico. También se registra la oferta de manifestaciones culturales y artísticas típicas y populares, patrimonio edificado y la cultura de la fe (turismo religioso) en el municipio de Canindé, donde se profesa la creencia y el culto a San Francisco;
- 7. Sierra de Ibiapaba:** en el extremo oeste del estado, junto al Maciço de Ibiapaba tiene como característica la oferta de caídas de agua, miradores naturales y gruta de Ubajara en el Parque Nacional de Ubajara. Se destaca también la integración de la Región con el Parque Nacional de Siete Ciudades y con la región del Delta del Parnaíba, en el estado de Piauí, lo que favorece la promoción integrada de productos turísticos. En términos culturales la Región posee atractivos y recursos relacionados a la producción agropecuaria y al patrimonio edificado, además de tradiciones y expresiones artísticas populares;
- 8. Valle de Acaraú:** en la región de la sierra de Meruoca al este de la Sierra da Ibiapaba se destaca por ofrecer elementos naturales diferenciados tales como fuentes termales y sitios arqueológicos con inscripciones rupestres, museos, patrimonio secular y religioso edificado y festividades típicas regionales. El municipio de Sobral es la referencia local de infra-estructura, cultura y desarrollo económico;
- 9. Cariri:** se encuentra junto a la Chapada de Araripe y el Cariri, en el límite con los estados de Piauí, Pernambuco y Paraíba. Sus atractivos están relacionados a la religiosidad aportada por la creencia en el Padre Cicero (turismo religioso), en especial en el municipio de Juazeiro do Norte. Con el clima ameno reúne condiciones favorables para la práctica del turismo de ocio. Otro destaque son los sitios paleontológicos de la región de Santana de Cariri, clasificado entre los mayores del mundo;
- 10. Centro Sur/Valle de Salgado:** contiene los sertones junto a los afluentes del Río Jaguaribe, al norte de Cariri. Posee el mayor embalse de Ceará, el Orós. La agricultura irrigada es el destaque económico y el patrimonio edificado en Icó es un atractivo cultural importante;
- 11. Valle de Jaguaribe:** va del centro sur hasta la demarcación de las sierras de Aratanha y Baturité, en la porción este del Estado, que limita con el estado de Río Grande do Norte y el estado de la Paraíba. Tiene como principal recurso natural el río Jaguaribe y es una

región agroindustrial. Los recursos naturales están anclados en áreas de altiplano y valles. En términos culturales son destacados los rodeos y los festivales de baile junino (*quadrilhas*);

- 12. Sertão do Inhamuns:** región semi-árida que va desde el Cariri hasta la sierra de Ibiapaba en el oeste del estado, en el límite con Piauí. Allí el ambiente natural predomina y es donde se destaca la vegetación de *caatinga*<sup>140</sup>, las áreas de haciendas y los sitios arqueológicos y paleontológicos. Las manifestaciones culturales del municipio de Arneiroz son atractivos y diferenciados.

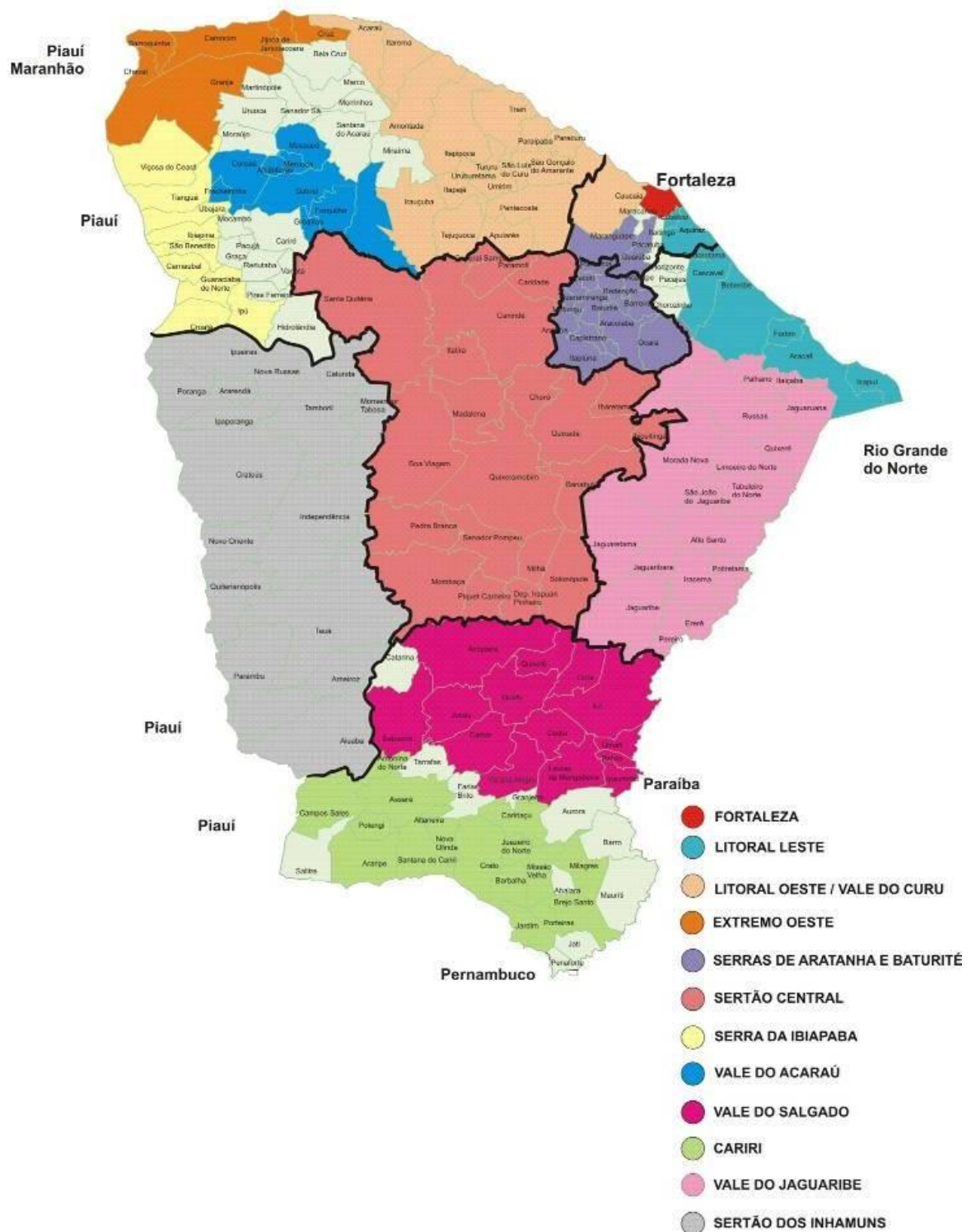
La configuración de estas doce RTs permitió al estado crear variados programas de desarrollo del turismo, con rutas que contemplan todos los principales espacios fisiográficos del territorio estadual y constituyen opción de entretenimiento, negocios y eventos. Ya existe un diagnóstico y las respectivas estrategias sobre la situación de cada uno de los polos seleccionados para impulsar el turismo<sup>141</sup> que prevé las acciones para desarrollar estos polos. En estas constancias importantes sobre cualificación del destino con inclusión de la evaluación de la mano-de-obra en todos ellos (FIPE, 2006a), lo que significa un reconocimiento por parte del gobierno de que esta necesidad es importante de ser atendida.

#### Mapa 4.3: Ceará – regiones turísticas – RT

---

<sup>140</sup> Caatinga es el único bioma exclusivamente brasileño, lo que significa que gran parte de su patrimonio biológico no se puede encontrar en ningún otro lugar del planeta. Este nombre deriva del paisaje blanqueado presentado por la vegetación durante el período seco: la mayoría de las plantas pierden hojas y tallos se tornan blancos y secos. El uso insostenible de la tierra y los recursos naturales a través de cientos de años de ocupación, relacionados con la imagen del lugar pobre y seco, hacen que el matorral sea bastante degradado. Sin embargo, investigaciones recientes han revelado el bioma particular, la riqueza de la biodiversidad y de los fenómenos propios de la caatinga.

<sup>141</sup> Disponible en la página web de la SETUR-Ce [www.turismo.ce.gov.br](http://www.turismo.ce.gov.br)



Fuente: SETUR-Ce, 2006

#### 4.1.5.2. Planificación en la Región Turística de Fortaleza

En la RT Fortaleza / Región Metropolitana la Planificación Territorial para el Turismo estableció una serie de estrategias regionales que puedan resultar en el mejor y exitoso desarrollo de la actividad turística y, para tal, se definió las anclas del desarrollo, constituidas de programas y proyectos capaces de llevar adelante el turismo. Las tres grandes anclas definidas fueron: Turismo de Negocios y Eventos; Turismo de Ocio; y Turismo de Cruceros Marítimos. Las demás anclas fueron definidas por las potencialidades y complementos que pueden ofrecer a las tres anteriores citadas: Turismo Cultural; Turismo Ecológico; Turismo Deportivo. Abajo se presentan las tipologías de turismo más adecuadas para la capital del Estado y su región metropolitana, según la SETUR, 2008.

**a) El Turismo de Negocios y Eventos:** elegido como una de las principales anclas de la RT, en base a la pujanza de Fortaleza como centro financiero, de compra, industrial y científico y en la efervescencia de la economía cearense con la expansión de su industrialización, del comercio y de los servicios. Estas constataciones son confirmadas por los resultados de las investigaciones de demanda turística hechas por la SETUR, 2012, en los cuales aparece, como la segunda principal atracción de viaje, el motivo negocio, que alcanza el promedio de 21,9% de todos los demás motivos. Para atender esta demanda en ascensión la estrategia de la SETUR es el desarrollo del proyecto " Ceará, Tierra de Negocios y Eventos", que intenta crear y ofrecer condiciones para el servicio en este segmento, seguramente lo más rentable del mercado turístico, por medio del incentivo e/o creación de infraestructura, equipamientos adecuados y servicios.

**b) Turismo de Ocio:** El turismo de ocio está centrado en el binomio sol/playa y en las diversas opciones de entretenimiento que la RT ofrece: casas de show, bares, restaurantes, teatros, competiciones regionales (rodeos y otros), discotecas, *farró* (baile regional), eventos diversos. Este tipo de turismo ocurre prácticamente en todos los municipios de la región metropolitana de la RT Fortaleza, con destaque para Fortaleza, Aquiraz, Caucaia (playa y animación nocturna), Euzébio (casas de show) y Maranguape. Según los estudios de demanda de 2012, el promedio de 46,2%, del número de turistas que llegan a la Fortaleza, vienen para paseo / ocio. Para el Turismo de Ocio la estrategia de la SETUR consiste en implementar los proyectos a continuación originalmente a partir de la Organización del Pasillo Turístico Metropolitano, de la cual nacen los proyectos y acciones a seguir presentados:

- Implementación del Pasillo Turístico Metropolitano devotado a la coordinación entre acciones del PRODETUR y proyectos municipales y para incentivo a las iniciativas turísticas y medios de hospedaje alternativo;
- Organización de la actividad turística de la cual nacen los planes municipales de desarrollo turístico, estudios de capacidad y definición de las zonas espaciales.
- Infraestructuras para Fruición del Ocio de la cual hacen parte acciones locales para el apoyo a las actividades de ocio, comprendiendo guiones de animación nocturna, ancorador de barcos en Fortaleza, implantación de puntos de ventas en las carreteras, implantación de terminales para transportes turísticos, adecuación de terminales intermodales intermunicipales y señalización turística.
- Centro de Referencia del Mar y de la Vida Marina que consiste en la creación de un centro que reúne equipamientos tales como museos, pecera marina, acuario, un centro de

rehabilitación de la vida marina, establecimiento de APA Marina, anfiteatros, equipos de apoyo y marina.

**c) Turismo de Cruceros Marítimos:** La modalidad turística de cruceros marinos la que presenta la mayor renta cuya principal estrategia es el aprovechamiento del Puerto del Mucuripe para recepción del turismo de cruceros, incluyéndolo en las guías turísticas de la costa brasileña y estableciendo operaciones parejas con el aeropuerto de Fortaleza. Los proyectos de esta ancla son el terminal de pasajeros del Porto do Mucuripe, la logística del receptor y el yatismo de largo curso.

**d) Turismo Cultural:** A través del proyecto "Revisitando Fortaleza y sus Entornos" que visa transformar Fortaleza y su región metropolitana en polo cultural el que se desarrolla en una serie de sus proyectos de valorización de la historia, de las artes, de la arquitectura, de la gastronomía, de la producción regional de las manifestaciones artísticas, incorporando aspectos peculiares de cada municipio o de la Región según se describe a continuación:

- ♥ Fortaleza - Polo Cultural/Histórica, Actual y Futura/Ruta Cultural del Centro/Apoyo al Centro Dragao do Mar de Arte y Cultura.
- ♥ Acervo Arquitectónico: recuperación de la memoria histórica a través del caserío de los siglos XVIII, XIX y XX en los municipios de Aquiraz, Caucaia y Maranguape.
- ♥ Guiones de las Casas de Harina, Ingenio, Alambiques y de la producción regional tradicional.
- ♥ Espacio de los Artistas - aprovechamiento de espacios y/o edificaciones para exposiciones y venta de la producción artística y artesanal de los diversos municipios.

**e) Turismo Ecológico:** el proyecto "Fortaleza/Metrópole Ecológica", consiste en el incentivo a preservación, conservación y al uso orientado de parques, áreas de bosque, caídas de agua, ríos, lagunas, comprende los sub proyectos guiones de parques, ambientales naturales y reserva de extracción de la *carnauba*<sup>142</sup>.

**f) Turismo Deportivo:** Por las condiciones y oportunidad de la práctica de diversas modalidades deportivas, cuya principal estrategia dentro del proyecto "Ceará - Destino Deportivo" es el incentivo y la implantación de equipos para deportes náuticos y de playa, vuelos libres, equitación, hípica y rodeos, pesca deportiva, de entre otros.

#### 4.1.5.3. Acciones de capacitación para el turismo

En términos históricos los primeros cursos en registros oficiales fueron en el año 1987 los que apuntaban a los reclutas militares de la policía, que trabajaban en la llamada *operación vacaciones*. Eran profesionales elegidos por el comando de la operación para actuar por el periodo de las vacaciones de los estudiantes, lo que coincidía con el periodo en que la ciudad recibía más visitantes. Los reclutas prestaban informaciones al mismo tiempo que cuidaban de la seguridad publica en las calles del centro de la ciudad de Fortaleza, y eran preparados por equipos

<sup>142</sup> Palmera donde se produce la cera vegetal.

de técnicos que trabajaban en el órgano oficial de turismo del Estado. Los demás municipios de Ceará también mandaban sus soldados para ser capacitados para el periodo de alta estación del turismo. En la capacitación se observó que los soldados no tenían mucho interés pues este era un servicio distinto de los suyos originales, la seguridad de los ciudadanos, concluyendo ellos que el turismo mismo no era parte de sus servicios primarios. Muchos de ellos iban con mala voluntad para sus preparaciones matinales sobre turismo (Menezes, 2003).

Antes mismo de la existencia de la SETUR-CE, creada en 1995, Ceará, a través de su antigua Empresa Cearense de Turismo - EMCETUR, creó, en 1994, un proyecto llamado *Turismo, Buen Negocio Para Todos*, que después, por su éxito, se tornó un Programa Nacional, el *Programa Embarque Nessa*. La SETUR-Ce desde su creación es responsable por el “Programa de Capacitación de Recursos Humanos para el Turismo del Estado de Ceará”.

Con la creación de la SETUR y su misión con la responsabilidad de internalizar en la sociedad local, regional e internacional que Ceará es un destino turístico consolidado, basado en la sustentabilidad, creó una unidad móvil, un camión, lo que se desplazaba por todo el estado con el objetivo de ofrecer cursos con foco en turismo para descentralizar las acciones de capacitación de Fortaleza, empezando en los demás municipios la generación del desarrollo turístico sustentable, con ponencias, seminarios, concientización, divulgación de los programas turísticos definidos por el Estado, con apoyo del sector privado. Actuó durante cuatro años, beneficiando 55 municipios. En este mismo año, 1995, fueron establecidos convenios con la Escuela Oficial de Turismo de Madrid y el Instituto Nacional de formación Turística de Portugal, para realización de cursos de capacitación profesional, los cuales trajeron profesores en las áreas de planificación, marketing turístico, animación turística, alimentos y bebidas. Fueron formados durante tres años veinte y un grupos de perfeccionamiento en estas actividades. Los cursos se mantuvieron hasta 1998. En 1999 el principal convenio de la SETUR fue con el Instituto de Gastronomía de Ceará – IGC, orientando los cursos de capacitación en culinaria.

En resumen, para el periodo 1997 y 2002 la SETUR realizó 153 cursos de capacitación para los más diversos segmentos profesionales técnicos y de gestión del turismo, de los cuales se beneficiaron 1.262 profesionales que ya actuaban en la actividad de turismo. La diversidad del público-objetivo de los cursos iba desde la hotelería, las informaciones turísticas, la educación para la preservación del medio ambiente, la iniciación escolar para el turismo hasta la conciencia de la población para el desarrollo del turismo.

A partir del año 2002 la SETUR pasó a asumir solo la asesoría técnica a las instituciones que surgieron para capacitación y educación profesional, dejando para las Universidades (UNIFOR<sup>143</sup>), Facultades - FIC<sup>144</sup> y otras de nivel superior de enseñanza, sistema de apoyo a comerciaros - SENAC, a micro y pequeñas empresas – SEBRAE, servicio nacional de aprendizaje - SENAT y instituciones de clases. También en 2002 la SETUR reinició una acción de capacitación para profesores sobre la enseñanza transversal del turismo en las escuelas de enseñanza media (fundamental) del Estado, desarrollado en las asignaturas curriculares de portugués, matemáticas, historia, geografía, artes y estudios sociales.

---

<sup>143</sup> Universidade de Fortaleza.

<sup>144</sup> Faculdade Integrada de Ceará, actual Centro Universitário Estacio-FIC.

Entre los años 2000 y 2005 dos campañas fueron realizadas: “Amigo del Turista” de 2000 a 2003 y “Atender al Turista” de 2004 a 2005, con objetivos de mejorar las informaciones al turista y realizar investigación sobre la satisfacción de ellos sobre los servicios y atractivos turísticos. A partir de 2005 la SETUR firmo un convenio con el Ministerio de Turismo - MTur llamado “Cualificación del Producto Turístico Fortaleza” lo que visaba la mejora de la prestación del servicio turístico en Fortaleza, Caucaia y Aquiraz. En este mismo año también fue desarrollado el “Proyecto Ciudadano” que tenía el reto de capacitar, estandarizar y realizar un catastro de los vendedores ambulantes de la orilla marítima de estos tres municipios.

Aún entre los años 2003 y 2005 la SETUR en asociación con el MTur desarrolló el Programa *Embarque Nessa* lo que trataba de la formación e iniciación escolar para el turismo de alumnos de la enseñanza básica (hasta ocho años de estudios) a partir de curso en la serie seis, en las escuelas. El Programa centraba su contenido en el *Proyecto Turismo, Patrimônio y cidadania*, lo cual posibilitaba a la comunidad local estar envuelta en el desarrollo del turismo a través del estímulo a la reflexión y la acción de los profesores en llevar los alumnos (de las escuelas públicas) a descubrir el encanto y valor de la cultura local, además de incentivar al conocimiento de los visitantes la cultura y el modo de vida del brasileño y del cearense. El programa fue adoptado por 44 municipios capacitando 6.700 profesores.

Para el periodo 2003-2006 fue creada una Cámara Sectorial para la Educación vinculada al Consejo Estadual de Turismo de la SETUR para tratar de los temas de políticas y directrices estatales direccionados a la cualificación profesional para el turismo con los siguientes retos y competencias:

- Elaborar el plan estadual de educación profesional para el turismo a partir de la política estadual de las demandas de los municipios turísticos y de las entidades de clase;
- Proponer asociaciones internas y externas en el ámbito de la capacitación profesional para el turismo;
- Acompañar la ejecución de proyectos para el turismo desarrollado por instituciones de enseñanza superior y por las instituciones de educación profesional de nivel básico;
- Establecer asociación con la secretaria de educación para incluir trabajadores de turismo en programas de alfabetización, educación de jóvenes y adultos y en la enseñanza media (fundamental);
- Sugerir la formulación de un banco de datos de los profesionales que administran las capacitaciones para el turismo y de los egresos de los cursos de capacitación;
- Proponer la creación de un sistema de evaluación de los resultados cualitativos y cuantitativos de los costos de capacitación profesional en turismo;
- Sugerir foros, cursos, seminarios, ponencias y encuentros, dirigidos para la formación de los empresarios y gobiernos, en cuanto a la importancia de la cualificación profesional para el turismo.

El público-objetivo de los cursos es muy diversificado, pasando por vendedores informales, garzones, policías, población local, gestores, gerentes y propietarios de emprendimientos turísticos, estudiantes, profesores, guías de turismo hasta profesionales de la línea de frente de la prestación de servicios a los turistas. La frecuencia de los cursos varía según la demanda identificada en los municipios por los foros regionales de turismo y cultura. Los temas principales de los cursos son: preservación del medio ambiente, mejora en la atención al cliente, emprendimiento, idiomas (inglés, español y francés), gestión, informática, formación de



educadores, y la capacitación específica para profesionales envueltos con turistas como: motoristas de taxi y de buses, transportadores, barqueros, agentes de turismo, conductores en trillas y cocineros.

La SETUR contabiliza desde el principio de los programas de capacitación, en 1995, hasta 2006, 775 acciones de capacitación y concientización, siendo 20.944 personas en 164 municipios turísticos de Ceará. Sin embargo, todo el esfuerzo de la SETUR en capacitar los recursos humanos para el turismo, según estudio FIPE (2006a), aun no aparecieron en la práctica de las empresas turísticas, a juzgar por el grado de instrucción de los que trabajan en las empresas que ejercen las Actividad Características del Turismo – ACTs: de forma general puede decirse que los trabajadores de las ACTs de Ceará presentan un nivel de escolaridad que varía entre bajo e intermedio, o sea, 25,6% poseen la enseñanza fundamental completa, 42% completaron la enseñanza media y 12,% no la completaron. Hay que considerar también un porcentaje de trabajadores analfabetos, lo que indica que la educación y la capacitación todavía necesitan atención de las autoridades.

A partir de 2006 las acciones de capacitación fueron las encaminadas por el PRODETUR II<sup>145</sup>, con el objetivo de tener siempre la sostenibilidad del turismo, tales como el desarrollo e implementación de campañas educativas y específicas a los centros turísticos, cubriendo los siguientes temas, entre otros: importancia de la industria del turismo como promotor del desarrollo sostenible; el desarrollo de la cultura de la hospitalidad; la importancia de la formación profesional para el turismo y los negocios; la promoción de la sanidad pública; Importancia da la preservación del medio ambiente y patrimonio histórico; Importancia de la apreciación de la cultura local; la lucha contra los impactos negativos del turismo (la violencia, la prostitución, las drogas, la degradación del medio ambiente, las ocupaciones ilegales, la especulación, entre otros);

#### **4.1.5.4. Investigaciones oficiales sobre capacitación de RH realizadas en Ceará**

En este ítem se procura mostrar la preocupación por parte del gobierno estadual y nacional sobre el tema estudiado (con objetivos distintos, claro) y los resultados coincidentes con los hallazgos en esta Tesis, presentados en el ítem 4.3. Además identifica que la preocupación con el tema del receptor de turismo no fue todavía la inquietud mayor de las autoridades gubernamentales.

El diagnóstico hecho por un equipo del Ministerio del Trabajo de Brasil para implementación del Programa PRODETUR-Ne<sup>146</sup>, relativo a los cursos de capacitación de recursos humanos, ya apuntaba la baja capacidad gerencial del sistema de la enseñanza, la discontinuidad político administrativo y la centralización. Según el estudio existe un predominio en todos los niveles, de la enseñanza verbalizada y genérica, y un menoscabo en la investigación y experiencia, con prevalencia de la cultura, que disocia el pensar del hacer. La práctica es sustituida por la didáctica de las ilustraciones y del imaginario. La escuela privada experimenta avances como escuela-empresa, dando mayor importancia a los lucros que se pueden alcanzar, hecho totalmente divorciado de la práctica y de la realidad cotidiana.

<sup>145</sup> <http://www.setur.ce.gov.br/documentos-diversos-pdf/Anexo%20R-%20Capacitacao%20Profissional%20-%20Prodetur%20CE%20-%20Dez2011.pdf/view?searchterm=%22capacitacao%22>

<sup>146</sup> Perfil da demanda por capacitação de mão-de-obra do setor turismo, município de Fortaleza e Região Turística II do PRODETUR/Ce, 1996.

Otra investigación realizada en 2002, como parte del PRODETUR/Ne I en los principales municipios turísticos de Ceará<sup>147</sup>, con el objetivo de evaluar la capacitación de la población para la recepción de los turistas, mostró que los encuestados reconocen la falta de preparación de la comunidad para la atención al turista y tienen conciencia de la problemática que existe una baja cualificación del personal, además creen que es necesario realizar inversiones en la formación y cualificación profesional para quienes trabajan en el campo del turismo.

Aquí aclaramos que de forma general la población en Ceará es amistosa y cortés con el turista y se muestra favorable a la mantención de la actividad en las regiones donde viven, reconociendo en su mayor parte que el consumo de productos y servicios por parte de los turistas puede generar beneficios económicos para sus comunidades. Sin embargo, la gran mayoría de las personas encuestadas en el estudio de PRODETUR I es contra la permanencia definitiva de los turistas a través de la compra o construcción de viviendas en la comunidad. Las respuestas apuntan la preocupación con la expulsión de la población nativa, el uso de drogas y la especulación inmobiliaria, las que son consecuencia del crecimiento desordenado de la actividad, o sea, sin planeamiento.

Los encuestados de la investigación de 2002 ya creían que es posible desarrollar la actividad de turismo junto a la conservación del medio ambiente, pero se necesita, para esto de fiscalización gubernamental y concientización tanto para la población como para los propios turistas. Se constató también que el número de empleos fijos en los hoteles de Fortaleza es alto, sin embargo en las demás ciudades hay una estacionalidad de ocupación hotelera más pronunciada. La escolaridad de los trabajadores en turismo de estas ciudades fue constatada como muy baja y con muchos analfabetos.

Con relación a la capacitación de los empleados del sector privado del turismo en las mismas ciudades, la investigación del PRODETUR/Ne (Gobierno del Estado de Ceará, 2004) indicó que la gran mayoría de las empresas de turismo es de tamaño pequeño y de propiedad del empresariado local, con excepción de algunos que funcionan localizados en los municipios de mayor flujo de turistas. De los emprendimientos turísticos investigados el promedio de 50% posee gestión profesional y la otra mitad es de emprendimientos de cuño familiar y son de pequeño tamaño los que poseen menos de diez funcionarios. Muchos no establecen vínculos de empleadores formales, lo que acostumbra ser atribuido a la estacionalidad turística o a la baja cualificación profesional, además de los altos costes de los encargos por trabajadores brasileños<sup>148</sup>.

Los datos también apuntan baja calidad de los servicios prestados por las empresas asociadas y la falta de preparación profesional, siendo que la gran mayoría de los empleados y de los empresarios no participan de asociaciones de clase. Los empresarios todavía indican que los grandes obstáculos para el crecimiento empresarial son el bajo nivel de capacitación de los empleados y la escasez de capital financiero - con excepción de Fortaleza - existe déficit en profesionales especializados para los distintos sectores de la actividad de turismo, siendo importante la continuidad de los programas de capacitación.

---

<sup>147</sup> Fortaleza, Caucaia, Aquiraz, São Gonçalo do Amarante, Trairi, Jijoca de Jericoacoara, Itapipoca, Camocim, Paracuru y Paraipaba (Governo do Estado do Ceará, 2003).

<sup>148</sup> El empleador paga por cada empleado una suma de más de 100% sobre los sueldos que paga.

Otra investigación hecha en 2005, por la SETUR/Ce, sobre la demanda de capacitación en turismo para Fortaleza llamada de “Necesidad de Entrenamiento en las Actividades Turísticas del Sector de Alimentación y Hospedaje”, donde fueron investigadas 121 equipamientos de hospedaje y 220 establecimientos de alimentación de Fortaleza, identificó algunos datos que también son coincidentes con la investigación primaria de esta Tesis. Se observó que la diferencia entre el porcentaje de empresas que tienen interés en capacitación de empleados en hospedaje (80,2%) y en alimentación (81,5%) y el porcentual de empresas que efectivamente destinan recursos anuales para este propósito, o sea, solo 43,5% y 38,1% respectivamente.

También fue observado que muchos de los establecimientos del sector de turismo tienen conocimiento sobre las ofertas de los cursos de capacitación, pero no participan de los mismos. Las especialidades con mayor necesidad por estos cursos son los de: garzones, cocinero, camarera, recepcionista, telefonista, cargadores y mensajeros. Y los cursos más demandados son los de atención al cliente e idiomas, los que demuestran que la recepción para los turistas es considerada importante para este tipo de empresas.

Otro descubrimiento importante fue que los empresarios encuestados dan mayor importancia para la experiencia profesional (37,3% en la hospedaje y 52,8% en la alimentación) que para el nivel de conocimiento (17,6% y 12%, respectivamente) a la hora de contratación de un nuevo empleado. Constató también que los mejores horarios para realización de los cursos son por la tarde y la noche para la hotelería y por la mañana y la tarde para el sector de alimentación. Y en ambos los sectores la carga de horas más adecuada sería entre 20 a 40 horas de aulas.

El análisis de los cursos, tanto técnicos como de nivel superior, permitió también concluir que la duración y la formación con contenidos teóricos es más larga que lo necesario para las necesidades en las empresas. O sea, la real necesidad en el mercado de trabajo en turismo de Ceará es por cursos más cortos y más prácticos. Esta característica exige esfuerzos por parte de la SETUR-Ce por la busca de un equilibrio entre la oferta de cursos y su demanda por parte de las empresas en el mercado. También es importante esclarecer que existe una concentración de los cursos técnicos y superiores en las regiones del litoral y más pobladas, así como una acción mayor de la SETUR en estas regiones, por la representación de ellas en la generación de empleos.

Estos datos sirven, además de reafirmar la investigación en terreno de esta Tesis, para validar los cursos que ya están fijados y que deben estos se adecuar a las necesidades de las empresas, además que es necesaria una acción que sensibilice a los empresarios respecto de la importancia de capacitación de sus funcionarios, para que puedan obtener la excelencia en la atención, calidad de los servicios y consecuente mejora de productividad y actuación con resultados positivos en sus empresas.

#### **4.2. Las empresas turísticas formales de Ceará**

Los estudios de IPEA sobre Economía del Turismo (2007b, 2008b, 2008c, 2008d<sup>149</sup>), tratando específicamente la caracterización de la mano de obra en el mercado formal de trabajo del sector turismo, entregan información relevante sobre las empresas turísticas de Ceará, lo que

---

<sup>149</sup> En marzo de 2013 no hay estudios mas actualizados disponibles en el site de IPEA ([www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)).

permitió la extracción de los datos que son mostrados y analizados abajo a través de las Tablas respectivas, incluyendo información sobre las empresas receptoras.

Un dato esencial sobre el sector turístico es apuntado por otros estudios de IPEA (2007c, 2008b y 2011), los que destacan la informalidad<sup>150</sup> del segmento: un promedio de 71,9% para Ceará (IPEA 2008c) lo que es compatible con el porcentual de la Región Nordeste (71,7%) y mucho más elevado que el promedio de Brasil (58,9%).

En el Tabla 4.15 se puede apreciar los porcentuales de informalidad en todas las empresas características del turismo en los tres niveles territoriales: país, región y estado. Las empresas en los sectores de alimentación (76%), transportes (53,6%), agencia de viajes (55,5%) y cultura y ocio (75,5%) son las que más comportan informalidad en Brasil, o sea, por encima de 50% de todas ellas; acompañadas por la Región Nordeste que además de alimentación (85,9%), transportes (70,8%), agencia de viajes (52,4%) y cultura y ocio (86,2%) suman las empresas de auxiliar de transportes con 65,1% de informalidad. En Ceará, solo las empresas de alojamiento (40%) presentan informalidad bajo la mitad de todas ellas; se observando aún que las de alquiler de transporte no comportan informalidad.

Tabla 4.15: Brasil-Nordeste-Ceará - % de formalidad en las empresas de turismo 2006<sup>151</sup>

Unidade	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		total	
	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal
Brasil	68,4	31,6	24,0	76,0	46,4	53,6	53,6	46,8	44,5	55,5	58,1	41,9	24,5	75,5	41,1	58,9
Nordeste	69,4	30,6	14,1	85,9	29,2	70,8	34,9	65,1	47,6	52,4	51,3	48,7	13,8	86,2	28,3	71,7
Ceará	60,0	40,0	14,9	85,1	27,9	72,2	22,4	77,6	33,3	66,7	100,0		15,6	84,4	28,1	71,9

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2008c

La siguiente caracterización se refiere sólo al sector formal del turismo, el más calificado, de mayor productividad e inversión, y que cuentan con sus registros oficiales más completos. Se suman las limitaciones relacionadas a las fuentes utilizadas las que solo nos permiten presentar los datos de empleo formal (IPEA, 2011).

La escolaridad de los empleados en las empresas turísticas formales de Ceará para 2004 (Tabla 4.16) advierte que poco más de la mitad de los trabajadores de las empresas de alojamiento (50,1%) y alimentación (54,3%) tiene solo ocho años de estudios y la otra mitad es compuesta en su mayor parte de personas que estudiaron hasta la enseñanza media (en total serían 11 años de estudios). Los de transportes y cultura y ocio, en su mayoría sobrepasaron sus estudios básicos y completaron la enseñanza media y superior, o sea, 51,09% en los transportes y 57,1% en las empresas de cultura y ocio. El caso de los auxiliares de transportes, agentes de viajes y alquileres

<sup>150</sup> La Organización Internacional del Trabajo – OIT en su 15ª Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo (1993) estableció que “para fines estadísticos se considera el sector informal como un grupo de unidades productivas que, según las definiciones y clasificaciones del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas, forman parte del sector de las familias en la forma de empresas familiares no constituidas en sociedad”. En Brasil el trabajo informal es considerado para aquellos que ejercen alguna actividad económica pero que no tienen registro oficial en empresas catastradas (OIT, 2009).

<sup>151</sup> Dato mas reciente disponible en marzo de 2013 en la fuente oficial de IPEA ([www.ipea.com.br](http://www.ipea.com.br))

de transportes son los que más tienen educación formal, pues 71,8%, 85,1% y 68%, respectivamente, estudiaron por lo menos por 11 años. El promedio de todos los trabajadores de las empresas turísticas fue de 47% con hasta 8 años de estudios.

Asimismo, un estudio hecho por la FIPE (2006a), sobre el programa de Regionalización del Turismo en Ceará, afirma que el nivel de cualificación de los profesionales de turismo del Estado todavía es bajo, aunque el Estado de Ceará haya buscado una mejora constante de la cualificación de los profesionales en turismo, a través de una serie de acciones del sector público y privado, como ya hemos visto. Esto se justifica por el hecho de que los restaurantes (no considerados como empresas de turismo receptor en esta investigación) demandan una alta cantidad de mano de obra con baja cualificación, lo que ayuda a empujar hacia abajo el promedio en este ítem de las empresas receptoras. Así, concluye el estudio, la oferta de cursos de formación en turismo en las diferentes instituciones de capacitación y las realizadas por la SETUR-Ce y sus asociados, son iniciativas positivas que buscan el mejoramiento de calidad de los servicios turísticos.

La evolución de estos números (mostrados en la misma tabla 4.16 para el año de 2006<sup>152</sup>) cuando en promedio los empleados del turismo, en un total de 18.101 empleos formales (crecimiento de 7,2% relativo a 2004), se muestran más calificados, ya que bajó para 41,4% el porcentual de los que estudiaron solo ocho años, empero creció 18,8% para los que tienen la enseñanza media+superior. En este caso las empresas dedicadas a la alimentación (44,2%) las de alquiler de transporte (40%) y las agencias de viajes (33%) eligieron con más vigor la cualificación de sus empleados. Se observa que hubo aumento de la cantidad de empleo turístico en todas las tipologías de empresas en este periodo 2004-2006 y, principalmente, en la franja de personas con enseñanza media y superior; y reducción de empleos para los que tienen menos años de estudios.

Tabla 4.16: Ceará– Cantidad de empleo turístico por nivel de escolaridad de trabajadores, 2004 y 2006

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 4º año	626	530	205	175	709	601	47	41	17	20	14	11	54	55	1.672	1.433
Entre 5º al 8º	1.812	1.776	953	986	3.018	2.777	150	150	93	87	79	90	173	180	6.280	6.057
Enseñanza media	2.124		931		3.588		384		492		165		255		7.939	
Superior	306	2.903	42	1.403	305	4.309	118	522	141	842	33	277	47	356	992	10.611
Total	4.869	5.209	2.131	2.575	7.620	7.686	700	713	743	949	292	378	529	591	16.883	18.101
Hasta final enseñanza básica/total	50,07	44,27	54,35	45,09	48,91	43,95	28,24	26,79	14,88	11,28	32,00	26,72	42,93	39,76	47,10	41,38

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA 2008c

En cuanto a la estimación de la cantidad de empleo en las empresas de turismo (Tabla 4.17) se observa para 2004 y 2006 que la mayor parte de empresas que emplean son las de tamaño mediano (se considera el tamaño de empresas por el número de empleados<sup>153</sup>, según IBGE, ver nota de pie 137). O sea, con excepción de las empresas de transportes, las que emplean más personas en el tamaño consideradas grandes, en el promedio, y por tanto emplean entre 100 y + de 500 personas, las demás, emplean más gente en pequeñas y medianas y están dentro del promedio nacional (54,2% en 2004 y 56,6% en 2006) esta modalidad de empresas. También en alojamiento Ceará empleó en grandes empresas cantidad importante de personas (28,7% y 25,9%) y en auxiliar de transportes que correspondieron a 53,1% y 45,4%, respectivamente. Llama la atención el tamaño de las empresas agencia de viajes: son en su gran parte pequeñas (50,8% y

<sup>152</sup> Dato mas reciente disponible en marzo de 2013 en la fuente oficial de IPEA ([www.ipea.com.br](http://www.ipea.com.br))

<sup>153</sup> En esta Tesis adoptamos el tamaño de empresas por cantidad de empleados tal como oficialmente es en el País, determinado por IBGE (ver proxima nota).

53,1%) o medianas (49,2% y 46,9%). En Ceará, no hay empresas de agentes de viajes, que sean importantes en número de empleados.

Para el año de 2006 observase que ha aumentado el promedio total, de la cantidad de empleo en las empresas pequeñas y medianas<sup>154</sup> (Tabla 4.17). De entre las grandes empresas un dato que sobresale es el crecimiento de cuatro veces, periodo 2004-2006, del empleo en las empresas de cultura y ocio y de dos veces en las empresas de alquiler de transporte.

Tabla 4.17: Ceará – Estimación promedio del empleo turístico por tamaño de empresas, 2004 y 2006.

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 9 emp.	1.189	1.330	625	676	457	385	76	90	378	504	75	84	207	133	3.007	3.203
10 a 99	2.284	2.530	1.274	1.706	1.450	1.531	252	299	366	445	175	212	287	318	6.088	7.042
100 a 499	1.396	1.349	232	193	3.716	4.496	371	323	0	0	42	81	35	140	5.791	6.582
500 y +	0	0	0	0	1.997	1.273	0	1	0	0	0	0	0	0	1.997	1.274
% < 100/total	71,3	74,1	89,1	73,1	25,0	24,9	47,0	54,6	100,0	100	85,6	78,5	93,4	76,3	53,9	56,6

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

La estimación de remuneración de los trabajadores en las empresas turísticas de Ceará (Tabla 4.18) medida en salario mínimo - SM<sup>155</sup> se concentra en más de 50% de los casos presentados en 2004 (55,8%) y 2006 (66,3%), de casi todas las empresas, a dos SM, o sea, las de alojamiento pagan este valor a 76,6% y 83,1% de sus empleados; las de alimentación a los 91,7% y 93,1%; las de agentes de viajes a 71,4% y 74,5%, las de alquiler de transporte a 71,3% y 77,8%; las de cultura y ocio a 91,6% y 87,3%. Las excepciones quedan en las empresas de transporte, que pagan entre 2,01 a 5 SM a la buena parte de sus empleados 67,2% y 49,3%; y auxiliar de transporte las que pagan hasta 2,01 SM solo a 44,2% y 46,4% de los empleados.

Como hemos visto para 2004, no es por coincidencia en esta última tipología de empresas (auxiliar de transporte) la mayor parte de los empleados tienen más de ocho años de estudios. Con relación a las mismas tipologías de empresas del país, las que pagan el promedio de 2 SM a los 74,2% de sus empleados, Ceará se encuentra por abajo ya que el promedio en el Estado es de 54,4%, o sea, los sueldos son casi 20% más pequeños, aclarando una vez más los datos sobre el bajo poder adquisitivo de los cearenses que trabajan en las actividades de turismo. Otro hecho importante de subrayar aquí es que la suma de todas las remuneraciones pagas en las empresas de turismo en Ceará representan 2,9% de la renta turística del país.

Para el año de 2006 hubo una “involución” en los sueldos de los empleados de las empresas turísticas de Ceará en términos de SM, ya que el promedio de pagos hasta 2 SM se elevó para todas las tipologías presentadas y el promedio total de pagos a 2 SM que era de 54,4% en 2004, pasó a 66,3% en 2006. La comparación de Ceará con la Región Nordeste y el país muestra

<sup>154</sup> El IBGE utiliza el concepto de personas ocupadas en las empresas, conforme los siguientes números: **Microempresa**: en el comercio y servicios, hasta 09 personas ocupadas; **Pequeña empresa**: en el comercio y servicios, de 10 a 49 personas ocupadas; **medianas** entre 50 y 99 empleados; y **grande** a partir de 100 empleados (fuente: <http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp> y [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)).

<sup>155</sup> Salario Mínimo de Brasil en marzo de 2013 es de R\$678, unos 344 dólares de EEUU.

que las diferencias continúan acentuadas en términos de pagos, quedando el estado con remuneraciones iguales a 71,4% relativa a Brasil y 9% menos que el Nordeste (IPEA, 2008c).

Tabla 4.18: Ceará – Estimación del número empleos turísticos por franja de remuneración, 2004 y 2006.

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 2 sm	3.729	4.328	1.954	2.397	2.013	3.423	310	331	516	707	204	294	458	516	9.184	11.996
2,01 a 3 sm	565	497	78	61	2.146	2.403	146	156	117	162	44	54	27	32	3.123	3.365
3,01 a 5 sm	325	190	34	35	2.823	1.246	120	105	59	55	29	18	10	14	3.400	1.663
5,01 y + sm	178	193	14	81	414	614	98	122	31	25	9	12	5	29	748	1.076
total	4.797	5.208	2.080	2.574	7.396	7.686	674	714	723	949	286	378	500	591	16.455	18.100
% hasta 2 sm	76,6	83,1	91,7	93,1	26,4	44,5	44,2	46,3	69,5	74,5	69,9	77,8	86,6	87,3	54,4	66,3

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

En cuanto al género de los trabajadores en las empresas de turismo de Ceará (Tabla 4.19) se puede afirmar que es masculino en más del 50% de todas las tipologías de empresas, con excepción de los agentes de viajes, donde 54,1% son de sexo femenino, en los dos años analizados.

En las empresas turísticas de Ceará los hombres representan 73,4% y 72% (2004 y 2006) del empleo, porcentaje mayor que el promedio nacional (que es de 60,6%). Se destacan en este caso las empresas de transportes (91% en 2004 y 2006) y las de alquiler de transportes (81% y 86%), como las que más emplean hombres respectivamente en 2004 y 2006. Las empresas de auxiliar de transporte también se han masculinizado un poco más en 2006, pasando de 77% de hombres empleados en 2004, para 81%.

Tabla 4.19: Ceará – Estimación número de empleos en empresas turísticas por género, 2004 y 2006.

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Masculino	2.604	2.672	1.398	1.660	6.949	6.979	538	576	341	435	237	324	326	394	12.393	13.031
Femenino	2.265	2.537	733	914	671	707	161	137	402	514	55	54	203	198	4.490	5.060
Total	4.869	5.209	2.131	2.575	7.620	7.686	700	713	743	949	292	378	529	591	16.883	18.101
% masculino	53	51%	66	64%	91	91%	77	81%	46	46%	81	86%	61	67%	73	72%

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

Además de emplear más hombres que mujeres en las empresas formales de turismo de Ceará, en la mayoría también les pagan mejores sueldos a los hombres (Tabla 4.20). La excepción son las empresas de alimentación, que en 2004 tuvieron una relación de 1,01 para los sueldos de las mujeres relativo a los de hombres y las de alquiler de transportes cuya relación se situó en 1,24. La observación sobre la remuneración promedio en las empresas de turismo de Ceará (el promedio del estado coincide con el nacional) puede ser explicada por la probabilidad de que esta diferencia sea por los cargos que ejercen las mujeres en estos tipos de empresas, que generalmente son administradoras de los negocios, en cuanto que los hombres (en las de transportes) son los que manejan los autos y cuidan los vehículos, trabajos estos que exigen menos responsabilidad relativa y que es también menos valorado en el mercado.

La novedad para el año 2006 es la casi igualdad de salarios para hombres y mujeres en las empresas de alimentación e igualdad en las de cultura y ocio (1,4 SM).

Tabla 4.20: Ceará – Remuneración de los trabajadores en turismo por género, 2004 y 2006(en SM).

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Masculino - M	1,94	1,7	1,25	1,2	2,99	2,5	3,63	3,0	2,06	1,7	1,92	1,6	1,30	1,4	2,51	1,87
Femenino - F	1,70	1,5	1,26	1,1	2,54	2,1	2,89	2,7	1,94	1,6	2,37	2,0	1,25	1,4	1,81	1,77
Razón F/M	0,878	0,882	1,010	0,917	0,848	0,84	0,796	0,9	0,943	0,941	1,238	1,25	0,959	1	0,719	0,947

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

La edad de los trabajadores de todas las tipologías de empresas de turismo investigadas en Ceará, están en su mayor parte (74%) concentrados en la franja que va desde los 25 hasta los 49 años (Tabla 5.21), especialmente en las empresas de transporte, alojamiento y alimentación, que concentran 71,6%, 79,3% y 64,3%, en 2004; y 72,3%, 78,6% y 69,2%, en 2006, respectivamente, de trabajadores en esta franja etaria.

Tabla 4.21: Ceará – Estimación de empleo en turismo por rango de edad, 2004 y 2006

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 24 años	1.113	1.068	672	799	820	728	128	117	177	193	52	52	151	151	3.113	3.108
25 a 49 años	3.487	3.799	1.371	1.654	6.044	6.040	516	535	535	697	218	292	325	379	12.495	13.396
50 y + años	268	342	88	122	756	918	56	61	31	59	23	34	54	60	1.276	1.596
Total	4.869	5.209	2.131	2.575	7.620	7.686	700	713	743	949	292	378	529	591	16.883	18.101
% hasta 24 años	22,9	21%	31,5	31%	10,8	9%	18,2	16%	23,9	20%	17,7	14%	28,4	26%	18,4	17%

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

Los más jóvenes, hasta 24 años, corresponden en promedio sólo al 18,4% y 17% de todas las empresas, lo que deshace la imagen de trabajadores con poca experiencia en la rama del turismo en Ceará. El promedio nacional está muy cerca del cearense (22,3% de profesionales más jóvenes, en Brasil). Solamente en las empresas de alimentación se emplean porcentual de jóvenes por encima de la media (31,5% y 31% en 2004 y 2006 respectivamente)

El promedio de las remuneraciones de los profesionales en las empresas de turismo de Ceará, según su rango de edad (tabla 4.22), demuestra que la experiencia, es premiada con mejores sueldos: en cuanto a los trabajadores de menos edad (hasta los 24 años) reciben el promedio de 1,53 SM y 1,63SM, los de 25 a 49 años reciben 2,42 SM y 1,86 SM y los de más de 50 años 3,22 SM y 2,37SM (todos en los años 2004 y 2006 respectivamente). La excepción ocurre en las empresas de alquiler de transportes las que pagan mejores sueldos a los trabajadores entre 25 y 49 años (comparados a los demás rangos de edad en la misma tipología de empresa), donde también existe la mayor concentración de empleos para este tipo de edad (Tabla 4.21).

El promedio nacional de remuneraciones en 2004, al igual que en Ceará, es mayor para las personas de más de 50 años (3,55 SM) que para los de 25 a 49 años (2,39 SM) y los de menos de 24 años (1,43 SM); con la diferencia de que en Ceará la remuneración promedio de los dos rangos de menor edad es ligeramente mayor.



Tabla 4.22: Ceará- Remuneración de trabajadores en turismo por rango edad, 2004 y 2006, SM.

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio		Total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 24 años	1,48	1,3	1,16	1,0	1,94	1,7	1,91	1,9	1,46	1,4	1,67	1,4	1,08	1,2	1,53	1,63
25-49 años	1,90	1,6	1,29	1,2	3,00	2,5	3,55	3,0	2,12	1,7	2,09	1,6	1,32	1,4	2,43	1,86
50 y + años	2,32	1,8	1,41	1,3	3,70	3,2	6,09	4,9	2,97	2,1	1,90	1,7	1,60	1,6	3,22	2,37
Razón <24/50+	0,636	0,722	0,822	0,769	0,524	0,531	0,314	0,388	0,492	0,667	0,876	0,824	0,674	0,750	0,476	0,688

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

La comparación entre las remuneraciones de los trabajadores y su nivel de escolaridad en Ceará en 2004, muestra claramente que a más años de estudios mayor es el nivel de sueldos en las empresas turísticas (Tabla 4.23). Así, la diferencia de los que cursaron el nivel superior respecto a los que solo estudiaron hasta 4 años es grande: para los que solo estudiaron menos de los 4 años el promedio de renta corresponde a menos del 38% de los que tienen nivel superior de estudios. Aunque en Brasil esta distancia de remuneración es más aguda: los de menos años de estudios reciben solo el 21,5% de los sueldos destinados para los empleados de nivel superior del sector turismo (IPEA, 2007b). Esta es una comprobación clara de que la educación formal puede generar mejores rentas en la actividad turística de Ceará, además de poder traer todos los efectos positivos que la educación proporciona para el crecimiento económico y desarrollo del lugar, si son atendidas las demás variables ya comentadas.

Para el año 2006 se observa que hubo una gran caída de los sueldos comparados con 2004, para la franja de los que más tienen estudios, además de un equilibrio entre los de enseñanza media y superior, en todas las ramas de empresas. Específicamente en la rama de alimentación hay casi igualdad para los pocos estudios (1,1 SM) y los de nivel superior (1,2 SM). En los auxiliares de transportes hay una valoración por los de hasta 4 años de estudios que reciben 2,6SM mientras los de 5 a 8 años solo reciben 2,0 SM. En las empresas de alquiler de transportes y las de cultura y ocio también tuvieron asemejados sus sueldos entre los de pocos años de estudios (hasta 4) y los que tienen entre 5 y 8 años. La pregunta que se hace en este punto es: ¿será que el mercado percibió que más años de estudios en turismo no está agregando valor al trabajo en las empresas? ¿O será que si los estudios fueran más efectivos sería distinta la situación?

Tabla 4.23: Ceará – Remuneración trabajadores en turismo por nivel escolaridad, 2004 y 2006, en SM.

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 4º año	1,41	1,2	1,11	1,1	2,65	2,2	3,02	2,6	1,49	1,3	1,30	1,2	1,16	1,1
Entre 5º al 8º	1,44	1,3	1,17	1,1	2,74	2,3	2,83	2,0	1,48	1,4	1,51	1,2	1,16	1,1
Enseñanza media	1,90		1,29		2,82		2,83		1,95		1,94		1,30	
Superior	4,46	1,8	3,17	1,2	7,41	2,6	6,46	3,2	2,56	1,7	3,78	1,8	1,78	1,6

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

La cantidad de tiempo de trabajo en las empresas turísticas de Ceará influye en las remuneraciones de los trabajadores (Tabla 4.24) al igual que la edad como ya hemos visto: cuanto más tiempo los trabajadores están en el sector de actividades turísticas más alta es la remuneración que reciben, en 2004. Con la excepción de los que trabajan en alquiler de transportes, ya que los empleados con uno a dos años de trabajo recibieron mejores ingresos que los de 3 a 5 años de permanencia.

En el promedio de todas las empresas, tanto en Ceará como en Brasil, se puede decir que hay mayor nivel de sueldos siempre que los trabajadores tengan más experiencia de trabajo en las empresas (IPEA, 2007b). Las diferencias de sueldos se acentúan más a partir de los 5 años de trabajo en las empresas, principalmente en el caso del promedio de Brasil. Aquí también llama la atención el caso de los auxiliares de transportes con más de 5 años de servicios en Ceará, ya que son los que presentan mayores sueldos (4,99 SM en 2004 y 5,0 SM en 2006) y comparándolos con los de menos de un año de servicio: es la mayor diferencia de entre todas las empresas investigadas para esta variable.

También relativo a la remuneración de los empleados por tiempo de empleo (antigüedad) (Tabla 4.24), al igual que en los años de estudios en 2006, algunas tipologías de empresas dieron la misma remuneración para distintos tiempos de trabajo: en alimentación los empleados que tienen entre un e dos años de empresa reciben 1,1 SM; en transportes los que trabajaron entre 12 y 60 meses son pagados con el promedio de 2,4 SM; los de auxiliares de transportes entre 12 y 60 meses de trabajo sus sueldos son casi iguales 2,6 SM para los hasta 2 años y 2,5 los entre 24 y 60 meses; y, en las empresas de cultura y ocio, además de recibir lo mismo los que tienen 1 año hasta 5 años (1,3 SM) son igualados salarialmente los más jóvenes en el trabajo (hasta 12 meses) con los de más tiempo (+ 60 meses) que tienen al final del mes 1,5 SM de salarios.

Tabla 4.24: Ceará—Remuneración trabajadores empresas turísticas: tiempo de empleo, 2004 y 2006 (SM)

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 12 meses	1,59	1,4	1,19	1,1	2,67	2,3	2,37	2,2	1,86	1,6	1,84	1,5	1,16	1,5
12 a menos 24 m	1,82	1,6	1,27	1,1	2,78	2,4	3,10	2,6	1,99	1,8	2,05	1,6	1,15	1,3
24 a menos 60 m	1,98	1,7	1,31	1,2	2,88	2,4	3,35	2,5	1,91	1,6	1,89	2,0	1,31	1,3
60 meses y +	2,25	1,8	1,45	1,3	3,29	2,8	4,99	5,0	2,58	2,0	3,28	2,2	1,61	1,5

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

Los sueldos de los trabajadores en turismo de Ceará también varían según el tamaño de las empresas donde ellos trabajan (Tabla 4.25): cuanto mayor sea la empresa en términos de número de empleados, generalmente, en promedio, más alto son los salarios. La excepción aquí es para las empresas de “alquiler de transporte” y las de “cultura y ocio”, las que al emplear más gente (arriba de 99 empleados) pagan menos que las más pequeñas (con 10 a 99 empleados).

Tabla 4.25: Ceará-Remuneración de trabajadores en turismo por tamaño empresas, 2004 y 2006 (SM).

Ceará	Alojamiento		Alimentación		Transporte		Auxiliar de transporte		Agencia de viajes		Alquiler de transporte		Cultura e Ocio	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 9 emp.	1,16	1,1	1,12	1,1	2,00	1,7	1,49	1,5	1,73	1,5	1,69	1,5	1,18	1,1
10 a 99 emp	1,66	1,4	1,28	1,1	2,68	2,3	3,88	2,7	2,27	1,9	2,20	1,8	1,38	1,3
100 a 499 emp.	2,67	2,2	1,49	1,4	3,11	2,7	3,57	3,5			1,77	1,3	1,07	1,8
500 y + emp.					3,08	2,4		8,3						

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y IPEA, 2008c

Comparándose las remuneraciones de las empresas de mayor cantidad de empleados (sobre 500 personas) de Ceará con las de Brasil, en 2004, el promedio del primero es de 3,08 SM, en cuanto que el del segundo es de 2,29 SM, con la observación de que en Ceará solo pertenecen

a este tamaño de empresa las de transporte. En 2006 se observa que las empresas de alimentación micro (hasta 9 empleados) y pequeñas (entre 10 y 99 empleados) equilibraron los sueldos; las de auxiliares de transportes entre 100 y 499 empleados (grandes) pagan promedio menor de salarios que las de 10 a 99 empleados, así como las de alquiler de transportes (lo mismo ocurrido en 2004) que nos lleva a pensar que esté en el tamaño económico de empresa en estas modalidades. Por fin el sueldo más alto registran las empresas de auxiliar de transportes de tamaño de +500 empleados – 8,3 SM. Estos mayores niveles de ingresos pueden explicar, en parte, la política de incentivos gubernamentales para atraer empresas de gran tamaño para el Estado de Ceará, dado el mayor efecto multiplicador de estas empresas para la economía local.

### **4.3. Las empresas turísticas receptoras (ETR) de Ceará: Visión gerencial.**

Es importante consignar que esta investigación no considera los servicios informales de turismo receptivo suministrados por personas y algunos grupos familiares o de pequeños empresarios informales, dado la imposibilidad de disponer de una identificación de ellos y consecuentemente extraer una muestra aleatoria representativa del universo total. Existen estudios acerca de este segmento, IPEA (2008c, 2008b y 2011) antes comentados (tabla 4.15) que estima que los informales en ACTs comprenden casi 60% del total de ocupados en Brasil, y en Ceará 71,9%. Esta consideración aunque no sea precisa es relevante dado que siendo el tema de esta Tesis la calidad del servicio turístico y la cualificación de los recursos humanos, los diversos estudios sobre informalidad en Brasil, realizados también por SEBRAE, muestran la precariedad de este sector, además de la no posibilidad de planeamiento completo por la no existencia de datos detallados para análisis y cumplimiento de esta función. Dado las bajas barreras de entrada del turismo, es esperable que la calidad de las empresas informales de turismo sea muy inferior a la que mostramos a continuación en el sector formal.

#### **4.3.1. Servicios y ocupaciones en las empresas turísticas receptoras (ETR).**

Según la metodología definida para este trabajo (ver Capítulo 1 para mayores detalles), las empresas receptoras de turismo de este estudio en Ceará son las del alojamiento, de agentes de viajes y de transportes receptores, o sea, las que cuidan de las necesidades primarias de los turistas<sup>156</sup>. Los registros de la SETUR, actualizados en 2006<sup>157</sup>, no indican el tamaño de las empresas, la cantidad de empleados, el origen (si es nacional o extranjera) y cuánto tiempo tienen en el mercado local. Sólo indican la categoría y la localización. De acuerdo con ella, en el mercado formal del turismo receptor de Ceará se presentan: a) 239 empresas de hospedajes; b) 204 agencias de viajes; y c) 27 empresas de transporte turístico.

Según los estudios del IPEA (2007b, 2008c y 2011) Tabla 4.26, en Ceará, las empresas de turismo receptoras<sup>158</sup> representaban la gran mayoría (78,4% en 2004, 74,9% en 2006 y 77,4 en

<sup>156</sup> Con excepción de alimentación como hemos comentado en el capítulo de metodología.

<sup>157</sup> En 2010 la SETUR-Ce (2012) informa sin detalles, el *numero de prestadores de servicios al turismo* (es como llaman las empresas turísticas) son de 204 medios de hospedaje, 333 agencias de viajes y 27 transportadoras receptoras.

<sup>158</sup> Una descripción de los servicios en las empresas turísticas receptoras previstas en la Ley General del Turismo y de Las Principales Ocupaciones en las Empresas Turísticas Receptoras (ETR), se encuentra en el anexo.

2008<sup>159</sup>) del total de empleos turísticos en el Estado siendo de estas las de transportes las que más emplean, seguidas por las de alojamiento. Ya adelantando conclusiones, este es el núcleo del sistema turístico que se debe trabajar con más fuerza para atender los objetivos mayores del turismo, que es aumentar y calificar el flujo de visitantes.

Tabla 4.26: Ceará- Estimación del empleo turístico en empresas receptoras, 2004-2006-2008

UF	Alojamiento			Transporte			Agencia de Viajes			Total			% empleos turísticos totales		
	2004	2006	2008	2004	2006	2008	2004	2006	2008	2004	2006	2008	2004	2006	2008
Ceará	4.859	5.202	5.647	7.620	7.620	8.024	743	743	1.790	13.232	13.565	15.461	78,4	74,9	77,4

Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b, IPEA, 2008c y IPEA, 2011

De acuerdo a lo expuesto en la metodología de este trabajo, en la investigación de campo se entrevistó en cada empresa a dos personas que trabajaban allí, siendo una del área operacional de la empresa y la otra del área gerencial para así evaluar las dos visiones en las distintas formas de trabajo en las empresas<sup>160</sup>. La presentación de aquí en adelante va a esclarecer los problemas y evaluación de las empresas turísticas receptoras, los cuales pueden ser generalizados para todas las empresas de recepción turístico de Ceará, principalmente debido a verificación y validación de los datos de terreno de la Tesis con los analizados anteriores y catalogados en los estudios del IPEA, 2007b, la FIPE, 2007, IPEA 2008c y IPEA, 2011<sup>161</sup>.

A partir de aquí se analizan las respuestas al cuestionario aplicado en las empresas turísticas receptoras en el Estado de Ceará. Es preciso desde el inicio advertir que algunas de las preguntas hechas no fueron contestadas por los entrevistados en las empresas, en muchos casos por su bajo nivel de conocimiento sobre los aspectos preguntados, aunque se hubiera intentando explicar el significado de lo que se quería preguntar. La segunda observación es que las preguntas fueron realizadas en portugués (la lengua madre del territorio estudio de caso) según la encuesta presentada en el apéndice. Sin embargo, los nombres de los cuadros y las Gráficas están en español para la completa comprensión de los evaluadores y lectores de este trabajo de investigación.

Los análisis, siguiendo las preguntas hechas en la encuesta, fueron realizadas para el conjunto de la actividad turística investigada (empresas receptoras), aunque las encuestas fueron realizadas por segmentos de empresas. La ponderación al universo, permite obtener una visión de las empresas de turismo receptor en su conjunto, tarea de esta Tesis.

#### 4.3.2. Perfil de las empresas (ETR) y del entrevistado responsable por los Recursos Humanos.

Como se puede ver en la Gráfica 4.1 la gran mayoría de las empresas que fueron investigadas pertenecen a las ramas de medios de hospedaje (51%) y agencia de viajes (43%), considerando que estas empresas se dedican más específicamente a recibir y incluso distribuir a los turistas desde Fortaleza<sup>162</sup> hacia los demás municipios, capital del Ceará, y realizar las

<sup>159</sup> Ultimo dato disponible en marzo de 2013.

<sup>160</sup> Encuesta disponible en el apéndice 1 de esta Tesis.

<sup>161</sup> Además que no se cuenta con datos específicos de gran parte de las empresas fuera de la capital Fortaleza, como ya se ha adelantado.

<sup>162</sup> Estas agencias de viajes, empresas investigadas, no tienen como objetivo principal enviar turistas para otros destinos y sí recibirlos, además de los otros servicios pertinentes a esta rama de empresas.

actividades que se proponen como empresas receptoras de turistas. Se entrevistó a la totalidad de las empresas de transportes de Fortaleza (17), registradas para la realización del servicio de conducir a los turistas internamente en Ceará en sus traslados o paseos, lo que correspondió a 6% del total de empresas entrevistadas.

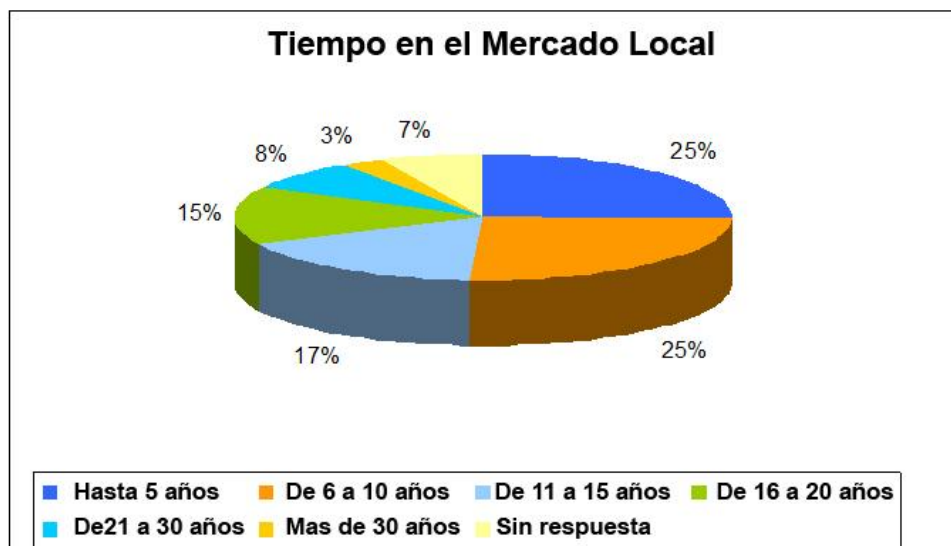
Gráfica 4.1: Tipos de empresas turísticas receptoras en Ceará



Fuente: Elaboración propia

Entre las empresas turísticas receptoras según la Gráfica 4.2 un cuarto, o sea un 25%, tienen cinco o menos años de existencia en el mercado. Eso podría indicar que se trata de un mercado maduro y que existen ciertas barreras al ingreso de otras empresas al mercado formal. Lo veremos más adelante. Así, la mayoría de las empresas están en el mercado por más de 6 años (hasta los 20), existiendo un porcentual importante (de 25%) de empresas que tienen entre 6 y 10 años de actividad, 17% de 11 a 15 años en el mercado y 15% de 16 a 20 años. Deberían ser así empresas maduras y representativas en las ramas de actividades que ejercen. Solo 11% de las empresas existen por más de 21 años.

Gráfica 4.2: Tiempo de las empresas turísticas receptoras en el mercado local



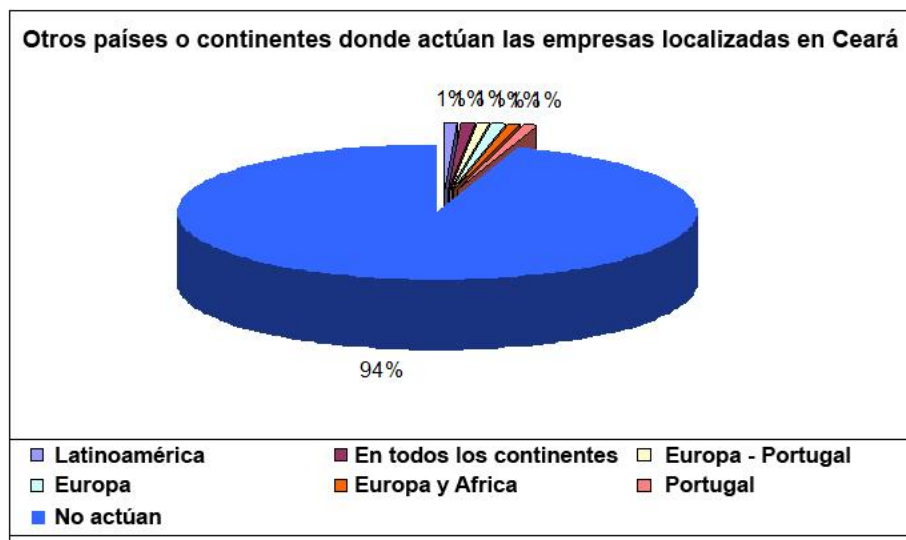
Fuente: Elaboración propia

Sobre la relación entre el tamaño de las empresas y su cierre en el mercado, según estadísticas preparadas por SEBRAE<sup>163</sup> (Servicio Brasileño de apoyo a Pequeñas y Medianas Empresas) del Estado de Ceará, un promedio de 70% a 90% de las pequeñas empresas cierran sus actividades en el primer año de actividad. Se puede concluir que existe una gran rotatividad de empresas en ese mercado y que entre las principales razones que las llevan a cerrar sus puertas, según SEBRAE (2007) están la falta de conocimiento gerencial de la actividad (16%), el no conocimiento del mercado (14%) y la falta de mano de obra cualificada (17%), que sumadas llegan a los 47%. Razón suficiente para justificar el eje principal de esta Tesis.

En cuanto a la internacionalización de las empresas receptoras de turismo de Ceará, solo 6% de las empresas investigadas están ubicadas en otros países, según muestra la Gráfica 4.3. Ello nos indicaría que el sistema de subvenciones ofrecidos por el gobierno del Estado de Ceará en lo que se refiere a las perspectivas del turismo (donde el gobierno estadual concede subsidios para que las empresas industriales o de servicios que se localicen en el Estado, principalmente en los territorios más pobres y que tienen gran cantidad de mano de obra para trabajar en ellas), todavía no produjeron los efectos esperados.

Sin embargo, como ya hemos mencionado hay muchas inversiones previstas de nacionalidades europeas, en especial para construcción de *resorts*, y algunas de ellas ya se encuentran en fase de funcionamiento, como es el caso del *resort* de Cumbuco (con inversionistas de capitales portugueses). Otras están siendo negociadas con los respectivos inversionistas por parte del gobierno estadual.

Gráfica 4.3: Otros países o continentes donde actúan las empresas localizadas en Ceará.

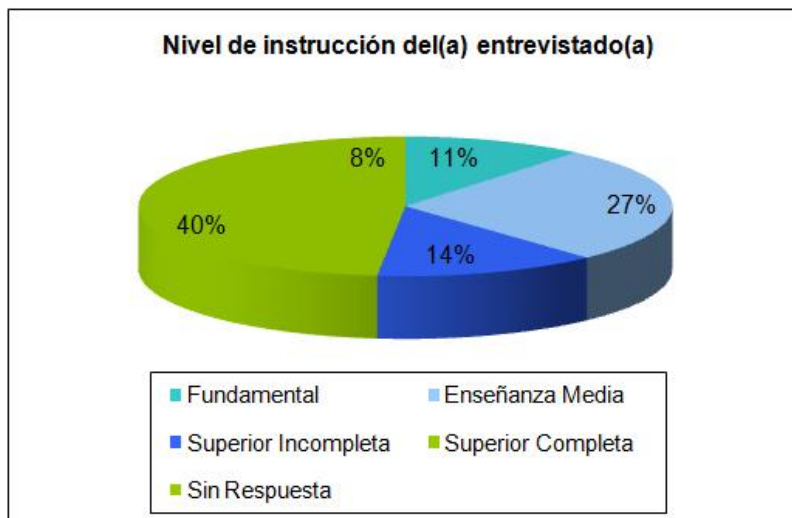


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel de instrucción de los responsables de recursos humanos de las empresas turísticas (Gráfica 4.4), el 40% tienen cursos superiores completos, mientras que un 14% aún los están cursando. Lo que es compatible con la investigación del IPEA, antes comentada (tabla 4.16)

<sup>163</sup> Para las empresas de servicios, donde están localizadas las empresas que prestan servicios turísticos receptivos.

Gráfica 4.4: Nivel de instrucción del entrevistado.



Fuente: Elaboración propia

Los demás directivos se dividen en 11% con estudios básicos (hasta 8 años de estudios) y 27% con enseñanza media, lo que indica un segmento que, para administrar bien sus negocios, necesita de un esfuerzo mayor para competir en el mercado, por una posible falta de conocimientos y desarrollo de habilidades, enseñados en las escuelas superiores. En parte importante los entrevistados aparte de ser gerentes de personal y de capacitación, son dueños de sus empresas.

Se trata de una constatación de la mayor importancia para esta Tesis: los responsables de las políticas y acciones de capacitación de las empresas turísticas receptoras (y también de muchas otras decisiones importantes), ellos mismos, disponen de escasa formación profesional. Hecho constatado también por la SETUR-Ce, que ha coordinado cursos para empresarios en los polos de turismo.

Esto también es consistente con los datos de IPEA (2007b y 2008c), expuestos a continuación en el Tabla 4.27, que muestran que el 47,4% de los trabajadores empleados en las ETR de Ceará, en 2004, tenía hasta ocho años de estudios, significando que los 52,6% poseían cursos de enseñanza media y superior. Sólo el segmento de agencias de viajes exhibe niveles razonables de cualificación formal de su personal: 19% con estudios universitarios y 66% con enseñanza secundaria. Este cuadro, en 2006, cambió para mejor ya que bajó el porcentual para 41,8% trabajadores con hasta ocho años. Los demás empleados 58,2% están en nivel técnico (enseñanza media) y superior, siendo que los de agencias de viajes nuevamente son los más cualificados - 88,7% de ellos con más de ocho años de estudios.

Tabla 4.27: Ceará - Nivel de escolaridad de los trabajadores empleados en las ETR 2004-2006

Ceará	Alojamiento		Transporte		Agencia de viajes		Total		% sobre total	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Hasta 4º año	626	530	709	601	17	20	1.352	1.151	10,2	8,3%
Entre 5º al 8º	1.812	1.776	3.018	2.777	93	87	4.923	4.640	37,2	33,5%
Enseñanza media	2.124		3.588		492		6.204		46,9	
Superior	306	2.903	305	4.309	141	842	752	8.054	5,7	58,2%
Total	4.868	5.259	7.620	7.686	743	949	13.231	13.845	100,0	100,0

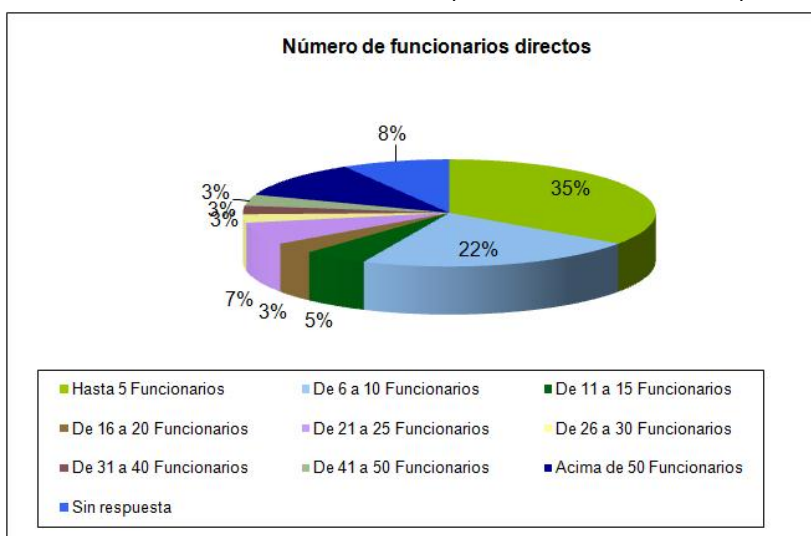
Fuente: Elaboración propia a partir de IPEA, 2007b y 2008c

Como veremos más adelante, la enseñanza universitaria turística de Ceará no garantiza los conocimientos suficientes para la adecuada administración de estas empresas turísticas y la elevación de su competitividad.

La Gráfica 4.5 muestra las estadísticas sobre los tamaños de las empresas que actúan en la actividad turística formal. Esta investigación concluye que el 57% de las empresas de turismo receptor de Ceará son microempresas, de acuerdo al número de empleados que poseen (entre 1 y 10 personas). Más aún, de ellos la mayor parte (35%) trabaja en empresas con menos de 6 empleados. Dado el pequeño tamaño de estas empresas en Ceará ( que inhibe la especialización de los cargos) parte importante de sus empleados deberían ser multi-funcionales y conocer en forma completa el proceso de producción de sus empresas. Veremos más adelante si esa capacitación forma parte o no de las actividades regulares de estas micro-empresas turísticas.

Respecto del tamaño de las empresas estudiadas, merece también destacarse a las medianas y grandes empresas, que poseen arriba de 50 empleados las cuales suman el 11,0% del total; de esas solo 30% son empresas extranjeras o nacionales no cearenses. Las demás son empresas que iniciaron sus actividades en el propio estado de Ceará. Por categorías, de las medianas y grandes empresas, 60% son medios de hospedaje, 30% son transportadoras y 10% agencias de viajes.

Gráfica 4.5: Número de empleados directos en las empresas turísticas receptoras



Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.3. Selección de los Recursos Humanos en las empresas turísticas receptoras.

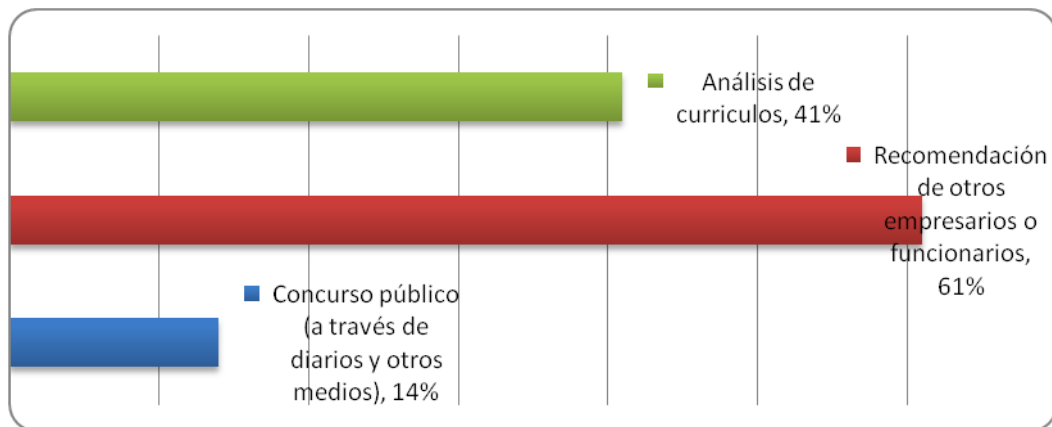
La forma de selección de personal en las empresas turísticas refleja las prácticas culturales regionales de “capital social de lazos fuertes” (*bonding social capital*; Granovetter, 1973). En Ceará el 61% de los directivos y el 70% de los empleados del área operacional son contratados por referencias de otros empresarios o empleados, sin concursos ni cualificación de antecedentes. Las Gráficas 4.6 y 4.7 muestran que la meritocracia no es un mecanismo usual de selección y que no todas las personas tienen igualdad de oportunidades para acceder al mercado de trabajo de



Ceará. Las personas que tuvieron la suerte de nacer en una familia adinerada y socialmente bien relacionada, pueden acceder a empleos en el sector privado con mayor probabilidad de quienes teniendo la misma o mejor cualificación no poseen esos “contactos”. Estos datos muestran que este fenómeno no es privativo del sector público gubernamental sino que es consustancial a una sociedad “familista” (Banfield, 1958) como muy bien ha descrito el destacado antropólogo Roberto Da Matta (2000).

Así, los que podrían ser más calificados para desempeñarse en el sector turismo de Ceará no consiguen acceder a los puestos existentes, dando lugar a una reducción de la eficiencia y productividad, al mismo tiempo que disminuye los incentivos a la formación profesional e impide una mayor movilidad social.

Gráfica 4.6: Forma de contratación utilizada por las empresas a nivel gerencial

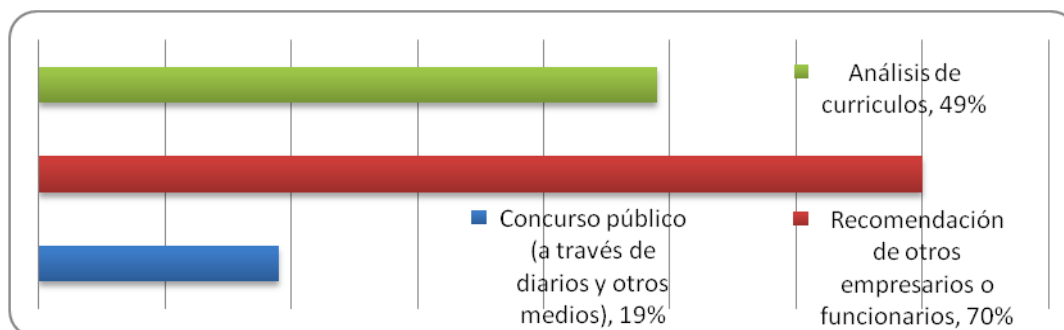


Fuente: Elaboración propia

En este escenario, casi el 60% de los encargados de recursos humanos de las empresas turísticas receptoras no hace análisis de currículo para contratar empleados de nivel gerencial. Para cargos operacionales es poco más de la mitad, 51%. La práctica de los concursos públicos es aún más escasa, ya que sólo un 14% de las empresas coloca anuncios en diarios y otros medios de comunicación para la contratación de cargos gerenciales. Para cargos operacionales es 19%, con el agravante de que las investigaciones sobre lectura de periódicos en Ceará demuestran que sólo un porcentaje bajo de la población tiene condiciones y hábito de leerlos (IPSOS/MARPLAN, 2009).

De esta forma, se configura una práctica de selección de personal excluyente que no incentiva la cualificación de las personas y que instala en las empresas receptoras diversas ineficiencias, todas las cuales afectan la calidad del servicio turístico.

Gráfica 4.7: Forma de contratación utilizada por las empresas a nivel operacional

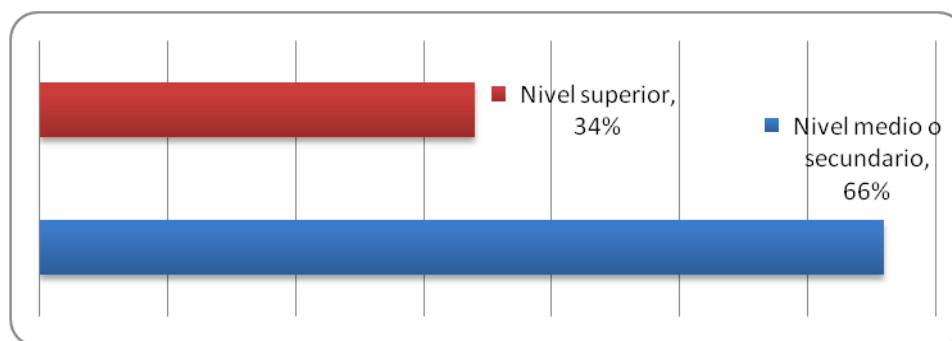


Fuente: Elaboración propia

En relación a los niveles de conocimientos formales exigidos en estas empresas para ocupar cargos de nivel gerencial llama la atención que sólo un tercio de ellas demanda nivel de estudios superiores. Para los cargos técnicos esta exigencia se reduce a 5%. En este segmento de personal la cualificación común (85%) es enseñanza secundaria completa. Ver las Gráficas 4.8 y 4.9.

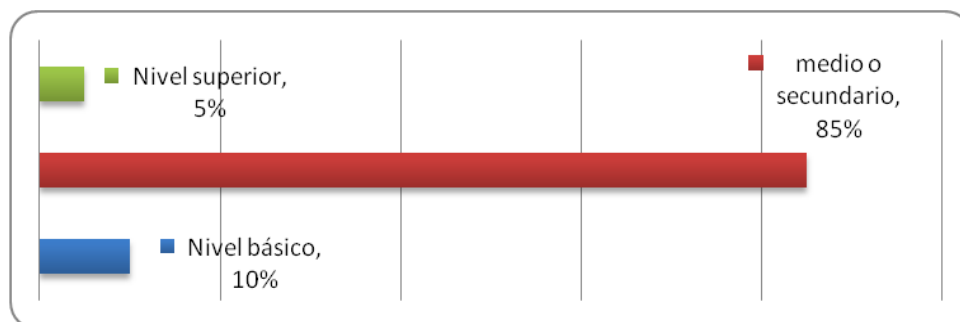
Es importante comentar que las empresas de mayor tamaño tienden a realizar mayores exigencias en la selección y en consecuencia posee personal más calificado. Las micro y pequeñas empresas de turismo receptor, en cambio, que componen más de la mitad del sector turístico receptor (ver Gráfica 4.5; ya expuesta) poseen estructuras organizacionales más simples y con personal de menor nivel de cualificación.

Gráfica 4.8: Nivel de escolaridad mínimo exigido para los cargos gerenciales



Fuente: Elaboración propia

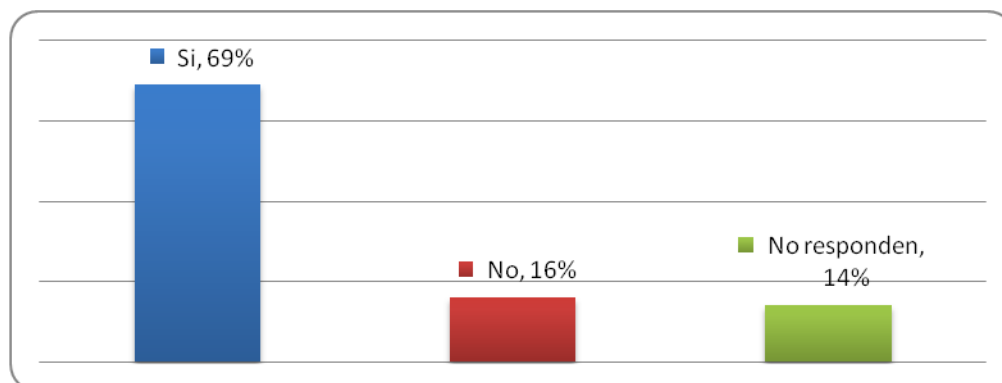
Gráfica 4.9: Nivel de escolaridad mínimo exigido para los cargos operacionales



Fuente: Elaboración propia

En cambio, la necesidad de cursos técnicos<sup>164</sup> para ingresar a las empresas turísticas receptoras de Ceará parece ser significativa (Gráficas 4.10 y 4.11): 69% para los cargos gerenciales y 74% para los operacionales. Se trata de cursos de corta duración para personas que han completado su enseñanza secundaria o que pertenecen al currículo de ésta (enseñanza media técnica). Esos datos pueden estar fundamentando la idea de que en el sector turístico de Ceará no se requiere de personal de alta calificación formado en las universidades y sí de personas que sepan desempeñar un oficio, incluso en el nivel gerencial. La producción de profesionales para el área de turismo por parte de las universidades locales aparece entonces cuestionada, ya que muchos de sus egresados deben adaptarse a cargos de nivel inferior, pues los cargos más calificados y decisorios ya están ocupados por personas menos calificadas pero mejor relacionadas socialmente.

Gráfica 4.10: Exigencia de cursos técnicos para el nivel gerencial



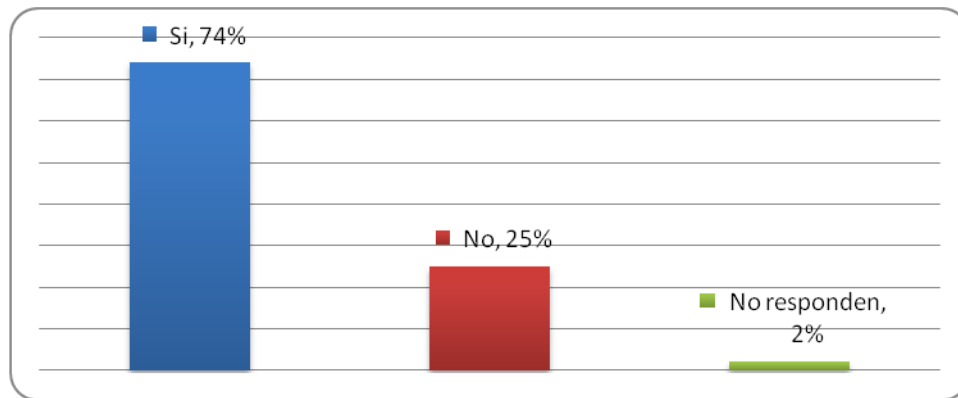
Fuente: Elaboración propia

La cualificación formal parece ser un atributo secundario al ser comparado con otras características de un postulante a ingresar a las empresas turísticas receptoras de Ceará. Eso es válido no sólo para el personal que atiende directamente a los turistas sino también para los propios gerentes y directivos. Efectivamente al preguntar a los gerentes de recursos humanos de

<sup>164</sup> En Brasil, a diferencia de otros países, solo se denomina nivel técnico a las personas que cursaron desde los 9 hasta los 11 años de estudios. Los que cursaron estudios en universidades son llamados de nivel superior.

estas empresas, el 48% de ellos califica la apariencia física como un atributo muy importante a la hora de seleccionar el personal gerencial y 53% lo hace para la selección de personal operacional.

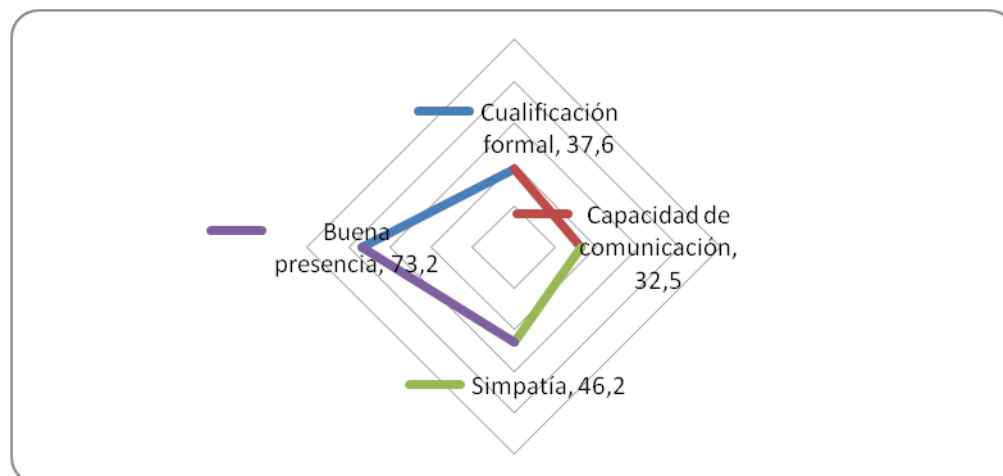
Gráfica 4.11: Exigencia de cursos técnicos para el nivel operacional



Fuente: Elaboración propia

Las Gráficas 4.12 y 4.13 entregan dichos resultados en la forma de una escala de Lickert que distingue niveles de importancia otorgados a cada componente y los pondera en un valor único, estandarizado a 100 como límite máximo. En dicha escala (0-100) los resultados son elocuentes respecto de los atributos valorados en la selección de personal en el turismo de Ceará.

Gráfica 4.12: Atributos más importantes en la contratación gerencial en empresas (ETR).

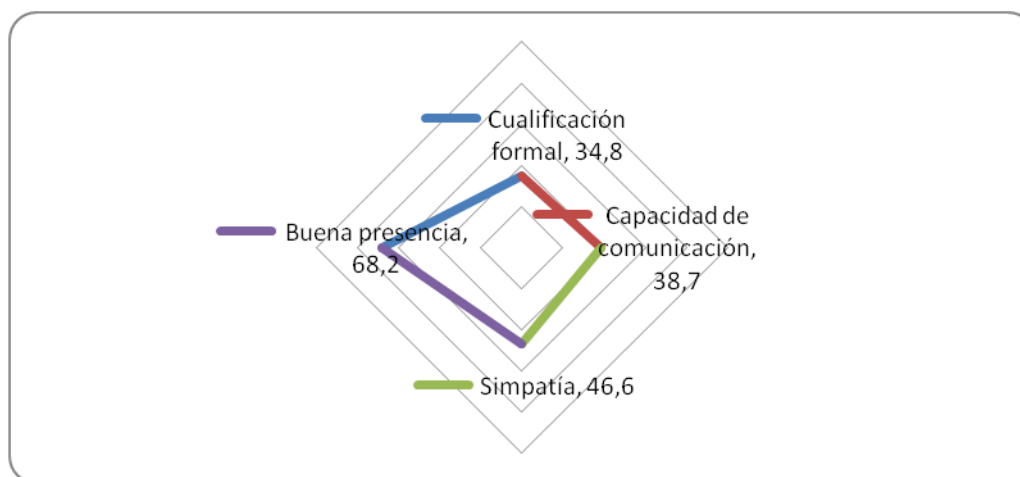


Fuente: Elaboración propia

En esta medida, confirmamos que la apariencia física es considerado el principal atributo para seleccionar personal del área turística en Ceará, tanto a nivel gerencial (73 puntos de 100) como operacional (68 puntos de 100).

Eso está asociado con la “cultura de la belleza” que está muy presente en Brasil y en las personas de la capital Fortaleza, constituyendo un mecanismo histórico de diferenciación y afirmación social en Brasil, especialmente de las mujeres (Pedro, 2001)<sup>165</sup>. En sociedades altamente desiguales como son Brasil, Ceará y Fortaleza la “buena presentación” se torna entonces un vehículo de movilidad social no sólo a través del “mercado del amor” (Schpan,1999) sino también del mercado de trabajo.

Gráfica 4.13: Atributos más importantes en la contratación de personal operacional (ETR)



Fuente: Elaboración propia

Expresado por las empresas que reciben al turista en Ceará (y, por tanto, otorgan la primera visual humana), se trata de entregar una impresión agradable a los visitantes, mostrando a través de ella la calidad del servicio.

La versión de los responsables de la selección de personal de las empresas turísticas puede explicar efectivamente el predominio del criterio “buena apariencia” en el segmento de personal operacional pero no resulta convincente como criterio de selección del personal directivo, que muchas veces tiene escaso contacto con el turista y que debe desempeñar labores complejas, donde el atributo esencial debería ser la cualificación profesional. Sin embargo, éste alcanza a menos de 38 puntos de 100 entre los gerentes, superado no sólo por “buena apariencia” (73 puntos) sino también por “simpatía” (46 puntos).

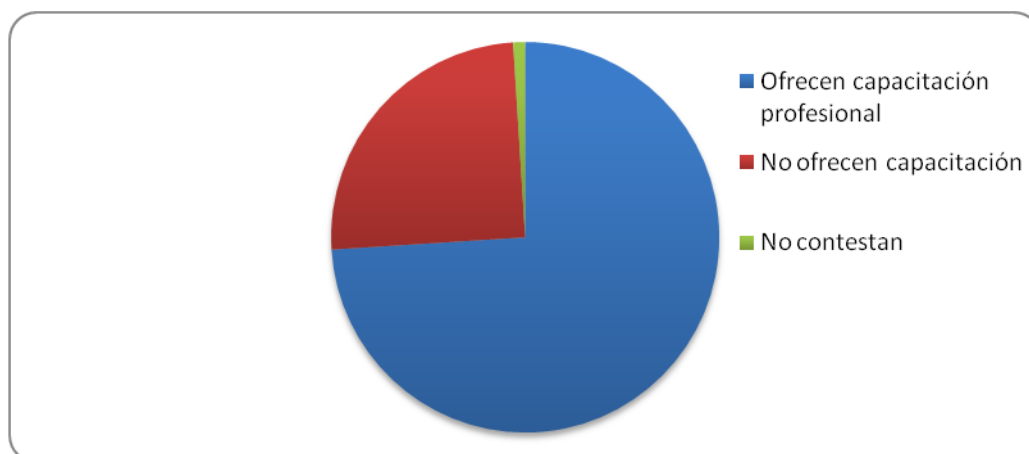
La simpatía y la buena comunicación son atributos necesarios para trabajar en empresas turísticas receptoras, ya que es compatible con la actividad de servicios que consiste en “personas trabajando para personas”. La simpatía (también llamada *hospitalidad*) es una característica, apuntada por los visitantes, en las investigaciones oficiales sobre la demanda turística (ver Tabla 4.10), como un atractivo mayor en Ceará (y también en Brasil). En cambio, la facilidad de comunicación no logra suplir la falta de dominio de lenguas extranjeras (especialmente inglés y español) y de conocimientos acerca de historia y geografía de Ceará y Brasil. Recordemos que en Brasil la población tiene un promedio de lectura de un libro al año (IPSOS/MARPLAN, 2009).

<sup>165</sup> Una excelente exposición de la conformación histórica de esta ideología se encuentra en Schpun (1999), especialmente referida a Sao Paulo, mientras que en Giacomini (2004) se encuentra una buena referencia sobre la cultura del cuerpo carioca.

#### 4.3.4. Entrenamiento de los recursos humanos en las empresas turísticas receptoras (ETR).

De acuerdo con el 74% de los encargados de recursos humanos de las empresas turísticas investigadas, sus empresas realizan capacitación a sus empleados y directivos (ver Gráfica 4.14), lo que sugiere la existencia institucionalizada de un componente indispensable para asegurar la calidad del servicio y mejorar la competitividad del negocio.

Gráfica 4.14: Empresas que ofrecen capacitación profesional



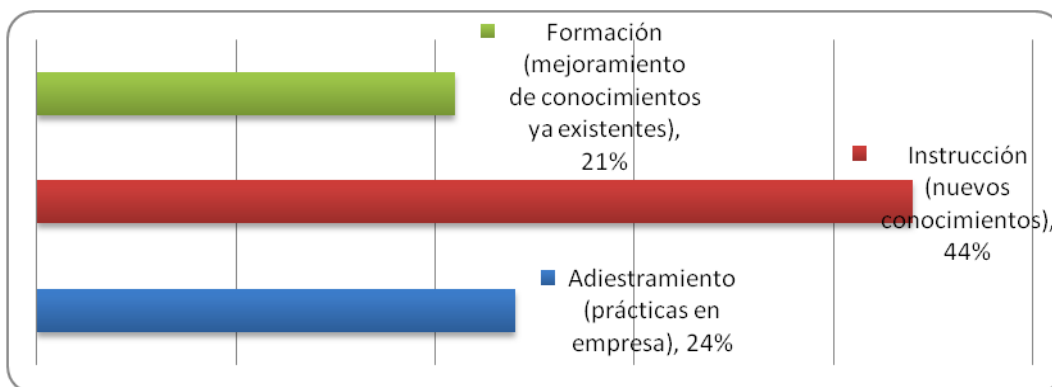
Fuente: Elaboración propia

Un estudio de detalle de que tipos de capacitación son utilizados con frecuencia en las empresas turísticas muestra un claro predominio de la instrucción (44% en gerentes y 52% en personal operacional), lo que sugiere que la adquisición de nuevos conocimientos (distintos de los que ya posee el personal) es importante. Esto debe ser interpretado en el contexto de la información anterior sobre bajos niveles de cualificación del personal del área y de un método de selección de personal que no privilegia los conocimientos. Se trata de la enseñanza de un oficio por parte del mismo personal de la empresa a quienes deben desempeñarse en ella, en no pocos casos segundos o terceros oficios, dado la necesidad de ser “poli-funcional” en las micro y pequeñas empresas turísticas, como ya se ha planteado.

La profundización de conocimientos o formación (Gráfica 4.15) es baja entre los directivos (21%), lo que sugiere problemas de innovación en sus ámbitos de competencia.

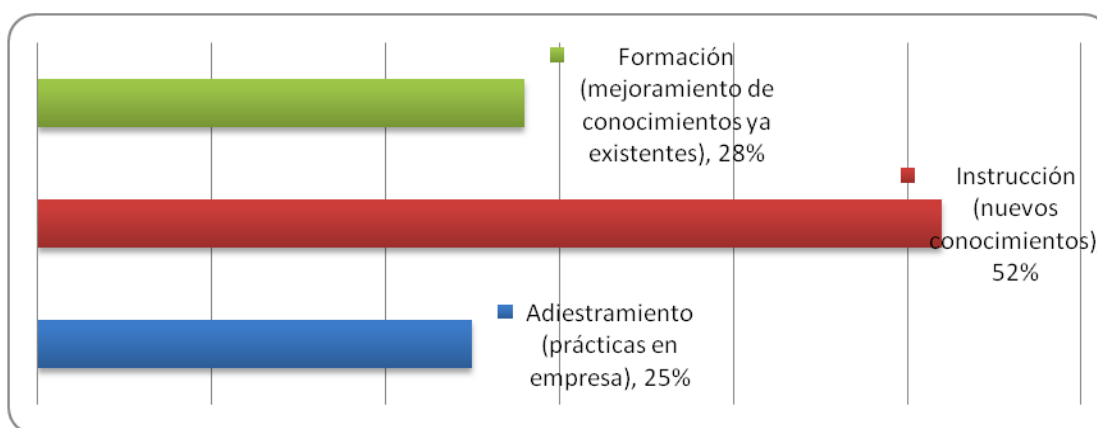
Las prácticas empresariales o adiestramiento (enseñanza sobre la filosofía de operación de la empresa) están en segundo lugar de entre las capacitaciones hechas para los gerentes – 24%, lo que debería ser normal ya que ellos, los gerentes, son los representantes legítimos y reales para las decisiones en las empresas.

Gráfica 4.15: Tipos de capacitación ofrecidas por las empresas (ETR) a nivel gerencial



Fuente: Elaboración propia

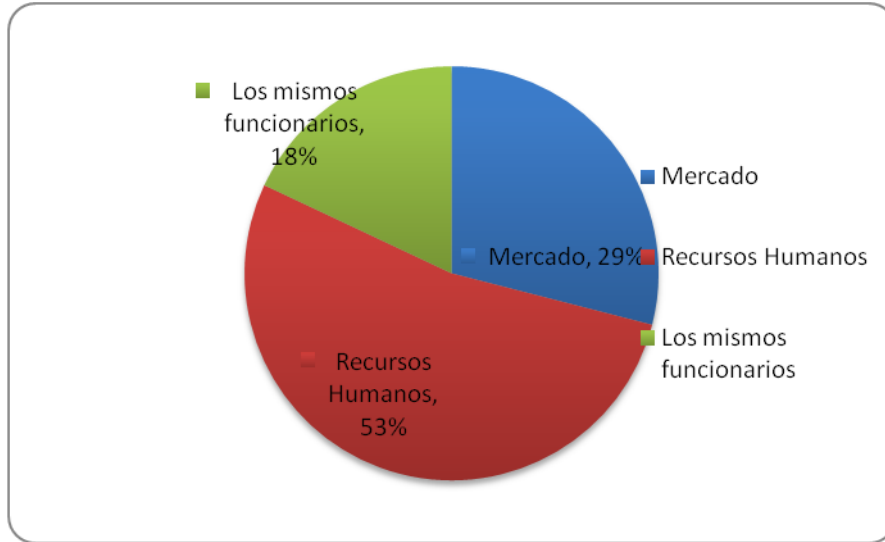
Gráfica 4.16: Tipos de capacitación ofrecidas por las empresas (ETR) a nivel operacional



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la detección de las necesidades de capacitación de los empleados (Gráfica 4.16), una función inicial clave para el mejoramiento de su productividad y calidad del servicio, el 53% de los responsables de esta función en la empresa declaran ser ellos mismos quienes realizan esa tarea. El mercado ocupa un rol secundario, dando cuenta de una lógica de proceso de servicios orientada por la propia oferta y condiciones de la empresa. Dado la escasa preparación formal de estos responsables de recursos humanos (ver Gráfica 4.4 y Tabla 4.27 no existe garantía de que este proceso sea adecuado y se transforme en fuente de mejoramiento de la calidad del servicio.

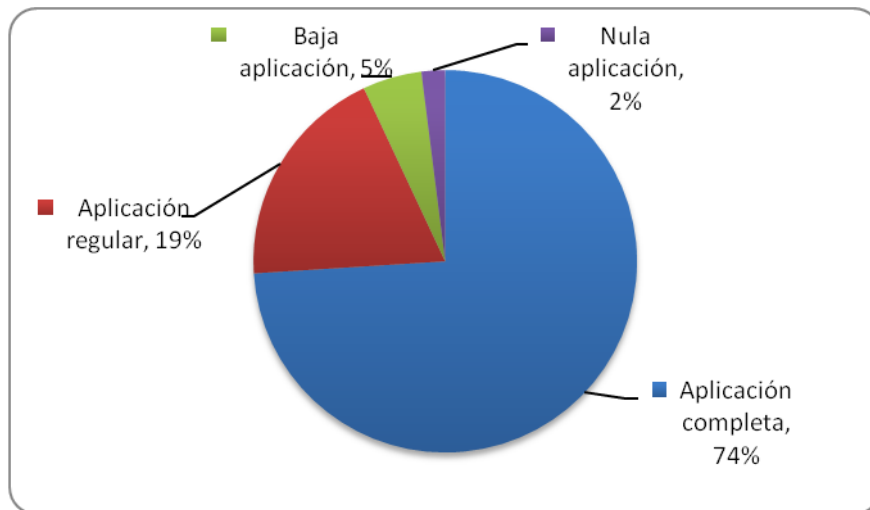
Gráfica 4.17: ¿Quién detecta las necesidades de capacitación en la empresa?



Fuente: Elaboración propia

Los encargados de recursos humanos entrevistados, sin embargo, declaran mayoritariamente que la capacitación otorgada es exitosa. El 74% enfatiza que los conocimientos adquiridos por los empleados son aprovechados plenamente (ver Gráfica 4.18).

Gráfica 4.18: Uso de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones en la empresa (ETR)



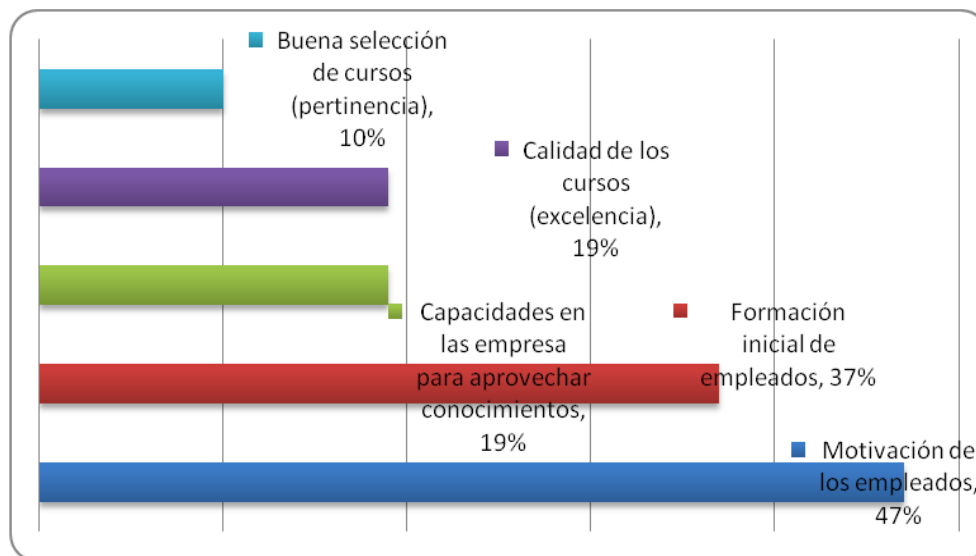
Fuente: Elaboración propia

La justificación para esto es que la motivación de los empleados determina en el 47% de los casos, el éxito o fracaso de las capacitaciones (Gráfica 4.19) . O sea, si los recursos humanos están conscientes de sus propias necesidades de aprendizaje para el éxito de sus trabajos ellos aprovecharían mucho más los cursos ofrecidos. En caso contrario, los cursos no tienen éxito para la empresa. De eso se puede concluir la necesidad de apoyo constante por parte de los



responsables de los recursos humanos en las empresas para mostrar a cada uno sus aciertos y / o errores, cuando sea el caso.

Gráfica 4.19: Factores que explican el éxito o fracaso de la capacitación en ETR.

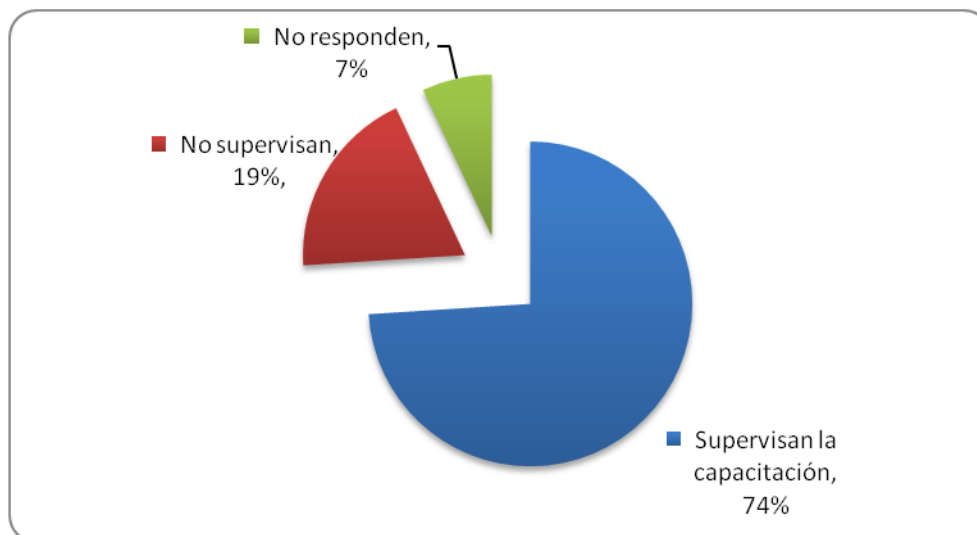


Fuente: Elaboración propia

La formación inicial (apuntada por el 37% de los encuestados) es otro punto importante a ser analizado en relación al éxito o fracaso de las capacitaciones ofrecidas: si el funcionario ya tiene una base de conocimientos adquiridos, antes de entrar a trabajar en la empresa (por otras experiencias o por cursos que ya había frecuentado), resulta más fácil tener éxito en los cursos al usar los conocimientos adquiridos para ejecutar las tareas en la empresa; en caso de no tener una formación inicial, la capacitación, podría ser pérdida de tiempo y de recursos para la empresa. Lo mejor, en estos casos, sería siempre elegir los empleados a capacitar por el currículo que ya poseen.

Otro punto importante de mencionar es que el 19% de las respuestas sobre los factores de aprovechamiento de la capacitación fueron tanto para la calidad de excelencia de los cursos, como para la propia capacidad de la empresa en aprovechar los conocimientos: las dos respuestas tienen estrecha relación una con la otra, pues la calidad del curso solo va a ser buena si es adecuada para los propósitos y necesidades de la empresa. Además, el segundo punto está directamente ligado a las estructuras iniciales de las empresas, o sea, a la selección de los entrenamientos, ya que ellos deberían adecuarse a cada caso específico de empresa.

Gráfica 4.20: Empresas turísticas receptoras de Ceará que supervisan la capacitación



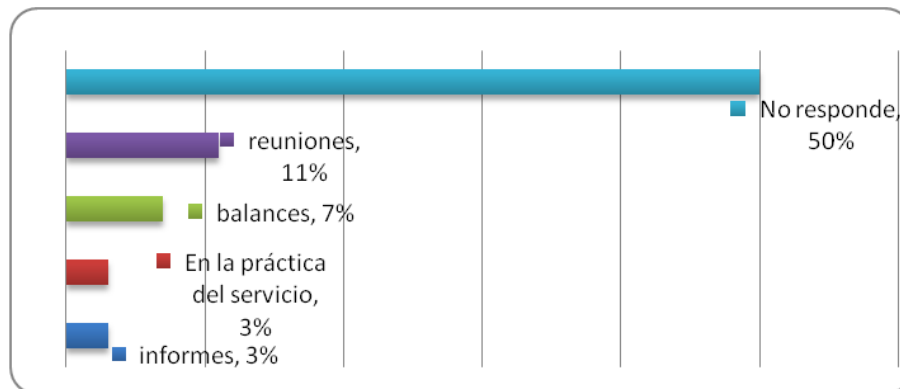
Fuente: Elaboración propia

Las Gráficas 4.20, 4.21 y 4.22 muestran la supervisión de la labor de los empleados en las empresas receptoras turísticas, según los conocimientos adquiridos en los cursos de capacitación que ofrecen. El porcentual de empresas que contestaron sí (que supervisan y/o acompañan las capacitaciones) es muy elevado, un 74%. Lo que llama la atención en ese número son las respuestas (o falta de respuestas) a como las empresas hacen los acompañamientos (pregunta abierta en el cuestionario): 46% o no acompañan o lo hacen a través de otras formas que no tienen frecuencias en las respuestas que puedan ser agregadas.

Las respuestas más repetidas con respecto a cómo las empresas hacen las supervisiones fueron: la evaluación de los trabajos de los funcionarios (el comportamiento de los funcionarios después del entrenamiento, el histórico del trabajo) con 14%, a través de los balances de la gerencia o gerentes (12%) y por medio de reuniones (11%).

En este último ítem, las reuniones, se puede sentir a través de las conversaciones, cuando los capacitados quedaron satisfechos o no satisfechos con los cursos que frecuentaron. También aquí fue considerado por los encuestados que una forma de evaluación de los resultados de entrenamientos a los empleados es a través de la contabilidad, o sea, en los balances contables de las empresas (7%). En este caso es de suponer que las empresas intentan medir sus ganancias finales como resultado de entrenamientos hechos, pero ya se sabe que en el corto espacio de tiempo no es sencillo la medición de los resultados saber la parte que correspondió a los entrenamientos y la parte que fue debida a otros factores.

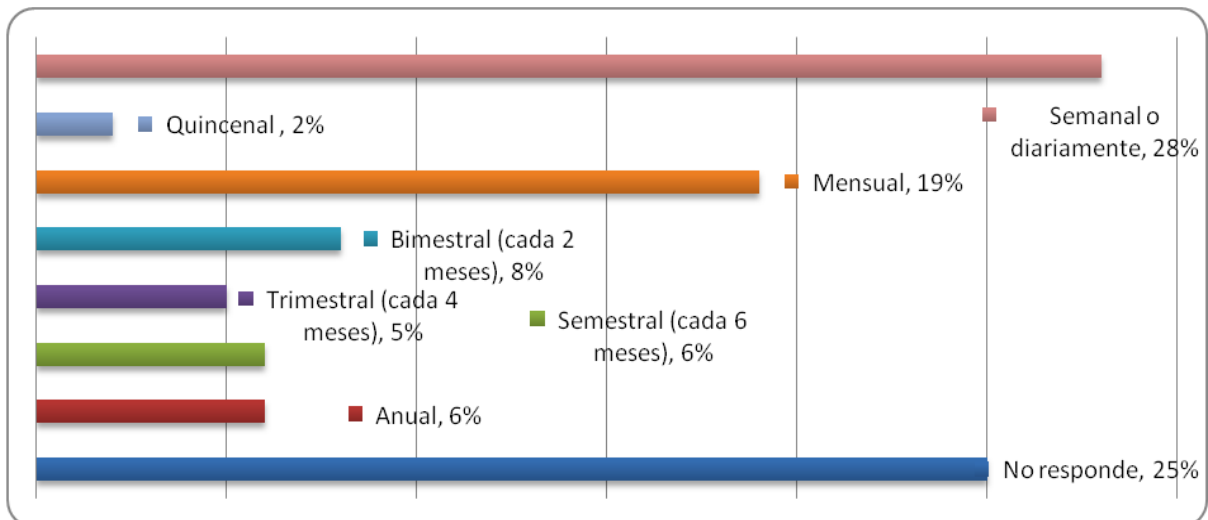
Gráfica 4.21: Forma de supervisar la capacitación en ETR.



Fuente: Elaboración propia

La supervisión o acompañamiento de las tareas que el empleado realiza con los conocimientos adquiridos es realizado (Gráfica 4.22) diariamente en el 22% de las empresas; semanalmente en el 6%, cada quince días para el 2% de las empresas; mensualmente para el 19% de empresas. Si se suma los porcentajes citadas se llega al 49% de los acompañamientos hechos hasta un mes en promedio. Lo que sería una estadística buena si no fuera por el 25% de no supervisión o de no respuesta al ítem preguntado.

Gráfica 4.22: ¿Con cuánto tiempo se hace la supervisión?



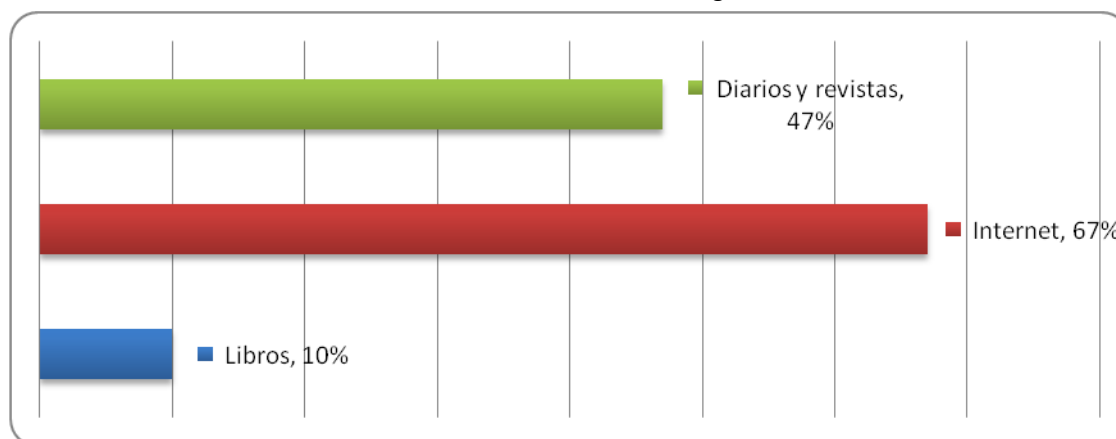
Fuente: Elaboración propia.

Sobre los medios de actualización en el nivel gerencial de las empresas de recepción turística (Gráfica 4.23) solo en el 10% se utiliza como medios de actualización de mercado la lectura de libros, o sea, para conocer las nuevas tecnologías para sus negocios, los cambios en el perfil de la demanda, las nuevas ofertas de la competencia, entre otros temas. La cultura local en Ceará de que los libros no son actualizados, de manera general, y que son caros y destinados solo para las escuelas puede haber influenciado en esas respuestas. En cambio, el 67% utiliza la Internet para conocer lo que existe de nuevo en el mercado resaltando aquí las dificultades para diferenciar lo que sirve y lo que no sirve de la web.

Los periódicos y las revistas, que en general tiene lecturas más fáciles que los libros, pero en algunos casos con menos contenidos y más actualizados, son el segundo medio (47%) que los gerentes usan para acceder a los acontecimientos que pueden influir en las operaciones de sus

empresas. Con las dificultades, al igual que en el caso de la web, de diferenciar entre contenidos científicos y tecnológicos de aquellos comerciales.

Gráfica 4.23: Medios de actualización del nivel gerencial de las ETR.



Fuente: Elaboración propia

La Gráfica 4.24, muestra que casi la mitad, el 49%, de las empresas evaluadas realiza una evaluación periódica sobre los resultados en la calidad de sus servicios provenientes de los entrenamientos. Los demás 51% (entre los que no controlan y los que no contestaron) se considera que es un porcentaje grande para el sistema turístico como un todo, lo que puede comprometer también la calidad de sus bienes o servicios ofrecidos al mercado, que, en la mayoría de las veces, son influenciados por las modas en términos de innovaciones o tecnologías que surgen y que el gerente conoce (o no) de sus competidores para que las nuevas tendencias sean adoptadas por parte de la empresa.

Las formas utilizadas por las empresas para motivar a los gerentes a capacitarse (Gráfica 4.25) son diversas pero las predominantes son la promoción laboral de cargos (41%), aumento de salarios (36%) y viajes de incentivos (27%). En cambio, los estímulos para la capacitación de los empleados operacionales son el aumento de salarios (42%), las promociones de cargos (41%) y en menor medida, los viajes (25%). Dado que los sueldos del sector turístico en Ceará son, en general bajos, como ya hemos comentado (Tabla 4.20) se entiende que los estímulos monetarios sean considerados por las empresas como un buen mecanismo para asegurar la presencia de personal menos calificado en las capacitaciones.

Gráfica 4.24: Empresas (ETR) que poseen un control de calidad periódico

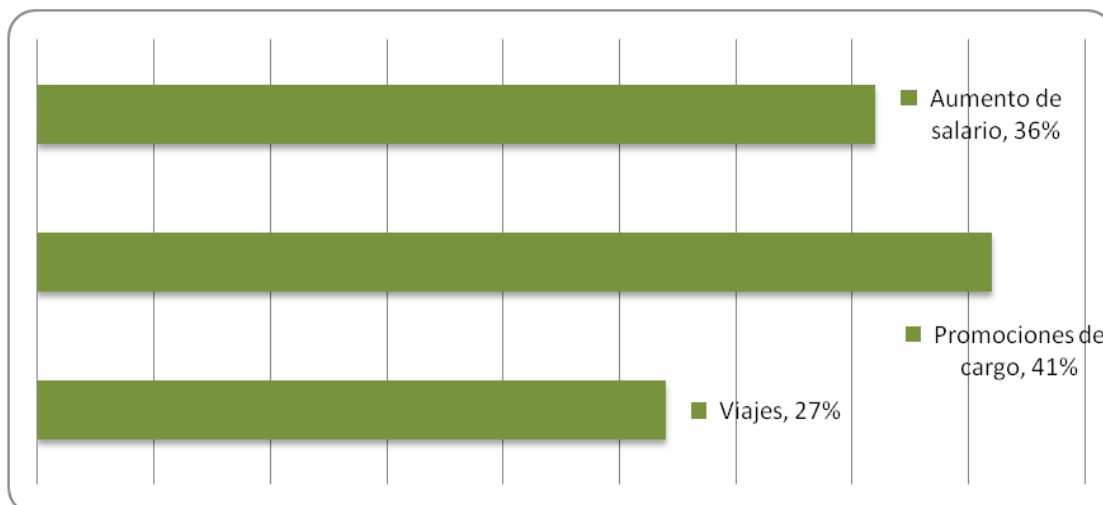


Fuente: Elaboración propia

En cambio, en los niveles gerenciales la promoción a cargos más altos, aparte de incluir mayores salarios, constituye un sistema de ascenso más estimulante, asociado con el desarrollo de carreras profesionales a la vez que de mayor poder de decisión.

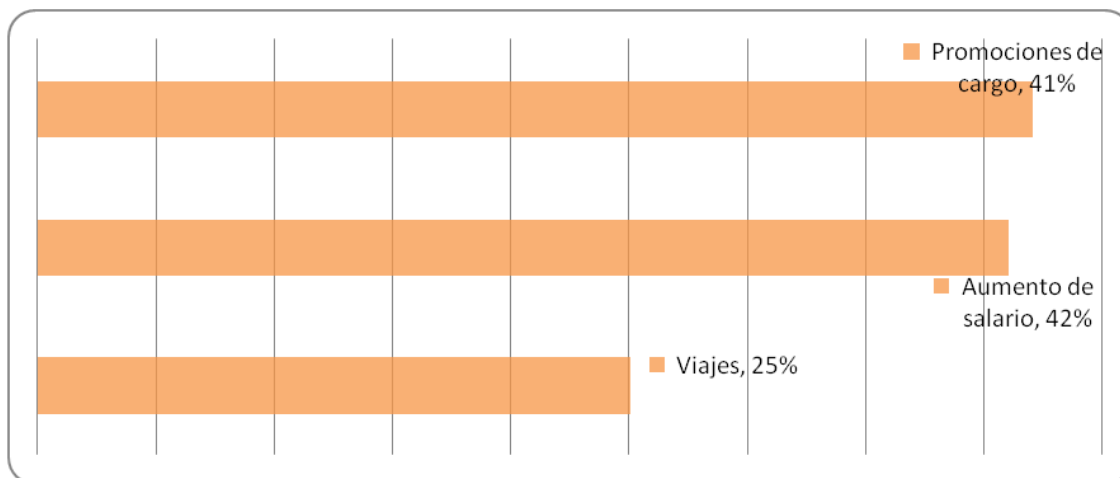
Por último, los viajes (también llamados de viajes de incentivo) son los “premios” ofrecidos por el 27% de las empresas como motivación a los resultados de la capacitación, lo que debería ser normal ya que son empresas dedicadas a este tipo de actividad (los viajes) y que, por lo tanto, pueden tener acuerdos más fácilmente para desplazar a su personal en viajes.

Gráfica 4.25: Incentivos que las empresas (ETR) ofrecen a sus directivos para capacitarse



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.26: Incentivos que las empresas ofrecen a funcionarios operacionales para capacitarse



Fuente: Elaboración propia

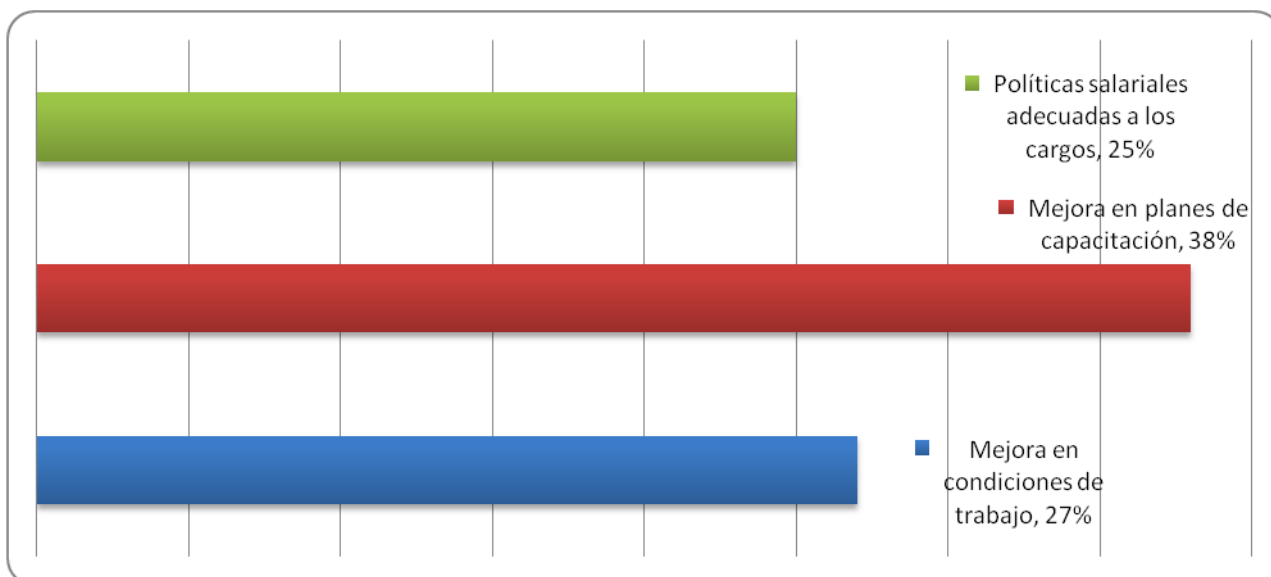
#### 4.3.5. Dirección y gestión de la empresa

Ya hemos visto que la productividad de los trabajadores en las empresas debe ser siempre estimulada para que la empresa pueda obtener el máximo posible de rendimientos a partir de sus recursos (principalmente humanos) disponibles. Las formas clásicas de motivación ya fueron analizadas en las Gráficas 4.25 y 4.26. Ahora, en este ítem, además de los entrenamientos y de la motivación se analiza la forma de obtener mayor productividad por trabajador a través de la dirección y gestión en las empresas.

Según muestra la Gráfica 4.27, en las empresas de recepción turística de Ceará, las principales medidas para mejorar la productividad en el nivel gerencial son: el mejoramiento de los planes de capacitación (38% de las empresas), la mejora en las condiciones de trabajo (27%) y las políticas salariales más adecuadas a los cargos (25%). Los salarios y la capacitación ya fueron motivo de análisis anteriores, pero el mejoramiento en las condiciones de trabajo todavía puede ser decisivo en términos de productividad, ya que muchos de los gerentes de empresas turísticas tienen, a modo de ejemplo, horas excesivas de trabajo en la alta estación turística y muchas veces no cuentan con tecnologías modernas para ayudarlos en sus tareas, tales como *softwares* adecuados a sus necesidades y personal de apoyo capacitado.

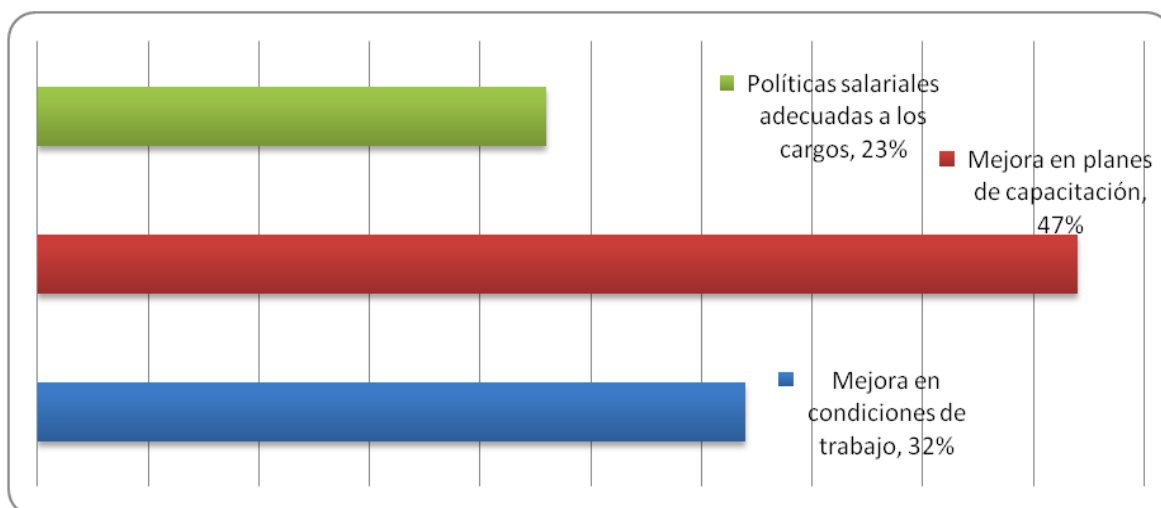
En cuanto a las medidas de estímulo a la productividad orientadas a los operativos (Gráfica 4.28) las empresas receptoras turísticas de Ceará tienen un comportamiento semejante al de los gerentes: los planes de capacitación responden por 47% de los estímulos, lo que es normal haber un porcentaje mayor en este ítem, pues los funcionarios comunes generalmente tienen menos capacitación que los gerentes. La mejora en las condiciones de trabajo es responsable por 32% de los estímulos a la productividad de los trabajadores, lo que puede significar un espacio mayor para el trabajo, un asiento más confortable, una máquina más moderna, agua y café, entre otros. Las políticas salariales adecuadas es la última herramienta utilizada, pero una muy importante forma de aumento de la productividad para los empleados de las empresas turísticas, y corresponde a 23%, lo que puede provocar una satisfacción mayor y con más calidad de atención a las necesidades de los trabajadores y sus familias, que así pueden trabajar más tranquilos y con más motivación.

Gráfica 4.27: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel gerencial en ETR.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.28: Medidas adoptadas para mejorar la productividad a nivel operacional en ETR



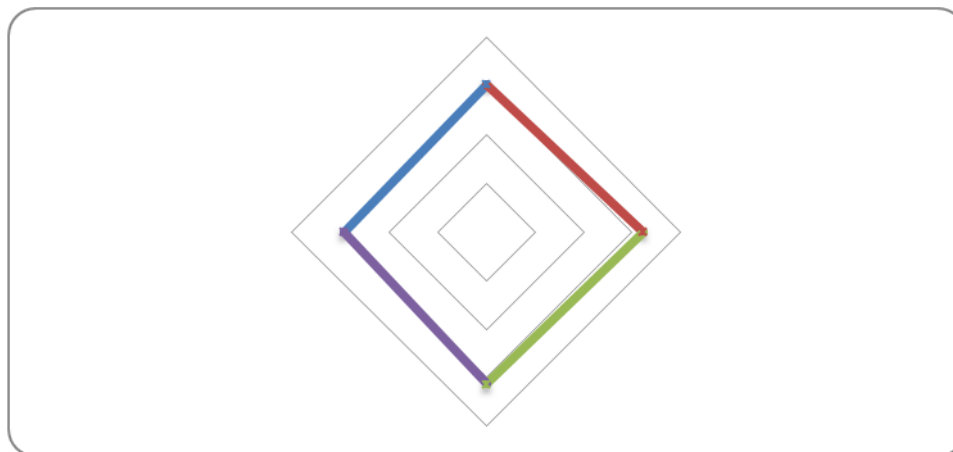
Fuente: Elaboración propia

La Gráfica 4.29 demuestra también lo que es ejercer la actividad de gestión y dirección de los recursos humanos en las empresas receptoras de turismo en Ceará, o sea, sus principales funciones dentro del cargo.

En primer lugar (64,3 puntos de 100 en la escala de Likert), los gerentes de esta área se ocupan del organigrama de puestos de trabajo dentro de las empresas para atender a las necesidades de viejos y nuevos cargos (las funciones a realizar, las actividades o tareas a realizar, los procedimientos y las técnicas o metodologías a seguir, los recursos necesarios, las actitudes que deben poseer las personas en sus puestos de trabajo, entre otros). La segunda función, es la

de selección y control (62,5 puntos), que son los exámenes de los solicitantes de empleo para contratar los candidatos más apropiados a las empresas.

Gráfica 4.29: Funciones principales ejercidas por el área responsable por los recursos humanos



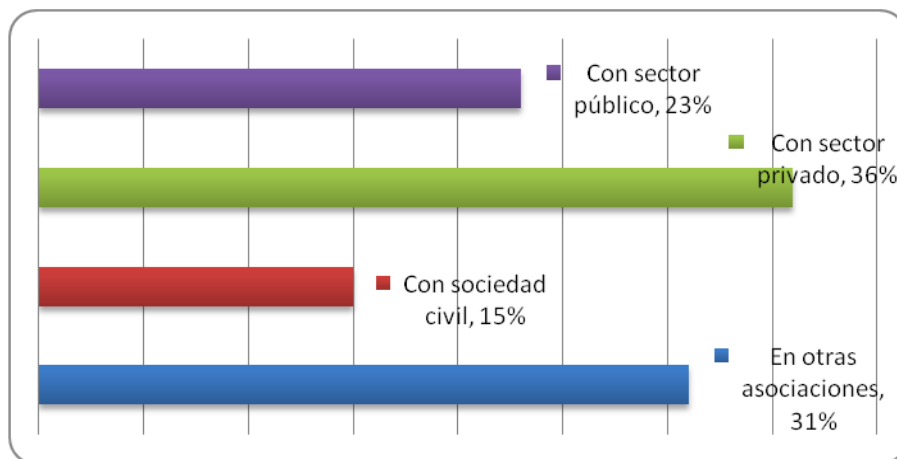
Fuente: Elaboración propia

En tercer lugar (60,8 puntos de 100), los gerentes de recursos humanos se ocupan de evaluar el desempeño de los funcionarios, siempre con los ojos abiertos para saber cómo trabajan los operarios, o sea, empeñados en la medida de los resultados y del desempeño de los empleados en sus puestos de trabajo. Por último, el planeamiento en términos de cantidad, calidad y manutención de los puestos de trabajo alcanza 58,6 puntos de 100, en la opinión de los propios encargados de recursos humanos de las empresas receptoras de turismo en Ceará.

Las empresas turísticas receptoras de Ceará en su mayoría (64%) declararon no participar de ninguna asociación (Gráfica 4.30), lo que puede indicar una falta de interacción con los demás componentes de la actividad de turismo o sistema turístico local constituido, teniendo como consecuencia los rasgos de organización social presente ya comentada. Un bajo capital social y más específicamente, falta de cooperación para el logro del éxito de la actividad turística como un todo.

Gráfica 4.30: Acuerdos o asociaciones en que las empresas (ETR) participan.





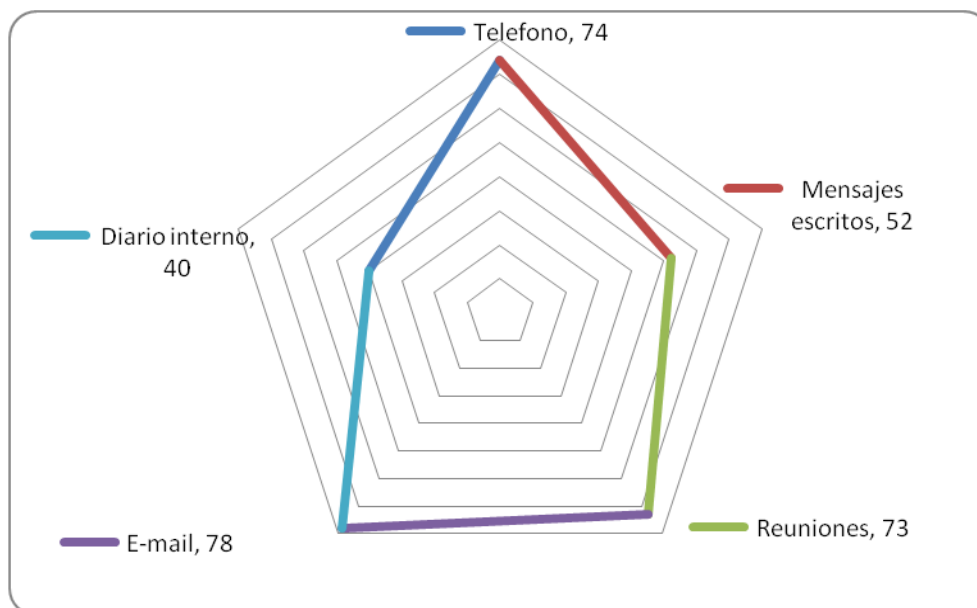
Fuente: Elaboración propia

Entre las empresas que participan de asociaciones, el 36% están adheridas a las asociaciones del mismo sector privado de negocios (las que reúnen a los empresarios que están interesados en las temáticas semejantes entre los subsistemas que componen la actividad de turismo: agentes, operadores, transportadores, medios de hospedaje, entre otros); el 23% de las ETR tienen asociaciones con el sector público<sup>166</sup> y 15% con la sociedad civil (asociaciones comunitarias de personas que viven en el mismo territorio local de la empresa y que normalmente tienen la función de mejorar la vida del ciudadano y su comunidad).

El análisis de este punto muestra que todavía existe poca disposición para trabajar de forma sistémica en el turismo receptor de Ceará, lo que puede comprometer negativamente los resultados de la actividad como un todo y su contribución al desarrollo económico en la Región. Si se desea generar en Ceará un verdadero *cluster turístico* (expresión de uso común para algunos políticos y autoridades) éste será un punto crítico. La necesidad de asegurar encadenamientos y aprendizajes colectivos en el territorio es un desafío extremadamente complejo y difícil, “dado la cultura de la desconfianza y el individualismo que dificulta la formación de organizaciones de base en Ceará” (Küster, 2003).

<sup>166</sup> El sistema que se llama en Brasil los cinco S - SENAC, SESI, SENAI, SEBRAE y SESC - o sea, instituciones de apoyo a los micros y pequeños empresarios, que es entendido como público pues reciben recursos en su mayor parte gubernamentales, pero que también tienen recursos privados en su composición de capital.

Gráfica 4.31: Formas de comunicación gerencial en las empresas



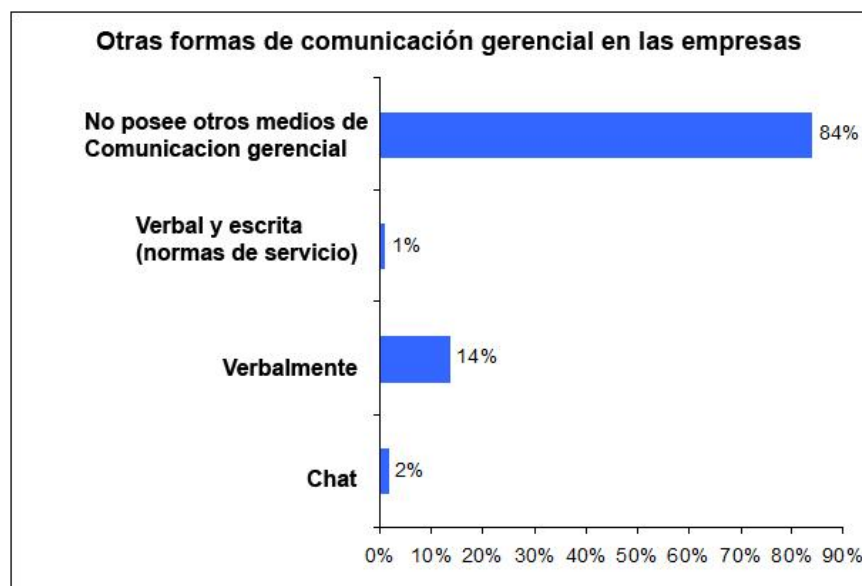
Fuente: Elaboración propia

Las formas de comunicación gerencial (Gráfica 4.31) utilizadas por las empresas receptoras de turismo en Ceará son, en primer lugar, a través del e-mail (77,9 puntos de 100 en la escala de Likert), teléfono (74,3 puntos) y reuniones (73 puntos), los dos primeros considerados más rápidos para comunicaciones usuales e informales. El teléfono tiene el inconveniente de no dejar registrado lo que fue acordado entre las partes, lo que puede en caso de cualquier problema de entendimiento o dudas futuras, perjudicar el entendimiento y los resultados entre las partes involucradas.

En cambio, el e-mail que todavía no es considerado un medio formal completo, registran los temas tratados o las solicitudes por escrito y puede guardar registro electrónico (o escrito) para futuros acuerdos o desacuerdos. Tiene el inconveniente de necesitar accesos sistemáticos a la correspondencia electrónica, que no siempre está disponible en el puesto de trabajo de los empleados, aparte del hecho que no todos los empleados en estas empresas poseen ordenador y facilidad de acceso a la internet. Así, esta forma de comunicación queda más limitada a los cargos considerados más importantes dentro de las empresas.

Las reuniones están en tercer lugar de entre las formas usuales de comunicación dentro de las empresas de turismo receptor. Esta forma tiene muchas ventajas: reúne a los empleados en grupos lo que facilita los entendimientos entre los múltiples cargos, dando visibilidad a las decisiones, tornándolas más colectivas y posiblemente más democráticas y responsables, ya que, de manera general, es un grupo homogéneo que debe decidir algo en torno de un mismo problema o solución.

Gráfica 4.32: Otras formas de comunicación gerencial en las empresas



Fuente: Elaboración propia

Por último se observa (Gráfica 4.32) que la forma verbal es usada por 14% de las empresas para comunicarse con sus empleados, lo que es considerado más común. Aquí también aparecieron como respuestas los *chats* (2%) que son formas de comunicación informales, pero que dejan registros para posteriores consultas. Aquí se siente la falta, en los días actuales, cuando muchos se comunican a través de otros medios electrónicos, otros tipos de comunicación electrónicos que se desarrollaron en los últimos años como los mensajes (*Facebook, Skype, whats App*, entre otros, aunque se sepa que todavía hay un atraso en Ceará para acceso y operación en la banda ancha de internet.

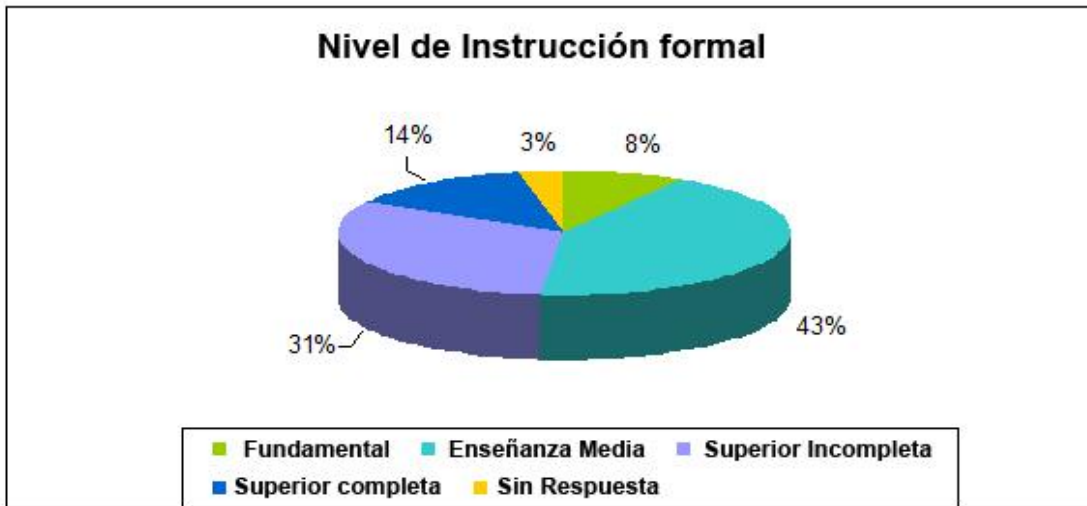
#### 4.4. Las empresas turísticas receptoras (ETR) de Ceará: Visión de los empleados.

A diferencia de la sección anterior, en este ítem conoceremos la visión de los empleados que trabajan en la operación misma de las mismas empresas donde fueron encuestados sus gerentes. A partir de este contraste extraeremos algunas conclusiones más definitivas.

Comenzaremos caracterizando el nivel de estudios formales del personal que labora en estas empresas turísticas, ya que constituye una base importante para abordar el tema de la cualificación de los recursos humanos del sector.

El nivel de instrucción de los empleados de las empresas de turismo receptoras de Ceará (Gráfica 4.33) puede ser considerado bajo, ya que más de la mitad de ellos no posee ningún curso más allá de la enseñanza secundaria. Los que completaron sus estudios en la Universidad suman el 14% del total mientras un 31% todavía no completó el nivel superior. Se estima que para el buen desempeño de sus actividades este personal operacional requiere el complemento de otros cursos independientes.

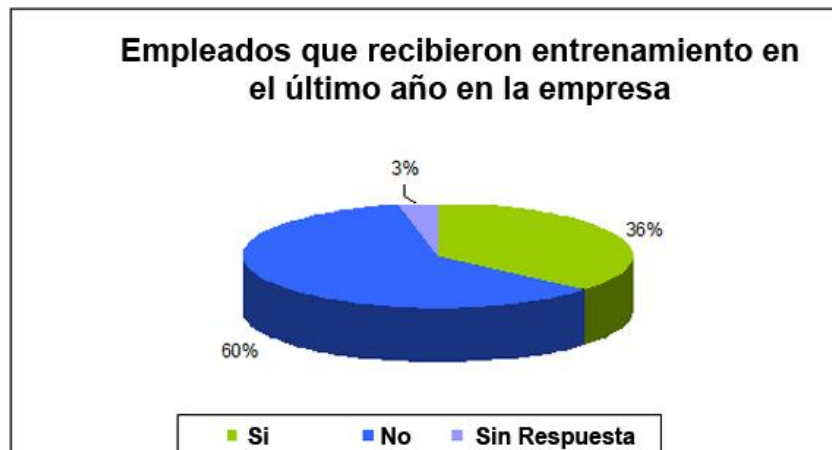
Gráfica 4.33: Nivel de instrucción formal de los empleados



Fuente: Elaboración propia

Sólo poco más de un tercio de los empleados (36%) declara haber recibido entrenamiento en el último año, según (Gráfica 4.34) lo que no parece consistente con los resultados de las entrevistas a los gerentes, que afirmaron en un 74% que sus empleados recibieron entrenamiento en el mismo periodo. Dado el carácter probabilístico de las muestras sería esperable encontrar una mayor cantidad de empleados que hayan participado en los procesos de capacitación declarados por los gerentes, salvo que esos cursos hayan sido de una cobertura muy reducida. La otra explicación es que, desde el punto de vista del responsable de la capacitación entrevistado, la oferta de capacitación es siempre mayor y más amplia que la que de los empleados perciben o experimentan. Se trata como forma general de una visión más auto-complaciente, derivada del lugar y función que ocupan en la estructura de la empresa.

Gráfica 4.34: Empleados que recibieron entrenamiento en el último año en la empresa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4.28: Cursos en que los empleados de las empresas receptoras de turismo participaron

Curso universitario (superiores o técnicos)	Porcentaje
Turismo (y Hotelería)	13%
Administración de empresas (y hoteles)	8%
Letras	3%
Ciencias Contables	2%
Pedagogía	2%
Recursos Humanos	2%
Análisis de sistema	1%
Ciencias Sociales	1%
Economía	1%
Estadística	1%
Geografía	1%
Lenguas	1%
Propaganda y marketing	1%
Técnico en contabilidad	1%
No respondieron	3%
No hicieron cursos	60%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

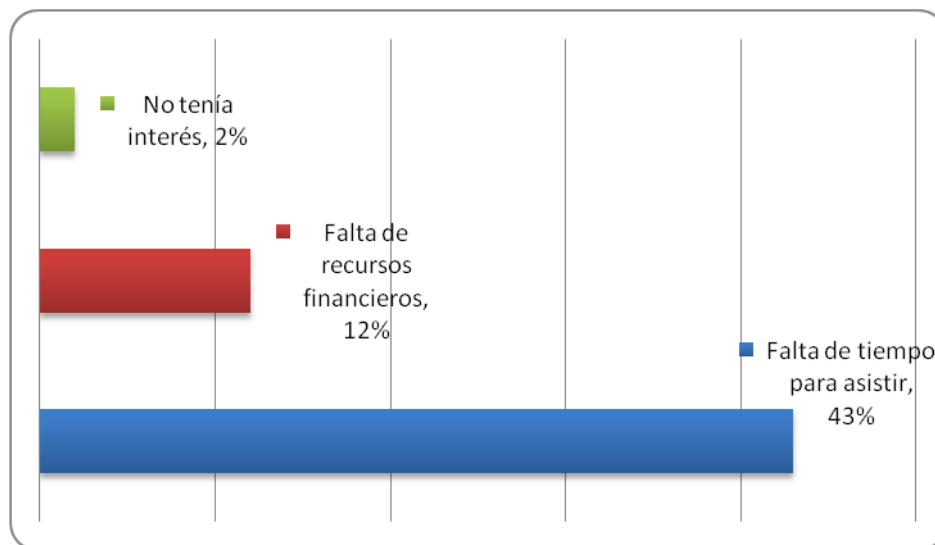
La Tabla 4.28 muestra el tipo de cursos universitarios que las empresas de turismo receptor de Ceará están privilegiando o no, si la selección lleva en consideración otros atributos para seleccionar sus empleados. Destacan Turismo (13%) y Administración de empresas y hoteles (8%). Lo que significa que las empresas esperan de sus empleados una mejor y más direccionada realización de las tareas ya que supuestamente los empleados tendrían los conocimientos necesarios a realización de sus actividades, tanto las directamente turísticas como en la administración del negocio.

Dado que un 60% o más de los empleados entrevistados declara no haber participado de actividades de capacitación durante el último año y dado que supuestamente existen estímulos para hacerlo, cabe preguntarse acerca de los motivos para no participar de capacitaciones por parte de esos empleados.

Entre quienes no asistieron, la razón más común es la “falta de tiempo para asistir” (43%), seguida de “falta de recursos financieros” (12%), según muestra la Gráfica 4.35. Se trata de dos respuestas diferentes para un mismo problema. En el primer caso, tiempo para asistir, se pone en evidencia otro rasgo de la cultura laboral local, ya que dado la precariedad del sistema de apoyo educacional y los bajos recursos de los trabajadores, es extremadamente común que las personas deban trabajar y estudiar al mismo tiempo. En Ceará, suelen suceder que si uno quiere estudiar tiene que soportar los costes de financiar su propia formación sea en recursos financieros sea en tiempo que debería ser destinado a otras actividades vitales. Ello alerta para la falta de facilidades reales en las empresas para capacitarse en condiciones adecuadas. Más aún cuando se agrega el

segmento de empleados que dice no poder capacitarse por falta de recursos, es decir, que no cuenta con suficiente apoyo de la empresa.

Gráfica 4.35: Los motivos a no participación en cursos de capacitación



Fuente: Elaboración propia

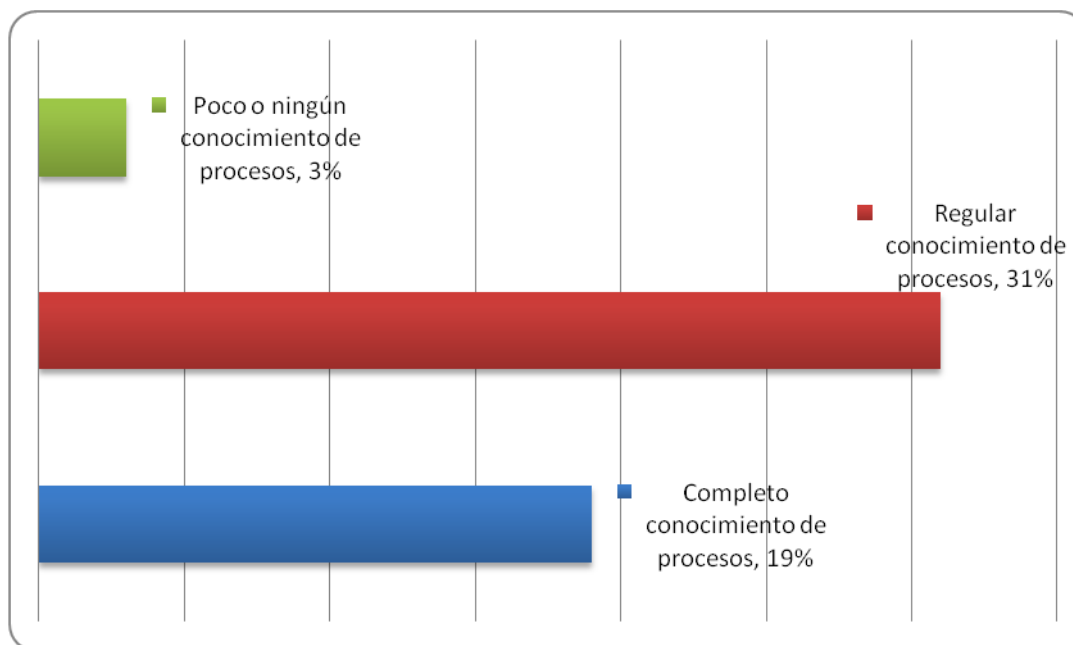
Se configura así un cuadro relativamente claro. El personal gerencial y operacional del sector turístico receptor no posee una adecuada cualificación y no existe un sistema de estímulos para obtenerlo, estando ya en la empresa. En parte ello puede deberse a que la capacitación no es vista como un “negocio” por los respectivos agentes:

- a) **Empresarios:** La capacitación es una actividad secundaria dentro de las empresas, ya que es considerada como superflua y como un coste, no como una inversión. Lo que estaría avalado por la forma no meritocrática de selección de personal. Sin embargo, no se percibiría su rol en la elevación de la productividad, mejor servicio y sustentabilidad empresarial.
- b) **Gobierno:** No existe un sistema estatal que otorgue los subsidios de capacitación adecuados para permitir que la capacitación de recursos humanos se transforme en mayor dinamismo económico (por el camino de eficiencia empresarial ya reseñado), que redundaría en mayores ingresos, empleo y en definitiva, mayores impuestos para el gobierno.
- c) **Trabajadores:** El sistema de estímulos a la capacitación parece no ser suficiente si los empleados no perciben que éste otorga efectivamente mejores condiciones salariales, de trabajo y de ascenso profesional. Si el mérito no es premiado dentro de la empresa y si los vínculos familiares y personales, son el mecanismo de recompensas más usual, entonces no tiene sentido realizar un gran esfuerzo personal por capacitarse.

El nivel de conocimiento sobre los procesos de producción en las empresas turísticas receptoras de Ceará (Gráfica 4.36) es escaso: solo 19% de los empleados conocen completamente los procesos, o sea, saben lo que la empresa ofrece en su totalidad a los clientes reales o potenciales. Eso es preocupante dado que la gran mayoría de las empresas turísticas receptoras son micros o pequeñas, lo que obligaría a conocer todos los servicios de la empresa. Ya hemos

visto, sin el conocimiento de los procesos de producción los empleados no pueden desempeñar bien los diversos cargos que deben asumir en las empresas, o sugerir innovaciones y mejoras en la empresa, ni tampoco contestar a algunos de los posibles reclamos o preguntas de los clientes. Este es otro ámbito que explica la deficiente calidad del servicio turístico que está siendo prestado.

Gráfica 4.36: Nivel de conocimiento sobre el proceso de producción de la empresa.



Fuente: Elaboración propia

La ley general del turismo prevé las penalidades para las faltas o errores de las empresas para con sus clientes. A pesar de ello, respecto de estas empresas turísticas subsisten muchos reclamos e insatisfacciones (también de conocimiento general a través de la prensa), de los clientes, los que culpan a los empleados sobre responsabilidades contractuales de servicios no cumplidos o mal cumplidos en el sistema de turismo.

Casi la mitad de los empleados que conocen los procesos de producción (47%) aprendieron las tareas en la empresa observando a los demás compañeros de trabajo trabajar en sus oficios (Gráfica 4.37).

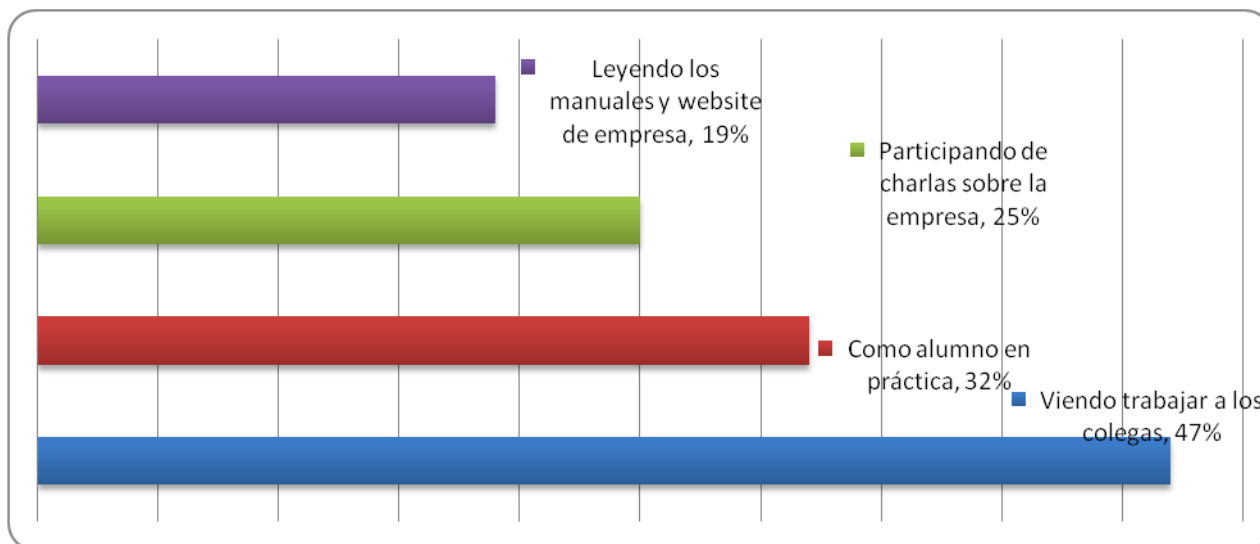
Eso significa que hay un tiempo en los trabajos en el cual los nuevos contratados se juntan o preguntan a otros para aprender sus tareas: los propios empleados más antiguos enseñan a los nuevos. Esto puede ser muy positivo, por la integración que puede haber en el equipo de la empresa.

La segunda forma apuntada más usual (32%) de conocer sobre los procesos de producción es a través de los “estagios”<sup>167</sup>. Es una forma de practicar lo que las escuelas o

<sup>167</sup> Son las prácticas laborales que los alumnos hacen en las empresas para aprender sus oficios antes de la salida de las carreras que hacen en la Universidad. Se trata de trabajos no remunerados – a veces los “estagiarios” tienen una ayuda de costes en forma de pagos de transportes y alimentación, en los cuales

universidades enseñan en las salas de aula. Los “*estagiarios*” pueden llegar a ser contratados, después del periodo de *estadía*, como empleados formales. En caso contrario, solo pasan por las empresas y después vuelven al mercado en la búsqueda de empleo. La participación en reuniones (25%) es la tercera forma apuntada para conocer los procesos de producción en las empresas receptoras de turismo. Esta no es considerada una buena forma de aprender los procesos de la empresa pues son, de manera general, ocasiones rápidas en que queda poco en la memoria de lo que se escucha.

Gráfica 4.37: Formas de aprender sobre el proceso de producción en las empresas



Fuente: Elaboración propia

Por fin, la lectura de manuales y en la web de la empresa, es la cuarta forma de conocer los procesos de producción (19% de los encuestados). Los manuales son considerados una forma de organización de los procesos en las empresas, incluso para averiguación y / o determinación de patrones sobre las tareas que deben ser cumplidas en cada puesto de trabajo. Muy utilizado para el alcance de procesos de calidad y obtención de estándares necesarios. En las web’s de las propias empresas, que también, y más específicamente, son instrumentos para el cliente externo a las empresas (y no específico para el cliente interno), tienen mucho más de publicidad que de técnicas de trabajo, no siendo, por lo tanto, el más adecuado instrumento de aprendizaje.<sup>168</sup>

Los beneficios ofrecidos por los empleadores (considerados motivaciones adicionales para los puestos de trabajo que ofrecen) para sus empleados están apuntados en la Gráfica 4.38 y son esencialmente ayudas en forma de salarios indirectos, ya que pocos empleados se encuentran completamente satisfechos con sus pagos directos (12%) . Ver Gráfica 4.39.

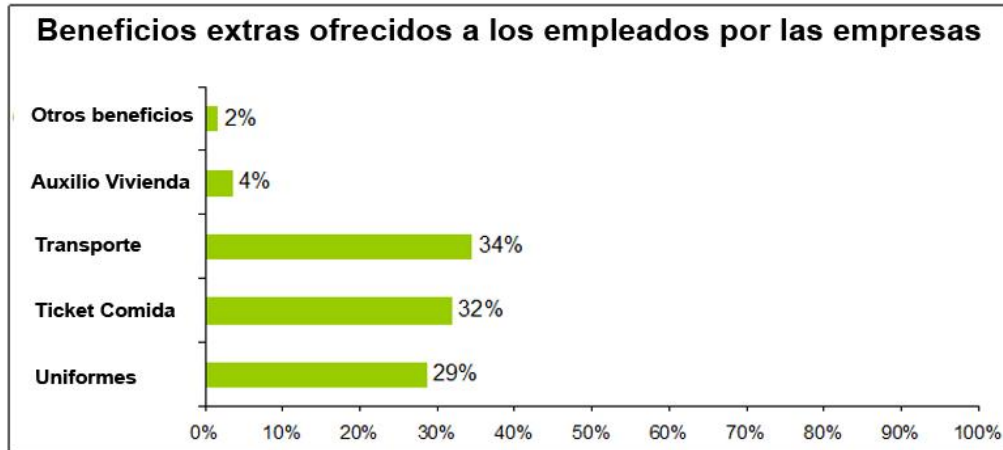
los alumnos de carreras en diversos niveles van a las empresas a aprender cómo se hacen determinadas tareas necesarias a su profesionalización. En algunos países se denominan “alumnos en práctica”.

<sup>168</sup> Las técnicas publicitarias deben ser aprendidas también en los cursos de turismo y hostelería como instrumental técnico para las empresas y servicios turísticos y ni siempre representan la completa verdad sobre la realidad, pues para attingir el cliente usa formas adjetivadas y de ilusiones bien conocidos por los que estudian el tema.



Las formas más comunes de sueldos indirectos son las ayudas en transportes (34%, efectivas en forma de tickets o tarjetas para el transporte urbano de la residencia para el trabajo y del trabajo para casa), las ayudas para alimentación (32%; a veces la alimentación es hecha en la propia empresa, para que los empleados no se demoren en volver a sus tareas o en restaurantes convenidos para esta finalidad). La tercera forma de ayuda son los uniformes (29%), que tiene la ventaja de que los empleados representan mejor a las empresas, con ropas adecuadas, frente a los clientes; y por el lado del empleado que no necesita adquirir ropas para trabajar.

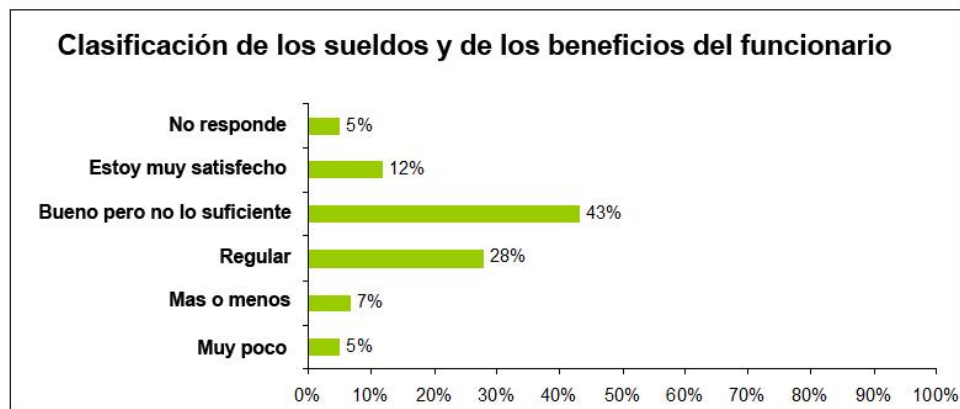
Gráfica 4.38: Beneficios extras ofrecidos a los empleados por las empresas



Fuente: Elaboración propia

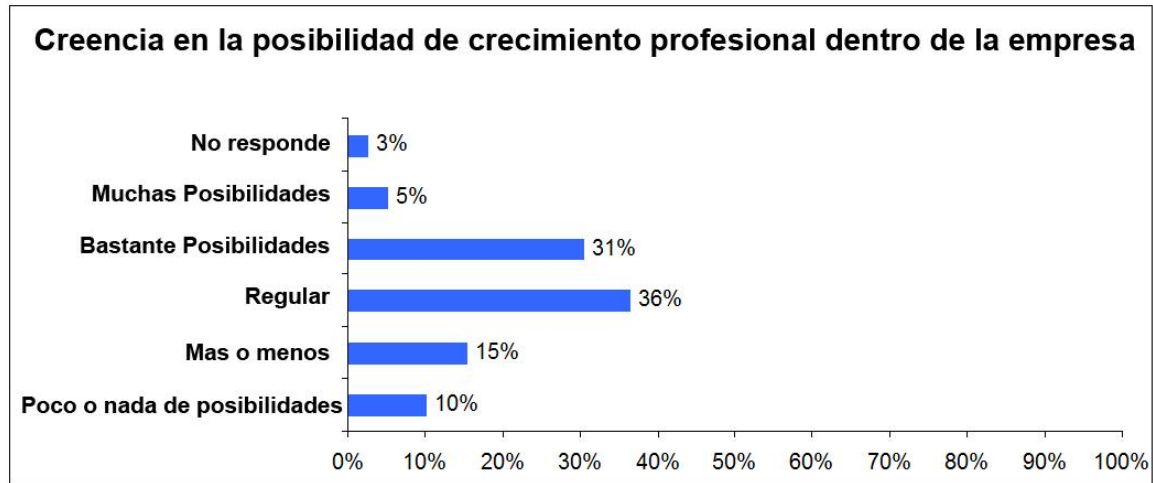
En relación a los salarios directos, solo el 12% de los empleados se encuentran satisfechos con lo que reciben al final del mes (Gráfica 5.39). Un porcentaje elevado (43%) contestó que los pagos al final del mes son buenos, pero que podrían ser mejores.

Gráfica 4.39: Clasificación de los sueldos y de los beneficios del funcionario



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.40: Creencia en la posibilidad de crecimiento profesional dentro de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Sólo poco más de un tercio (36%) de los empleados en empresas turísticas receptoras (Gráfica 4.40) creen que tienen muchas y bastante posibilidades de crecimiento dentro de las empresas que trabajan, o sea, que pueden tener éxito en sus posibilidades profesionales futuras. La otra parte, 61%, contesta “regular” o “pocas oportunidades” de crecimiento profesional.

En este escenario de bajas expectativas de movilidad laboral interna, los mecanismos más eficientes para el desarrollo profesional parecen ser: una mayor cualificación en las tareas de la empresa (42%), ampliando sus relaciones personales con personas importantes del área turística (21%), haciendo una carrera sistemática en la empresa (16%) o realizando su trabajo en forma eficiente (15%). Ver Gráfica 4.41.

Gráfica 4.41: A través de que medio el funcionario cree que puede progresar en la empresa



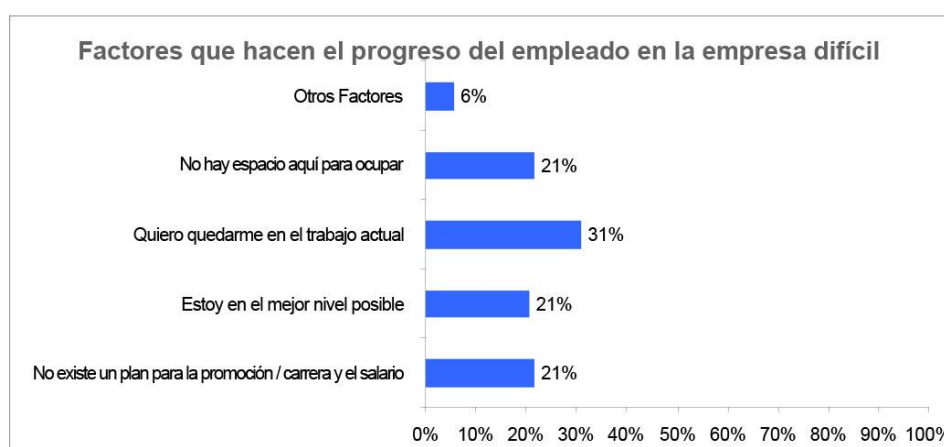
Fuente: Elaboración propia

Respecto de cuáles son los factores que obstaculizan el desarrollo profesional en las empresas turísticas receptoras de Ceará, se destacan la inexistencia de espacios para ascender

profesionalmente (42%) , la tendencia del propio empleado a permanecer en su función original (31%) y la inexistencia de planes de promoción a mejores cargos (21%) y con consecuente mejores salarios. Ver Gráfica 4.42.

Se percibe en este caso, que el pequeño tamaño, de manera general, de las empresas turísticas receptoras no posibilita que los empleados aspiren a mejores posibilidades. Una parte significativa – 31%, entre tanto, contestó que no quiere cambiar de trabajo, en este caso la lectura es que con la baja creciente en el mercado de turismo (para los profesionales con formación técnica o académica de la rama), en especial en la baja estación, la estacionalidad, cuando hay una baja actividad económica, si uno pierde su puesto no será fácil obtener otro, por todos los problemas ya antes comentados sobre la propia capacitación de los empleados y gerentes, el tamaño de las empresas y las formas de administración familiar.

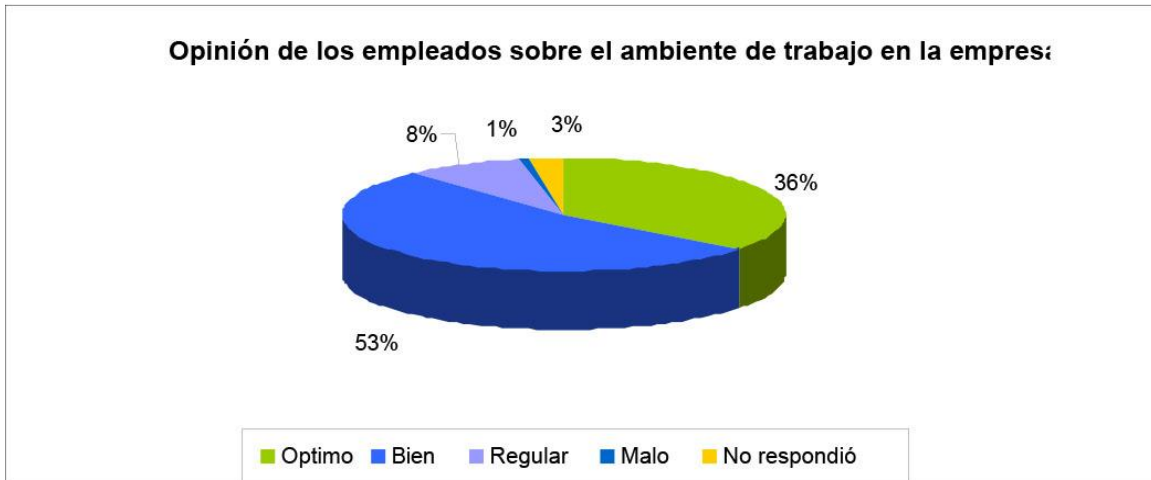
Gráfica 4.42: Factores que hacen el progreso del empleado en la empresa difícil



Fuente: Elaboración propia

La no existencia de planes de promoción para cargos y sueldos en las empresas revela la no preocupación por este ítem de parte de los empresarios del turismo receptivo de Ceará, teniendo la justificación de que la competencia entre las empresas es pequeña (si no fuera así esta sería una forma de asegurar los buenos empleados). Por lo demás la rotación de los empleos es muy alta por la estacionalidad y por la baja asociatividad entre los empleados (no existen sindicatos clasistas que ejerzan presión para mejores condiciones). Pero en este ítem hay mucho que hacer por parte de empresarios y empleados, para una mejor actuación en todo el sistema turístico local.

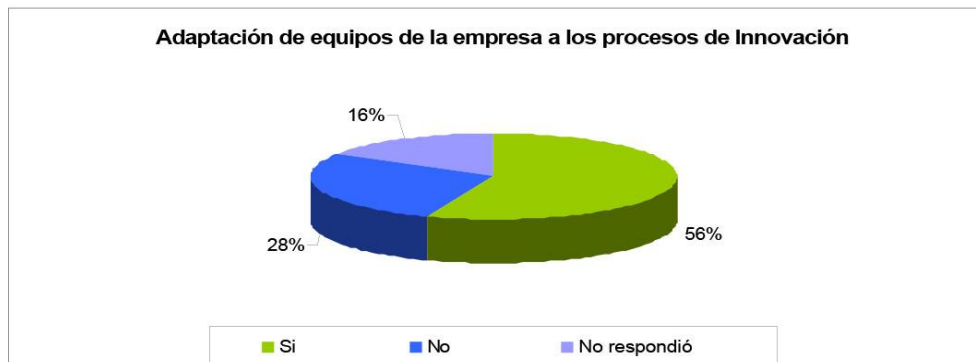
Gráfica 4.43: Opinión de los empleados sobre el ambiente de trabajo en la empresa



Fuente: Elaboración propia

El ambiente de trabajo en las empresas de turismo (Gráfica 4.43) es considerado excelente por 36% de los entrevistados y bueno por 53%, sumando 89% los dos estratos. Eso puede explicarse porque muchos de ellos no quieren salir de sus empresas, aunque tengan salarios considerados malos por ellos mismos y casi sin posibilidades de crecimiento profesional. Además con la crisis en el empleo uno tiene que asegurar lo que ya tiene. Solo 8% consideraron el ambiente de trabajo regular y 1% malo.

Gráfica 4.44: Adaptación de equipos de la empresa a los procesos de innovación



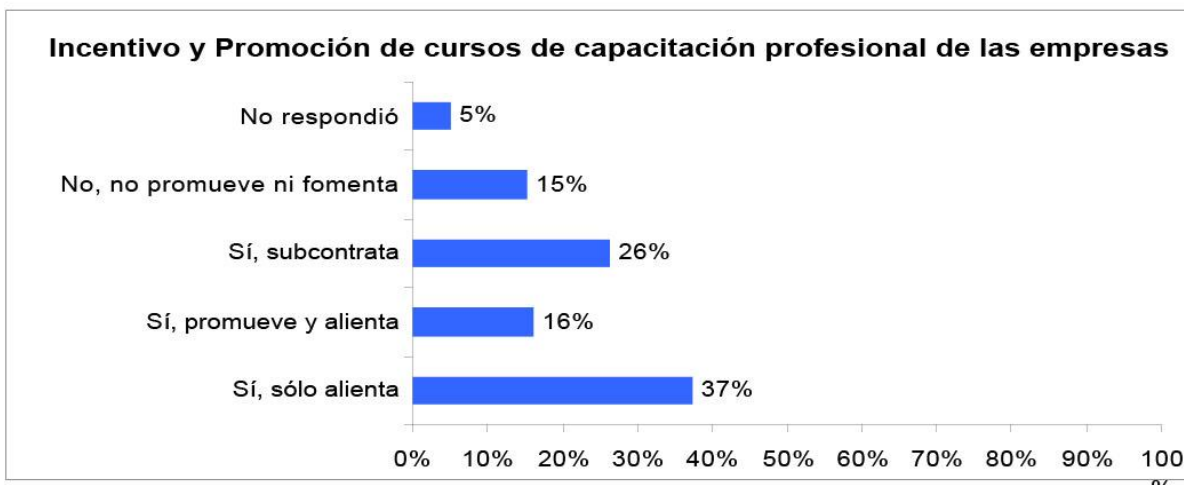
Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a la adaptación de equipos de la empresa a los procesos de innovación muchos empleados (56%) sienten que sus empresas tienen equipos adaptados a los procesos modernos de trabajo (Gráfica 4.44). Si se hace una relación con los empleados que no reciben o tienen poca capacitación, ya comentado, de ahí se entiende que lo que existe ya es suficiente para sus niveles de conocimiento.

En contraste, el 28% dijo que sus empresas no tienen equipos adaptados a los procesos modernos de trabajo (ordenadores modernos, software adecuados, sistemas de controles, entre

otros), los cuales pueden corresponder a aquellos que poseen mejores conocimientos o que han trabajado antes en las grandes empresas internacionales instaladas en Ceará y que formaron parte de la muestra en las encuestas de esta Tesis.

Gráfica 4.45: Incentivo y Promoción de cursos de capacitación profesional de las empresas



Fuente: Elaboración propia

Los empleados se refirieron al incentivo y promoción, por parte de sus empresas, para la capacitación profesional, lo siguiente (ver Gráfica 4.45):

- **Alto incentivo a la capacitación:** Solo 16% de las empresas promueve e incentiva la participación en cursos de capacitación profesional (en cuanto que 74% de los gerentes o representantes de los recursos humanos dijeron que los promueve, presente en la Gráfica 4.14 y 36% de los propios empleados habían contestado que sí recibieron capacitación en el último año, en Gráfica 4.34);
- **Incentivos medios a la capacitación:** Un 26% de las empresas tienen interés en que los trabajadores sean entrenados y los hace a través de otras instituciones que ya tienen cursos formateados, lo que muchas veces no atiende a las necesidades de las empresas, porque ya son cursos estandarizados.
- **Bajos incentivos a la capacitación:** Un 37% de las empresas solo incentiva a los empleados a participar en determinadas capacitaciones pero no las promueve, o sea, si ellos desean capacitarse tienen que buscar sus propios medios para financiarse;
- Otra parte significativa, un 15% de las empresas, ni promueve ni incentiva la capacitación por parte de los empleados;

En cuanto a la cantidad de trabajo para labor diario de los empleados el cuadro 4.1 muestra la aparente compatibilidad entre la cantidad de trabajo en las empresas turísticas y el número de empleados. Casi la mitad de los encuestados, más precisamente 47%, dijeron que sus trabajos pueden ser hechos sin prisa, o sea, que el tiempo es suficiente para ejercer las actividades demandadas por la empresa. Un cuarto de ellos, 25% afirmaron que solo excepcionalmente necesitan de horas extras de trabajo en sus empresas, significando que el diseño de los puestos de trabajo está hecho para el tiempo correcto en el día normal de ocho horas de trabajo. Es plausible

que la pregunta haya incomodado a algunos empleados (según el informe de entrevistadoras) dando lugar a respuestas virtuosas. Es decir, funcionales a las políticas de la empresa.

Cuadro 4.1: Compatibilidad entre el número de empleados y la cantidad de trabajo en la empresa

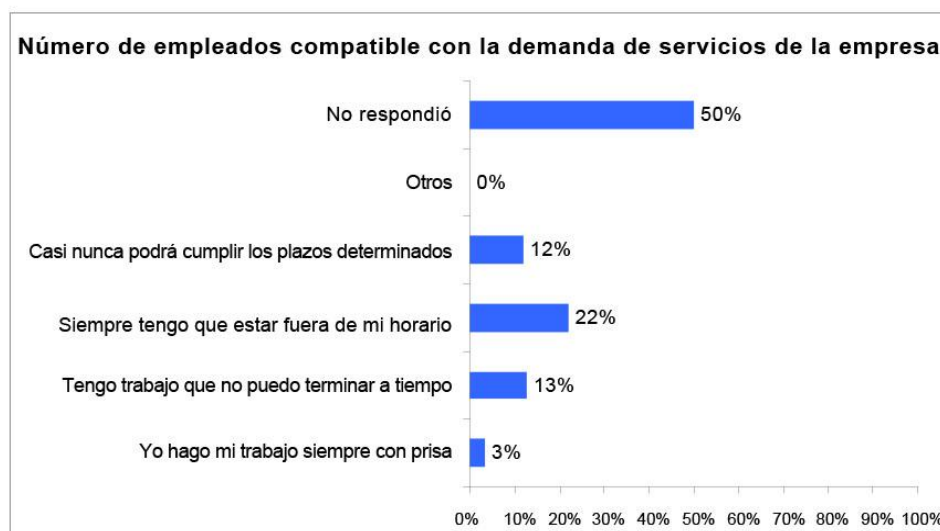
Respuestas <sup>169</sup>	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo en el tiempo correcto de mis horas de contrato de trabajo	10	8%
Mi trabajo puede ser realizado de forma normal, sin prisa	55	47%
Es raro la necesidad de hora extra para mi trabajo	30	25%
Mi trabajo puede ser revisado sin atraso en los compromisos de fechas	13	11%
Otros	3	3%
No respondieron	7	6%
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Por ello no es de extrañar que cuando se preguntó a los mismos entrevistados si el número de empleados es compatible con la carga de trabajo en las empresas donde laboran, 50% contestó que trabajan más que las horas normales<sup>170</sup> (8 horas), así distribuidos (Gráfica 4.46):

- 22% siempre tienen que quedar laborando fuera del horario establecido de trabajo;
- 13% tiene tanto trabajo que no consigue terminar a tiempo;
- 12% casi nunca consigue cumplir los plazos determinados para los trabajos;
- 3% hace sus trabajos siempre con prisa.

Gráfica 4.46: Número de empleados compatible con la demanda de servicios de la empresa



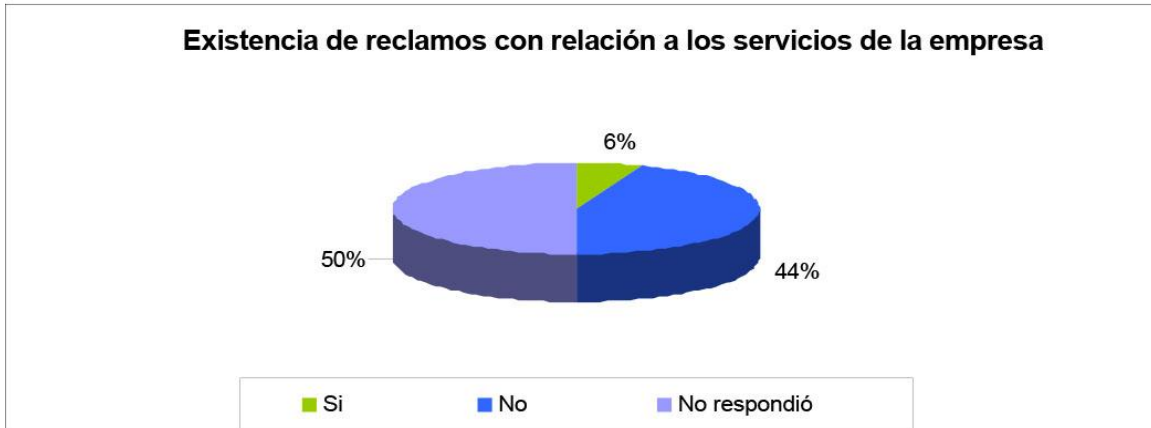
Fuente: Elaboración propia

<sup>169</sup> A la pregunta 92 de la encuesta aplicada (ver en el apéndice 1)

<sup>170</sup> En Brasil la legislación laboral prevé 8 horas de trabajo diarios para los empleados formales de las empresas.

En relación a los reclamos sobre los servicios de la empresa por parte de los clientes, al igual que la pregunta anterior, 50% de los encuestados no contestaron (Gráfica 4.47). Nuevamente se sugiere que el probable miedo en “decir lo que no debe” puede haber sido la razón de esta tendencia de los empleados a no contestar la pregunta. En esta línea, sólo 6% dijeron que los clientes tienen reclamos de los servicios de la empresa en que trabajan.

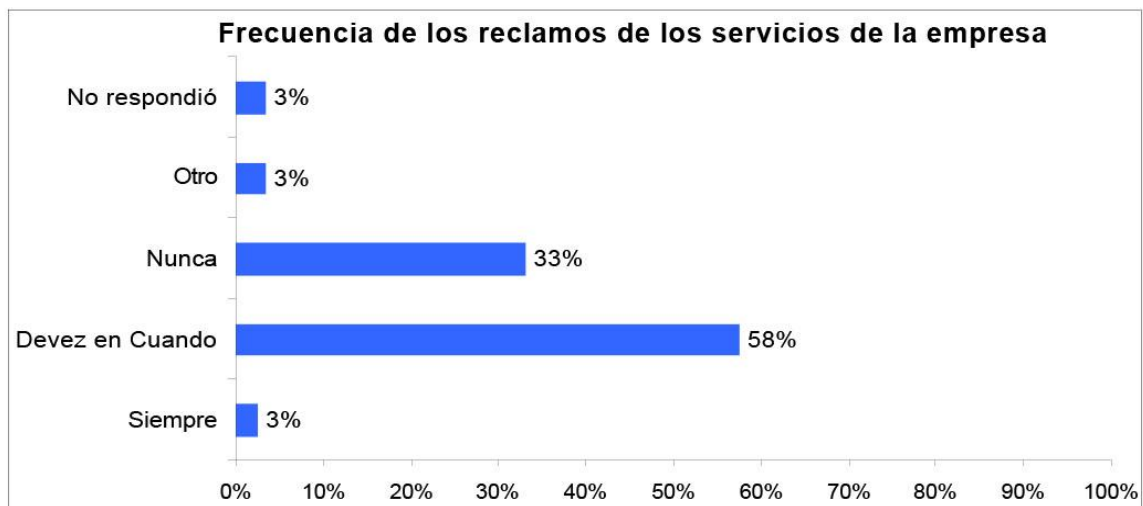
Gráfica 4.47: Existencia de reclamos con relación a los servicios de la empresa



Fuente: Elaboración propia

De entre los reclamos, en la Gráfica 4.48 se visualiza que 58% de los reclamos son solo alguna vez sin sistemática definida de tiempo. Existen 3% de los clientes que están siempre insatisfechos, porcentual considerado bajo. En la pregunta más cualitativa para saber sobre lo que los clientes no están satisfechos los empleados no contestaron, mientras en las investigaciones oficiales del gobierno del Estado, hechas por la SETUR-Ce hay un porcentual de reclamos más elevados.

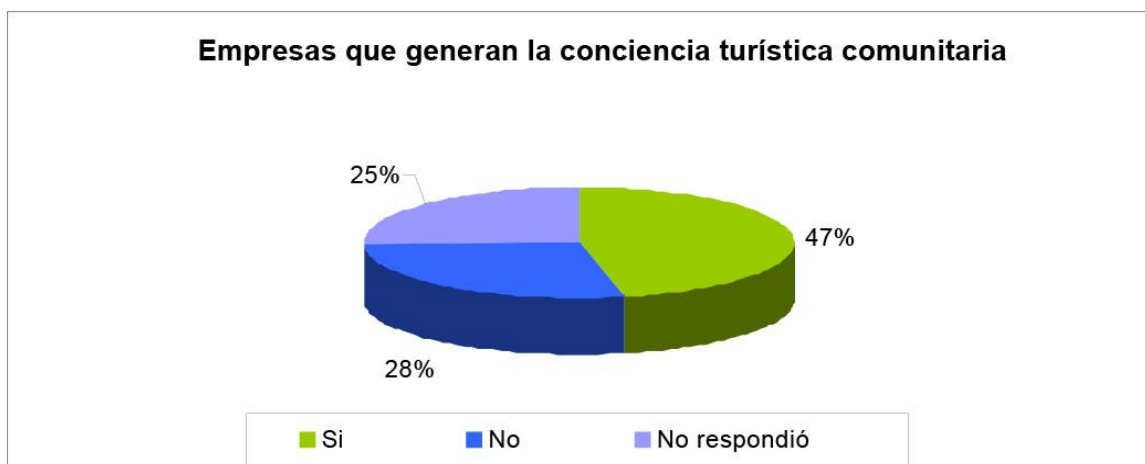
Gráfica 4.48: Frecuencia de los reclamos de los servicios de la empresa



Fuente: Elaboración propia

En relación a la difusión de la conciencia turística, casi la mitad de las empresas seleccionadas, 47%, promueven la toma de conciencia de los efectos (positivos o negativos) de la actividad turística para la comunidad, según sus empleados (Gráfica 4.49). Entre tanto, 28% de entrevistados, reconocen que sus empresas no generan la conciencia turística, sea para los propios empleados sea para la comunidad donde están insertas. Un cuarto de los empleados entrevistados prefirieron no responder.

Gráfica 4.49: Empresas que generan la conciencia turística comunitaria



Fuente: Elaboración propia

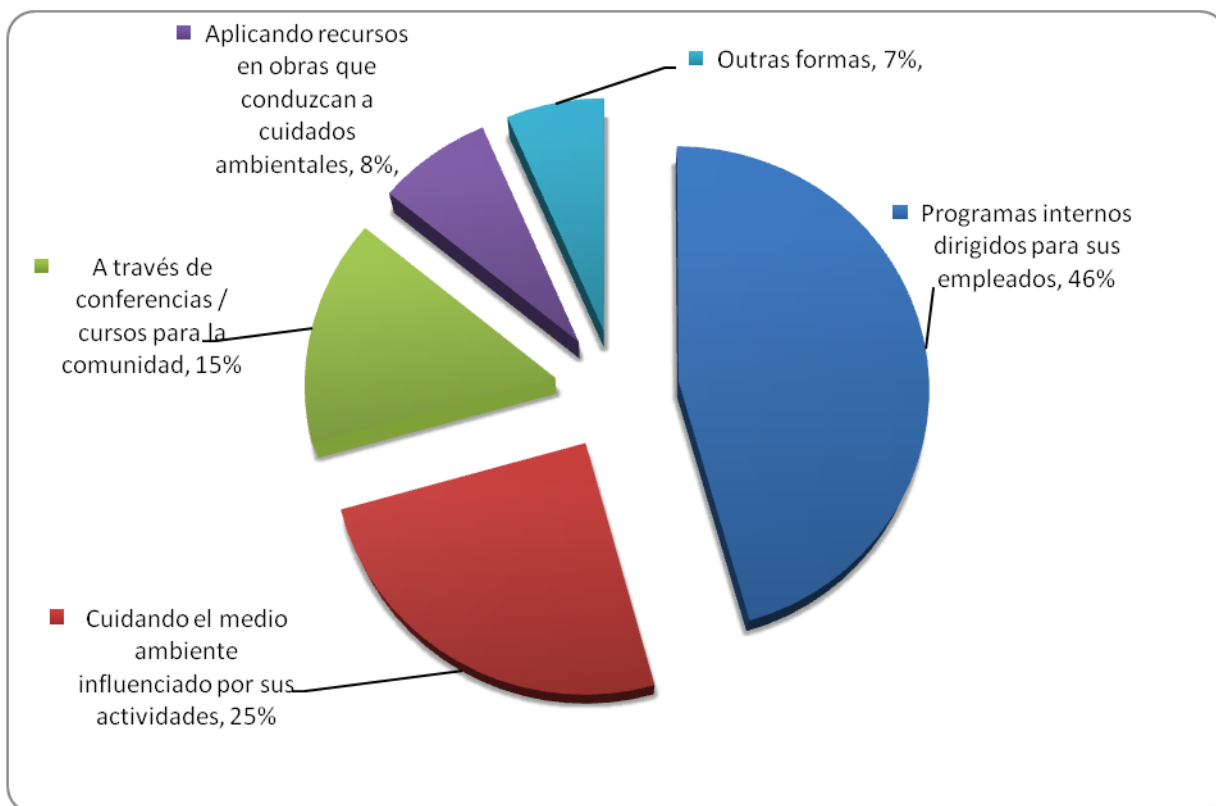
Entre quienes estiman que sus empresas aportan a esta conciencia<sup>171</sup> (lo que corresponde al 47% de las empresas) la forma más frecuente de entregar conocimientos sobre la importancia del turismo a la comunidad es a través de programas dirigidos a los propios empleados de las empresas (Gráfica 4.50). De esta forma, los propios integrantes de las empresas turísticas actúan como difusores de los beneficios de la actividad donde ellos obtienen su sustento. Pero también de esta forma, se generan “fiscales” principalmente ambientales atentos a los impactos negativos del turismo dentro de la misma empresa.

Así, llama la atención que un cuarto de los empleados de las empresas (25%) dicen que al cuidar del medio ambiente tienen el sentimiento que es una forma de contribuir para la toma de conciencia turística, mostrando que el medio ambiente es el atractivo más importante para los que contestaron a la pregunta, de entre los demás componentes de la oferta turística. Otros 15% de los entrevistados apuntarán las conferencias y los cursos que son hechos y dictados para la comunidad por parte de sus empresas, contribuyen para la toma de conciencia sobre el turismo.

<sup>171</sup> O sea, adoptar y al mismo tiempo transmitir como conducta que sea a las comunidades receptoras la claridad sobre efectos que la actividad de turismo puede provocar (los positivos y los negativos).



Gráfica 4.50 Como las empresas actúan para generar la conciencia turística comunitaria

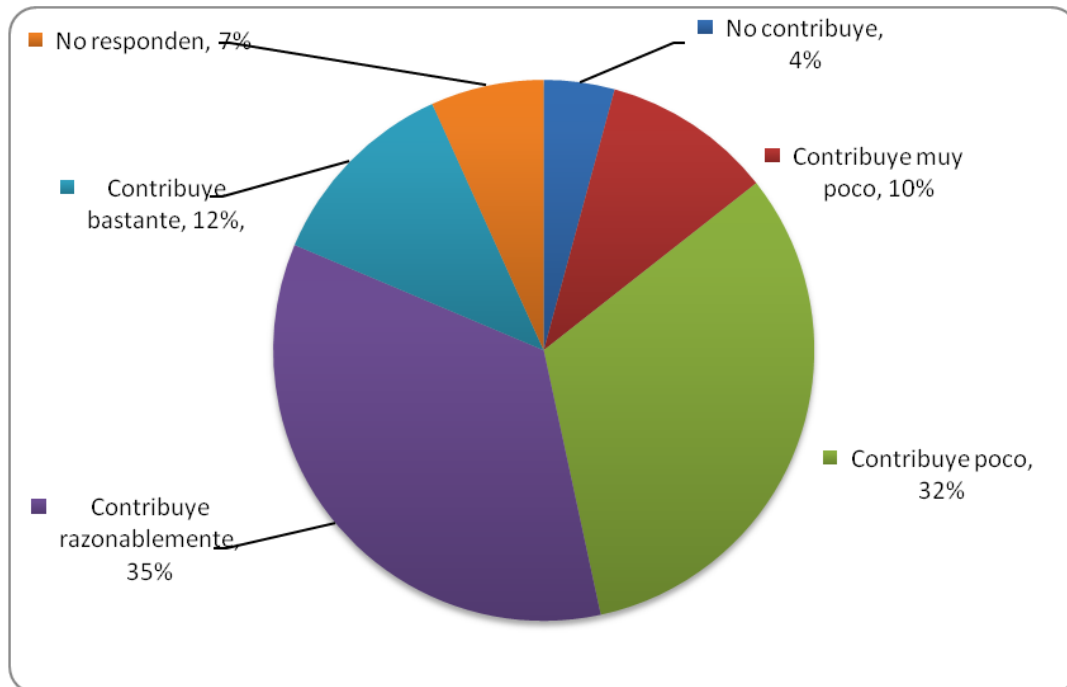


Fuente: Elaboración propia

Menos de la mitad de los empleados (47%) de las empresas turísticas receptoras sostienen que las empresas donde trabajan contribuyen al desarrollo del Estado (Gráfica 4.51), siendo que 12% están en la escala de mucha contribución y 35% dicen que las empresas tienen una contribución razonable al desarrollo. En cambio, 32% piensan que las empresas contribuyen poco y 10% contestaron que solo muy poco.

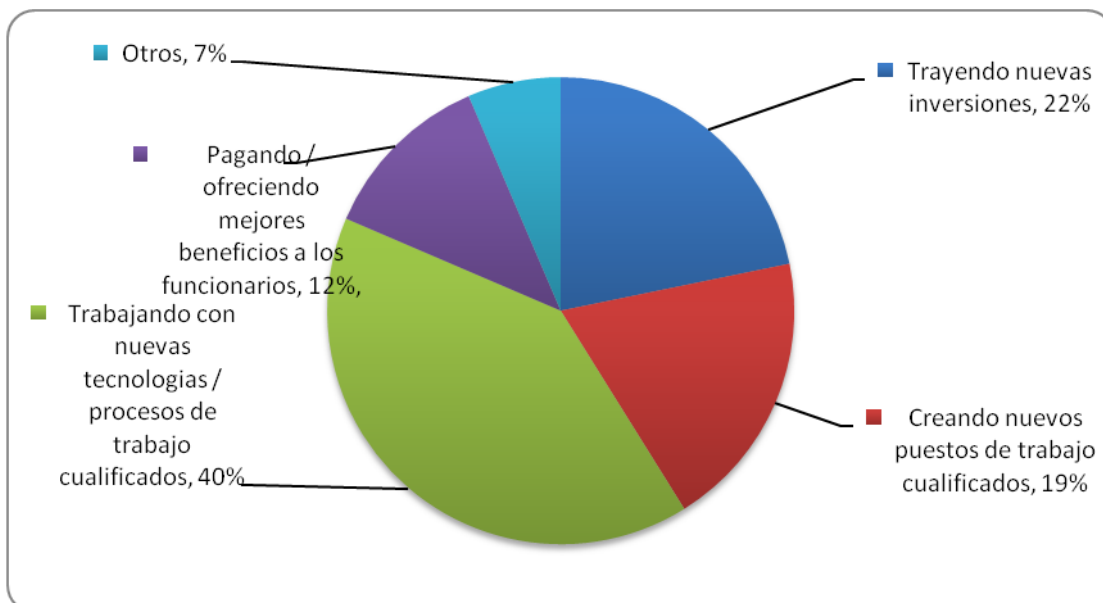
Cómo el concepto de desarrollo es difuso entre las personas corrientes de la comunidad y también entre los empleados de forma general (que no están estrechamente ligados al tema), se estima que están en verdad pensando en la contribución en términos de empleos y renta generada por las actividades que realizan.

Gráfica 4.51: Contribución de su empresa (ETR) para el desarrollo de Ceará



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4.52: Formas de contribución de las empresas de turismo para el desarrollo de Ceará



Fuente: Elaboración propia

No existe, de manera general, una visión de factores más cualitativos para el término “desarrollo”. La comprobación de esta suposición es que en la pregunta siguiente sobre las formas de contribución (Gráfica 4.52) el 40% contestó que es “a través de nuevas tecnologías y procesos

cualificados de trabajo”, lo que coincide con la respuesta ya analizada anteriormente sobre la innovación en las empresas.

El ítem “atracción de nuevas inversiones” también obtuvo un número significativo de respuestas, un 22% lo eligió como forma de contribución para el desarrollo del Estado. Cómo no existen en Ceará muchas inversiones con recursos propios, pues las tasas de ahorro en el Estado son pequeñas<sup>172</sup>, entonces los que lo hacen merecen créditos. Además, como ya hemos visto, dado que las tasas de mortalidad de micros y pequeñas empresas es muy alta, las que se mantienen activas tienden a ser apuntadas como contribuyentes al desarrollo.

La creación de nuevos puestos de trabajo cualificados (mencionado por el 19% de los empleados) es otro factor considerado importante para el desarrollo del Estado, provocado por las empresas receptoras de turismo.

En cuarto lugar está el pago de salarios mejores y los beneficios ofrecidos a los funcionarios de las empresas, con 12% de las respuestas: aquí el entendimiento es que con mejores salarios y otros beneficios, la empresa provocará un efecto positivo en la vida de los residentes.

---

<sup>172</sup> En ponencia presentada por importante político cearense Ciro Gomes, donde trazó las dificultades para el desarrollo de la economía brasileña, la primera de ellas apuntada fue la tasa de ahorro interna que, es insuficiente para el desarrollo sustentable: corresponde a 18% del PIB pero sería necesario de 22% a 23% para un desempeño adecuado (fuente: [http://www.al.ce.gov.br/noticias/noticia\\_completa.php?codigo=5907](http://www.al.ce.gov.br/noticias/noticia_completa.php?codigo=5907))

#### 4.5. La oferta de capacitación para el turismo en Ceará.

El Ministerio de la Educación de Brasil – MEC guarda registro de informaciones sobre las carreras de nivel técnico, tecnólogo, secuencial de formación específica, graduación y pos-graduación en todo el país<sup>173</sup> los que están disponibles a través de su página web.

Existen cursos y carreras de formación en turismo distribuidos por diversas regiones de Ceará, los que envuelven áreas de relevancia para la actividad turística, pero que se concentran en su gran parte la capital Fortaleza. Estos se distribuyen por diversos niveles de enseñanza, desde la enseñanza mediana (tecnólogo y secuenciales que en su mayoría son considerados de nivel superior pero que no se constituyen una graduación, son más un avance de conocimientos en relación a la enseñanza media) a la pos-graduación *strictu sensu*, contribuyendo a la formación de la mano de obra para el turismo en los diferentes grados de especialidades.

##### 4.5.1. Descripción de la oferta de capacitación turística.

En Ceará (ver Cuadro 4.2) el número de carreras de nivel superior en turismo y áreas afines registrados por el Ministerio de la Educación MEC, en 2013 eran de 15 Instituciones del Nivel Superior (IES) con 17 carreras, de estos 14 son en turismo, 1 en hotelería y turismo, 1 en hostelería y 1 en gastronomía, los que al final de dos a cuatro años de estudios, u cuatro a ocho semestres, con distintas cantidades de horas-aula (desde 1.600 a 3.672), ofrecen a los futuros profesionales el título de bachiller.

Se observa que sólo tres de estas carreras tienen sus sedes ubicadas fuera de la capital Fortaleza, y en municipios considerados turísticos, de entre los veinte más visitados en Ceará, Juazeiro do Norte (16° más visitado en 2011, donde predomina la tipología de turismo religioso) Aracati (4° más visitado en 2011, con predominancia del turismo de sol y playa y cultural) y Sobral (11° más visitado en 2011, con importante centro de artesanía y acervo de equipamientos astronómicos, además de polo industrial del Estado).

Los demás municipios donde se localizan los cursos superiores en turismo, y no se encuentran entre los 20 más visitados en 2011, son Crateus (localizado en la Región Turística de Sertão do Inhamuns, con potencial en ecoturismo y turismo científico), Crato (en la Región Turística de Cariri, donde predomina el turismo cultural) y Quixeramobim (en la Región Turística de Sertão Central, donde predomina el turismo de observación de la naturaleza, con paisajes exóticas de piedras) .

Sin embargo, se observa que tres de estas carreras son ofrecidas con clases impartidas a distancia (el del Centro Universitario do Instituto de Ensino Superior - COC, de la Universidad Católica de Brasília - UCB y de la Universidad do Sul de Santa Catarina – UNISUL) pues las matrices de estas Instituciones educacionales están ubicadas en la Región Sudeste (ciudad de Ribeirão Preto - São Paulo), en la Región Centro-Oeste (capital Brasília) y en la Región Sur de Brasil (Municipio de Tubarão - Santa Catarina) y, por tanto no tienen instalaciones físicas locales.

---

<sup>173</sup> Véase el ítem 3.1.3 de esta Tesis y el site portal.mec.gov.br

Cuadro 4.2: Ceará - bachillerato de turismo y hotelería

Nombre de la Institución	Áreas de formación	Localización	Número de horas aula	Modalidad
1. Faculdade Cearense - FAC	Turismo	Fortaleza	2.600	Presencial
2. Faculdade do Vale do Jaguaribe - FVJ	Turismo	Aracati	3.390	Presencial
3. Faculdade Evolutivo - FACE	Turismo	Fortaleza	2.400	Presencial
4. Centro Universitario Estacio do Ceará - FIC	Turismo	Fortaleza	3.672	Presencial
5. Faculdade Latino Americana de Educação – FLATED	Turismo	Fortaleza	3.168	Presencial
6. Faculdade Nordeste – FANOR	Turismo	Fortaleza	2.424	Presencial
7. Universidade de Fortaleza – UNIFOR	Turismo y Hotelería	Fortaleza	3.060	Presencial
8. Universidade de Fortaleza – UNIFOR	Turismo	Fortaleza	3.240	Presencial
9. Universidade Federal do Ceará - UFC	Gastronomía	Fortaleza	3.600	Presencial
10. Faculdade de Ensino e Cultura do Ceará - FAECE	Hotelería	Fortaleza	2.400	Presencial
11. Centro Universitario do Instituto de Ensino Superior - COC	Turismo	Quixeramobim	2.400	A distancia
12. Faculdade de Ensino e Cultura do Ceará - FAECE	Turismo	Fortaleza	2.400	Presencial
13. Faculdade de Fortaleza - FAFOR	Turismo	Fortaleza	1.600	Presencial
14. Instituto de Ensino Superior de Fortaleza - IESF	Turismo	Fortaleza	2.740	Presencial
15. Universidade Católica de Brasília - UCB	Turismo	Fortaleza	2.530	A distancia
16. Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL	Turismo	Crato Crato Fortaleza Juazeiro do Norte Sobral	2.400	A distancia
17. Instituto Federal de Educacao Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Turismo	Fortaleza	2.640	Presencial

Fuente: elaboración propia a partir de MEC - INEP/2011 y emec.mec.gov.br, 2013

En términos de tecnólogos en turismo y áreas afines, están registrados 17 IES (ver Cuadro 4.3) las cuales al final ofrecen títulos de tecnólogos y son carreras en su mayoría, para ser hechas en dos años de estudios, divididos en cuatro semestres. Doce de estas carreras se destinan a la formación en área de Gestión del Turismo, tres en Gastronomía, tres en Eventos, tres en Hotelería, uno en Turismo Receptivo y uno en Gestión Deportiva y del Ocio.

Las Unidades de enseñanza están localizadas en su gran mayoría en la ciudad de Fortaleza, siendo que nueve de ellas están en municipios distintos (cuatro coinciden sedes en Fortaleza y otro municipio) y que tienen las siguientes tipologías de turismo: en Baturité (Región Turística-RT Serra de Aratanha e Baturité) turismo cultural; en Juazeiro do Norte (RT-Cariri) turismo Religioso; en São Gonçalo do Amarante (RT-Litoral Leste) turismo de sol y playa y ecoturismo; en Aracati turismo de sol y playa y cultural; en Canindé (RT Sertão Central) turismo religioso; en Barbalha (RT Cariri) turismo cultural; en Caucaia (RT Litoral

Oeste) turismo de sol y playa, en Crateús con potencial para ecoturismo y turismo científico; en Limoeiro do Norte (RT Vale do Jaguaribe) es un sitio de importante ruta de negocios del Estado; en Quixeramobim el paisaje de piedras atrae a los turistas; en Sobral (RT-Vale do Acaraú) importante centro de artesanía y acervo de equipamientos astronómicos, además de polo industrial del Estado; y Tauá (RT Sertão do Inhamuns) atrae a los visitantes por la ciencia, gastronomía y festividades religiosas.

Es importante observar que, al igual que las carreras de bachillerato, aquí hay siete Instituciones que imparten cursos a distancia, los que provienen de Universidades de otras regiones del País. En cuanto el número de horas aula estas varían desde 1.600 a 3.300.

Cuadro 4.3: Ceará - Cursos de tecnólogos en turismo, hotelería y áreas afines

Nombre de la Institución	Áreas de Formación	Localización	Número de horas aula	Modalidad
1. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Gastronomía	Baturité	2.000	Presencial
2. Faculdade Nordeste – FANOR	Eventos	Fortaleza	1.600	Presencial
3. Faculdade Nordeste – FANOR	Gastronomía	Fortaleza	1.636	Presencial
4. Faculdade de Tecnologia Intensiva – FATECI	Gastronomía	Fortaleza	1.760	Presencial
5. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Gestión Deportiva y del Ocio	Fortaleza y Juazeiro do Norte	3.300	Presencial
6. Faculdade Ateneu - FATE	Gestión del Turismo	Fortaleza	1.600	Presencial
7. Faculdade de Tecnologia Ateneu	Gestión del Turismo	Sao Goncalo do Amarante	1.720	Presencial
8. Faculdade de Tecnologia Darcy Ribeiro - FTDR	Gestión del Turismo	Fortaleza	1.660	Presencial
9. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Hotelería	Baturité y Aracati	1.820	Presencial
10. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Hotelería	Aracati Barbalha Caucaia Limoeiro do Norte Quixeramobim Sao Gonzalo do Amarante	2.240	A distancia
11. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Gestión del Turismo	Canindé	2.400	Presencial
12. Instituto Federal de Educacao, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE	Gestión del Turismo	Fortaleza	2.540	Presencial

13. Faculdade de Ensino y Cultura do Ceará - FAECE	Eventos	Fortaleza	1.600	Presencial
14. Faculdade de Fortaleza - FAFOR	Gestión del Turismo	Fortaleza	2.000	Presencial
15. Faculdade de Tecnologia Lourenco Filho - FATEC - FLF	Gestión del Turismo	Fortaleza	1.728	Presencial
16. Universidad Católica de Brasilia - UCB	Gestión del Turismo	Fortaleza	1.650	A distancia
17. Universidad Católica de Brasilia - UCB	Gastronomía	Fortaleza	1.650	A distancia
18. Universidade Metodista de Sao Paulo - UMESP	Gestión del Turismo	Fortaleza	1.600	A distancia
19. Universidade Norte do Paraná - UNOPAR	Gestión del Turismo	Barbalha, Crateus, Fortaleza, Limoeiro do Norte, Quixeramobim, Sobral y Tauá	1.600	A distancia
20. Faculdade de Ensino e Cultura do Ceará - FAECE	Turismo Receptivo	Fortaleza	1.600	Presencial
21. Centro Universitario Internacional	Gestión del Turismo	Fortaleza Sobral	1.824	A distancia
22. Universidade Estacio de Sa - UNESA	Gestión del Turismo	Fortaleza Juazeiro do Norte	1.604	A distancia
23. Universidade de Fortaleza - UNIFOR	Eventos	Fortaleza	1.620	Presencial
24. Universidade de Fortaleza - UNIFOR	Hotelería	Fortaleza	1.620	Presencial

Fuente: elaboración propia a partir de MEC - INEP/2011 y emec.mec.gov.br, 2013

En cuanto a las instituciones que ofertan carreras de formación específica superior, llamadas secuenciales, para formación en áreas afines al turismo son en número de 3 IES (Cuadro 4.4) y los cursos deben ser hechos en dos años.

Las carreras son localizados dos en Fortaleza y otros dos siendo uno en Acaraú (donde predomina el turismo de sol y playa y cultural) y el otro en Crato (antes comentado). Los cursos tienen áreas de formación en Gestión y Desarrollo del Turismo, Gestión en Turismo y Hostelería y Turismo y Medio Ambiente. Son todos impartidos de forma presencial y las horas de aulas son entre 1.600 y 1.620.

Cuadro 4.4: Ceará - Cursos secuenciales para formación en turismo, hotelería y áreas afines, 2013

Nombre de la Institución	Áreas de formación	Localización	Número de horas aula	Modalidad
1. Faculdade Integrada da Grande Fortaleza – FGF	Gestión y Desarrollo del Turismo	Fortaleza	1.600	Presencial
2. Universidade Estadual do Vale do Acaraú – UVA	Gestión de Negocios en Hotelería y Turismo	Fortaleza y Acaraú	1.620	Presencial
3. Universidade Regional do Cariri - URCA	Turismo y Medio Ambiente	Crato	1.605	Presencial

Fuente: elaboración propia a partir de MEC - INEP/2011 y emec.mec.gov.br, 2013

Además de estas carreras anteriormente presentadas se dictan cursos de pos-graduación reconocidos y recomendados por la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior – CAPES<sup>174</sup> en tres Universidades de Ceará, donde solo una es directamente direccionada al turismo. Los demás aceptan líneas de investigación en el tema:

- en la UNIFOR una maestría y un doctorado, en funcionamiento, en Administración de Empresas y que tienen como una de las líneas de investigación el turismo;
- en la UECE, una maestría profesionalizante<sup>175</sup> en funcionamiento y que trata de la Gestión de Negocios Turísticos;
- en la UFC, dos maestrías en Administración y Controladoría, en funcionamiento, siendo que una de ellas es profesionalizante, y las dos tienen de entre las líneas de investigación el turismo.

Un levantamiento en terreno hecho en esta Tesis en Fortaleza registró, además de los arriba citados, los siguientes cursos para formación en turismo y hotelería entre los de nivel pos graduación (los que no constan como registrados o recomendados en el site de la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior - CAPES) y técnicos:

- Una pos-graduación llamada Especialización en geografía del turismo y medio ambiente y dictada por el Centro de Entrenamiento y Desarrollo de Ceará – CETREDE;
- Una pos-graduación en Políticas Públicas del Turismo en el Instituto de Ensino, Ciencia e Tecnologia do Ceará - IFCE;
- Técnicos en SENAC<sup>176</sup>: excelencia y calidad en recepción y atención al turista; Técnicas de venta para agencias de viajes y turismo; recepción de congresos y eventos; organización de eventos; planeamiento y elaboración de circuito turístico; turismo receptor; liderazgo profesional en turismo; gastronomía.

<sup>174</sup> [www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)

<sup>175</sup> Es una maestría con menos horas de aulas y que tiene como eje principal formar profesionales para actuación en el mercado y no en las Universidades.

<sup>176</sup> Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial, site: [www.ce.senac.br](http://www.ce.senac.br).



Se observó que los cursos de SENAC, algunos de ellos (de eventos, de gastronomía y de calidad en prestación de servicios) son administrados en ciudades distintas de Fortaleza (Sobral, Iguatu, Juazeiro do Norte y Crato) que, como ya hemos visto, todavía no son ciudades donde la actividad de turismo sea considerada potente para el Estado, a excepción de Sobral.

Existen aún instituciones de enseñanza no formales que dictan cursos en turismo: EKS (Entrenamiento, consultoría y asesoría), CCTUR (Centro de Capacitación y Turismo), PROCLEN (Promociones Científicas), TATT (Centro de Aprendizaje, Entrenamiento y Turismo), TPL (Turismo y Publicaciones), Instituto Dragão do Mar y SEBRAE (Servicio de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas).

En el Cuadro 4.5 se entrega un resumen de todos los cursos técnicos y superiores en turismo y áreas asociadas administrados en Ceará.

Cuadro 4.5: Ceará – Áreas de cualificación de cursos técnicos y superiores en turismo

Tipos de cursos ofrecidos	Áreas de cualificación
Técnicos de nivel mediano	Gastronomía, hotelería, guía de turismo regional e nacional, agenciamiento y guías, eventos, turismo y hospitalidad, turismo con cualificación en guía de turismo regional, excursión nacional, calidad en recepción y atención al turista y gastronomía.
Secuenciales (superiores de formación específica y superior de complementación de estudios)	Gastronomía, hospedaje, gestión y desarrollo del turismo, turismo y medio ambiente, gestión de negocios turísticos y hoteleros, gestión, organización y promoción de eventos.
Graduación tecnológica de nivel superior	Hospedaje, gestión de emprendimientos turísticos, turismo receptor, eventos, turismo, gestión deportiva y del ocio y gastronomía.
Graduación bachillerado	Gestión del turismo, hostelería, turismo y gastronomía.
Pos graduación <i>Latu Sensu</i>	Políticas públicas del turismo, gestión del turismo, geografía del turismo y medio ambiente, turismo y medio ambiente.
Pos-graduación <i>Strictu Sensu</i>	Gestión de negocios turísticos.

Fuente: elaboración propia a partir de FIPE, 2007; SENAC, 2011; CAPES, 2011 y MEC, 2011 y 2013

Aunque Ceará tenga registrado muchos cursos y carreras en áreas de turismo y afines, los cursos tanto técnicos como superiores todavía están concentrados en las áreas de litoral del Estado, más específicamente la gran mayoría en Fortaleza y algunos en regiones del Litoral Este y Litoral Oeste, además de las grandes ciudades del Estado como Sobral, Juazeiro do Norte y Crato (Región de Cariri). Esta característica dificulta la capacitación profesional del personal en las demás regiones y municipios del Estado, y los profesionales que quieren hacerlo si no viven en las ciudades sedetienen que desplazarse por el tiempo de duración de los cursos (dos o cuatro años). Otro dato importante es que las carreras están concentradas en instituciones de enseñanza privada, lo que aumenta el costo de matrícula para quién necesita obtener la formación. Eso concentra aún más la oferta de profesionales.

Con relación a la distribución de las carreras entre los distintos niveles de formación, existe un predominio de los de tecnólogos y bachillerato, los dos en nivel superior, lo que no se concilia de forma directa con la necesidad del Estado con relación a la capacitación de los profesionales en turismo pues la mayor parte, como ya hemos visto, tiene escolaridad entre el nivel mediano y superior, lo que indica la no

necesidad por parte de los empresarios en la búsqueda de formación personal en nivel superior para trabajar en la actividad. Se observa, además, que la oferta de carreras se concentra en la formación de nivel gerencial y la mayor necesidad verificada es en el nivel de atención directa al público, turista receptor.

En lo relativo a la formación de recursos humanos en carreras técnicas se constata también que algunas empresas en el área de turismo hacen esfuerzos aislados o agregados con otras entidades gremiales del segmento tales como hospitalidad (ABRASEL – Associação Brasileira de Restaurantes, Entretenimiento e Lazer, ABIH - Associação Brasileira de Hotéis, AMHT – Associação de Meios de Hospedagem Turísticos y la FETRAHOTUR – Federação dos Trabalhadores da Hotelaria), los cuales realizan anualmente programas de capacitación para los empleados de sus asociados, posibilitando mejorías concretas en el trabajo, en una tentativa de suplir la falta de escuelas de formación para los garzones, cocineros, camareros, mensajeros, recepcionistas de hoteles, animadores y otros puestos de trabajo. Estos cursos son, en su gran mayoría, de corta duración y solo sirven para perfeccionamiento o entrenamiento para las actividades de hospitalidad.<sup>177</sup>

Aunque Ceará posea tantos cursos y carreras de nivel superior y técnicos, para formación y capacitación de personas profesionales en la actividad de turismo, persisten los reclamos de los turistas en relación al servicio de atención al cliente, entre otros reclamos.

#### **4.5.2. Evaluación de la oferta de capacitación turística.**

De acuerdo a los resultados presentados en la investigación de terreno, las carreras de turismo en el nivel superior están formando profesionales con un repertorio de actuación limitada y poca cualificación para un efectivo desarrollo en el campo profesional.

Dicho con claridad: la educación superior en turismo en Ceará no ofrece la formación necesaria para intervenir en la actividad turística y en relación a las características, necesidades y problemas pertinentes al contexto social de Ceará y el área específica de actuación de los profesionales dentro del turismo. No entrega conocimientos suficientes ni habilidades propias para la planificación turística, análisis de proyectos turísticos ni menos permite pensar estratégicamente el turismo en este territorio específico. Por el contrario, la educación superior en turismo en Ceará puede ser caracterizada mucho más como un tipo de actuación de nivel técnico que del nivel superior.

Las carreras de turismo de nivel superior de Ceará en su mayoría no poseen los laboratorios necesarios para la buena formación de los alumnos y cuando los tienen no ejercen con efectividad las funciones que deben. Este fue un punto frágil apuntado además de las observaciones de la autora de esta Tesis, por Menezes (2003). Algunos cursos también no disponen de la práctica a través de la asignatura de las pasantías en empresas supervisadas por profesores, los que muchas veces son sustituidos por relatorías de visitas técnicas a las empresas para facilitar que el futuro profesional pueda salir de sus graduaciones superiores sin la consabida “pérdida de tiempo”.

Las evaluaciones hechas por el Ministerio de Educación - MEC llamada ENADE (*Exame Nacional de Desempenho*) a partir del desempeño de los alumnos, desde cuando entran en el curso hasta cuando salen

---

<sup>177</sup> Se registra a través del PRODETUR Nacional Ceará en el componente 1 llamado Produto Turístico, un Anexo R sobre la Cualificación Profesional y Empresarial el que fue divulgado en 16.12.2011, que pretende mapear las necesidades de cualificación en las áreas turísticas del Estado.

formados, para las carreras superiores de turismo en Ceará, en 2006 y 2009<sup>178</sup>, también comprobaron que los cursos que fueron evaluados todavía no están en el nivel deseado. Uno de ellos que tuvo dos evaluaciones ENADE, el de la FACE, Tabla 4.29, ha mejorado la nota que partió de 2 en 2006 y subió a 3 en 2009. Se puede ver las notas que fueron atribuidas a cada una de las instituciones evaluadas, las que varían desde 1 hasta 4 siendo que la nota máxima es 5. Solo uno de los cursos alcanzó la nota 4 en 2006, pero el mismo bajó su nota en 2009 para 3. En 2009 tres instituciones llegaron a nota cuatro.

Tabla 4.29: Ceará - Evaluación de Instituciones de enseñanza superior de turismo, ENADE 2006 y 2009

Nombre	Nota ENADE 2006	Nota ENADE 2009
Faculdade Evolutivo - FACE	2	3
Faculdade Integrada do Ceará - FIC	3	3
Faculdade Latino Americana de Educação - FLATED	2	
Faculdade Nordeste - FANOR	4	3
Universidade de Fortaleza – UNIFOR	3	3
Faculdade Ateneu		2
Faculdade de Tecnologia Darcy Ribeiro - FTDR		4
Universidade Católica de Brasília - UCB		3
Faculdade Cearense - FAC		4
Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL		4
Faculdade de Ensino e Cultura do Ceará - FAECE		3

Fuente: elaboración propia a partir de Ministério da Educação – INEP, 2009 y 2011 y emec.mec.gov.br, 2013.

La composición de la nota ENADE es muy rica y proporciona una dimensión de la formación de alumnos. Incluye pruebas antes y después de la formación de los alumnos dentro de las carreras elegidos por ellos, o sea, cuando ingresan a los cursos y cuando salen. La prueba mide además de la formación específica en el área, otros aspectos de formación general de naturaleza transdisciplinar las que exploran habilidades y competencias importantes para los estudiantes tales como: la capacidad de narrar, analizar, sintetizar, inferir, comunicarse con claridad y coherencia y uso de la lengua portuguesa en distintos contextos.

Las temáticas que son contempladas en la prueba de formación general son: socio diversidad (multiculturalismo e inclusión social de minorías), biodiversidad (ecología), nuevos mapas socio y geopolíticos, globalización, arte y filosofía, políticas públicas (educación, habitación, salud y seguridad), redes sociales y responsabilidad (sector público, privado, tercero sector), relaciones interpersonales (respeto, cuidado, consideración y convivencia), vida urbana y rural, inclusión y exclusión digital, ciudadanía, violencia, terrorismo, avances tecnológicos y relaciones de trabajo.

Algunos otros cursos del área de turismo son ofrecidos por instituciones de entrenamiento o consultorías, los cuales sólo califican en nivel básico y tienen pocas horas de aula, las cuales sólo permiten una noción simple de la actividad de turismo. Además que en muchos casos los formadores o profesores no tienen la capacidad suficiente en términos teóricos y prácticos de la actividad de turismo. Muchas asignaturas son hechas por profesores que tienen formación en sus áreas específicas pero que no hacen la conexión o aplicación de su tema al turismo (tales como: contabilidad, economía, administración, psicología, comunicación, son ejemplos).

<sup>178</sup> Última evaluación realizada hasta abril de 2013.

La necesidad de educación profesional para las empresas principalmente debiera ser de más interés también de los propios empresarios, además de los trabajadores y de la sociedad, pues la cualificación adecuada para los servicios como sabemos debiera redundar en mejor servicio y productividad. Esta formación turística exige una estrategia integrada, construida en articulación y asociación con los actores sociales envueltos en el sistema de turismo – gobierno, *trade* turístico, consultores, profesores, instructores y trabajadores – de modo a beneficiar a todos en la sociedad.

Se apunta también cómo critica a la oferta de capacitación en Ceará, la baja capacidad gerencial del sistema de enseñanza y la discontinuidad política-administrativa. Hay un predominio en todos los niveles de cursos verbalizados y genéricos, o sea, no específicos para las necesidades locales. La escuela privada como escuela-empresa tiene como preocupación mayor la obtención de lucro, sin contenidos de calidad y preocupaciones con la vida del lugar. La baja calidad de muchos de los profesores, la falta de disponibilidad del material didáctico propio, y la baja valorización social del profesor que recibe sueldos muy pequeños, si los comparamos a otros profesionales con menos años de estudios. Es pertinente recordar aquí dos casos de cursos superiores en administración hotelera que fueron extintos, por falta de alumnos<sup>179</sup>.

Los empresarios se quejan que no existe mano de obra cualificada y en parte ello se explica porque las carreras tanto universitarias cuanto técnicas no poseen calidad y no responden a las necesidades del mercado. Eso ocurre por una demanda en las carreras de una mayor conciliación entre teoría y práctica con la utilización de laboratorios, simulaciones, visitas técnicas y pedagogías adecuadas, que estimulen las capacidades de los alumnos de articular nuevos conocimientos y aplicarlos en las empresas. La relación escuela-empresa necesita ser intensificada.

Existe un profundo distanciamiento entre los organismos oficiales que establecen las políticas de enseñanza y aquellos que financian y deliberan sobre la capacitación, en especial para el sector informal. Aun existe una escasa relación interactiva entre el *trade* y las empresas de capacitación que pueda viabilizar la inserción en el mercado de los profesionales formados en las carreras respectivos.

La absorción de la mano de obra cualificada egresada a través de las carreras y cursos existentes, es mucho más pequeña que la demanda por ellos, pues la mayoría de las empresas del *trade* todavía tienen características muy familiares, priorizando la ocupación para los miembros de la familia en detrimento del nivel de capacitación. Un estudio hecho por el Ministerio de Trabajo, mostró que el aprovechamiento de la mano de obra entrenada es más fuerte en funciones menos cualificadas, y no siempre el cargo en el trabajo se restringe a las tareas para las cuales se contrató.

En cuanto a la fiscalización y revisión de los contenidos y la didáctica de las carreras ofertadas y los cursos, a excepción de los Universitarios y de los de guía de turismo, existen pocos mecanismos de control que sean eficaces. La planificación del currículo de los cursos casi nunca es precedido de estudios mercadológicos y dejan a desear en el sentido de ser reformulados o revisados periódicamente. Así, los alumnos egresados dicen que el currículo está desfasado en relación al dinamismo de la actividad. Los rasgos destacados por los futuros profesionales, principalmente, son la poca carga horaria práctica y que las carreras son dirigidas para la administración y muy generalistas. Los profesionales de nivel superior se quejan que solo desarrollan en las empresas actividades de nivel técnico operacional y no actividades acorde a la formación recibida en planificación o administración en turismo.

---

<sup>179</sup> Uno en la UNIFOR y otro en la antigua FIC (hoy día Centro Universitario Estacio do Ceará).

Como ejemplo del anterior, para el ejercicio de la profesión de consultor de viajes, que los cursos deberían suplir de embasamiento teórico en términos de conocimientos generales sobre historia general y de Brasil, aspectos regionales, geografía, historia de la arte. En la parte técnica de entre las exigencias de formación más significativa debiera aparecer: mejores conocimientos y prácticas en planeamiento, elaboración de proyectos, noción de investigación, conocimiento de idiomas, habilidades en informática, de entre otras. También se apunta la necesidad de mejor desarrollo en los futuros profesionales relativo a las relaciones interpersonales, desarrollo de una buena comunicación verbal y corporal, técnicas de motivación, de jefatura y liderazgo, la postura ética<sup>180</sup>.

Por último, las bibliotecas en estas Instituciones de enseñanza de turismo y áreas afines, que son ítems importantes para el conocimiento y estudio de los alumnos y educadores, suelen tener colecciones con menos ejemplares que lo deseable y de dudosa calidad, en general muchas veces. Falta actualización por parte de las instituciones y de los educadores para la real formación de un trabajador creativo, innovador, participativo, dinámico, integrado, con principios morales, conciente y crítico para solución de problemas y con equilibrio emocional para eso. La interacción con la comunidad es otro factor que necesita ser trabajado para una formación direccionada en una dimensión más solidaria, humana y ciudadana del futuro trabajador.

En resumen: El sistema educacional en turismo de Ceará todavía es de baja calidad y posee poca pertinencia para los complejos desafíos del desarrollo local sustentable.

#### **4.6. Impacto del turismo en el desarrollo local en Ceará.**

En este apartado se demuestra a través de varios importantes índices considerados como indicadores de crecimiento y desarrollo económico-social, la evolución de los municipios turísticos de Ceará a través del tiempo. Además se presentan los resultados del análisis multivariado realizado, para comprobación de que el turismo ha contribuido para la mejora económico-social y, finalmente, el desarrollo del Estado de Ceará.

Fortaleza, la capital del Estado, dispone de las principales infraestructuras turísticas, y fue responsable por 30% del flujo turístico del Estado (en 2011), aunque existan otros municipios considerados por los turistas de especial interés, principalmente los que se encuentran en el litoral que correspondieron en este mismo año a los 57% del flujo de visitantes en el Estado, sumando entre ellos un total 87% de todos los turistas que vienen al Ceará (2011). La política del gobierno estadual que ha decidido ampliar la infraestructura turística dividiendo el estado en doce regiones, eligió en los últimos años sólo tres de ellos para recibir los escasos recursos considerados, ya que en una concepción de “polos de desarrollo turístico”<sup>181</sup>, algunas autoridades del sector sostienen que irradiarán impactos positivos y generarán externalidades para las demás regiones.

De hecho, la actividad turística todavía no ha contribuido históricamente por si sola para la mejora de posición de los municipios destinos turísticos en relación a los demás, considerando once de los principales municipios destinos turísticos del Estado de Ceará, los que están ubicadas en el litoral. Sin contar

---

<sup>180</sup> Véase Rosa et al., 2005.

<sup>181</sup> Aunque no sea éste el término más adecuado, así es como son llamados oficialmente los *clusters* de turismo en la planificación oficial del gobierno.

obviamente con la capital Fortaleza la que está en primero lugar, en número de recepción de turistas, dentro del Estado (Tabla 4.31 y Tabla 4.32) en sus índices de desarrollo IDM<sup>182</sup>.

Una mirada en la evolución del IDM entre 2000 y 2006 muestra que los municipios turísticos tendieron a incrementar sus índices, especialmente Aracatí y Beberibe en el Litoral Este y Camocim en el Litoral Oeste; todos en torno de 11 puntos. La capital, Fortaleza, también mejoró su índice, promedio de 10 puntos. Sorprende que Municipios de fuerte demanda turística como Caucaia y Aquiraz, ambos situados dentro de la Región Metropolitana de Fortaleza (y por tanto objetos de inversiones públicas y privadas asociadas con dicha externalidad), no hayan mejorado sustancialmente sus IDMs (3 puntos Caucaia y -0,5 Aquiraz).

Sin embargo, se si hace un análisis entre los años 2000 y 2008 la situación no fue la misma que hasta el año 2006: de los 11 municipios turísticos 6 empeoraron en sus índices de desarrollo, con excepción de Aracati (+2,56), Jijoca de Jericoacoara (+6,40), Paracuru (+3,74), Sao Gonzalo do Amarante (+13,12) y Trairi (+4,70) los tres últimos que inicialmente fueron contemplados con recursos del PRODETUR I.

Se miramos desde el punto de vista del *ranking* clasificatorio de todos los municipios de Ceará, en 2008, en términos de IDM, solo Aquiraz continua con una posición privilegiada de entre los 184 municipios del Estado; y Sao Goncalo do Amarante que pasó de una posición 37°, en 2000, para ser el 10°. Pero la explicación aquí no sería la actividad de turismo y sí una fuerte inversión en parque industrial.

Este mismo ranking anterior de los municipios en 2010, puede ser apreciado a través de la Tabla 4.32 donde se observa que la mayoría (siete) de los 11 principales municipios turísticos de Ceará mejoraron ocupando posiciones en relación a los demás en al año 2000. Las excepciones quedaron con solamente tres de ellos - Beberibe, Camocim y Paraipaba – los que obtuvieron peores clasificaciones. Desde este punto de medición hay un avance considerable de los municipios ganadores que puede ser atribuido al turismo, por tener, en la estructura sectorial de ellos, el predominio de los servicios en más de 50% de la producción (ver tabla 4.12).

---

<sup>182</sup> Las dimensiones y variables utilizadas para calculo de este índice son indicadores tales como: 1. Fisiográficos, de uso de terrenos e agrícolas: precipitación pluviométrica, área utilizada con labores e pastajes, área explorable utilizada, área de innovéis productivos, valor de la producción agropecuaria, valor de la producción vegetal, valor de la producción animal, productores asistidos por la EMATERCE, consumo de energía rural y salinidad de la agua; 2. Demográficos e económicos: densidad demográfica, tasa de urbanización, producto interno bruto, ingresos presupuestarios, consumo de energía eléctrica de la industria y el comercio, producto interno bruto del sector industrial, producto interno bruto del sector servicios, recaudación del ICMS, rendimiento medio de los jefes de domicilios e ingreso medio do empleo formal; 3. De infraestructura de apoyo: teléfono instalados, agencias de correo, tráfico postal, agencias bancarias, total de vehículos, vehículos de carga, puestos de combustibles, coeficiente de proximidad, domicilios con energía eléctrica, red de carreteras (rodoviaria) total y pavimentada; 4. Sociales: tasa de escolarización en la enseñanza fundamental, tasa de escolarización en la enseñanza medio, tasa de aprobación en la enseñanza fundamental, tasa de aprobación en la enseñanza media, tasa de repetición en la enseñanza fundamental, tasa de evasión en la enseñanza fundamental, tasa de promoción de la 4ª para la 5ª serie, escuelas públicas con bibliotecas, salas de lectura y laboratorios de informática, equipamientos de informática, función docente en la enseñanza fundamental con formación superior, función docente en la enseñanza medio con formación superior, tasa de mortalidad infantil, tasa de mortalidad por causas externas, razón de mortalidad materna, cobertura del Programa Salud de la Familia, lechos de hospitales, médicos, abastecimiento de agua, alcantarillado y recolección de basura.

Tabla 4.31: Ceará – IDM de municipios turísticos de Ceará entre 2000 y 2008

Municípios	2000		2004		2006		2008		Diferencia 2000-2008	
	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Ranking	Índice
Aquiraz	44,61	12	40,2	11	44,11	16	44,25	12	0,0	-0,36
Aracati	36,9	22	36,92	20	47,96	7	39,46	23	1,0	2,56
Beberibe	28,45	60	26,55	71	39,41	27	27,79	93	33,0	-0,66
Camocim	34,25	31	26,98	65	45,84	12	29,94	70	39,0	-4,31
Cascavel	36,63	23	38,17	16	45,76	13	34,94	42	19,0	-1,69
Caucaia	43,61	13	39,93	12	46,65	10	42,37	16	3,0	-1,24
Fortaleza	79,25	1	79,38	1	89,56	1	85,41	1	0,0	6,16
Jijoca de Jericoacoara	18,07	148	20,81	119	25,67	100	24,47	120	-28,0	6,40
Paracuru	35,37	25	33,23	29	37,96	30	39,11	24	-1,0	3,74
Paraipaba	37,72	20	29,12	52	32,88	52	32,44	52	32,0	-5,28
São Gonçalo do Amarante	33,01	37	30,55	43	40,69	22	46,13	10	-27,0	13,12
Trairi	21,88	112	20,27	124	27,56	86	26,58	100	-12,0	4,70

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2002, 2008b y 2010

Tabla 4.32: Ceará–IDM de municipios turísticos de Ceará en 2000 y 2010

Municipios	2000		2010		Diferencia 2010-2000
	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Ranking
Aquiraz	44,61	12	45,1	8	-4
Aracati	36,9	22	36,85	20	-2
Beberibe	28,45	60	26,01	57	-3
Camocim	34,25	31	27,2	48	17
Cascavel	36,63	23	33,39	26	3
Caucaia	43,61	13	38,75	13	0
Fortaleza	79,25	1	73,96	1	0
Jijoca de Jericoacoara	18,07	148	18,39	122	-26
Paracuru	35,37	25	37,82	16	-9
Paraipaba	37,72	20	29,37	38	18
Sao Gonzalo do Amarante	33,01	37	47,91	7	-30
Trairi	21,88	112	26,63	55	-57

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2002 y 2013.

Es importante consignar que los municipios turísticos de Ceará ya poseían en 2000 un Índice de Desarrollo Humano, IDH (el último año disponible), superior al promedio del Estado de Ceará (184 municipios), a excepción de Jijoca de Jericoacoara y Camocim, los que ocupaban el 108º y 99º respectivamente. Así los lugares restantes del IDH en el año 2000 eran: Caucaia 3º, Cascavel 23º, Aracati 25º, Aquiraz 27º, Paraipaba 31º, Beberibe 50º, Paracuru 67º, São Gonçalo do Amarante 75º y Trairi 90º.

Esta información es importante porque ilustra que se trata de lugares que ya poseen ciertas capacidades y estándar de vida. En ellos además se están desarrollando los esfuerzos de inversiones privadas y públicas de la presente década, cuyos impactos revisaremos.

Las Tablas 4.33 y 4.34 revisan los cambios en la posición relativa en el IDM de los once municipios que concentran la mayor cantidad de turistas durante 2004-2010<sup>183</sup> en Ceará, fuera de la capital Fortaleza. Lo primero que llama la atención es la existencia de una cierta dispersión de la demanda turística en el período (desde 89% hasta 77% de las visitas) a pesar de la fuerte concentración de visitantes en cuatro municipios: Caucaia, en el Litoral Oeste y los municipios de Aquiraz, Beberibe, todos ellos cercanos a Fortaleza, además de Aracati a unos 140 kilómetros de la capital, Fortaleza.

En esos cuatro municipios, responsables por casi 58% de las visitas a Ceará en 2010 (excluyendo Fortaleza) se observa una mejoría relativa en sus IDMs, especialmente en Beberibe y Aracati, en 2006. Se excluye Aquiraz, que cae su posición tanto en sus IDMs como en número de las visitas de turistas. En 2010, todos ellos experimentaron mejoras en sus IDMs relativos a 2008, con mayor intensidad en Beberibe (de 93º a 57º), Cascavel (de 42º a 26º), Trairi (de 100º a 55º) y Camocim (de 70º a 48º). Sin embargo este indicador para el año de 2010 se comparado con el año 2000 ha empeorado para Cascavel (salió de 23º para 26º), Paraipaba (salió de 20º para 38º) y Camocim (salió de 31º para 48º) mientras sus clasificaciones en la demanda turística ha permanecido muy semejante al largo del periodo. Lo que puede significar que otros factores distintos han influenciado para este comportamiento.

Tabla 4.33 Ceará – Municipios más visitados y IDM 2000/2008

Municipios más visitados	% de la demanda del turismo del Estado (fuera de Fortaleza)			Clasificación dentro del Estado según IDM			
	Año 2004	Año 2007	Año 2008	Año 2000	Año 2004	Año 2006	Año 2008
Caucaia	22,9	16	21,6	13º	12º	10º	16º
Aquiraz	15,8	10,1	12,7	12º	11º	16º	12º
Aracati	13,9	11,1	12,6	22º	18º	7º	23º
Beberibe	11,6	13,1	15	60º	69º	27º	93º
Jijoca de Jericoacoara	8,1	6,5	5,4	148º	118º	100º	120º
Cascavel	3,9	1	1,8	23º	14º	13º	42º
São Gonçalo do Amarante	3,1	1,5	2,3	37º	40º	22º	10º
Trairi	2,8	2,1	1,8	112º	125º	86º	100º
Paraipaba	2,7	5,7	3,4	20º	53º	52º	52º
Paracuru	2,7	1,7	1,2	25º	29º	30º	24º
Camocim	1,5	0,8	0,6	31º	66º	12º	70º
Total	89	55,7	77,7	-	-	-	0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SETUR (2007 y 2009) y de IPECE (2009, 2009b y 2010a y 2010b).

<sup>183</sup> Se consideran los municipios que hasta 2006 fueron los más visitados para compatibilización con la investigación de campo.



Tabla 4.34: Ceará – Municipios más visitados y IDM 2000/2010

	% de la demanda del turismo del Estado (fuera de Fortaleza)	Clasificación dentro del Estado según IDM
<b>Municipios mas visitados</b>	2010	
<b>Caucaia</b>	16,43	13º
<b>Aquiraz</b>	15,47	8º
<b>Aracati</b>	12,82	20º
<b>Beberibe</b>	12,98	57º
<b>Jijoca de Jericoacoara</b>	7,7	122º
<b>Cascavel</b>	1,54	26º
<b>Sao Gonzalo do Amarante</b>	2,66	7º
<b>Trairi</b>	1,41	55º
<b>Paraipaba</b>	3,59	38º
<b>Paracuru</b>	1,5	16º
<b>Camocim</b>	0,76	48º
<b>Total</b>	76,86	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SETUR (2012) y de IPECE (2013).

Las estimaciones de SETUR (2008) sobre contribución del turismo al Producto Interno Bruto regional indicaban que en el período 1995-2010 éste se habría casi triplicado, pasando desde el 4% al 11% del PIB<sup>184</sup>. Las informaciones de gasto per cápita y días de permanencia de los turistas dan lugar a una estimación media de gasto turístico directo, al que se agrega el gasto indirecto, determinado a partir de un factor multiplicador. SETUR ha asumido una ampliación creciente de este efecto a partir de un estudio de 1996<sup>185</sup>.

Como veremos a continuación esos “supuestos” de radical ampliación (de 34% a 75%) del efecto multiplicador del gasto turístico sobre el resto de la economía, son difíciles de compatibilizar con los escasos impactos económicos y sociales que el turismo ha generado en los principales destinos turísticos de Ceará. Si se mantuviera el mismo factor multiplicador del gasto en turismo (1,34 en 1995), en 2008 el impacto del turismo sobre el PIB de Ceará sería de sólo 7,5% y no de 9,8% como estimaba el organismo oficial de Turismo de Ceará, SETUR.

Sin perjuicio del anterior en los 11 municipios más visitados por los turistas en Ceará se percibe entre 2002 y 2009 una creciente evolución del PIB per cápita (Tabla 4.35), los que tienen, en más de la mitad de la producción total de ellos, el sector de servicios. Sin embargo, seis de los principales municipios turísticos (Cascavel, Camocim, Trairi, Sao Goncalo do Amarante, Paraipaba y Paracuru) registran un incremento del PIB per cápita inferior al promedio estadual (25%), entre los años 2007-2009 mientras que

<sup>184</sup> Borges (2009) discute el efecto multiplicador del turismo y refiere 4,4% de impacto del turismo en el PIB en 1996 en base a datos de IPLANCE, el organismo de planificación oficial del estado en 2000.

<sup>185</sup> Referido como Ferreira, Assuéro e Oliveira, Aécio – *Estruturação da Matriz de Insumo – Produto do Turismo do Ceará, Fortaleza*, Marzo de 1996, en SETUR (2009). Los multiplicadores serían de 1996=1,34; 1997=1,43; 1998=1,53; 1999=1,64; entre 2000 y 2004=1,75

Aquiraz (44,8%) y Caucaia (41,4%) se sitúan muy por encima de la media del Estado y de Fortaleza, esta con 26% de incremento del PIB per cápita, se aleja de esa tendencia. En cualquier caso, se advierte que aparte de Fortaleza y Sao Gonzalo de Amarante<sup>186</sup>, solo Aquiraz de entre las otras localidades turísticas alcanza por encima el nivel del PIB per cápita de Ceará (7.687 reales; unos 3.900 dólares). Eso constituye una señal acerca de que la actividad turística ya posee una productividad un poco mas elevada en Ceará (relativo por ejemplo al periodo anterior entre 2002-2007) y demuestra el efecto multiplicador que teóricamente y con planeamiento adecuado el turismo debiera desarrollar. En 2010 el PIB per cápita se comportó creciente para todos los municipios considerados.

Tabla 4.35: PIB per cápita de principales Municipios turísticos de Ceará 2002/2010

(en reales)

Municipios	Año 2002	Año 2007	Incremento % 2002-2007	Año 2009	Incremento % 2007-2009	Año 2010
Fortaleza	6.381	10.066	57,7	12.687	26	15.161
Aquiraz	3.877	5.838	50,6	8.452	44,8	9.395
Cascavel	3.831	4.595	19,9	5.724	24,6	6.762
Aracati	3.597	5.597	55,6	7.074	26,4	8.109
Paracuru	3.079	4.899	59,1	5.120	4,5	6.211
Caucaia	2.803	4.637	65,4	6.557	41,4	7.999
Trairi	2.090	3.674	75,8	3.885	5,7	4.631
Beberibe	2.001	3.443	72,1	4.344	26,2	5.111
São Gonçalo do Amarante	1.984	13.714	591,2	15.360	12,0	25.431
Paraipaba	1.962	4.069	107,4	4.722	16,0	5.824
Jijoca de Jericoacoara	1.662	2.935	76,6	3.793	29,2	4.649
Ceará	3.735	6.149	64,6	7.687	25,0	9.217

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE (2009c) y IBGE, 2011 y 2013.

Por cierto, es preciso recordar que el PIB per cápita de una localidad puede estar disociado del ingreso de los hogares de sus habitantes como sucede con muchos enclaves productivos. A falta de datos acerca de ingresos familiares y de pobreza actualizados y desagregados por municipios, la siguiente Tabla 4.36 muestra la situación existente a partir de los Censos de 1991 y 2000<sup>187</sup>.

Allí es posible percibir que la reducción de la pobreza y la indigencia de Ceará (11 y 9% respectivamente) fue superior a la observada en los municipios turísticos del Estado, lo cual indicaría que hasta ese momento no se registraría impacto positivo de la actividad turística en el desarrollo local. Sólo Aquiraz se escapa ligeramente por sobre el promedio estadual (13% en ambos casos), al igual que Cascavel (16% de reducción de pobreza y 12% de caída de la indigencia entre 1991 y 2000).

No es posible obviar del análisis tampoco el hecho de que al año 2000 todos los municipios turísticos poseían niveles de pobreza superiores al promedio de Ceará (57%), salvo los casos de la capital, Fortaleza (33%) y Caucaia, municipio localizado en la Región Metropolitana de Fortaleza (54%).

<sup>186</sup> Sao Gonzalo de Amarante abraza el nuevo puerto del Estado (Pecem) y es un polo de gran desarrollo industrial donde se desarrollan inversiones de una siderurgia y un proyecto de refinería de petróleo.

<sup>187</sup> Véase Dowbor, 2009.

Tabla 4.36: Niveles de pobreza en municipios turísticos de Ceará 1991 y 2000

Municipios turísticos	Pobreza (% personas)		Indigencia (% personas)		Periodo 1991-2000	
	1991	2000	1991	2000	Variación Pobreza	Variación indigencia
	Aquiraz	71,9	58,5	36,3	23,7	-13,4
Aracati	74,0	59,5	42,9	33,9	-14,5	-9,0
Beberibe	78,3	73,4	45,1	42,5	-4,9	-2,6
Camocim	79,9	72,0	51,2	44,4	-7,9	-6,8
Cascavel	78,4	62,5	46,1	34,0	-15,9	-12,1
Caucaia	62,0	54,1	30,0	27,3	-7,9	-2,7
Fortaleza	41,4	33,3	17,3	13,7	-8,1	-3,7
Jijoca de Jericoacoara	81,8	71,4	54,3	46,8	-10,5	-7,5
Paracuru	75,4	70,2	46,3	44,3	-5,2	-2,1
Paraipaba	73,4	70,9	41,3	41,3	-2,5	-0,1
São Gonçalo do Amarante	78,3	71,1	45,6	41,4	-7,2	-4,2
Trairi	85,5	78,4	63,1	55,4	-7,1	-7,7
<b>Total Ceará</b>	<b>68,2</b>	<b>57,0</b>	<b>42,0</b>	<b>32,7</b>	<b>-11,2</b>	<b>-9,3</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de IPEADATA.

Se si compara los datos de pobreza entre los años 2000 y 2003 (Tabla 4.37) ya se puede distinguir una reducción en casi todos los municipios, a excepción de Aquiráz. Se espera que los datos más actualizados arrojen mejores niveles de este indicador que todavía se presentan muy alto.

Tabla 4.37: Niveles de pobreza en municipios turísticos de Ceará 2000 y 2003 <sup>188</sup>

Municipios turísticos	Pobreza (% personas)		Variación 2003-2000
	2000	2003	
Aquiraz	58,5	69,9	11.4
Aracati	59,5	48,8	(10.7)
Beberibe	73,4	58,5	(14.9)
Camocim	72	63,5	(8.5)
Cascavel	62,5	61,4	(1.1)
Caucaia	54,1	52,8	(1.3)
Fortaleza	33,3	43,2	(9.9)
Jijoca de Jericoacoara	71,4	53,5	(17.9)
Paracuru	70,2	57,5	(12.7)
Paraipaba	70,9	54,8	(16.1)
São Gonçalo do Amarante	71,1	61	(10.1)
Trairi	78,4	58,7	(19.7)
<b>Total Ceará</b>	<b>57</b>	<b>53,9</b>	<b>(3.1)</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de IPEADATA (2000) y IBGE estados@ y ciudades@, 2013

<sup>188</sup> Ultimo dato disponible en abril de 2013.

Un análisis en el mismo período de los niveles de renta per cápita de los habitantes de estos municipios turísticos arroja similares resultados que lo relativo a la pobreza. Sólo la capital estadual, Fortaleza, registra ingresos superiores al promedio de Ceará y la evolución de renta no muestra mejorías en los principales municipios turísticos, salvo Aquiraz (61% versus 37% del Estado de Ceará). Ver Tabla 4.38.

Tabla 4.38. Renta per cápita en municipios turísticos de Ceará en 1991 y 2000<sup>189</sup>  
(valores en reales del año 2.000)

Municipios turísticos			Variación 1991-2000	
	1991	2000	R\$	%
Aquiraz	76.760	123.292	46.532	60,6%
Aracati	79.981	107.650	27.669	34,6%
Beberibe	60.309	81.178	20.869	34,6%
Camocim	62.141	99.727	37.586	60,5%
Cascavel	63.447	115.948	52.501	82,7%
Caucaia	102.712	129.234	26.522	25,8%
Fortaleza	235.769	306.703	70.934	30,1%
Jijoca de Jericoacoara	53.255	91.191	37.936	71,2%
Paracuru	72.439	81.699	9.260	12,8%
Paraipaba	73.855	84.539	10.684	14,5%
São Gonçalo do Amarante	62.365	81.063	18.698	30,0%
Trairi	47.764	61.576	13.812	28,9%
Estado de Ceará	113.860	156.240	42.380	37,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos de IPEADATA.

De tal forma que a los inicios de 2000, los municipios turísticos de Ceará no parecían reflejar aún impactos positivos del turismo en su desarrollo local, al menos en los niveles de renta de las personas y de incidencia de la pobreza. Para el período de la presente década, a falta de datos desagregados, recurriremos a los datos oficiales municipales sobre desarrollo social, elaborados por el Gobierno del Estado de Ceará a través de su institución de estadísticas, IPECE.

El desarrollo social de los principales municipios turísticos de Ceará, según el Índice de Desarrollo Social – IDS<sup>190</sup> calculado por IPECE para estos municipios de litoral constató una caída generalizada entre 2000 y 2006. La Tabla 4.39 expone elocuentemente esa realidad.

En la evolución del índice se observa que:

- a) Sólo Jijoca de Jericoacoara, unos de los “polos turísticos” más destacados y promovidos de Ceará, situado en el Litoral Extremo Oriente, a unos 300 kilómetros de Fortaleza, consigue elevar sus indicadores sociales entre 2000 y 2006, y ascender en el ranking social cearense.
- b) Los municipios más visitados por turistas en Ceará experimentan una reducción en sus índices sociales y una caída en sus lugares respecto del año 2000 (salvo Aracati, el otro “polo turístico”, situado en el Litoral Leste, con centro en Canoa Quebrada).

<sup>189</sup> Último dato disponible en abril de 2013.

<sup>190</sup> El IDS calculado por IPECE y considera cinco dimensiones específicas: educación, salud, condiciones de viviendas, empleo y renta y desarrollo rural (disponible en [www.ipece.ce.gov.br](http://www.ipece.ce.gov.br)).

- c) Los dos municipios turísticos “metropolitanos” por su cercanía con Fortaleza, Caucaia y Aquiraz, caen en posiciones y en índices de desarrollo social. No es descartable que al transformarse en “barrios periféricos” de la capital Fortaleza, estas comunas estén concentrando pobladores de bajos ingresos.
- d) No resulta posible sostener lo mismo (desplazamiento de grupos pobres a municipios turísticos) en las otras áreas donde los indicadores sociales se reducen, ya que no existen evidencias de incrementos demográficos inusuales en esas áreas.
- e) Descartados esos factores, no cabe más que asumir que tanto en la década de los 90 del siglo pasado como en la primera mitad del siglo XXI, la actividad turística en Ceará aún no ha sido un mecanismo efectivo del desarrollo local en las zonas donde éste se realiza.

Tabla 4.39: Índice de Desarrollo Social - IDS de los municipios turísticos de Ceará 2000-2006

Municipios turísticos	Año 2000		Año 2004		Año 2006		Diferencia 2000-2006	
	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Ranking	Índice
Aquiraz	40,6	93	25,6	131	11,6	169	-76	-29,0
Aracati	60,6	20	48,8	23	51,3	15	5	-9,3
Beberibe	37,3	110	22,6	150	18,4	140	-30	-18,9
Camocim	53,7	36	41,0	41	44,9	27	9	-8,8
Cascavel	42,5	78	35,6	60	23,1	121	-43	-19,4
Caucaia	72,9	8	49,9	20	40,6	36	-28	-32,3
Fortaleza	100,0	1	100,0	1	100,0	1	0	0,0
Jijoca de Jericoacoara	27,3	155	34,5	75	28,4	89	66	1,1
Paracuru	47,7	58	40,0	45	28,5	87	-29	-19,2
Paraipaba	59,5	22	38,7	49	24,4	116	-94	-35,1
São Gonçalo do Amarante	53,2	38	41,0	40	33,0	69	-31	-20,2
Trairi	29,6	147	19,9	162	4,3	180	-33	-25,3

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE (2002, 2006 y 2008b) Índice de Desarrollo Municipal.

El mismo IDS para el periodo 2006-2009 (Tabla 4.40) presenta una configuración mas en ascensión de los principales municipios turísticos de Ceará: de los once municipios, incluidos la capital Fortaleza, seis de ellos lograron mejorar sus IDS (Beberibe, Caucaia, Fortaleza, Jijoca de Jericoacoara, Paracuru y Paraipaba) siendo que la mayoría de ellos estaban en situación de descenso en los cálculos anteriores. Llama la atención que en la clasificación de este índice<sup>191</sup> realizada por el propio IPECE, seis de los municipios están en buena situación (los mismos anteriores citados y mas Sao Gozalo do Amarante) mientras que los demás se encuentran en clasificación regular.

<sup>191</sup> Entre 0,0-0,3 malo; 0,3-0,5 regular; 0,5-0,7 bueno; y 0,7-1,0 optimo.

Tabla 4.40: Índice de Desarrollo Social - IDS de los municipios turísticos de Ceará 2006-2009

Municipios	2006	2007	2008	2009
<b>Aquiraz</b>	0,452	0,519	0,538	0,494
<b>Aracati</b>	0,470	0,4861	0,518	0,472
<b>Beberibe</b>	0,442	0,467	0,487	0,532
<b>Cascavel</b>	0,435	0,487	0,485	0,452
<b>Caucaia</b>	0,479	0,482	0,509	0,544
<b>Fortaleza</b>	0,615	0,600	0,647	0,668
<b>Jijoca de Jericoacoara</b>	0,462	0,453	0,482	0,550
<b>Paracuru</b>	0,477	0,514	0,530	0,590
<b>Paraipaba</b>	0,528	0,599	0,602	0,643
<b>São Gonçalo do Amarante</b>	0,491	0,592	0,582	0,568
<b>Trairi</b>	0,444	0,498	0,506	0,486

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2011b.

La siguiente Tabla 4.41 muestra el perfil social de los municipios turísticos de Ceará, con los datos más actualizados disponibles. Queda claro que se trata de comunas con importante incidencia de la pobreza y desigualdad moderada, es decir, con homogeneidad social y escasa presencia de grupos sociales altos.

En dicho perfil destaca nítidamente el municipio de Caucaia, área turística aledaña a Fortaleza, que ha experimentado un fuerte crecimiento poblacional como residencia de grupos de ingresos bajos y medios-bajos. Se trata de un conglomerado urbano difuso, con dos centros urbanos: las ciudades de Caucaia (capital) y Jurema. La actividad turística se concentra en el litoral, especialmente en las playas de Cumbuco (originalmente una aldea de pescadores, después segunda residencia de familias de estratos medio-alto de Fortaleza y hoy con fuerte presencia europea, asociada a la práctica del kitesurf) e Icarai (hoy área de vivienda de grupos clase media y de veraneo por el día de grupos de renta medios de Fortaleza).

También con 40,6% de crecimiento poblacional el municipio de Jijoca de Jericoacoara, eleva sobremanera sus residentes, compuesto básicamente de europeos y nativos, es nombrada una de las 10 playas más bellas del mundo por New York Times de EEUU- emana una energía única, y dicen los visitantes que este es el lugar perfecto para olvidar los problemas. Rodeado por un área protegida en permanente (Dunas Parque Nacional de Jericoacoara), de 8.400 hectáreas

Tabla 4.41: Perfil social de los municipios turísticos de Ceará.

Municipios turísticos	% incidencia pobreza 2003 <sup>192</sup>	Desigualdad 2003(Gini) <sup>193</sup>	Población 2000	Población 2010	Variación % población 2000-2010
Aquiraz	69,9	0,43	60.469	72.628	20,1
Aracati	48,8	0,44	61.187	69.159	13,0
Beberibe	58,5	0,39	42.343	49.311	16,4
Cascavel	61,4	0,41	57.129	66.142	15,8
Caucaia	52,8	0,42	250.479	325.441	33,5
Fortaleza	43,2	0,51	2.141.402	2.452.185	14,5
Jijoca de Jericoacoara	53,5	0,42	12.089	17.002	40,6
Paracuru	57,5	0,39	27.541	31.636	14,9
Paraipaba	54,8	0,40	25.462	30.041	18,0
São Gonçalo do Amarante	61,0	0,40	35.608	43.890	23,3
Trairi	58,7	0,41	44.527	51.442	15,5
Estado de Ceará	53,9	0,51	7.431.597	8.452.381	13,7

Fuente: elaboración propia a partir de IBGE: Banco de datos Ciudades y IBGE, 2012b, Censo Demográfico 2010.

El Gobierno nacional ha implementado diversos programas de alivio a la pobreza, en especial el Programa Bolsa Familia, PBF, los que tienen una fuerte incidencia en los municipios del Nordeste, contribuyendo a dinamizar la economía local<sup>194</sup>. En Ceará el PBF posee una cobertura superior al 90% de las familias pobres, las que son estimadas en casi 48% de la población, en 2006. Sólo Cascavel (45%) y Caucaia (42%), aparte de la capital Fortaleza (32%), poseen, en 2006, una incidencia de la pobreza familiar menor que el promedio de Ceará (48%). En suma, 9 de los 11 municipios turísticos poseen más de la mitad de sus familias en la pobreza, en 2006.

En ese escenario es importante consignar que los aportes del Bolsa Familia cubren más del 90% de las familias pobres de 8 de los 11 municipios turísticos del Estado (se exceptúan Aquiraz con 82%, Caucaia con 79% y Jijoca de Jericoacoara con 59% de cobertura de las familias pobres del municipio). Se advierte que la importante contribución social para la reducción de la pobreza (que ha ayudado a disminuir las desigualdades sociales) tiene el riesgo de estar conformando “sociedades sin economía” En el caso específico de las comunidades turísticas, que disfrutan de importantes recursos naturales de sol y playa, resulta una paradoja que parte importante de las familias residentes sean pobres y deban recurrir a programas de asistencia social. Estamos, por tanto, en presencia de un modelo turístico excluyente.

Por último, la tabla 4.42 nos presenta las tasas de analfabetos funcionales (15 años o más) para el año 2000 y 2010 que posee cada uno de los municipios turísticos de sol y playa de Ceará y el ranking que cada uno de ellos ocupan en este indicador. Fortaleza tenía 11,2% de la población analfabeta y, como sabemos, es la ciudad más visitada, le sigue Caucaia (19,0%) con la menor tasa y también es la segunda ciudad más visitada. Sin embargo, Paracuru que ocupa el 3°, Beberibe que es la 10ª y Camocim la 11ª en términos de analfabetismo, no tienen relación con ranking en el número de visitantes, ya que ocuparon los 13°, 3° y 21° lugares, respectivamente, de entre las ciudades más visitadas por los turistas en Ceará. Las demás ciudades guardan relaciones más estrechas entre la proporción de analfabetos y la proporción de

<sup>192</sup> Ultimo dato disponible en abril de 2013.

<sup>193</sup> Ultimo dato disponible en abril de 2013.

<sup>194</sup> Véase Azzoni, 2009 y Barros, 2010.

visitantes. En 2010 todos los municipios redujeron sus tasas de analfabetos funcionales y cinco de ellos (Aquiráz, Cascavel, Jijoca de Jericoacoara, Paraipaba, Sao Gonzalo do Amarante) ocuparon mejores posiciones en sus rankings de educación. Se observa además, que en este año la posición relativa en la demanda turística es compatible para siete de ellos (Aquiraz, Aracati, Cascavel, Caucaia, Fortaleza, Jijoca de Jericoacoara, Trairi) o sea, guarda una semejante posición entre el ranking de analfabetos y el de turismo.

No se puede concluir solo por estos datos que las ciudades serían más visitadas caso mejorasen sus índices de educación, empero esta sería una puerta para que las demás necesidades de la población local fueran atendidas y como consecuencia el bien estar ciudadano (y de los turistas), que es la premisa del desarrollo.

Ahora se pregunta: cómo alcanzar niveles de desarrollo endógeno sin el mínimo, que es la educación, estar presente para todos? Cómo tener organizaciones flexibles en la producción? Cómo obtener innovaciones? Cómo difundirlas? Y el conocimiento necesario? Cómo cambiar y adaptar las instituciones y el desarrollo urbano del territorio? Premisas de las nuevas fuerzas del desarrollo.

Tabla 4.42: Tasa de analfabetismo funcional de los municipios turísticos de Ceará

Municipios turísticos	2000		2010		ranking turismo 2010
	% población	ranking	% población	ranking	
Aquiraz	31,5	7º	20,8	6º	3º
Aracati	28,8	4º	20,8	6º	5º
Beberibe	34,9	10º	26,1	10º	4º
Camocim	35,5	11º	26,5	11º	18º
Cascavel	32,5	8º	22,9	7º	9º
Caucaia	19,0	2º	12,9	2º	2º
Fortaleza	11,2	1º	6,9	1º	1º
Jijoca de Jericoacoara	37,3	12º	23,5	8º	6º
Paracuru	27,2	3º	20,2	5º	10º
Paraipaba	28,9	5º	20,0	3º	7º
São Gonçalo do Amarante	30,0	6º	20,2	4º	8º
Trairi	34,5	9º	23,6	9º	11º
<b>Total Ceará</b>	<b>25,0</b>		<b>18,8</b>		

Fuente: elaboración propia a partir de IPECE, 2012 y IBGE, Censo demográfico 2010.

Según las cuestiones metodológicas que se mencionó anteriormente (capítulo 1), el análisis econométrico emplea instrumental para estimar el diferencial de ingresos proporcionada por las características de la ocupación en las actividades turísticas.

Un modelo se estimó como se especifica en la expresión (1)<sup>195</sup> con las variables explicativas para la educación, experiencia, género, raza / color, la experiencia, el tipo de empleo, los trabajadores en el área urbana o rural, y una dummy para el sector turístico.

<sup>195</sup> Véase en el ítem 1.5.4 Técnica de Analisis de Datos.



La estimación se realizó utilizando el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios aplicado a una sub-muestra de 4.768 observaciones para el sector de servicios en el estado de Ceará. La Tabla 4.43 resume los resultados obtenidos en la estimación.

Tabla 4.43: Resultados de estimación de la ecuación de rendimientos

Variable explicada	Rendimiento/hora de trabajo (en ln)			
Variable explicativa	Coefficiente	Desvio-patrón	Estadística-t	P-valor
<b>Turismo</b>	-0,0352	0,0315	-1,120	0,263
<b>Educ</b>	0,1125	0,0065	17,310	0,000
<b>Exper</b>	0,0129	0,0049	2,610	0,009
<b>Exper2</b>	-0,0001	0,0001	-1,670	0,095
<b>Educ_exp</b>	-0,0004	0,0002	-1,700	0,089
<b>Perm</b>	0,0369	0,0039	9,590	0,000
<b>Perm2</b>	-0,0006	0,0001	-4,310	0,000
<b>Género</b>	-0,2690	0,0221	-12,160	0,000
<b>Raza</b>	-0,1250	0,0233	-5,370	0,000
<b>Informal</b>	-0,0892	0,0236	-3,780	0,000
<b>Urbano</b>	0,1483	0,0487	3,040	0,002
<b>Intercepto</b>	0,0857	0,1016	0,840	0,399
Número de observaciones: <b>4768</b>				
F (11, 7753): <b>207,57</b>				
Prob > F: <b>0,000</b>				
R2: <b>0,3244</b>				
R2 ajustado: <b>0,3228</b>				
<b>Estimación realizada con el uso del software STATA 10.</b>				

Como se indica en la estadística t-test y el valor p, se puede rechazar la hipótesis de que estos coeficientes son iguales a cero a un nivel de significación del 5%. El valor del test F también indica que todas las variables en conjunto tienen un impacto significativo en los ingresos. El modelo presenta también un ajuste de 32%, lo cual es bastante satisfactorio para este tipo de datos.

El coeficiente de la variable *dummy*, que refleja si los trabajadores están empleados en el sector turismo, tuvo un signo negativo lo que indica que la remuneración media del trabajo en el sector es más bajo que el promedio observado en el sector de servicios. Este resultado, sin embargo, no fue estadísticamente significativo.

En cuanto a las otras variables, los resultados de esta estimación son consistentes con los hallazgos en la literatura: el nivel de educación tiene efectos positivos sobre la renta del trabajo, así como la experiencia y permanencia, análisis de la tabla 4.43.

Componentes discriminatorias también se observan en el momento de los coeficientes para las *dummies* el género (mujer = 1) y la raza (negro o marrón = 1) tuvieron valores negativos. Estos coeficientes

indican que las mujeres reciben ingresos promedio un 0,26% menos que los hombres y los negros o marrones, coherente con los datos presentados en la tabla 4.20, obtiene un rendimiento promedio de 0,12% menor que los que no se declararon como negro (dato también consistente con la literatura presentada).

La misma señal negativo se observó para el coeficiente de la variable informal, lo que indica que la ocupación de puestos de trabajo sin necesidad de registro formal proporcionan un rendimiento promedio del 0,08% inferiores a los observados entre los trabajadores debidamente registrados.

Las ocupaciones en las zonas urbanas también tienen dinámicas diferentes. El coeficiente estimado para la variable *dummy urbano* muestra que los ingresos urbanos en las respectivas zonas son en promedio un 0,14% superiores.

Finalmente aunque la hipótesis de las diferencias de ingresos laborales en favor de las personas que participan en las actividades características del turismo no ha sido confirmada por el modelo econométrico, no se puede ignorar el potencial de desarrollo del turismo a las regiones pobres con abundantes recursos naturales, porque, incluso si los trabajadores empleados en estas actividades no tienen un diferencial de ingresos a favor, estas actividades tuviera un mayor potencial de generación de empleo en el período 2002 a 2008, especialmente en la Región Nordeste de Brasil<sup>196</sup>. Por lo tanto, la posibilidad de incorporación de las personas en situación de pobreza en el mercado laboral, en Ceará, a partir de la capacitación para llevar a cabo actividades relacionadas con el turismo no se puede descuidar, sobre todo si se toma en cuenta que Fortaleza, la capital del estado, será una de las ciudades-sede de la Copa Mundial de 2014.

Según las estimaciones de IPECE para 2012, las inversiones en infraestructura realizadas por el Gobierno del Estado para dar cabida a la creciente demanda generada por el aumento de la afluencia de turistas representa un incremento de 400.000 puestos de trabajo en el período 2010-2014.

---

<sup>196</sup> Véase IPEA (2011).

## **Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones**

En los inicios de la segunda década del siglo XXI se ha gestado un cierto consenso entre los economistas acerca de que no existe una sola “receta” o conjunto de políticas públicas para producir desarrollo económico en regiones, ciudades y países. De allí se deriva que es tarea del análisis económico, enriquecido con el aporte de otras ciencias sociales, descubrir, en cada caso específico, los principales determinantes o complejos nudos para desatar el proceso de crecimiento económico y permitir la ampliación de las capacidades y libertades de las personas y, con ello, elevar la calidad de vida de los ciudadanos.

Ya se ha destacado que la inexistencia de un conocimiento universal para generar desarrollo se debe a su carácter sistémico. Al final el desarrollo es una “emergencia sistémica”, producto de un entorno territorial de factores claves que se encuentran sometidos a elevada sinapsis y sinergia. La identificación de esos factores claves (“las nuevas fuerzas del desarrollo”), los que adquieren especificidades estructurales en los territorios de acuerdo a su evolución histórica (“*path dependence*”) ya fueron listados: organización flexible de la producción, difusión de las innovaciones y el conocimiento, cambio y adaptación de las instituciones y desarrollo urbano del territorio.

Esta Tesis se ha orientado precisamente a detectar esos factores determinantes del desarrollo en una particular región latinoamericana, caracterizada por alta pobreza y desigualdad social, bajos niveles educacionales, alta delincuencia e integración subordinada a circuitos económicos nacionales e internacionales, pero que también posee atractivos turísticos de clase internacional y condiciones culturales de su población muy funcionales a la actividad turística.

En todos los modelos de análisis y planificación turística se identifican esencialmente tres componentes de la oferta turística:

- a) los recursos turísticos, sean estos naturales o contruidos;
- b) los equipamientos y servicios ofertados (normalmente en manos del sector privado); y
- c) la infraestructura de apoyo (provista en general por el sector público).

En territorios pobres y con atractivos turísticos, como es el caso de Ceará, el turismo todavía está muy basado en la oferta de recursos naturales y su principal desafío ha sido alcanzar una sinergia entre los sectores público y privado para sustentar círculos virtuosos de crecimiento con equidad y sustentabilidad, que ayuden a construir la “competitividad responsable” del sector turístico. Para ello es necesario intervenir sobre factores claves que refuerzan los círculos viciosos de pobreza y falta de crecimiento

En la actualidad estas áreas pobres en Brasil (como Ceará) adolecen de condiciones básicas para un buen servicio turístico (además de la calidad de los profesionales): especialmente carecen de una adecuada infraestructura material de transporte, de telecomunicaciones, sistema bancario, de salubridad y seguridad, entre otros.

Sin embargo, en este proceso de construcción de competitividad turística le cabe también un importante rol a la propia comunidad del lugar no sólo como receptora social de la actividad sino como agente de desarrollo del turismo. Así, la propia población receptora no sólo aporta su hospitalidad, facilidad de comunicación y actitudes positivas frente al medio ambiente turístico sino que además debe ser capaz de participar en forma activa en las decisiones políticas que otorgan competitividad al destino e insertarse laboralmente en la misma actividad económica.

Sin dudas, la principal carencia de estas regiones pobres está relacionada con la cualificación de los recursos humanos que laboran en el sector turismo, como se ha mostrado en el análisis tanto a nivel de Brasil como de Ceará. El perfil de los trabajadores del turismo demuestra con claridad esta aseveración. El nivel de instrucción de las personas ocupadas en las empresas de turismo se presenta como sigue: 31,3% de los empleados tienen 4 a 7 años de estudios; 23,0% poseen 8 a los 10 años de estudios y el 26,9% alcanza 11 a 14 años de estudios. A pesar de la mayor escolarización de las mujeres que trabajan en este sector, ellas obtienen un salario medio mensual de US\$ 225, que corresponde sólo al 64,5% del ingreso medio percibido por los hombres (unos US\$ 348). Independientemente de las consideraciones de género, el ingreso promedio mensual de los trabajadores del turismo en Brasil es bajo: un promedio de US\$ 304 mensuales.

La investigación mostró también que el personal ocupado en las empresas de pequeño tamaño (97% del total) fue responsable por contratar el 61% del total de personas en las actividades del turismo. Las empresas de mayor tamaño, que ocupan 20 o más personas, registran una participación menos relevante en lo que se refiere a la generación de empleo, un 39% del total del personal ocupado.

En cuanto a los sueldos, las empresas de mayor tamaño suelen pagar el 64,2% del total de salarios u otras remuneraciones, mostrando que las pequeñas empresas pagan muy mal a sus trabajadores. Las empresas del segmento de alojamiento y alimentación presentan las menores remuneraciones mensuales, siendo el promedio de US\$ 290 y US\$ 187, respectivamente. La heterogeneidad de productividad entre empresas del sector es evidente, siendo las de mayor productividad las del segmento transporte aéreo y marítimo (medido por la relación ingreso líquido/personal ocupado) y las de menor productividad las empresas de los segmentos alimentación, alojamiento y agencias de viajes.

En suma, el turismo en Ceará-Brasil es desempeñado mayoritariamente por empresas de pequeño tamaño, muchas de ellas de los segmentos alimentación, alojamiento, agencias de viajes y transporte, las que ocupan la mayor parte del personal quién recibe bajos salarios y posee escaso nivel de instrucción. Esta constatación válida a nivel nacional, también lo es a nivel de los estados más pobres del país (como Ceará), los que poseen recursos humanos de menor cualificación y productividad y reciben ingresos sustancialmente inferiores al resto del país (promedio de la mitad nacional).

Basado en lo anterior, esta Tesis sostuvo que en territorios pobres con atractivos turísticos esta pobreza (cimentada en la baja cualificación) genera y es reforzada por un círculo vicioso de la calidad del servicio turístico, el que debe ser resuelto o quebrado a través de la inversión en la buena formación de recursos humanos.

Para ello vimos como la mala cualificación de muchos de los directivos y ejecutivos del turismo en Ceará se traducen en mal servicio y afecta la experiencia turística, construyendo una mala imagen y amenazando la sustentabilidad de la actividad.

El círculo vicioso de la actividad turística de una comunidad pobre se expresa así:

➤	<b><u>la falta de educación y cualificación (el principal componente deficitario)</u></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• se traduce en: mala <b>calidad del servicio</b>,</li> <li>• lo que genera: una <b>experiencia turística inadecuada</b>,</li> <li>• lo que lleva a: una <b>reducción de la demanda futura</b> (por difusión negativa y no fidelidad); Esto genera: una <b>capacidad ociosa</b></li> </ul>

- Que se traduce en: **pérdidas o menores utilidades**,
- Llevando a los empresarios a: la **reducción de empleo**,
- Y a: **reducir salarios**.

➤ **Todo lo cual genera a nivel agregado:**

- Un menor impacto económico general del turismo (menor demanda) y
- debilitamiento del encadenamiento con otras actividades productivas,
- afectando el sistema económico social completo,
- y reproduciendo la pobreza.

También se ha mostrado, en esta tesis como la cultura local, componente asociado pero no totalmente determinado por los niveles de educación formal, afecta esta experiencia turística al estar presente tanto en las prácticas laborales de los trabajadores del sector turismo como en las prácticas sociales de la comunidad receptora, que forma parte de los agentes económicos del turismo, por no tener conciencia de los resultados económicos positivos que el turismo puede traer agrega otros factores que descalifican el producto turístico de Ceará cuando ensucia las calles, desconoce la historia del Estado no conservando sus tradiciones o pide limosna a cada visitante que encuentra en su camino. Además de estos problemas, muchas de las infraestructuras de acceso por las diversas vías terrestres están mal conservadas u orientadas.

En esta Tesis nos concentramos en el servicio prestado por los **agentes empresariales receptores** (consideradas en esta Tesis las agencias de viajes, los medios de hospedaje y las empresas transportadoras<sup>197</sup>) y a las consecuencias que su mala calidad está teniendo para el negocio empresarial, el ambiente laboral y el desarrollo local de Ceará.

Este importante segmento no sólo es el segundo más numeroso en el Estado de Ceará con un 77,4% de los empleos turísticos<sup>198</sup> sino también el actor económico que mejor distribuye y pone “capilaridad” al flujo de recursos económicos asociado a la actividad turística. Es decir, son los agentes a través de los cuales mejor se internaliza en el territorio el producto económico turístico. Es un sector conformado por agentes “territoriales” en el sentido que viven y laboran en Ceará y que se integran en mayor o menor grado en el circuito turístico completo.

En esta Tesis demostramos que este grupo de turismo receptor es esencial en la experiencia turística del visitante y por tanto influye decisivamente en la competitividad del destino. Es decir, este grupo y su comportamiento influyen en forma significativa en los aspectos económicos, sociales y ambientales del turismo sostenible para la eliminación de la pobreza. Demostramos que en su conducta influyen no sólo su cualificación sino también la cultura local que influencia no sólo al nivel operacional o de trabajadores y empleados sino a los propios ejecutivos y dueños de agencias de viajes, transportadoras y medios de hospedaje. Las “prácticas sociales” de estos actores son claves para explicar porque planes y estrategias correctas muchas veces no son adecuadamente ejecutadas y registran pobres resultados y desempeños.

<sup>197</sup> No se incluyó las transportadoras aéreas, cuya propiedad, comando y lógica de gestión empresarial se ubica fuera del Estado.

<sup>198</sup> Los restaurantes, que emplean 15% de los empleados formales del sector turismo en Ceará en 2008 (último estudio disponible), no son considerados en esta Tesis por atender clientes turistas y no turistas, o sea, las personas del propio lugar y por no haber una contabilidad separada para los dos tipos de rentas recibidas.

A modo de resumen las informaciones respecto del comportamiento de la actividad turística en Ceará y los datos recopilados prueban nuestra hipótesis principal. Ellas muestran principalmente que:

1. El turismo en el Estado de Ceará logró, en el año de 2006, una participación del 9,9 % en el PIB estadual (en 2007 fue de 9,3%, en 2008 9,8%, en 2009 10,4% y en 2011 10,8%). El flujo de turistas para el Estado de Ceará, según SETUR (2013), en el período 1995/2011 ha experimentado tasas de crecimientos ascendentes, a excepción de los dos años, 2002-2003, cuando se registró decrecimientos del número de turistas. Estos decrecimientos coincidieron con la mala situación económica de varios segmentos sociales que componen la economía nacional, incluso de los de más altos ingresos, que son los que pueden viajar y hacer turismo con más frecuencia y nivel de gasto.
2. Del total de turistas que visitan Ceará (2.848.459, en 2011), llegando por Fortaleza, la gran mayoría proviene del propio país. Sin embargo, la proporción de extranjeros que visita el Estado ha ido creciendo desde 1995, cuando representaba el 5% del total de visitantes, hasta 2007 cuando alcanza al 12% (SETUR, 2013). A partir de 2008 los extranjeros disminuyeron su participación llegando a los 7,7%, en 2011.
3. Si bien, las áreas geográficas donde se concentra la demanda turística en Ceará han experimentado en los últimos años un importante incremento de su Índice de Desarrollo Municipal (IDM, que mide esencialmente infraestructura), el Índice de Desarrollo Social - IDS de ellos ha crecido de forma inferior a lo esperado. Ello comprueba el carácter no inclusivo del modelo de desarrollo turístico de Ceará, una característica del sistema productivo regional<sup>199</sup>.
4. Las empresas de turismo receptor en Ceará todavía no capacitan de forma adecuada a sus empleados ni tampoco tienen una relación con los centros de capacitación que permita dar soporte a sus necesidades de cualificación y formación de recursos humanos.
5. Sin perjuicio del anterior, el estudio econométrico muestra que la actividad de turismo en Ceará ha contribuido parcialmente al desarrollo territorial en la medida que ha generado más empleos que los demás sectores de servicios.
6. La interiorización de oferta hotelera demuestra una mayor diversificación de la actividad turística en el Estado.

El estudio primario de esta investigación doctoral, realizado a una importante cantidad de empresas del sector turístico receptor de Fortaleza, ha constatado la falta de profesionalismo, competencia y poco compromiso con sus trabajos entre el personal que labora en el sector, lo que aparece asociado a niveles salariales bajos y alta rotación laboral.

Se concluye en este estudio que la mala cualificación del personal y de los directivos es producto de los siguientes factores:

1. No existe una buena formación para los propios instructores locales de los cursos y, como consecuencia, ellos no pueden tener alumnos bien preparados;
2. Los cursos de formación de nivel técnico y superior en turismo, no están equipados de forma adecuada, con deficiencias en las áreas de lenguas extranjeras, desfase en la estructura del currículo de los cursos, acervo bibliográfico no actualizado o deficiente, falta de docentes con conocimientos suficientes para ejercer su profesión (la de preparar los futuros profesionales para el mercado de turismo);

<sup>199</sup> Ya confirmaba el Banco Mundial, 2003.

3. La asociación entre las empresas y las entidades formadoras de técnicos del nivel medio es precaria y no se conoce las reales necesidades de los empresarios para la capacitación y buena formación de los alumnos en los cursos respectivos. De esta forma, no existe adecuación de las carreras asociadas al turismo a las necesidades del mercado, ya que ellos no consideran las informaciones e indicaciones requeridas para la selección de la mano de obra necesaria a las tareas en las empresas;
4. La forma de selección de los candidatos a empleos en las empresas no es meritocrático, pues la indicación de los amigos es la que más cuenta en el mercado turístico de Ceará;
5. Existe una insatisfacción respecto de los sueldos, que son considerados bajos, en contraste con los altos costes para formarse en el sector turismo en Ceará;
6. Entre los profesionales del área turística de Ceará es escasa la conciencia de que los conocimientos son un factor indispensable para desempeñarse exitosamente en el sector, imperando más bien la idea de que basta con tener vocación para “turistear”;
7. No existe en la gran mayoría de las empresas de turismo, política de cargos y sueldos, los que estimularían a los empleados a mejorar su cualificación laboral a través de mejor capacitación;
8. Los empresarios también necesitan de formación en turismo y de actualización en el área para ser empresarios del mundo globalizado. Precisan, además, de concientización en cuanto a la necesidad de inversión en la capacitación y buena formación de sus empleados, entendiendo que ello forma parte de su propia supervivencia empresarial;
9. No existen investigaciones y datos consistentes sobre turismo en los municipios con potencial turístico, lo que dificulta o torna imposible el planeamiento de la actividad a nivel local.

El mejoramiento del sistema de prestación de servicios debería basarse en el involucramiento total de los recursos humanos en la organización en la que trabajan. Una actitud positiva por parte de los empleados fomentaría una percepción positiva de la experiencia turística por parte del cliente. Por ello es importante que las personas (que forman parte de la producción del turismo) se sientan motivadas, sabiendo que forman parte del negocio que trabajan. Deben ser capaces de tomar decisiones por ellas mismas y de reaccionar ante cualquier situación imprevista.

Las conclusiones finales de la Tesis apuntan resumidamente a:

1. La falta de cualificación de los recursos humanos en el sector turístico de Ceará, tanto a nivel empresarial como de empleados y trabajadores.
2. Los escasos niveles de salarios que predominan en el sector.
3. El menor impacto que esto genera para la economía local.
4. El incremento de los grandes proyectos empresariales especialmente en el sector hotelero, modelo incentivado por la política estadual.
5. La tendencia a la alta filtración del excedente económico (las fugas) y a la escasa re-inversión local en la actividad de turismo y en otros sectores necesitados.
6. La escasísima preocupación con los resultados en términos del desarrollo territorial, de parte tanto de empresarios como de empleados.
7. La política que excluye la sociedad civil y no le da oportunidad para involucrarse en los resultados de la actividad y, en consecuencia, tornarse responsable de sus resultados.
8. La falta de apoyo a las empresas de recepción turística, micro y pequeñas en tamaño y que representan la mayor parte del sector en el Estado de Ceará.
9. Se vislumbra, sin embargo, una coyuntura nacional y estadual que puede generar un cambio institucional en la dirección de un turismo sustentable. Parte de este diagnóstico se basa en recientes asociaciones entre las organizaciones gubernamentales de turismo y de fomento de las pequeñas empresas destinadas a impulsar una nueva fase de acciones turísticas, parte importante de ellas orientadas a mejorar la calidad del servicio del turismo receptor mediante la cualificación de sus recursos humanos y la modernización de sus equipamientos.



Fruto de estas conclusiones se entrega una serie de recomendaciones de política pública, destinadas a aprovechar ese espacio de acción.

### **5.1. La ampliación de un modelo excluyente: más turistas pero escaso impacto en el desarrollo local.**

Las políticas turísticas oficiales nacional y estadual, declaran como objetivos explícitos la inclusión social, la erradicación de la pobreza y la sustentabilidad ambiental de los destinos turísticos, bajo el concepto internacional de “Turismo sustentable para el alivio a la pobreza” (ST-EP). En esta misma línea, en Ceará el turismo ha sido considerado un pilar clave del desarrollo regional por los gobiernos desde hace dos décadas. Los resultados turísticos del período 1995-2012 muestran un aparente éxito en términos cuantitativos, ya que la demanda nacional se ha incrementado fuertemente, al punto que la agencia oficial de turismo estadual estima que, en 2012, el sector ha generado casi un 11,2% del PIB estadual.

A pesar de todo ello, esta Tesis demuestra que hasta 2010 no todos los municipios turísticos de Ceará (los de mayor afluencia de visitantes) parecen haberse beneficiado significativamente de la ampliación de esta actividad. Es decir, en este escenario de expansión económica estadual, los habitantes de algunos de los mayores destinos turísticos estarían mejorando sólo regular y lentamente sus ingresos y calidad de vida, objetivo explícito de la política de turismo sustentable para alivio a la pobreza. Aunque la pobreza se mantiene en niveles elevados en dichas comunas turísticas, ya existe una atracción poblacional emprendedora que evidencia nuevos grupos asociados a la actividad en dichos territorios y los indicadores sociales, educacionales y de salud han mejorado hasta 2010.

Se configura, todavía, lo que daremos en llamar un “modelo de turismo de baja inclusión”, en la medida que la integración económica, social y políticamente a la población local, es escasa y lenta.

La insistencia de la política turística estadual real (respaldada por fuertes recursos públicos) respecto de incrementar los flujos turísticos hacia Ceará mediante la promoción nacional e internacional, nuevas infraestructuras camineras y fortalecimiento del turismo de eventos, además de la instalación de resorts, puede ser un buen negocio para algunas empresas privadas de gran tamaño pero es de dudoso impacto sobre el desarrollo de los destinos turísticos, como se ha discutido en esta Tesis. Incluso una expansión del flujo turístico puede sobrepasar la capacidad de carga ambiental y deteriorar el patrimonio natural del que disfrutaban esas comunidades, como demuestra la experiencia nacional e internacional de degradación de áreas de interés turístico.

### **5.2. Las débiles fuerzas del desarrollo turístico en Ceará.**

Un somero repaso del estado en que se encuentran las “fuerzas del desarrollo” turístico en Ceará nos muestra un cuadro poco halagüeño:

- a) Organización flexible de la producción: Como se ha mostrado, el sector de turismo receptor (ETR) en Ceará posee un perfil de pequeña y micro empresa, con fuertes rasgos familiares, escasa capacidad de innovación y sobre todo, con una mínima articulación como gremio y como agentes económicos individuales. La cooperación entre las Empresas Turísticas Receptoras es bajísima y existe escaso

trabajo en red, pues los niveles de confianza son escasos, impidiendo el intercambio de bienes y conocimientos en el sistema productivo<sup>200</sup>.

- b) Difusión de las innovaciones y el conocimiento: Quizás éste es uno de los principales escollos del desarrollo, ya que junto a la escasa cualificación de las personas de las ETR, se registra un mínimo esfuerzo de capacitación y ésta no constituye un real incentivo para el desarrollo profesional, en la medida que no existe una meritocracia. Las universidades operan por oferta y no son sensibles a las demandas del sector productivo, produciendo profesionales sobre-entrenados pero de escaso conocimiento técnico que deben aceptar condiciones de trabajo inferiores a sus expectativas.
- c) Desarrollo urbano del territorio: La concentración de la población, la actividad productiva y de servicios y el poder político social en la capital estadual, Fortaleza, representa un importante desafío que los últimos gobiernos han intentado enfrentar, mediante la planificación territorial. Los resultados aún no aparecen con nitidez ya que Fortaleza sigue creciendo más que el Estado de Ceará en términos poblacionales, aunque no en su PIB per cápita ; y
- d) Cambio y adaptación de las instituciones: Parte importante de la productividad del sistema turístico de Ceará se encuentra frenada por los altos costes de transacción y las des-economías del sistema económico social cearense. La coordinación de los actores turísticos receptivos de Ceará es escasa y en consecuencia su capacidad de acción colectiva es mínima. La idea de *gobernanza* o *gobernación* del desarrollo<sup>201</sup>, imprescindible en un sistema turístico territorial, no se encuentra difundida entre los agentes turísticos. La persistencia de un ancestral sistema clientelista, patrimonialista y coronelista, representa un freno para el surgimiento de instituciones y organizaciones más inclusivas que permitan una mayor integración económica y participación social de las comunidades turísticas en su destino.

### 5.3. Un modelo turístico con poca innovación y baja calidad de servicio.

En este contexto, las estrategias de desarrollo regional y sectorial, otorgan *en los hechos* una baja prioridad a la formación de recursos humanos en el área turística, considerada en la literatura especializada como un componente clave de este servicio y dentro de las corrientes económicas como elemento central de la productividad y encadenamiento de la actividad. En términos reales, los recursos de los más importantes programas públicos turísticos (como PRODETUR) tienen un marcado sesgo de infra-estructura.

Este bajo interés en la formación de recursos humanos para el turismo se mantiene, a pesar de que las investigaciones nacionales referidas en esta Tesis muestran que el turismo en Brasil está lejos de ser competitivo internacionalmente y que la calidad de los recursos humanos en las diversas esferas de toma de decisiones es uno de sus escollos más determinantes. Es exactamente lo que la propia opinión pública regional comienza a percibir a partir de 2007.

<sup>200</sup> Un Estudio del Ministerio do Turismo (2009c) sobre los 65 destinos turísticos más competitivos de Brasil por regiones muestra que los situados en el Nordeste (donde está el Estado de Ceará) son menos competitivos (50,4 contra 54 puntos promedio Brasil), especialmente en los componentes capacidad empresarial (50,2 versus 55,7) , impacto en economía local (51.3 versus 57,1), seguimiento de la planificación (28,8 versus 34,5) y acceso (51,8 versus 58.1). En cambio, casi no existen diferencias en atractivos turísticos.

<sup>201</sup> Véase Aguillar Vilanueva, 2007.

Una actitud similar de baja valoración de la capacitación de recursos humanos es adoptada por los empresarios del sector, que realizan escasos esfuerzos de formación pertinente de su personal operacional y ejecutivo, como se demuestra en los Resultados de esta Tesis y es referido en el citado Editorial del más influyente diario estadual.

Como han sostenido importantes autores, en el desarrollo económico “la cultura es el factor determinante por excelencia” y por consiguiente el desarrollo proviene desde adentro de los países y cualquier tentativa de forzar los procesos políticos y culturales desde afuera está condenada al fracaso. Esta es la base de una visión cultural del desarrollo endógeno.

Situada así desde un enfoque territorial de desarrollo, esta Tesis sostiene que el peso de las instituciones es un componente privilegiado para explicar el desajuste entre políticas y resultados en el sistema turístico de Ceará. Instituciones del desarrollo son “extractivas” y impiden que los planes y proyectos pasen desde el discurso y las formulaciones genéricas a ser mecanismos del despliegue de las demás fuerzas<sup>202</sup>.

De ahí que la política de desarrollo turístico de Ceará otorgue poca importancia a la coordinación entre los agentes en el territorio, orientándose preferentemente a la atracción de nuevos agentes externos de gran tamaño (inversionistas europeos principalmente) mediante procesos bilaterales de negociación. Y, por cierto, esta política aún no pone en marcha la idea de *gobernanza*, reduciendo la participación de diversas organizaciones regionales y locales en la toma de decisiones del sector y con ello minimizando la coordinación económica y el aprendizaje colectivo.

De acuerdo a la literatura las prácticas gerenciales de gestión del conocimiento están fuertemente asociadas a mejores desempeños empresariales, ya que estimulan el aprendizaje, la creatividad y la innovación en el contexto organizacional. Para ello se requiere un liderazgo y una cultura dirigida hacia la experimentación, la innovación y la búsqueda de grandes desafíos, como transformar bienes, servicios y relacionamientos en experiencias positivas y trabajar en equipos multidisciplinares que ayuden a la creación de distintas oportunidades para desarrollar, difundir y asimilar el conocimiento organizacional. Desde esta perspectiva se puede identificar tres grandes grupos de empresas: las empresas que aprenden, las empresas tradicionales y las empresas atrasadas. Es difícil distinguir en el sector turístico de Ceará empresas del primer tipo.

De esta forma, las empresas turísticas receptoras de Ceará exhiben una competitividad reducida, determinada por su pequeño tamaño, su escasa coordinación y asociatividad, su baja cualificación de recursos humanos, su lejanía de la toma de decisiones del sector y su escasa capacidad de gestión estratégica. Ellas son, sin embargo, el eslabón clave en la cadena turística cearense ya que parte importante de la experiencia turística descansa en el servicio que ellas brindan. Y por ello son esenciales para el real de un destino turístico.

#### **5.4. Las oportunidades para un modelo turístico inclusivo y sustentable.**

Identificado el rol estratégico de las empresas de turismo receptor en Ceará y su situación y capacidades actuales, cabe preguntarse acerca de las posibilidades de disponer de un entorno de políticas públicas que otorgue particular destaque a su función en la cadena y en el sistema turístico.

---

<sup>202</sup> Véase Acemoglu y Robinson, 2013.

- a) Política pública en la *cadena turística*, de manera de mejorar el desempeño de este agente local, elevando la calidad del servicio brindado a los visitantes (lo que genera satisfacción de la demanda y consecuentemente competitividad) y la productividad del trabajo (que posibilita mayor estabilidad del empleo y mejores remuneraciones, fomentando la movilidad social).
- b) Política pública en el *sistema turístico*, de manera que estos agentes contribuyan a una conciencia ambiental turística que no sólo preserve el patrimonio natural sino que saque provecho pleno de los recursos territoriales de una manera sustentable.

Esta Tesis vislumbra algunas oportunidades para una política pública, basada en el concepto de *gobernanza*<sup>203</sup> *turística*, las que se analizan a continuación. La *gobernanza* es entendida como el proceso de interacción entre actores públicos y grupos de interés destinado a crear una pauta o estructura más o menos estable y predecible dentro de un sistema socio-político. Por otra parte, se asume que la calidad de la política pública depende de la conformación de un marco institucional apropiado para la coordinación horizontal entre actores públicos, privados y sociales, es decir, de redes de actores; y que las mejores instituciones son aquellas capaces de incentivar la incorporación de los intereses generales (*bien común*) en el cálculo de las preferencias personales y organizacionales.

Se asume, también, que cambiar sistemas institucionales largamente arraigados en una sociedad es una tarea compleja, de largo plazo y que comprende diversas esferas de acción. Sin embargo, dado el carácter sistémico del proceso de desarrollo donde se desenvuelven estas instituciones, estas transformaciones pueden surgir en periodos breves de tiempo, si las condiciones internas son propicias y existen detonantes o precursores externos potentes.

Existen varios signos que ilustran que la sociedad cearense se está aproximando a un nuevo ciclo de desarrollo económico en el cual el turismo, la educación y las pequeñas empresas son factores cruciales que deberán ser conciliados. Por cierto, ese proceso de desarrollo económico se articula con un ciclo político que el Estado de Ceará experimenta desde hace más de dos décadas. Veamos cual es ese escenario:

1. Marco económico nacional: Brasil experimenta en la actualidad un bajo ciclo de crecimiento económico (crecimiento del PIB 0,9% en 2012 y el sector servicios 1,7% ), después de haber sobrellevado en muy buena forma la crisis internacional de 2008-2009. Ello genera expectativas de una recuperación de la demanda interna, de la cual depende fuertemente el turismo de Ceará (90%). En 2012 hubo un incremento del gasto de los hogares (3,1%) y las perspectivas de inversión de los agentes económicos son positivas. Este escenario es reforzado con la dinámica generada en Brasil (y en Ceará) con la Copa del Mundo de Fútbol en 2014 y las Olimpiadas en 2016, junto con el inicio de las operaciones de extracción petrolera de uno de los mayores depósitos mundiales (pre-sal) en 2013.
2. Nuevo escenario social nacional: Los últimos años (especialmente el período 2005-2011) se han caracterizado por un ampliación de los grupos medios de la población brasileña y su vigorosa incorporación al consumo. Entre ellos figura un nuevo componente: el turismo nacional. Este es incentivado por la política de turismo que prevé líneas de financiamiento especial para viajes y agencias de viajes. La fuerte expansión del ingreso de las familias, la reducción de la pobreza y de la

---

<sup>203</sup> Definida según el DRAE como el “arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía.” Para un tratamiento del concepto de gobernanza ver: Prats (2005), Aguilar (2007) y Vázquez Barquero (2005).

desigualdad social ilustran sobre la paulatina ampliación del mercado turístico nacional, el que tiene en el Nordeste y Ceará, uno de sus destinos predilectos.

3. Política turística nacional: El Plan Nacional de Turismo 2011-2014 ha definido el turismo como factor inductor de la inclusión social y priorizado “65 destinos inductores del desarrollo turístico regional”, cuatro de los cuales se localizan en Ceará (Fortaleza, Aracati, Jijoca de Jericoacoara y Nova Olinda). Se trata de fortalecer determinadas áreas llevándolas a un patrón de competitividad internacional; a estas áreas se encuentran vinculadas 59 regiones turísticas y 740 municipios. De ellos, 25 municipios se encuentran en Ceará. El Plan considera un fortalecimiento de las estructuras de gobernanza regional.
4. Escenario económico social de Ceará: El Estado ha mostrado un crecimiento económico bastante superior al de Brasil en 2012 (+3,65% versus 0,9% PIB) y desde 2007 hasta 2009 la incidencia de la pobreza y la indigencia se han reducido (ver ítem 3.2.5), en parte, gracias al crecimiento económico pero muy especialmente por el flujo de ingresos de programas sociales. Los malos índices educacionales de hace dos décadas han mejorado, habiéndose reducido el analfabetismo a menos de la mitad desde 1987 (40%) hasta 2010 (18,8%) y duplicado la media de años de estudios (aunque sean de calidad dudosa) de la población (desde 2,7 años en 1987 a 5,9 años en 2009). Ellos son componentes esenciales en cualquier política pública de *gobernanza* territorial, de cualificación de mano de obra y de sensibilización turística.
5. Infraestructura turística: Más de una década de fuertes inversiones en infraestructura turística (especialmente a través de PRODETUR) en Ceará están siendo potenciadas por el agresivo plan de inversiones públicas que está desarrollando el Gobierno de Estado, que consultan dos nuevos aeropuertos (polos turísticos de Aracati y Jericoacoara), Centro de eventos y Acuario (Fortaleza), duplicación de carreteras que une ambos polos turísticos, entre otros. De esta forma, Ceará mejora considerablemente la accesibilidad y atractividad de sus principales municipios destinos turísticos.
6. Promoción y publicidad: Durante 2011 el Gobierno de Ceará gastó más de 13,4 millones de reales (unos 7 millones de dólares) en publicidad turística en los medios nacionales e internacionales y continuará en ese ritmo promocional a fin de posicionar Ceará en los mercados nacionales y internacionales. Esta promoción está combinado con las negociaciones destinadas a abrir rutas internacionales y mejorar el flujo de vuelos nacionales en alta temporada, por lo que se espera asegurar una alta demanda nacional e internacional para los próximos años.
7. Nuevos eventos de entretenimiento: Una de las inversiones más recientes del Gobierno de Estado es la construcción del Centro de Eventos y junto a la Municipalidad de Fortaleza la creación de eventos musicales y de danza popular, que cumplen el doble rol de retener población en épocas de vacaciones y fiestas y de atraer turistas. Este es uno de los ítems mejor evaluados recientemente por quienes visitan el Estado, mostrando un cierto posicionamiento que combina con las actividades de sol y playa.

Dos elementos precursores de este contexto favorable pueden ser identificados:

- a) Elecciones estatales en Ceará en 2010.

A fines del año 2010 se consolida en el poder ejecutivo del Estado la coalición de centro-izquierda de amplio espectro que gobierna Ceará desde 2007. Se trata de un ciclo político que se inició en

1987 (*Governo das Mudanças*) y que ha ido colocando el tema de la inclusión social en el centro de su política. Uno de los programas estrellas del gobierno Cid Gomes ha sido el Turismo Sustentable<sup>204</sup>, el que ya ha logrado algunas metas significativas.

b) Nueva etapa de la política turística.

Una asociación a nivel nacional entre el Ministerio de Turismo y SEBRAE, Servicio de apoyo a las pequeñas y micro empresas<sup>205</sup>, refleja una nueva orientación para el turismo en el país y en Ceará. En el Estado esta asociación se concreta en la combinación SETUR y SEBRAE Ceará, la que es considerada por el Secretario de Turismo como “vital para el turismo de Ceará”, reconociendo la importancia de los pequeños negocios, ya que ellos “mueven la cadena productiva del turismo”<sup>206</sup>.

Estamos, pues, frente a la decantación de una idea fuerza, expresada en una política y una institucionalidad. La existencia de una práctica gubernamental regional en el ámbito de los clúster (APLs - *Arranjos productivos locais*) puede ser un antecedente importante en la puesta en marcha y seguimiento de esta política.

### 5.5. Recomendaciones de estrategia y política pública.

Esta Tesis muestra que una política estadual basada en los principios y objetivos del Turismo Sustentable para el caso específico de Ceará debe considerar un sistema de gobernanza territorial y de gestión del conocimiento que reconozca las particularidades socio-económicas y culturales locales.

Una política de turismo sustentable que tenga como objetivos reales contribuir al desarrollo económico, social y cultural de las comunidades donde éste se desarrolla requiere no sólo de voluntad gubernamental (la cual es indispensable) sino enfrentar grupos de intereses ya constituidos y una forma clientelística y patrimonialista de hacer política expresada en instituciones políticas extractivas. Es preciso, por tanto, generar capacidades políticas y no sólo técnicas.

La experiencia del “governo das mudanças”, que hace más de dos décadas derrotó a las oligarquías del agro en Ceará mediante un discurso anti-coronelistas, es precisamente que no basta con “blindar” el aparato del estado mediante una tecnocracia capacitada sino que es preciso generar prácticas sociales participativas y espacios políticos para la expresión de nuevos actores.

---

<sup>204</sup> En su Plan de Gobierno de 2011-2014, Cid Gomes plantea tres elementos básicos para el Turismo Sustentable en Ceará: a) un modelo de gestión pública basado en la inclusión social y la gestión territorial participativa; b) la política de turismo debe estar al servicio del desarrollo sustentable regional y local; y c) es indispensable incentivar el emprendimiento y la responsabilidad social en las áreas turísticas a partir de la movilización de la sociedad y la participación de la comunidad. Uno de los objetivos estratégicos del Turismo Sustentable es que “la población local se beneficie con la generación de empleos y renta”.

<sup>205</sup> En su web SEBRAE sostiene que : “al ayudar a fortalecer la pequeña empresa que opera en el turismo y al consolidar el segmento como gran generador de renta y empleo, el SEBRAE tiene la certeza de que contribuye para construir un Brasil mejor, socialmente más justo”.

<sup>206</sup> Entrevista a Bismarck Maia, Secretario de Turismo de Ceará, en el Diario do Nordeste (8 de enero de 2010), donde anuncia la capacitación de 6.000 profesionales y empresarios del sector turístico de Ceará durante el primer semestre de 2010, para elevar la calidad del servicio. Adicionalmente SETUR desarrolla una política para estimular la mejoría de sus equipamientos y principalmente de sus servicios.

Será preciso, entonces, fortalecer agentes económicos sectoriales, especialmente las pequeñas y micro empresas turísticas receptoras cuyas debilidades de baja cualificación, escaso asociativismo económico y articulación política han sido mostradas en esta Tesis. Otorgarles capacitación/formación técnica tanto a gerentes y dueños como a empleados es una tarea imprescindible, así como lo es establecer un sistema de estímulos a la asociatividad y aprendizaje colectivo entre ellas. Sin embargo, no debe olvidarse que estas empresas receptoras (como muestran los resultados de la Tesis) juegan un papel importante en la creación de una conciencia ambiental y de desarrollo local por lo que se debe educar a sus directivos y empleados en dicho enfoque y ética.

Por otro lado, las propias comunidades deben ser incentivadas a participar de las decisiones que conciernen a sus territorios, para lo cual es preciso generar espacios de participación y planificación. Si bien el gobierno municipal es la autoridad territorial legítima, en el caso de Ceará no siempre dispone de las capacidades técnicas adecuadas y no pocas veces está capturada por intereses distintos a los de dichas comunidades (sobre todo en el caso de comunas con predominio de actividades agrícolas o industriales que poseen algunas áreas de atractivo turístico). La participación debe ir acompañada de información pertinente y de calidad de manera de contribuir a una participación relevante y a una toma de decisiones fundada, que ayude a resolver conflictos por el uso de los recursos turísticos, como los que se enfrentan en varios destinos turísticos de relevancia<sup>207</sup>.

En lo que sigue se ordenan un conjunto de recomendaciones específicas dirigidas a cuatro ámbitos claves de actuación: a) planificación del turismo sustentable; b) cualificación de directivos y empleados de empresas turísticas receptoras; c) sensibilización de la población de las regiones turísticas acerca del turismo sustentable y el desarrollo local; y d) mecanismos de participación e integración económica.

### **5.5.1. Recomendaciones en materia de planificación del turismo sustentable.**

La Tesis ha sostenido en diversos momentos que la planificación del turismo en Ceará tiene el desafío de alcanzar mayores niveles de participación ciudadana y de involucramiento de actores. En particular, se sostiene que ella no incorpora los intereses y necesidades de un segmento significativo del turismo regional: las pequeñas empresas del turismo receptor. Y por cierto, que los beneficios hacia este segmento han sido escasos, a juzgar por sus urgentes necesidades de modernización y cualificación/formación de la mano de obra.

Además se ha sostenido que dicha planificación turística desconoce los reales impactos que las políticas económicas y sociales están generando en las comunidades turísticas, los que no muestran, aún, un mejoramiento significativo de las condiciones sociales en las últimas décadas, más allá del promedio del Estado. Incluso parte importante de esos avances puede ser atribuido más a programas sociales federales como el Programa Bolsa Familia y menos al impacto de décadas de planificación y gasto turístico.

Se muestra, también, que la Secretaria de Turismo, SETUR- Ceará, posee serias dificultades para coordinar su acción con otras instancias gubernamentales de las cuales depende fuertemente la experiencia turística: basta mencionar, como ejemplos, la seguridad ciudadana, la salubridad pública y la limpieza y

---

<sup>207</sup> Los conflictos por el uso de los recursos turísticos son de larga data y se concentran en las playas de Canoa Quebrada (Municipio de Aracati), Cumbuco (Caucaia) y Lagoinha (Paraipaba). Ver Diario do Nordeste (edición del 10 de Enero de 2010).

mantención de las ciudades. Ceará, al igual que muchos estados de Brasil, no posee una experiencia de gestión pública que permita coordinar un sistema tan vasto y complejo como el turístico<sup>208</sup>.

Los grandes proyectos financiados con recursos gubernamentales e internacionales deben siempre tener cláusulas restrictivas en cuanto al uso de la oferta natural de recursos turísticos y aporte de empleos decentes a los habitantes del destino, outorgando la capacitación adecuada para brindar empleo decente en el mercado receptor, además de dejar un porcentual de lucros en los propios destinos, contribuyendo a la reducción de las tradicionales filtraciones de recursos.

En la actualidad el liderazgo del Director de SETUR, político-técnico especializado en el tema, ha permitido impulsar diversas iniciativas alcanzando acuerdos de trabajo significativos, como con SEBRAE Ceará. Sin embargo, la práctica del sistema público estadual es muy compartimentalizada y tiende a desarrollar sus propias lógicas institucionales.

La experiencia internacional sobre uso de modelos de planificación turística territorial en el sector turismo muestra algunos excelentes mecanismos de construcción de futuro, con capacidad de coordinar actores intra e inter sectoriales, articular “negocios” e intercambios entre agentes y consensuar planes turísticos, sobre la base de información de calidad, profesionalmente disponibilizada. La existencia de un liderazgo técnico es un factor que colabora decisivamente en los resultados de la planificación.

Por ello, se recomienda poner en marcha, un plan estadual turístico construida sobre la base de altas dosis de información relevante, una metodología adecuada y pertinente y un sistema profesionalizado de participación social relevante para el turismo.

El Estado de Ceará, que ha definido el Turismo Sustentable como pilar de su desarrollo, que lleva dos décadas de creación y renovación de la infraestructura pública, años de esfuerzo promocional nacional e internacional y que ha iniciado ahora programas de capacitación de pequeños empresarios turísticos, no puede renunciar a disponer de un centro de estudios especializados en turismo. Se trata de un instrumento que debe apoyar y acompañar el proceso de planificación, ayudando a generar conocimiento pertinente tanto para la planificación como para la formación de recursos humanos del sector turístico de Ceará. Se estima que dicho centro debería conformarse como *Think Tank* y tener como principal objetivo la política pública y no sólo el servicio académico.

Por ello se sugiere que sea conformado por el sistema universitario de Ceará, con apoyo regular de los gobiernos federal y estadual. La idea es que en un tema tan estratégico como el turismo sustentable, Ceará debe realizar una inversión significativa en conocimiento local, de manera de incorporarlo en sus políticas públicas y fortalecer la gobernanza del sistema turístico.

Diversas son las tareas que este tipo de centros de pensamiento estratégico turístico pueden asumir, destacando los estudios básicos y de impacto de los programas y proyectos públicos y privados turísticos, realizar el inventario de la oferta y demanda turística de los municipios potencialmente y turísticos de Ceará y asesorar la planificación y su seguimiento. Por cierto, la producción de publicaciones y el intercambio técnico es parte importante de las actividades de un centro de pensamiento que pueden contribuir a crear espacios de debate y coordinación de agentes económicos y actores sociales territoriales y sectoriales. Sin olvidar su aporte a la formación de recursos humanos avanzados en turismo para Ceará, en asociación con las respectivas universidades regionales.

---

<sup>208</sup> Ver especialmente el importante estudio de UNICAMP (2007).



### 5.5.2. Recomendaciones en materia de cualificación de recursos humanos.

Esta Tesis ha demostrado que la calidad del servicio turístico (un requisito indispensable de la competitividad del sector) es baja en Ceará y que parte importante del problema se sitúa en la baja cualificación de los recursos humanos de las empresas de turismo receptor.

Si bien parte importante de esta función de cualificación del personal es propia de las mismas empresas turísticas, es recomendable que sea subsidiada o provista por el estado (gobierno federal o estadual), dado que se trata de empresas pequeñas de escasa capacidad de inversión pero que conforman un sector estratégico de la cadena turística y representan el 78% del empleo del sector.

Se trata de conseguir que, en estado de régimen, las empresas turísticas, como sistema y como unidad económica, sean verdaderos espacios de aprendizaje, capaces de codificar y transferir los conocimientos pertinentes a sus empleados y compartirlos con el resto de las empresas del sector. Este es un componente clave de la idea de *clúster* turístico para Ceará.

Sin embargo, se requiere colocar al servicio de este gran esfuerzo educacional al sector universitario y de formación técnica, los que hasta ahora se encuentran prácticamente ausentes de las grandes definiciones de políticas y que tienen una acción desenfocada de las demandas reales del turismo cearense. Por ello es imprescindible disponer de información actualizada de las demandas y necesidades de ocupaciones presentes y futuras, coherentes y adecuadas a los alcances y objetivos del plan turístico estadual, identificado en el punto anterior. Así, la cooperación entre universidades, empresas y gobierno debe enmarcarse en los objetivos de la planificación del turismo.

Las recomendaciones específicas en materia de capacitación son las siguientes:

- Establecer una metodología para orientar la definición de los perfiles de salida de los profesionales, programas, currículos, cargas horarias y costes de los programas.
- Promover la evaluación por parte de los empleadores para conocer los profesionales realmente cualificados.
- Capacitar a los gestores de los Guías de Turismo para conocimiento del contenido institucional en la gestión del turismo en Ceará.
- Crear programas de bajo coste de cualificación y recualificación de los trabajadores en turismo y hospitalidad y fortalecer la enseñanza de idiomas extranjeros en la enseñanza formal, diferenciando por destinos turísticos.
- Ampliar la implantación de la enseñanza técnica para el turismo en el País.
- Ampliar la formación de maestros de la enseñanza fundamental y media, con conocimientos técnicos en turismo, teniendo como principio la sustentabilidad social, económica, cultural y ambiental.
- Desarrollar e implementar una mayor cantidad de mecanismos de cualificación *on line* para agentes receptores de viajes y otros prestadores de servicios turísticos.
- Implementar junto a las instituciones de enseñanza, programas de actualización técnica y operacional de calidad para los egresados de cursos de educación formal para el turismo.
- Desarrollar programas de cualificación, formación y especialización para periodistas especializados en turismo, estimulando la creación de pos-graduación en el área de comunicación para la actividad turística.
- Incentivar la mejoría de la calidad de la enseñanza superior, con involucramiento de gestores,

planificadores y emprendedores turísticos, estimulando a las universidades en la formación del profesional de gestión pública del turismo, en las nuevas formas de producción y en el concepto de *clúster* de turismo.

- Insertar el turismo en la transversalidad de la malla curricular de la enseñanza básica y fundamental.
- Crear un amplio programa de modernización y reciclaje de la mano de obra del sector receptor del turismo, incluyendo la actualización del desarrollo tecnológico en las áreas administrativas, financieras, tributarias, sanitarias, *marketing* e informática.
- Estudiar la forma de establecer la obligatoriedad de abordaje del tema Turismo Sostenible y Reducción de la Pobreza en los proyectos de cualificación profesional apoyados por la Secretaria de Turismo del Estado (y el Ministerio del Turismo de Brasil).

### 5.5.3. Recomendaciones en materia de sensibilización de las comunidades turísticas.

La Tesis ha descrito el perfil de los municipios turísticos de Ceará, mostrando los déficit sociales, educacionales y de participación política de sus habitantes y el aún escaso impacto del turismo en su calidad de vida. Se ha enfatizado que en algunas de esas comunidades se han generado diversos conflictos en los últimos años y que en ellos algunos grupos organizados pelean por el control de los recursos turísticos<sup>209</sup>. Se ha destacado también que la integración económica de las personas de las comunidades turísticas es escasa participando sólo en actividades informales y/ o de baja cualificación y remuneración.

Las siguientes recomendaciones de acción tienen por base la idea de que estas comunidades son interlocutores válidos en la planificación turística y en la aplicación de sus instrumentos específicos. Es imprescindible una declaración explícita de las autoridades públicas y de las empresas turísticas receptoras al respecto y la creación de una institucionalidad que incorpore a sus representantes, para ponerlas en práctica.

- Promover programas y campañas para la concientización, sensibilización y movilización de la sociedad para el turismo, como factor de desarrollo sostenible de las regiones, con énfasis en la importancia de la protección y conservación del medio ambiente y el patrimonio histórico y de los efectos socioeconómicos para las localidades involucradas.
- Crear un programa de concientización y reciclaje promoviendo la valorización lineal de todo el *trade* turístico.
- Promover la incorporación de contenidos de turismo sustentable y desarrollo local en la educación básica y media de los estudiantes de los municipios turísticos.
- Crear eventos regulares de difusión de contenidos de turismo sustentable y desarrollo local, los que pueden estar insertos en las actividades artísticas y musicales.
- Difundir información sobre la propia localidad, sus recursos turísticos, historia y cultura, aprovechando las oficinas turísticas municipales de difusión en los balnearios.

<sup>209</sup> Como el caso de los “buggeros”, personal local que ofrecen sus servicios de paseos a través de las dunas en vehículos 4x4, y sus conflictos con turistas; de turistas cearenses que invaden las playas en sus jeeps; y de lugareños que ofrecen cabalgatas en la playa afectando a los bañistas (Diario do Nordeste, 10 de enero de 2010).

#### 5.5.4. Recomendaciones en materia de mecanismos de participación e integración económica.

La Tesis ha mostrado que tanto a nivel de la cadena turística como del sistema turístico de Ceará, la participación política y la integración económica son reducidas. Es así como las pequeñas empresas turísticas receptoras tienen escasa influencia en la planificación turística y en los programas asociados, aparte de tener escasa asociatividad entre ellos y estar subordinados a los agentes mayores de la cadena.

También, los municipios turísticos son socios poco considerados en los procesos de planificación y toma de decisiones turísticas regionales. Las más de las veces son espacios geográficos donde se desplazan los visitantes y, no pocas veces, experimentan la reducción del patrimonio natural del área fruto de la actividad turística.

Para transformar a estos grupos (pequeñas empresas y comunidades turísticas) en agentes del desarrollo turístico sustentable (es decir, con impacto favorable en el desarrollo local) se han realizado ya algunas recomendaciones en los aspectos de planificación y sensibilización.

Se desea recalcar acá que ambos agentes deben ser incorporados a la *gobernanza turística regional* en sus respectivos roles, los que se delinearán acá:

a) Empresas turísticas receptoras: El fomento de la asociatividad y la creación de instancias institucionalizadas e informales (eventos) de encuentro, coordinación y acción común son tareas básicas de las agencias del gobierno regional (SETUR) y federal (SEBRAE y Ministerio do Turismo) que idealmente deberían tender hacia la formación de *clúster* turísticos en los principales destinos de Ceará. Ello requiere disponer previamente de información económica y social acerca de dichas áreas destinadas a identificar el capital social existente, experiencias de asociatividad y liderazgos locales.

A nivel sectorial el segmento de micro y pequeñas empresas posee intereses específicos de mejoramiento de equipamientos y capacitación que es recomendable sean apoyados por las instancias gubernamentales estadual y federal. Este sistema de estímulos incentivará su incorporación con mayor propiedad al sistema turístico, en la medida que la obtención de beneficios estatales legitima su participación.

Crear programas de incentivo a la certificación de micros y pequeñas empresas de turismo con foco en el potencial del lugar es una medida que puede ayudar a un mejor vínculo entre las empresas turísticas receptoras y las comunidades turísticas.

b) Comunidades de municipios turísticos (residentes regulares de los balnearios): La generación de *clúster* turísticos representa una oportunidad de participación directa de las comunidades aledañas en su planificación y gestión. Es también una instancia específica para definir los mecanismos que permitirían una mayor incorporación económica (actividad económica y empleo) de los residentes de dichos balnearios en la actividad turística. La identificación y puesta en marcha de actividades turísticas o complementarias al turismo por parte de lugareños, de manera que ellos se integren y coordinen con la oferta turística, ayudará a que las comunidades se sientan partícipes y responsables del uso de los recursos turísticos de sus territorios.

## 5.6. Aportes, limitaciones y nuevas líneas de investigación

Entre los **aportes** principales esta Tesis destaca la constatación que la educación es la institución social determinante en el proceso de desarrollo del territorio estudiado (Ceará - Brasil) y que, como tal, ha sido estratégicamente controlada por las elites locales desde los orígenes coloniales.<sup>210</sup>

Con ello ha configurado un modelo histórico de apropiación del producto social extremadamente excluyente y concentrado, aunque, como es usual, muy ineficiente para el desarrollo económico como muestran los estudios de Acemoglu y Robinson. Se postula que esta racionalidad de las elites gobernantes aún persiste en los tomadores de decisión de Ceará, a pesar de los cambios gubernamentales y la creación de un clima de opinión pública favorable al mejoramiento de la educación y su valoración como factor del desarrollo económico. A eso se agrega la oferta académica que aunque sea variada no atiende a las necesidades empresariales locales ni a la formación para un turismo de calidad y que sea sostenible.

Esta Tesis ha demostrado, en su capítulo de Resultados, que la educación de las elites locales, de los empresarios del sector turismo receptivo y sus empleados es baja e insuficiente para innovar en el área, una condición fundamental para la sustentabilidad del negocio y la difusión de beneficios a la población.

El mayor aporte son los hallazgos de que la mala formación de los recursos humanos en las empresas receptoras de turismo en Ceará no contribuye al desarrollo local lo que impide que la actividad de turismo contribuya al tan deseado desarrollo y bienestar de las comunidades receptoras. Sin perjuicio del anterior, la actividad de turismo en Ceará ha creado puestos de trabajo, principalmente en las empresas receptoras que es el segmento que genera el 77,4% de los empleos turístico del Estado de Ceará (2011) los que sí han facilitado la lenta mejoría del crecimiento del Estado en los últimos años. El estudio primario realizado a una importante cantidad de empresas del sector turístico receptor de Fortaleza, constató la falta de profesionalismo, competencia y poco compromiso con sus trabajos entre el personal que labora en el sector, lo que aparece asociado a niveles salariales bajos y alta rotación laboral.

Otro punto importante fue constatar que el planeamiento en el papel es bueno pero existen dificultades para que sea puesto en la práctica para apoyar a las pequeñas y medianas empresas receptoras, principales agentes locales, en la promoción de formación de recursos humanos adecuada a la atención de las demandas empresariales y de los turistas.

En cuanto a las grandes inversiones los recursos deberían beneficiar o ser reinvertidos en la mejora de la concientización ciudadana sobre la buena contribución que la actividad de turismo puede proporcionar para su calidad de vida, siempre que sea con criterios y decisiones acertadas, siendo un mecanismo de desarrollo endógeno que puede reducir la pobreza y las desigualdades sociales en el territorio.

Entre las **limitaciones** enfrentadas para desarrollar mejor el tema de esta Tesis se destacan:

- La falta de información pertinente, actualizada y de calidad, de manera de investigar y contribuir a una participación relevante en una toma de decisiones fundada en evidencias y preferencias ciudadanas.

---

<sup>210</sup> Como ha mostrado el destacado historiador brasileño José Murilo de Carvalho (2004 y 2008).

- El desconocimiento de los reales impactos que las políticas económicas y sociales están generando en las comunidades turísticas.

Entre las **nuevas líneas de investigación** las sugerencias serían estudiar:

- Cómo explicar la racionalidad de los agentes económicos y políticos locales en el Estado de Ceará.
- Por qué las elites políticas y empresariales no parecen dispuestas a invertir importantes recursos privados y públicos para mejorar la cualificación de sus empleados y sensibilizar a las poblaciones receptoras turísticas<sup>211</sup>, mientras gastan ingentes cantidades de dinero en publicidad turística, financiamiento de fiestas populares turísticas<sup>212</sup>, participación en ferias internacionales y sobre todo, en obras públicas “estructurantes” tales como centro de eventos, acuario, aeropuertos, pavimentación de carreteras del litoral turístico, etc.<sup>213</sup>?
- ¿De dónde proviene una secular falta de atención a la educación como factor clave del desarrollo económico, que aún se traduce en altas tasas de analfabetismo, mala calificación de la mano de obra y baja innovación? Y que, por cierto, al mismo tiempo que reducen la productividad laboral y empresarial, ponen en riesgo el prestigio de Ceará como destino turístico, por la baja calidad de servicio brindada a los turistas.
- ¿Cuál es la calidad de la política pública para el turismo sostenible?
- Evaluación de la sostenibilidad turística teniendo en cuenta la masificación y los grandes complejos turísticos.
- Conocer los reales impactos que las políticas económicas y sociales federales y estatales están generando en las comunidades turísticas
- Investigar el impacto de los programas y proyectos públicos y privados turísticos, principalmente sobre las poblaciones y territorios.
- Disponer de información de las demandas y las necesidades de ocupaciones presentes y futuras, coherentes y adecuadas a los alcances y objetivos del plan turístico estadual y presentar los resultados a las Instituciones de enseñanza.
- Generar investigaciones que recopilen información social, económica, histórica y cultural sobre los municipios turísticos, de manera de darlos a conocer a las propias comunidades.
- Elaborar estudios etnográficos sobre los municipios turísticos que contribuyan a mejorar la identidad de sus comunidades.
- Disponer previamente de información económica y social acerca de las áreas destinadas a la actividad de turismo en el Estado y identificar el capital social existente, además de las experiencias de asociatividad y liderazgos locales.

<sup>211</sup> Comunidad que habita un área de influencia turística o identificada como prioridad turística dentro de los planes de desarrollo turístico del Estado de Ceará.

<sup>212</sup> Como es el caso de la Municipalidad de Fortaleza que incentiva el posicionamiento de la ciudad como centro turístico a través de Carnavales y otras fiestas. La de 2009, por ejemplo, costó cerca de 3 millones de dólares a los cofres públicos (similar a 2008), según el Diario Oficial Municipal del 29/12/2009 (citado por el Diario do Nordeste en edición del 7 de enero de 2010), mientras aún no se resuelven los procesos judiciales asociados a irregularidades en la Fiesta de 2007. El Gobierno de Estado de Ceará, por su parte, financia las “Vacaciones en Ceará” un ciclo de fiestas con artistas nacionales en las principales ciudades del Estado.

<sup>213</sup> Ver declaraciones del Secretario de Turismo de Ceará, Bismarck Maia, en Diario do Nordeste, edición del 20 de diciembre de 2009.

## **Capítulo 6. Bibliografía y webs Consultadas**

- ACEMOGLU, D. (2005): Modeling Inefficient Institutions, The MIT Economics Department, MIT, USA, disponible en <http://www.mit.edu/faculty> accesado en julio de 2006.
- ACEMOGLU, D.; JOHNSON, S.; ROBINSON, J. A. y YARED, P. (2006): Income and Democracy, The MIT Economics Department, MIT, USA, disponible en <http://www.mit.edu/faculty> accesado en agosto de 2007.
- ACEMOGLU, D.; ROBINSON, J. (2013): Por qué fracasan los países. Los orígenes del poder la prosperidad y la pobreza. Ed. Deusto. Barcelona, España.
- ACCOUNTABILITY (2007): The state of responsible competitiveness 2007, Accountability/Fundação Dom Cabral, Julio de 2007, Londres, Inglaterra.
- AGUILAR VILLANUEVA, L. (2007): Gobernanza y gestión pública, Fondo de Cultura Económica, México.
- AKERLOF, G. y STIGLITZ, J.E. (2009): Let a hundred Theories Bloom, International Business Times, edición del 26 de octubre de 2009, USA.
- ALBACETE-SÁEZ, C.A., MAR FUENTES-Fuentes, M., JAVIER LLORÉNS-Montes, F. (2007): Service quality measurement in rural accommodation. Annals of Tourism Volume 34, Issue 1, January 2007, Pages 45-65.
- ALBURQUERQUE, F. (1998): Desenvolvimento econômico local e distribuição do progresso técnico (uma resposta às exigências do ajuste estrutural). Fortaleza: BNB, 1998. Brasil.
- ALBURQUERQUE, F. (2004): Nuevas Tendencias en la gestión territorial del desarrollo. Ponencia en el Seminario Internacional de Desarrollo Económico territorial y empleo. Concepción, Región del Bio-bio, Chile. 30 noviembre y 1 diciembre.
- ALBURQUERQUE, F. (2006): Notas acerca del enfoque del desarrollo económico territorial para el empleo in Vergara, P. y Albuquerque, F. (coords.) Desarrollo Económico Territorial respuesta sistémica a los desafíos del empleo, Red DETE-ALC, Fortaleza – Ceará, Brasil.
- ALBURQUERQUE, F. (2008): Innovación, Transferencia de Conocimientos y Desarrollo Económico Territorial: Una Política Pendiente. Disponible en [www.dete-alc.org](http://www.dete-alc.org).
- ALMEIDA, A. C. (2007): A cabeça do brasileiro. Editora Record, Rio de Janeiro, Brasil.
- ALVES, S. y Ferreira, N. N. (2009): Medida de Competitividade do destino Brasil: uma aplicação do Índice de Competitividade Turística do WEF 2008. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo. FGV-EBAPE. Accesible en [www.fgv.gov.br](http://www.fgv.gov.br)
- AMORIM, M. A. (1998): Clusters como estratégia de desenvolvimento industrial no Ceará. Fortaleza: Banco do Nordeste. Brasil.
- ANDRADE, J. V. (1992): Fundamentos e Dimensões do turismo. São Paulo: Ed. Ática. Brasil
- ANDRADE, L. A. G. de (2004): O município na política brasileira: revisitando Coronelismo, enxada e voto, en: Lúcia Avelar; Antônio Octávio Cintra. (Org.). Sistema Político Brasileiro: uma introdução. 1 ed. São Paulo: UNESP, v. 1, p. 205-222. Brasil.
- ANPROTEC (2005): Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. Accesible en <http://www.anprotec.org.br/secaodivulgacao.php>

- ANPROTEC (2006): Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. Accesible en <http://www.anprotec.org.br/secaodivulgacao.php>
- ANTON CLAVÉ, S. (1997): El Desenvolupament de Nous turístics em L'actual societat de Lleure: l'excel·lència i la sostenibilitat. Universitat de Barcelona: dossier de lectures I. España.
- ANTON CLAVÉ, S. y OLIVEIRA, J. (1997a): Turismo y Planificación del territorio en la España del fin del siglo. Tarragona: Grup d'Estudis Turístics, Unitat de Geografia, Universitat Rovira i Virgili.
- ANTON CLAVÉ, S. y GONZALÉZ REVERTÉ, F. (coords.) (2007): A propósito del turismo la construcción social del espacio turístico. Ed. UOC. España.
- APPADURAI, A. (2004): The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition, in Rao, Vijayendra; Walton, Michael, Culture and Public Action, Stanford, CA: Stanford University Press, pp.59–84. California-USA.
- APPADURAI, A. (2002): The Capacity to Aspire, forthcoming in V. Rao and M. Walton(eds.), Culture and Public Action, Washington, DC: The World Bank. USA.
- APTUR (2008): Asociación Puno Turismo y Desarrollo. Los clusters Turísticos: una opción clave para el Desarrollo de los Destinos. 07 de abril de 2008. Disponible en <http://erranteviajero.blogspot.com/2008/04/los-cluster-turisticos-una-opcion-clave.html>
- ARENDIT, E. J. (1999): Introdução à Economia do turismo. Campinas, SP: ed. Alínea. Brasil.
- ARIAS, O., A. B., M. BOSCH, W. CUNNINGHAM, A. FISZBEIN, A. G. LÓPEZ, W. MALONEY, J. SAAVEDRA, C. Sánchez-Páramo, M. Santamaría, L. S. 2005. "Pending Issues in Protection, Productivity Growth, and Poverty Reduction." Policy research working paper. World Bank, Washington, DC.
- AROCENA, J. (2002): El Desarrollo local: un desafío contemporáneo. Montevideo: ed. Santillana. Uruguay.
- AROCENA, R. y JUDITH, S. (2003): Subdesarrollo e innovación navegando contra el viento. Madrid: Cambridge University Press. España.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (1999): Cadeia Turística. Artículo publicado en Banco del Nordeste de Brasil S.A. para capacitación interna de técnicos para el turismo. (Mimeo). Brasil.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (2003): La Capacitación de Recursos Humanos en Empresas Turísticas como Factor de la Gestión del Turismo Sustentable: aportaciones conceptuales y análisis del caso brasileño. Trabajo de investigación de segundo año del Programa de Doctorado en Planificación Territorial y Desarrollo Regional de la Universitat de Barcelona. Barcelona. España. (Mimeo) 186p.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (2004). O Turismo: alavanca estratégica para o desenvolvimento endógeno. In VERGARA, P. (coord). Desenvolvimento Endógeno um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza: IADH. Brasil.
- ARRAIS DE SOUZA, M. (2006): Desenvolvimento econômico territorial em lugares pobres e com atrativos turísticos: o caso de Cumbuco no Ceará, Brasil en Patrício Vergara y Francisco Albuquerque (Coord.): Desarrollo económico territorial: una respuesta sistémica a los desafíos del empleo, Red DETE-ALC, CORFO/ SEBRAE/ IADH, Brasil.
- ARRUDA, M. C. C., WHITAKER, M. do C. y RAMOS, J. M. R. (2003). Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica. São Paulo: atlas. Brasil.



- ATLAS DA EXCLUSÃO SOCIAL NO BRASIL (2003): vol2 dinâmica e manifestação territorial. Andre Campos et al (organizadores). São Paulo: Cortez. Brasil.
- AZZONI, C. R.(2009): Brasil: una larga historia de disparidades regionales, *Foreign Affairs Latinoamerica*, Volumen 9, Número 1 , México.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL (2007): Relatório Anual 2007. disponible en [www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)
- BANCO CENTRAL DO BRASIL (2008): Indicadores de Sustentabilidade Externa do Brasil – Evolução Recente, FOCUS, 21 de fevereiro de 2008, Banco Central do Brasil, Brasília, Brasil.
- BANCO MUNDIAL (2003): Brasil: estratégias de redução da pobreza no Ceará. O desafio da modernização incluyente, Departamento do Brasil, 10 de abril de 2003, Brasília, Brasil.
- BANCO MUNDIAL (2004): Desigualdad en América Latina y El Caribe: ¿ruptura con la historia?, Banco Mundial, Washington D.C., USA (elaborado por De Ferranti, Perry, Ferreira y Walton).
- BANCO MUNDIAL (2005): Relatório Anual do Banco Mundial de 2005, ano em perspectiva. Washington, USA.
- BANCO MUNDIAL (2006a): Good Jobs, Bad Jobs, No Jobs—Bringing More and Better Employment onto the Globalized Shared-Growth Agenda. [www.worldbank.org/employment](http://www.worldbank.org/employment).
- BANCO MUNDIAL (2006): Reducción de la pobreza y crecimiento: Círculos virtuosos y círculos viciosos, Resumen Ejecutivo y Capítulo 7 Subnational Dimensions of Growth and Poverty, elaborado por Guillermo Perry, Omar Arias, Humberto López, William F. Maloney y Luis Serén, Washington D.C., USA. Disponible en: [www.bancomundial.org/publicaciones/](http://www.bancomundial.org/publicaciones/)
- BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- BANCO MUNDIAL (2007a): Brazil: Knowledge and Innovation for Competitiveness. Disponible en [http://publications.worldbank.org/ecommerce/catalog/product?item\\_id=8104415](http://publications.worldbank.org/ecommerce/catalog/product?item_id=8104415).
- BANCO MUNDIAL (2007b): Informalidad: escape y exclusión, disponible en <http://www.bancomundial.org/alc>
- BANCO MUNDIAL (2007c): Connecting to compete. Trade logistic in the global economy, Banco Mundial, Washington, USA.
- BANCO MUNDIAL (2008): Midiendo la Desigualdad de Oportunidades en América Latina y el Caribe, Washington D.C., USA. Informe elaborado por Ricardo Paes de Barros, Francisco H.G. Ferreira, Jose R. Molinas Vega y Jaime Saavedra Chanduvi.
- BANCO MUNDIAL (2009): The Moving Out of Poverty Study: An Overview, Banco Mundial, Washington D.C. , USA. Informe elaborado por Deepa Narayan, Lant Pritchett y Soumya Kapoor.
- BANCO MUNDIAL (2009a): Informe sobre Desarrollo Mundial 2009. Una Nueva Geografía Económica. Panorama General. Banco Mundial, Washington DC. USA.
- BANCO MUNDIAL (2010): Informe sobre Desarrollo Mundial 2010.Desarrollo y Cambio Climatico. Panorama General. Banco Mundial, Washington DC. USA.
- BANFIELD, E.C.(1958): The moral basis of a backward society. Free Press, New York, USA.

- BAR-EL, R. (2005): Desenvolvimento econômico regional para a redução da pobreza e desigualdade: o modelo do Ceará, Secretaria do Desenvolvimento Local e Regional, Governo do Estado do Ceará, Fortaleza, Brasil.
- BAPTISTA, M. (1997): Turismo competitividade sustentável. Lisboa/São Paulo: ed. Verbo. Portugal/Brasil.
- BARATO, J. N. (2005): Formación Profesional: ¿saberes del ocio o saberes del trabajo? Montevideo: CINTEFOR / OIT. Uruguay.
- BARBOSA GALVÃO, M. C. (2000): Ciência da informação: ciência recursiva no contexto da sociedade da informação. Ci. Inf.v.29 n.3 Brasília set./dic. 2000. Brasil.
- BARBULHO E. (2001): Excelência na Prestação de Serviços - guia para o desenvolvimento do profissional autônomo e para o sucesso nas empresas. São Paulo: Madras ed. Brasil. 130p.
- BARCELONA DEVELOPMENT AGENDA(2004): Agenda de Barcelona para el Desarrollo. Ver Fórum Barcelona.
- BARRETO, M. (2000): Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento. Campinas-São Paulo: Ed. Papirus.
- BARRETO, M.N. (1991): Planejamento e organização em turismo. Campinas: Papirus. Brasil.
- BARÓMETRO GLOBAL DE LA CORRUPCIÓN (2004): Transparencia Internacional Paris/Berlim, el 9 de diciembre de 2004
- BARRO, R (1991): Economic Growth in a Cross Section of Countries. *Quartely Journal of Economics* 106 (2), 407-43.
- BARROS C.D.C. (1999): Excelência em Serviços - uma questão de sobrevivência no mercado. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark. Brasil. 152 p. Brasil.
- BARROS, R. P., CARVALHO, M., FRANCO, S., MENDONÇA, R. (2006): Conseqüências e Causas Imediatas da Queda Recente da Desigualdade de Renda Brasileira. IPEA: texto para discussão n. 1201. Rio de Janeiro, julho de 2006.
- BARROS, R. P., CARVALHO, M., FRANCO, S., MENDONÇA, R. (2010): Determinantes da queda na Desigualdade de Renda no Brasil. IPEA, Texto para discussão n. 1460. Rio de Janeiro, enero de 2010. Brasil.
- BASTOS, N. M. G. (2003): Introdução à Metodologia do Trabalho Científico. Fortaleza: Gráfica Nacional. Brasil.
- BECKER, G. S. (1964): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. New York: Columbia University Press.
- BENEVIDES, I. P. (1998): Planejamento Governamental do Turismo: Meio Ambiente Construído e Desenvolvimento no Nordeste. In Lima, L.C. *Da cidade ao campo: a diversidade do saber- fazer turístico*. Fortaleza, FUNECE-BNB. Brasil.
- BENEVIDES, I. P. (2003): A Política de Turismo no Ceará e a Capacitação. *GEOUSP Espaço & Tempo São Paulo*, n. 14, pp 31-44. Disponível em [www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/geousp](http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/geousp).
- BENI, M. (1998) *Análise Estrutural do Turismo*. 2 ed. São Paulo: editora SENAC São Paulo. 427p. Brasil.
- BERRY, L. L. (2001): *Descobrimo a essência do serviço – os novos geradores de sucesso sustentável nos negócios*. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. Rio de Janeiro: Qualitymark. Brasil. 308p. Brasil.

- BIANCHI, R. V. (2004): Tourism Restructuring and the Politics of Sustainability: A Critical View From the European Periphery (The Canary Islands). *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM* Vol. 12, No. 6, 2004. España.
- BID (2013): El Desarrollo del Capital Humano. Disponible en <http://www.iadb.org/es/temas/desarrollo-humano/el-bid-y-el-desarrollo-del-capital-humano,4707.html>
- BISSOLI, M.A.M.A. (2000): Planejamento Turístico Municipal com suporte em sistemas de informação. São Paulo: Futura. Brasil.
- BLAKE, O. J. (2005): La capacitación: un recurso dinamizador de las organizaciones, - 5 ed. Buenos Aires: Macchi.
- BNB (2007): Prodetur. Situación actual, disponible en página web del Banco do Nordeste do Brasil: [www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)
- BNDES (2007): Revista *Visão do desenvolvimento*, Nº 42, 6 de diciembre de 2007. Disponible en site <http://www.bndes.gov.br/>.
- BOISIER, S. (2003): ¿Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica?, en Giraldo, Fabio: “Ciudad y complejidad”, FICA, Bogotá, Colombia.
- BOISIER, S. (2004a): ¿Hay Espacio Para El Desarrollo Local En La Globalización? (mimeo). Chile.
- BOISIER, S. (2004b): E se o desenvolvimento fosse uma emergência sistêmica? In Vergara, P. (coord.) Desenvolvimento Endógeno um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza: IADH. Brasil.
- BOISIER, S., SABATINI F., SILVA V., SOJO A. y VERGARA P. (1992): La descentralización: el eslabón perdido de la cadena transformación productiva con equidad y sustentabilidad. Cuadernos del ILPES Nº 36, CEPAL, Santiago de Chile.
- BORGES, C. (2009): Globalização e Turismo. Análise de seus impactos no estado do Ceará na década 1992/2002. Gráfica e Editora Nacional, Fortaleza, Brasil.
- BORJA SOLÉ, L., CASANOVAS PLA, J. A., BOSCH CAMPRUBÍ, R. (2002): El consumidor turístico. Madrid: Esic editorial. España.
- BOSCHERINI, F. (2007): Sistema Institucional, Empresas y Desarrollo Local. In Alvares, A. et al (comps). Agentes y Agenda para el desarrollo económico territorial e el empleo. Montevideo: Red DETE-ALC. Uruguay.
- BOSCH, R; Pujol, Ll; Serra, J. y Vallespinós, F. (1998): Turismo y medio ambiente. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces; Madrid.
- BOTE GÓMEZ, V. (2001): Turismo en Espacio Rural. 2 ed. Madrid: ed. Popular. España.
- BOULLÓN, R.C. (1997): Planificación del Espacio Turístico. 3ª ed. Trillas. Mexico.
- BRIAN, G.; ALAN, F. ; ANNA L.; ELAINE, R. (2012): Engaging residents as stakeholders of the visitor attraction Management Tourism. Elsevier. España.
- BUNGE, M. (2003): Construyendo puentes entre las ciencias sociales en Castel, Touraine, Bunge, Ianni y Giddens: *Desigualdad y globalización. Cinco conferencias*, Facultad de Ciencias Sociales (UBA), Manantial, Buenos Aires, Argentina.

- BUSTELO, E.S. (1999): Pobreza moral, reflexiones sobre la política social amoral y la utopía posible. En: Corredor C, editor. Pobreza y desigualdad: reflexiones conceptuales y de medición. Santafé de Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- CANELA, F. C. y NÚÑEZ V. L. D.(2008): Participación ciudadana y espacio público, análisis del marco legal de la gestión urbana. El caso del Malecón, Puerto Vallarta. Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Número Especial Primer Coloquio Internacional: Ciudades del Turismo. Disponible en <http://www.topofilia.net/cordova-diaz.html>
- CANZANELLI, G. (2007): Desarrollo económico territorial y desarrollo humano. La experiencia de los programas Art. In Alvarez, A. et al , Agentes y Agenda para el desarrollo económico territorial y el empleo. Montevideo: Red DETE-ALC. Uruguay.
- CAPES (2009): Resultados da Avaliação de Programas. Disponible en <http://www.capes.gov.br/>
- CAPES (2011): Cursos superiores recomendados. Disponible en <http://www.capes.gov.br/>
- CARBALLO, R. (2003): Innovación, Conocimiento y Espacios de Aprendizaje: De los Inhibidores a los Sublimadotes Universidad Complutense de Madrid Revista Madri+d de Ciencias y Tecnología, núm. 23/2003. España.
- CARNER, F. (2001): Encadenamientos generados por el sector turismo. CEPAL, México.
- CARRILLO, G. y CARRILLO, M. (2008): Innovaciones tecnológicas en la gestión de reservas hoteleras. In Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y tecnología disponible en <http://www.madrimasd.org/revista/revista12/tribuna/tribunas5.asp>
- CARVALHO; J. M. de (2004): Fundamentos da política e da sociedade brasileiras, en Avelar y Cintra (organizadores): *Sistema Político brasileiro: uma introdução*, Konrad Adenauer Stiftung /Editora UNESP, São Paulo, Brasil.
- CARVALHO; J. M. de (2008): Cultura das transgressões no Brasil, en Cardoso, Fernando Henrique y Marques Moreira, Marcilio (Coord.): *Cultura das transgressões no Brasil. Lições da História*, IFHC, ETCO, São Paulo, Brasil
- CASANUEVA ROCHA, C. et al (2001): Organización y Gestión de Empresas Turísticas. Pirámide. Madrid – España.
- CASTILLO GARCIA, M. (2005): Metodología de Investigación Científica USN. Método de Estudio de Caso Oct 21, 2005 disponible en [http://www.usn.edu.mx/artman/publish/printer\\_16.shtml](http://www.usn.edu.mx/artman/publish/printer_16.shtml)
- CEPAL (2003): Pobreza e Mercados no Brasil: uma análise de iniciativas de políticas públicas. Brasília: CEPAL, escritório no Brasil/DFID. Brasil.
- CEPAL/IPEA/PNUD (2003): Hacia el objetivo del milenio de reducir la pobreza en América Latina y El Caribe, Libros de la CEPAL 70, febrero de 2003, Santiago de Chile.
- CEPAL/ONE WORLD/GTZ (2005): Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en América Latina y el Caribe: Políticas de Articulación y articulación de políticas. Santiago de Chile, noviembre.
- CEPAL (2006): Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe, 2005-2006. Cap. III La Ronda de Doha, un futuro incierto. Disponible en <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/9/26619/P26619.xml&xsl=/comercio/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xsl>
- CEPAL (2007a): Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe”, Comisión Económica para América Latina y El Caribe, Santiago de Chile.

- CEPAL (2007b): Panorama social de América Latina 2006, Comisión Económica para América Latina y El Caribe, Santiago de Chile.
- CEPAL (2007c): Balance preliminar de las economías de América Latina y El Caribe 2007, Comisión Económica para América Latina y El Caribe, Santiago de Chile.
- CEPAL (2008a): Balance preliminar de las economías de América Latina y El Caribe 2008, Comisión Económica para América Latina y El Caribe, Santiago de Chile.
- CEPAL(2008b): Panorama social de América Latina 2008, Comisión Económica para América Latina y El Caribe, Santiago de Chile.
- CEPAL(2009): América Latina y el Caribe. Series históricas de estadísticas económicas 1950-2008, Cuadernos estadísticos 37, División de Estadística y Proyecciones Económicas, CEPAL, 31 de agosto de 2009, Santiago de Chile.
- CEPAL (2011): Pobreza e indigencia en sus niveles más bajos en 20 años en América Latina. Disponible en [www.cepal.org](http://www.cepal.org).
- CEPAL (2012a): Secretaria Ejecutiva Alicia Bárcena, en New York, Conferencia Rio+20. Disponible en [www.cepal.org](http://www.cepal.org).
- CEPAL (2012b): Informe sobre inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2011. Disponible en [www.cepal.org](http://www.cepal.org)
- CEPAL-ILPES (1995): Sociedad civil, actores regionales y desarrollo regional, *Documento 95/14*, Serie investigación, Santiago de Chile (Elaborado por Sergio Boisier, Luis Lira, Bolívar Quiroga, Gladys Zurita y Claudio Rojas). Chile.
- CERNAL, L. y GOURDON, J. (2012): Pats to success: benchmarking cross country sustainable tourism. *Tourism Management*, vol 35. Elsevier.-
- CHEN, SHAOHUA Y RAVALLION, MARTIN (2008): The developing world is poorer than we thought, but no less successful in the fight against poverty, Policy Research Working Paper 4703, Development Research Group, Banco Mundial, agosto de 2008. Disponible en website: <http://econ.worldbank.org>
- CHENERY, H. B., M. Syrquin (1975): *Patterns of Development, 1950-1970*. London: Oxford University Press for the World Bank.
- CHENERY, H. B., S. Robson, M. Syrquin (1986): *Industrialization and Growth: A Comparative Study*. New York: Oxford University Press for the World Bank.
- CLARKSON, M.B.E. (1995): A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of management review*. Vol 20. N.1 – 92-117. University of Toronto. Canadá.
- CNPQ (2005): Propriedade Intelectual no Brasil. Accesible en <http://www.cnpq.br/>
- CNPQ (2007): Pós graduados no Brasil. Accesible en <http://www.cnpq.br/>
- COLEMAN, D. (1996): *Inteligência Emocional a teoria que redefine o que é ser inteligente*. Rio de Janeiro: Objetiva. Brasil.
- CONNELL, J. (2012): Film Tourism, evolution, progress and prospects. *Tourism Manegemente*, vol 33, issue 5. Elsevier.

- COOPER, C. (2001): Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade /Chris Cooper, Rebecca Shepherd, Jonh Westakle; São Paulo: Roca. Brasil.
- COPLIN, Hill (2005): 10 factores claves de éxito en la empresa. Lo que las empresas quieren que usted aprenda en la universidad. Barcelona: Ediciones Deusto. España.
- COSTA FILHO, A. (2004): O paradigma tecnológico-econômico da globalização: Assimetrias regionais e sociais, en Vergara, Patricio (Coord.): Desenvolvimento endógeno: Um novo paradigma para a gestão local e regional, IADH-GESPAR, Fortaleza, Brasil.
- CROUCH, G.I. y RITCHIE, J.R.B. (1999): Tourism, competitiveness and societal prosperity. Journal of Business Research, nº 44, pp. 137-152.
- CROUCH, G.I. (2007): Modeling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes. Australia: CRV for Sustainable Tourism Pty.
- CRUZ, R. de C. A. (2000): Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Sao Paulo. Diciembre 2006. Brasil.
- CUNHA, L. (1997): Economia e Política do Turismo. Mcgraw-Hill: Portugal.
- DAL PIERO, F. (2006): Atributos de gente & empresas que mostram a diferença. Site <http://www.catho.com.br/jc>.
- DALLOS, A. R. L. (2005): Módulo Del Curso Académico Multimedia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Bogotá, disponible en <http://www.scribd.com/doc/7776751/mmultimedia>
- DA MATTA, R. (2000): A Casa e a Rua: Espaço, Cidadania, Mulher e Morte no Brasil. Rio de Janeiro: Ed.Rocco, Brasil.
- DATAFOLHA (2007): Información de prensa del 4 de diciembre de 2007. Disponible en página web: <http://datafolha.folha.uol.com.br>
- DAVILA FILHO, P. M. (2008): O clientelismo e o exercicio do poder no Brasil. DHP Dialogos, Historias e Propostas para uma cidadania mundial. Disponible en <http://base.d-p-h.info/pt/fiches/dph/fiche-dph-8518.html>
- DE FRANCO, A. (2002): ¿Por qué precisamos de un Desarrollo Local Integrado y Sostenible? Red de Gobernabilidad y Desarrollo Institucional en América Latina - IIG. Barcelona, España.
- DE FRANCO, A. (2003): Pobreza y Desarrollo Local. Colección de documentos. Una publicación de l'Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya. Disponible en [www.iigov.org](http://www.iigov.org)
- DE FRANCO, A. (2004): A revolução do Local globalização, glocalização, localização. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento / São Paulo: Ed. de Cultura. Brasil.
- DE LEÓN, O. (2006): Estrategias de Desarrollo Territorial en América Latina: entre la imitación y la innovación social, in Vergara, P. y Alburquerque, F. (coords.) Desarrollo Económico Territorial respuesta sistémica a los desafíos del empleo, Red DETE-ALC, Fortaleza – Ceará, Brasil.
- DE OLIVEIRA, V. H. y BARBOSA S. C., E. (2007): A educação e o desenvolvimento sócio-econômico do Ceará no período de 1996 e 2006, *Texto para discussão nº 37*, dezembro de 2007, Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE, Governo do Estado do Ceará, Fortaleza, Ceará. Brasil.

- DEJARDIN, A. K. (2006): ¿Hay una estrategia de empleo en el desarrollo económico local? In Vergara, P. y Alburquerque, F. (coords.). Desarrollo Económico Territorial respuesta sistémica a los desafíos del empleo. Fortaleza: Gráfica Nacional. Red DETE-ALC. Brasil.
- Diário do Nordeste (2006): Falta Planejamento e Qualificação. PEREIRA, Vilmar., caderno de Negócios. Entrevista 11.04.2006. Disponible en <http://verdesmares.globo.com/v3/index.asp>
- DENCKER, A. de F. M. (1998): Métodos e técnicas de Pesquisa em Turismo. São Paulo: Futura. Brasil.
- DERVIS, K.(2009): The World Bank and the evolving political economy of development, en YUSUF, S.(Ed.): *Development Economics through the decades. A critical look at 30 years of the World Development Report*, The World Bank, Washington, USA.
- DOLABELA, F. (2005): Taller del emprendedor una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones. 1 ed. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- DOWBOR, L. (2007): Brasil: um retrato sócio-econômico. Comentários estatísticos. São Paulo, Brasil. Disponible en [www.dowbor.org](http://www.dowbor.org)
- DOWBOR, L. (2009): O PIB não mede os resultados em termos de qualidade de vida da população entrevista en REVISTA IHU Online, 1º de junio de 2009, Instituto Humanitas UNISINOS, Brasil. Disponible en: [http://www.unisinos.br/ihuonline/index.php?option=com\\_tema\\_capa&Itemid=23&task=detalhe&id=1639](http://www.unisinos.br/ihuonline/index.php?option=com_tema_capa&Itemid=23&task=detalhe&id=1639)
- EASTERLY, W.(2009): The indomitable in pursuit of the inexplicable: The World Development Reports' failure to comprehend economic growth despite determined attempts, 1978-2008, en YUSUF, S.(2009): *Development Economics through the decades. A critical look at 30 years of the World Development Report*, The World Bank, Washington, USA.
- EMBRATUR (1998): Instituto Brasileiro do Turismo. Ministério do Turismo. Disponible en <http://www.embratur.gov.br/br/home/index.asp>
- EMBRATUR (2003): Instituto Brasileiro do Turismo. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico. Disponible en [www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br).
- EMBRATUR (2005): Instituto Brasileiro do Turismo. Ministério do Turismo Estatísticas Básicas do Turismo, atualizado em abril de 2005. Disponible en [www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br).
- EMBRATUR (2008): Instituto Brasileiro do Turismo. Anuário Estatístico 2008. Ministério do Turismo, volume 35, 2008. Disponible en [www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br)
- FAYISSA, B.; NSIAH, C. Y TADESSE, B. (2011): Tourism economics: the business and finance of tourism and recreation, Vol. 17, Nº. 6, 2011, págs. 1365-1373. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3804120>
- FAYO-SOLÁ, E. (2003): La nueva política turística in PALOMEQUE, F. L. el turismo en el desarrollo local y regional. Dossier de lecturas nº2 Curso de Doctorado Programa Planificación Territorial y Desarrollo Regional de la Universidad de Barcelona. España.
- FERNANDES, I. P. y COELHO, M. F. (2002). Economia do turismo. Teoria & Prática. Rio de Janeiro: Campos.

- FGV (2004): Fundação Getúlio Vargas. Pesquisa Anual da Conjuntura Econômica - PNAD. Accesible en <http://cps.fgv.br/>
- FGV (2005): Fundação Getúlio Vargas. Pesquisa Anual da Conjuntura Econômica - PNAD. Accesible en <http://cps.fgv.br/>
- FGV (2006): Fundação Getulio Vargas. Temas para o desenvolvimento com equidade. FGV, Rio de Janeiro, Brasil. Accesible en <http://cps.fgv.br/>
- FGV (2008): Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo - PNAD. Março de 2008. Ano IV. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- FIELDS, G. S. (2006): Employment in Low-Income Countries: Beyond Labor Market Segmentation? In chapter 2 del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- FIPE (2006): Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Meios de Hospedagem: Estrutura de Consumo e Impactos na Economia. Disponible en <http://www.fipe.org.br>
- FIPE (2006a): ): Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Regionalização do Ceará – análise situacional. (mimeo). Fortaleza, Ceará. Brasil. Disponible en <http://www.fipe.org.br>
- FIPE (2007): ): Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2002 e 2006. Relatório Executivo Sintético. São Paulo: março/2007. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- FLORES, D. (2007): Competitividad Sostenible de los Espacios Naturales Protegidos: um análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas. Tesis de Doctorado de la Universidad de Huelva. Diciembre. España.
- FLORES, F. y GRAY, J. (2005): El espíritu emprendedor y la vida wired: el trabajo en el ocaso de las carreras. Disponible en [www.atinachile.cl](http://www.atinachile.cl)
- FMI (2007a): Perspectivas de la economía Mundial. Desbordamientos y ciclos de la economía mundial, Fondo Monetario Internacional, abril de 2007. Disponible en <http://www.imf.org>
- FMI (2007b): World Economic Outlook. Globalization and Inequality, Octubre de 2007. Disponible en <http://www.imf.org>
- FMI (2008): World Economic Outlook. Update abril de 2008. Disponible en <http://www.imf.org>
- FORUM BARCELONA (2004): Agenda de Barcelona para el desarrollo. Declaración firmada por un grupo de destacados economistas mundiales con ocasión del Forum de Barcelona, 24 y 25 de septiembre de 2004.
- FOLHA ON LINE: Diario electrónico. Disponible en página web: [www.folha.uol.com.br](http://www.folha.uol.com.br)
- FRAGUELL i SANSBELLÒ, R. M. (coord.) et al. (2000): Turisme Sostenible a la Mediterrània. Barcelona – España: ed. Brau.
- FRANCO; R. (2001): Introducción en Rolando Franco (Coord.): Sociología del desarrollo, políticas sociales y democracia, Siglo XXI Editores, en conjunto con CEPAL, Santiago de Chile.



- FUA, G. (1983): L'industrializzazione nel nord est e nel centro. Fuá, G. y C. Zachia (eds.), Industrializzazione senza fratture. Bologna: Il Mulino. Italian.
- FULLANA, P. y AYUSO, S. (2002). Turismo Sostenible. Barcelona: rubes. España.
- FUNDACIÒN CAROLINA DE ARGENTINA (s/f): Modelo De Gestion De Un Sistema Integrado -Publico / Privado- De Calidad Aplicable A Destinos Turisticos d7e La Republica Argentina. Manual Básico para la aplicación de la gestión de calidad a los destinos turísticos. Disponible en [www.fundacioncarolina.org.ar](http://www.fundacioncarolina.org.ar)
- FURES, J.C., MANCERO. X. (2001): Enfoques para la medición de la pobreza. Breve revisión de la literatura. Serie Estudios Estadísticos y Prospectivos No. 4. Santiago de Chile: CEPAL, División de Estadística y Proyecciones Económicas;
- FURIO BLASCO, E. (1994): Turismo y territorio. Interrelación entre la función y el territorio a partir del Enfoque de enlaces. 997 f. Tesis (Doctorado en Ciencias Económicas) – Facultat d'Economia, Universitat de València, València.
- FURTADO, C. (1961): Desenvolvimento e subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. Brasil.
- FURTADO, C. (2000): Discurso de agradecimiento a Homenaje a los 80 años de Celso Furtado y a los cuarenta años de creación de la SUDENE, in Formiga, M. y Sachs, I. (Coord.): Celso Furtado a SUDENE e o futuro do Nordeste, SUDENE, Recife, Brasil.
- GARAFOLI, G. (1995): Desarrollo económico, organización de la producción y territorio, en A. Vázquez-Barquero +G. Garofoli (eds.) *Desarrollo Económico Local en Europa*, Colegio de Economistas de Madrid, Colecc. Economistas Libros, Madrid, España.
- GARCIA, L. N. y VITORIA de D. A. E. (2004): La agenda y condiciones para el desarrollo local, un caso de estudio: asentamiento San Benito. Ágora Trujillo, 14 Julio-diciembre. Peru.
- GIMENÉZ, G. (2005): La dotación de Capital Humano en América Latina y el Caribe. Revista de la CEPAL 86 – agosto.
- GENEST, J. Y LEGG, D. Premier-ranked Tourist Destinations (2003): Development of a Framework for Analysis and its Self-guided Workbook. Ontario. Disponible en [wttp://www.tourism.gov.on.ca/english/research/pdf/self-guided-workbook.pdf](http://www.tourism.gov.on.ca/english/research/pdf/self-guided-workbook.pdf).
- GIACOMINI, S.M. (2004): O Corpo como Cultura e a Cultura do Corpo: uma Explosão de Significados. En *PHYSIS: Rev. Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 14(2):395-423, 2004. Brasil.
- GLOBO NEWS: Diario electrónico. Disponible en página web: <http://globonews.globo.com>
- GODED, M. S.(1998): El Impacto del Turismo sobre el Desarrollo Económico: el caso de Argentina. Tesis de Doctorado en la Universidad Complutense de Madrid. España.
- GONZÁLEZ GARCÍA, L. (1993): Nuevas Relaciones entre Educación, trabajo y Empleo en la década dos 90. Revista Iberoamericana de Educação. Numero 2 Educación trabajo y empleo mayo agosto 1993.Disponible en <http://www.campus-oei.org/oeivirt/rie02a03.htm>
- GOUVEIA, M. y DUARTE, T. (2001): O cluster turismo em Portugal. Lisboa: GEPE, Mimeo.

- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (1979): I Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico do Estado do Ceará. Secretaria de Planejamento e Coordenação. IPLANCE Fundação Instituto de Planejamento do Ceará. Diagnóstico. (mimeo). Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. (1996): Perfil da demanda por capacitação de mão-de-obra do setor turismo – município de Fortaleza e Região turística II do PRODETUR. mimeo. Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (1998): O Turismo uma política Estratégica para o Desenvolvimento Sustentável do Ceará 1995-2020. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. (mimeo). Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2002): Rafael Bar-el, Reduzindo a Pobreza através do Desenvolvimento Econômico do Interior do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en <http://www.ceara.gov.br/>
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2003): Identificação e mapeamento das aglomerações produtivas especializadas no Ceará: pistas para identificação de arranjos produtivos locais, mimeo. Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2003): Ceará Cidadania – crescimento com inclusão social. Secretaria de Planejamento e Coordenação. Plano de Governo Estadual 2003-2006. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en <http://www.ceara.gov.br/>
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2004): Plano Integrado de Desenvolvimento Turístico do Ceará 2004-2007. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2004a): Rede Ceará de Educação profissional. Formação Profissional para o trabalho e empreendedorismo cearense. Marco conceitual. 1ª V. 2004, mimeo. Fortaleza- Ce- Brasil.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2005): Boletim de Conjuntura Econômica. Secretaria de Planejamento e Coordenação (SEPLAN). Instituto de Pesquisas e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE. Disponible en <http://www.ceara.gov.br/>
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2007a): Secretaria de Planejamento e Gestão. Desenvolvimento justo e solidário “novo jeito de fazer”. Plano Plurianual. Lei n. 14.053, de 07 de janeiro de 2008. Volume I. Fortaleza – Ceará. Disponible en <http://www.ceara.gov.br/>
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2007b): Secretaria de Saúde do Estado do Ceará - SESA. Indicadores demográficos e socioeconômicos 2005. Acesible en [http://www.saude.ce.gov.br/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=139&Itemid=28](http://www.saude.ce.gov.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=139&Itemid=28)
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2007c): Diretrizes para o Programa do Governo disponible en [http://www.ceara.gov.br/portal\\_govce/ceara/governo/Plano%20de%20Governo.pdf/view](http://www.ceara.gov.br/portal_govce/ceara/governo/Plano%20de%20Governo.pdf/view)
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ (2007d): Secretaria de Planejamento e Gestão. Desenvolvimento justo e solidário novo jeito de fazer. Plano Plurianual. Lei n. 14.053, de 07 de janeiro de 2008. Volume I. Fortaleza – Ceará. Disponible en <http://www.ceara.gov.br/>
- GUJARATI, D. N. (2003): Basic Econometrics (Fourth Edition). Boston, MA: McGraw-Hill. EEUU.
- GUZMÁNI, T.J. L.-G. Y CAÑIZARES, S. M. S. (2008): La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 6 No 2 págs. 159-171. 2008 Special Issue – Número Especial. Universidad de Córdoba (España). Acesible en [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)
- GRANOVETTER, M. (1973): The strength of weak ties. American Journal of Sociology, v.78, N° 6, p.1360-1380, USA.

- GURSOY R. y NUNKOO, D. (2012): Residents' support for tourism An Identity Perspective. January. Annalls of Tourism research. Elsevier.
- HALTIWANGER, J. (2007): Firm Dynamics, Productivity, and Job Growth. In chapter 6 del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirolla Gatti and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- HALTIWANGER, J. (2006): Entrepreneurship and Job Growth. Mimeo. See [http://research.kauffman.org/cwp/ShowProperty/webCacheRepository/Documents/Haltiwanger\\_Jobs\\_May\\_2006.pdf](http://research.kauffman.org/cwp/ShowProperty/webCacheRepository/Documents/Haltiwanger_Jobs_May_2006.pdf)
- HAQ, M. UI (1995): Reflexiones sobre Desarrollo Humano, Capítulos 2 y 3, Oxford University Press. New York, USA.
- HAUSMANN, R., D. Rodrik y A. Velasco (2006): Getting the Diagnosis Right: A New Approach to Economic Reform, Finance and Development, 43.1, marzo, pp. 12-15.
- HERAS, M. P. (1999): La guía del ecoturismo o cómo conservar a la naturaleza a través del turismo. Madrid: ed. Mundi-prensa. España.
- HEVIA, F. J. H. (2011): Relaciones Sociedad-Estado, Participación Ciudadana Y Clientelismo Político en Programas Contra La Pobreza. El Caso De Bolsa Familia En Brasil. Society-State relationships, citizen participation and political clientelism inside programs that combat poverty. The case of Bolsa Familia in Brazil. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), México. Ediciones Universidad de Salamanca. América Latina Hoy, 57, 2011, pp. 205-238. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/59983880/relaciones-sociedad-estado-participacion-y-clientelismo-politico-en-bolsa-familia-de-brasil>
- HIERNAUX, D. (1996): elementos para un análisis sociogeografico del turismo, in Turismo e geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec. Brasil.
- HJALAGER, A.M. (2010): [A review of innovation research in tourism](#). Tourism Management Articles. Volume 31, Issue 1, pages 1-12. Febrero. Disponible en <http://www.journals.elsevier.com/tourism-management/most-read-articles/>
- IBGE (2002): Pesquisa Mensal de Emprego. Notas metodológicas. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2005): Economia do turismo. Uma Perspectiva Macroeconômica 2000-2005. Empregos no turismo 2002-2005. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD Disponible en [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia\\_turismo/2000\\_2005/default.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_turismo/2000_2005/default.shtm)
- IBGE (2006): Pesquisa Suplementar da PNAD 2004 sobre Segurança Alimentar, disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2007): Pesquisa Mensal de Emprego. Notas metodológicas. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Disponible en <http://200.255.94.70/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme/pmemet2.shtm>
- IBGE (2007b): Pesquisa de Orçamentos familiares 2002-2003. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).

- IBGE (2007c): Contas Regionais do Brasil 2002-2005. Comunicação Social del 26 de Noviembre de 2007. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- IBGE (2007d): Perfil dos municípios brasileiros 2006 , Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- IBGE (2007h): Contagem de população, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2008): Estatísticas do século XX. Base de datos del Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Brasília, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- IBGE (2008a): Contas Regionais do Brasil 2003-2006. Tabela 4 - Produto Interno Bruto do Brasil segundo as Grandes Regiões e Unidades da Federação y Tabela 6 – Participação das Grandes Regiões e Unidades da Federação no Produto Interno Bruto do Brasil. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais, Contas Regionais do Brasil 2003-2006. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2008b): Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005. Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 7. Coordenação de Contas Nacionais. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2008c): Mapa de pobreza e desigualdade 2003, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística / Banco Mundial, Datos de Comunicação Social, 18 de dezembro de 2008, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2008d): Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 2007. Volume 28. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- IBGE (2008e): Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica numero 23. Síntese de Indicadores Sociais. Uma Análise das Condições de vida da população brasileira 2008. Rio de Janeiro. Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2010): Contas Regionais do Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2011): Contas Regionais do Brasil. nº 36. Produto Interno Bruto dos Municípios 2005-2009. Rio de Janeiro. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2011a): Censo Demográfico 2010. Características da população e dos domicílios – resultados do Universo. Rio de Janeiro. Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2012): Contas Regionais do Brasil. Censo Demográfico 2010. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2012b): Censo Demográfico 2010. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2012c): Contas Nacionais nº 38. Contas Regionais do Brasil 2010. Rio de Janeiro. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2012d): Pesquisa Anual de Serviços, 2010. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio. Vol. 12. Rio de Janeiro, Brasil. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2013): Censo Demográfico 2010. Disponible en [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- IBGE (2013): Tabelas Sinopticas. Contas Nacionais. Produto Interno Bruto. Tabela 10 - Participação no valor adicionado

## Turismo y Desarrollo Endógeno: El caso de las empresas Turísticas Receptoras en Ceará – Brasil

- bruto a preços básicos, segundo as classes e as atividades - 2005-2009. Disponible en <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasnacionais/2009/defaulttab.shtm>
- IBPT (2007): Estudo sobre os dias trabalhados para pagar tributos. Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário. Disponible en [www.ibpt.org.br](http://www.ibpt.org.br).
- IDT (2006): Instituto de Desenvolvimento do Trabalho. Disponible en <http://www.idt.org.br/idt/principal.asp>
- IGNARRA, L. R. (1999): Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira. Brasil.
- INAF-Brasil (2007): Indicador de alfabetismo funcional. Instituto Paulo Montenegro / Ação educativa, Brasil. Disponible en [www.ipm.org.br/](http://www.ipm.org.br/)
- INEP (2009): Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Diretoria da Estatística e Avaliação da Educação Superior. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- INEP (2011): Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Diretoria da Estatística e Avaliação da Educação Superior. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- INSTITUTO TERRAMAR (2007): Campanha de luta contra empreendimento turístico em Itapipoca disponible en <http://www.terramar.org.br/oktiva.net/1320/nota/43913>
- INEA (2006): Corruptómetro Internacional 2005-2006. Instituto Internacional de Estudios Anti-corrupción. Lima, Perú. Disponible en website: <http://www.ineaestudiosanticorruptcion.org>
- IPEA (2003): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Atlas de la Exclusión Social en Brasil. Brasília, Brasil.
- IPEA (2005a): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasil: o estado de uma nação, Livros IPEA, Rio de Janeiro, Brasil (Coordenadores: Fernando Rezende e Paulo Tafner). Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2005b): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Radar social, Brasília, Brasil. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2005c): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada: Radar social. Principais iniciativas do Governo Federal, Brasília, Brasil. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2006): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada Brasil o estado de uma nação. Capítulo I: Estabilidade e Crescimento. Capítulo II Inovação e Competitividade. Capítulo III: Pobreza e Exclusão Social., Brasília, Brasil. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2006b): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Sobre a recente queda da desigualdade de renda no Brasil, Nota técnica 9. Agosto de 2006, Brasília, Brasil. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2007): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Notas técnicas atualizações das projeções de crescimento do PIB ajuste às novas séries de contas nacionais. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2007b): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Caracterização da Mão-de-obra do Mercado Formal de Trabalho do Setor Turismo – Estimativas Baseadas nos dados da Rais de 2004. Alfonso Rodriguez Árias y Maria Alice Cunha Barbosa. Rio De Janeiro, Novembro de 2007. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2007c): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Estimativas Anuais da Mão de obra informal ocupadas em atividades características do turismo tendo por base os resultados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD no período 2002-2005. FUNIVERSA y IPEA. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)

- IPEA (2008a): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Texto para discussão n° 1320. Distribuição espacial da ocupação no setor de turismo: Brasil e regiões. Margarida Hatem Pinto Coelho. Rio De Janeiro, Janeiro de 2008. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2008b): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo. Estimativas referentes a mão de obra informal nas atividades características do turismo com base nos dados da PNAD 2006 para o Brasil, Regiões e Estados. Responsável Técnico: Afonso Rodrigues Árias (consultor).FUNIVERSA y IPEA, maio de 2008. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2008c): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo. Caracterização da Ocupação Formal no Turismo com base nos dados da RAIZ de 2002 e 2006, e da ocupação informal no turismo com base nos dados da PNAD de 2002 e 2006. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2008d): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo. Estimativas referentes ao rendimento médio da ocupação formal em atividades características do turismo, com base nos dados da GFIT. FUNIVERSA e IPEA outubro de 2008. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2009): Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Presença do estado no Brasil : federação, suas unidades e municipalidades. Organizador: Milko Matijascic. Brasília, Brasil. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- IPEA (2011): Ocupação do setor de turismo no Brasil: análise da ocupação nas principais ACTs nos Estados, Regiões e Brasil. Texto para Discussão 1580. Margarita Hatem Pinto Coelho.
- IPEADATA (2009): <http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?145039937>
- IPEADATA (2010): <http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?145039937>
- IPECE(2002): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Índice de Desenvolvimento Municipal (IDM) Ceará 2000, Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2004): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Anuário Estatístico do Ceará 2004. Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2006): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Síntese dos Indicadores Sociais 2004. Governo do estado do Ceará, febrero 2006 y Anuário Estatístico do Ceará 2006. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2007): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Indicadores sociais 2006 y Anuário Estatístico do Ceará 2007, , Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2008): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Síntese dos Indicadores Sociais a partir de PNAD 2007 – IBGE. Anuário Estatístico do Ceará. Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE(2008b): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Índice de Desenvolvimento Municipal (IDM) Ceará 2006, , Fortaleza, Brasil. Disponible en: [http://www.ipece.ce.gov.br/categoria4/idm/idm\\_2006.pdf](http://www.ipece.ce.gov.br/categoria4/idm/idm_2006.pdf)
- IPECE (2009): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Ceará em números y Anuário Estatístico do Ceará. Fortaleza, Brasil. Disponible en [http://www.ceara.gov.br/portal\\_govce/ceara/ceara-em-numeros](http://www.ceara.gov.br/portal_govce/ceara/ceara-em-numeros).

- IPECE(2009b): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará Resultados do índice de desenvolvimento social: a mensuração da inclusão social no Ceará., abril 2009, Fortaleza, Brasil. Disponible en [http://www.ipece.ce.gov.br/categoria4/ids/IDS\\_2007.pdf](http://www.ipece.ce.gov.br/categoria4/ids/IDS_2007.pdf)
- IPECE(2009c): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Produto Interno Bruto (PIB) dos Municípios – Ceará 2002-2007., Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE(2010): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Índice de Desenvolvimento Municipal (IDM) Ceará 2008, , Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2010b): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Indicadores sociais 2008. Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2011): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Ceará em números y Perfil Básico Municipal. Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>.
- IPECE (2011b): Resultados do Índice de Desenvolvimento Social (IDS). Análise para os municípios cearenses no período entre 2006-2009. IPECE Informa nº 09. Junho. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>
- IPECE (2012): Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Ceará em números y Perfil Básico Municipal. Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.ipece.ce.gov.br/>.
- IPSOS/MARPLAN (2009): Bancos de dados trimestrais e consolidados semestrais e anual para cada mercado com a seguinte informação - frequência de leitura de jornais e revistas. Disponible en [http://www.ipsos.com.br/m3.asp?cod\\_pagina=1091](http://www.ipsos.com.br/m3.asp?cod_pagina=1091).
- IRIGARAY, H. A.; VIANNA, A.; NASSER, J. E.; LIMA, L.P.M. (2006): Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas. 2ª ed. Ver. Atual. Rio de Janeiro: Editora FGV. Brasil.
- IVARS, J. (2003): Planificación turística de los espacios regionales en España. Madrid: Síntesis.
- JOLY, R. (2002): Desarrollo Humano y neo-liberalismo: comparación de paradigmas, Reading in Human Development, Oxford, U.K., en [http://www.desarrollohumano.cl/pdf/red\\_v/neoliberalismo.pdf](http://www.desarrollohumano.cl/pdf/red_v/neoliberalismo.pdf)
- KAKWANI, N., M. NERI, H. Son (2004): Linkages between Pro-poor Growth, Social Programmes and Labour Market: the Recent Brazilian Experience. Working Paper. UNDP International Poverty Center, Brasil.
- KANITZ, H. (2004). Um ensaio sobre educação e turismo. Site [www.etur.com.br](http://www.etur.com.br).
- KAUL, I., Grunberg, I. y Stern, M. A. (1999): “Bienes Públicos Mundiales. Cooperación Internacional en el Siglo XXI”, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Oxford University Press, Nueva York, USA.
- KLIKSBERG, B. (2002): Desigualdade na América Latina o debate adiado. Tradução de Sandra Trabucco Valenzuela – 3 ed. São paulo: Cortez; Brasília: UNESCO. Brasil.
- KON, A. (2006): Características Econômicas das Indústrias de Serviços no Brasil: uma comparação entre empresas de capital estrangeiro e de capital nacional. Cap. 5 del libro Estrutura e Dinâmica do setor de serviços no Brasil. IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- KOTLER, P. (1996): Administração de Marketing. São Paulo: Ed. Atlas. Brasil.

- KÜSTER, A. (2003): Democracia e sustentabilidade. Experiências no Ceará, Nordeste de Brasil. Konrad Adenauer Stiftung, Fortaleza, Brasil.
- LEMOS, L. (2003): Site da Revista Turismo: redefinindo a economia do turismo. Outubro de 2003. Brasil.
- LEYDESDORFF, L.; ZKOWITZ, H. (1996): Emergence of a triple helix of university -industry- government relations. *Science and Public Policy*, v. 23, n. 5, p. 279-286.
- LEYDESDORFF, L.; ZKOWITZ, H. (1998): The triple helix as a model for innovations studies. In: TRIPLE HELIX CONFERENCE, 2. Purchase. Conference Report.
- LICKORISH, L. J. JENKINS, C. L. (2000): Introdução ao Turismo. Rio de Janeiro: Ed. Campus. Original: An Introduction to tourism. Tradução: Vasconcelos, F.C. Brasil.
- LOHMANN, P. (2012): A inovação do turismo no Brasil: os desafios na construção de sua trajetória. Observatório de Inovação do Turismo – Rev. Acadêmica, vol. VII, n. 2, Rio de Janeiro, Abril. Brasil. Disponible en <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/viewFile/6887/5460>.
- LOPES NETO, A. (1998): O que é o cluster? Revisão bibliográfica, workshop em Chihuahua – México e iniciativa pelo Nordeste. Fortaleza: edições IPLANCE. Brasil.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2001): El turismo en el desarrollo local y regional. Aportaciones conceptuales, en Desarrollo Regional, Barcelona, Xarxa Medamerica, pp. 109-140. España.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2002): Desregulación y marginalidad. Nuevas políticas públicas y nuevos enfoques de planificación turística. In Curso de doctorado: el turismo en el desarrollo local y regional. Dossier de lecturas nº2. Universidad de Barcelona. España.
- LÓPEZ RAMOS, J. L. (2007): ¿Que es la competitividad turística? Disponible en [www.consoc.udg.mx](http://www.consoc.udg.mx)
- LUSTIG, N: (2009): Is Latin America Becoming More Inclusive? Latin America Emerging Markets Forum 2009, April 1-3,2009, Bogota, Colombia.
- LUSTIG, N., ARIAS, O. y RIGOLINI, J. (2002): Reducción de la pobreza y crecimiento económico: La doble causalidad, BID, USA.
- MAILLAT, D. (1995): Desarrollo territorial, milieu y política regional, in Vázquez Barquero, A. i Garofoli, G., Desarrollo económico local en Europa. Madrid: Economistas Libros. España.
- MALECKI, E. J. y TOOTLE, D. (1996): The role of networks in small firms competitiveness. *International Journal of technology Management*, vol 11.
- MARTÍN ROJO, I. (2000): Dirección y Gestión de empresas del sector turístico. Madrid: ed. Pirámide. España.
- MARTINEZ PELLÉGRINI, S. E. (2009): Revista Pueblos y Fronteras digital Núm. 6, Diciembre 2008 – Mayo 2009 Iniciativa empresarial y desarrollo local en América Latina . Disponible en [http:// www.pueblosyfronteras.unam.mx](http://www.pueblosyfronteras.unam.mx)
- MARTINS LIMA, M. A.(2006). Tópicos sobre Gestão do Desempenho Humano. Portal da Classe Contábil, ano III, n. 1241, 17/04/2006, ISSN 1679-8732. Disponible en [www.classecontabil.com.br](http://www.classecontabil.com.br).
- MATIAS, M. (2002): Turismo formação e profissionalização 30 anos de história. São Paulo: ed. Manole. Brasil.



- MAZARO, R. M. (2007): Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad, Revista Académica, , Volume II – Número 1, Marzo de 2007, Observatório de Inovação do Turismo, FGV-EMBRATUR, Brasil.
- MCINTOSH, R. y GUPTA, S. (1993): Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas, Cidade de México: Limusa Grupo Noriega Editores. México.
- MEC/INEP (2009): Ministério da Educação. Resumo Técnico Censo da Educação Superior 2007. Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Brasília, Brasil, 2009. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- MEC/INEP (2011): Ministério da Educação. Resumo Técnico Censo da Educação Superior 2009. Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Brasília, Brasil, 2009. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- MEDEIROS, M. (2003): Os ricos e a formulação de políticas de combate à desigualdade e à pobreza no Brasil. Texto para discussão Nº 984, IPEA, Brasília, Brasil.
- MEDINA, J. y ORTEGON, E. (2006): Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe. Serie Manuales 51, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile.
- MENEZES, M. L. A. de (2003): A formação superior para o turismo na perspectiva dos cursos seqüenciais em Fortaleza. Dissertação apresentada na Universidade Estadual do Ceará, ao curso de mestrado profissionalizante Gestão de negócios turísticos, maio. (mimeo). Brasil.
- MICCO, A., and C. PAGES (2004): Employment Protection and Gross Job Flows: A Difference-in-Difference Approach. Mimeo. See [http://www-ilo-mirror.cornell.edu/public/english/bureau/integration/download/publicat/4\\_3\\_344\\_wb-iaadb\\_paper\\_on\\_employment\\_protection\\_and\\_gross\\_job\\_flows\\_pci\\_meeting\\_june\\_2005.pdf](http://www-ilo-mirror.cornell.edu/public/english/bureau/integration/download/publicat/4_3_344_wb-iaadb_paper_on_employment_protection_and_gross_job_flows_pci_meeting_june_2005.pdf)
- MINCER, J. (1974): Schooling, Experience and Earning. New York: Columbia University Press, USA.
- MILLARES, C. P. (2008): La Implementación del Ecoturismo en Áreas Protegidas. Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística UMSA. Disponible en <http://www.turismoruralbolivia.com/img/ecoturismo.pdf>
- MINISTERIO DA EDUCAÇÃO (2004): Censo da Educação Superior. Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Diretoria da Estatística e Avaliação da Educação Superior. Outubro de 2004. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- MINISTERIO DA EDUCAÇÃO (2011): Censo da Educação Superior 2010. Instituto Educacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira- INEP. Brasil. Accesible en [www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br)
- MINISTERIO DO TRABALHO (sin fecha): Perfil da demanda por capacitação de mão-de-obra do setor turismo, município de Fortaleza e Região Turística II do PRODETUR/Ce. (mimeo). Brasil.
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2012): Turismo no Brasil 2011-2014. Disponible en [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/outros\\_estudos/copa\\_2014/](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/outros_estudos/copa_2014/)
- MINISTERIO DO TURISMO (2012): Anuário Estatístico de Turismo- 2012. Vol. 39, ano base 2011. Disponible en [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads\\_anuario/Anuario\\_Estatistico\\_de\\_Turismo\\_2012\\_-\\_Ano\\_base\\_2011.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_de_Turismo_2012_-_Ano_base_2011.pdf)
- MINISTERIO DO TURISMO (2011): Anuário Estatístico de Turismo- 2011. Vol 38, ano base 2010. Disponible en [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads\\_anuario/Anuario\\_Estatistico\\_2011\\_-\\_Ano\\_base\\_2010\\_-\\_16abr2012.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_2011_-_Ano_base_2010_-_16abr2012.pdf)

- MINISTÉRIO DO TURISMO (2010): Estatísticas Básicas do Turismo. Brasília, outubro de 2010. Brasil. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2009a): Instituições de ensino. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2009b): Estudo da demanda turística Internacional 2005-2007. Brasília abril de 2009. Disponible en: [http://200.189.169.141/site/arquivos/dados\\_fatos/demanda%20turistica/fichas\\_sinteses\\_2005\\_2007\\_consolidada\\_internet\\_final.pdf](http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/demanda%20turistica/fichas_sinteses_2005_2007_consolidada_internet_final.pdf)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2009c): Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil 2009. Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador), Brasília, Brasil. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2008): Estatísticas Básicas do Turismo, julho de 2008. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2007): Plano Nacional do Turismo 2007-2010 Uma viagem de inclusão. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2006): Turismo no Brasil 2007-2010. Documento Referencial. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2006b): Análise comparativa de produtos turísticos internacionais. Execução: FIPE. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2005): Turismo sustentável e alívio da pobreza no Brasil, Reflexões e perspectivas, Outubro de 2005, Brasília, Brasil. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2003): Plano Nacional do Turismo. Diretrizes, metas e Progressos 2003-2007. Brasília 29 de abril de 2003. Brasil. Disponible en [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)
- MOLINA, S. (2005): Planificación Integral del Turismo – un enfoque para latinoamerica. 2ª Ed, Trillas. Mexico.
- MOLINA, S. (2003): O Pós-Turismo. Tradução Roberto Speling – São Paulo: Aleph (serie turismo). Brasil.
- MONFORT MIR, V. M. (2000): Competitividad y factores críticos de éxito en la hotelería de litoral: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola. Madrid, FITUR /IFEMA. España.
- MORALES, R. (2000): Métodos para medir la pobreza. La Paz: Universidad Andina Simón Bolívar. Bolivia.
- MUNÓZ, A. P. (director). MIR, V. M. M. (coordinador) (1996). Introducción a la Economía del turismo en España. Madrid: ed. Civitas.
- MYRDAL, G. (1968): Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas. 2 ed. Rio de Janeiro: Saga. Brasil.
- NICOLAU, J. L. (2008): Corporate Social Responsibility Worth-Creating ctivities. October. Annals of Tourism Research. Elsevier.
- NORTH, D. C. (1992): Institutions, ideology and economic performance, en *CATO Journal*, An Interdisciplinary Journal of Public Policy Analysis, Volume 11 Number 3, Winter 1992, p. 477-488, CATO Institute, Washington D.C., USA. Disponible en página web: <http://www.cato.org/pubs/journal/cj11n3/cj11n3.html>

- NORTH, D. C.(1994): Qué queremos decir cuando hablamos de racionalidad?, Revista de Estudios Públicos, Nº 53, verano de 1994, CEP, Santiago de Chile.
- NORTH (2008): Para entender el proceso de cambio económico. Editorial: Norma S.A. Colombia.
- O POVO (2006): Caderno de Economia. Jornal o Povo. Cem mil empresas serão beneficiadas no Ceará. Fortaleza, terça-feira 31.10. Disponible en [www.opovo.com.br](http://www.opovo.com.br)
- O POVO (2007): Qual turismo? Editorial del día 24 de enero de 2007. Fortaleza, Brasil. Disponible en [www.opovo.com.br](http://www.opovo.com.br)
- OCDE (1999): Human Capital Investment. An Internacional Comparison. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Paris, Francia.
- OCDE (2005): Building competitive regions, OECD Publishing, Paris, Francia.
- OCDE (2007): PISA Programme for Indicators of Student Achievemen. Volume 1: Análisis. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, Paris, Francia. Disponible en Web: <http://www.pisa.oecd.org>, accesada en diciembre de 2007.
- OCDE(2008): Growing Unequal?: Income Distribution and Poverty in OECD Countries, OECD, Centro de desarrollo, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, Paris, Francia.
- OIT (2009): Crisis internacional y Políticas para las MIPYMEs: Desafios y oportunidades para America Latina y Europa, OIT y EUROsocial, Turín, Italia (Elaborado por Mario Tueros, Marco Dini, Patricia Polo, Lucio Poma y Lysette Henríquez).
- OLIVEIRA, A. P. (2000): Turismo e Desenvolvimento planejamento e organização. 2 ed. rev. e Ampl. – São Paulo: Atlas. Brasil.
- OMT (1993): Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. Madrid, España. Disponible en
- OMT (1998): Introducción al Turismo. Madrid – España.
- OMT (2001): Educando os Educadores em Turismo, manual de educação em turismo e hospitalidade. São Paulo: Roca. Brasil.
- OMT (2003): Turismo y atenuación de la pobreza. Madrid, España.
- OMT (2005) Sostenibilidad Turística - Eliminación de la Pobreza. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>
- OMT (2007): UNWTO World Tourism Barometer, Volume 5, Nº2, junio de 2007. Madrid, España Disponible en <http://unwto.org/es>
- OMT (2007a): Highlights 07. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>.
- OMT (2008): Barómetro OMT del Turismo Mundial Vol 6. Num. 1. Enero de 2008. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>
- OMT (2010): Tourism and Poverty Alleviation. Disponible en <http://step.unwto.org/en/content/tourism-and-poverty-alleviation-1>

- OMT (2010a): Tourism and the millennium development goals. Disponible en <http://www.unwto.org/tourism&mdgsezine/>
- OMT (2011): Barómetro OMT del Turismo Mundial. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>
- OMT (2012): Barómetro OMT del Turismo Mundial. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>
- OMT (2012a): Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2012. Madrid, España. Disponible en <http://unwto.org/es>
- ONZI, L. y BATOME, S. P. (2005): Características do ensino superior de graduação em turismo: a organização do conhecimento como critério de planejamento da formação profissional. In Turismo em Análise, vol. 16 n. 2 São Paulo: Aleph. Brasil.
- PACI, P. Y SERNEELS ,P. (2007): In chapter 1 del del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- PARDO, C. M. L. (2007): Concepto y medición de la pobreza. Universidad de la Habana. Cuba. Disponible en [http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol33\\_4\\_07/spu03407.html](http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol33_4_07/spu03407.html)
- PEDRO, J.M. (2001): A ideologia do amor e a beleza no jogo das relações de gênero. En Cadernos Pagu (16) 2001: pp.319-325, Brasil. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n16/n16a14.pdf>
- PIMENTA, M. A. (2004): Gestão de Pessoas em turismo sustentabilidade, qualidade e comunicação. Campinas, SP: ed. Alínea.
- PICTE - PLAN MARCO DE COMPETITIVIDAD. DEL TURISMO ESPAÑOL (2000): Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Secretaría General de Turismo. Editor: Madrid. Disponible en [http://tanger.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/11813\\_35\\_1.shtml](http://tanger.cervantes.es/Biblioteca/Fichas/11813_35_1.shtml)
- PINTO, A.(1959): Chile: un caso de desarrollo frustrado, Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- PNUD (1991): Informe sobre desarrollo humano 1991. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. España. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (1996): Informe sobre desarrollo humano 1996. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (1997): Informe sobre desarrollo humano 1997. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (1998): Informe sobre desarrollo humano 1998. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (2006): Informe sobre desarrollo humano 2006. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (2007): Atlas do desenvolvimento humano no Brasil, datos en línea, disponibles en [www.pnud.org.br](http://www.pnud.org.br)

- PNUD (2010): Informe sobre desarrollo humano 2010. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD (2013): Informe sobre desarrollo humano 2013. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- PNUD-CHILE (2009): Informe de desarrollo humano 2008. La manera de hacer las cosas, PNUD-Chile, Santiago de Chile. Disponible en [www.pnud.cl](http://www.pnud.cl)
- PNUMA (2007): GEO-4 Perspectivas del medio ambiente mundial. Medio ambiente para el desarrollo, Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente, Dinamarca.
- POCHMANN, M. et al. (organizadores) (2004): Atlas da Exclusão Social, volume 4: a exclusão no mundo. São Paulo: Cortez. Brasil.
- PORTER, M., (1985): Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press, New York.
- PORTER, M. (1991): La Ventaja Competitiva de las Naciones, Buenos Aires, Javier Vergara Editor. Argentina.
- PORTER, M. (1998): Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, November-December, 77-90. USA.
- PRATS, J. (2005): De la Burocracia al Management, del Management a la Gobernanza, INAP-IIG, Instituto Nacional de Administración Pública, Madrid, España.
- PRITCHETT, L. (2006): Sigue la búsqueda. Tras investigar el crecimiento durante décadas, ¿que pueden aportar los teóricos a la política económica?, en Finanzas y desarrollo, FMI, marzo de 2006.
- PROGRAMA DE CERTIFICACION DE TURISMO SOSTENIBLE PARA OPERACIONES TURISTICAS DE TIERRA (2006): corporación de conservación y desarrollo, Ecuador. Disponible en <http://www.ccd.org.ec/Smart%20Voyager%20Tierra%20Norms%20Feb.,%202006.pdf>
- RADWAN, S. (2007): Good Jobs, Bad Jobs, and Economic Performance: A View from the Middle East and North Africa Region. In Chapter 3 del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- RAO, V. Y WALTON, M.(2004): Culture and Public Action: Relationality, Equality of Agency, and Development. En RAO Y WALTO(Ed.): *Culture and Public Action*, Stanford University Press, USA.
- RAY, A. (2006): School Value-Added Measures in England, informe de antecedentes para el OECD Project on the Development of Value-Added Models in Education Systems.
- RAY, D.(2003): Aspirations, poverty and economic change. Paper presentado a la Conferencia del Banco Mundial sobre Cultura y Desarrollo, junio de 2002.
- REDDY, M. V., NICA, M. y WILKES, K. (2012): Space tourism: Research recommendations for the future of the industry and perspectives of potential participants. Tourism Management. Elsevier.
- REJOVSKI, M. (1996): Turismo e Pesquisa Científica – pensamento internacional x situação brasileira. São Paulo: Campinas, Brasil.

- REQUENA, J. V. y SELLENS, J. T. (2005): Principios de Economía del Conocimiento Hacia una economía global del conocimiento. Madrid: ed. Pirámide.
- REVISTA VEJA (2006): A Opção pelo Subdesenvolvimento. loschope, G. Seção Artigo, Ed. Abril, ed. 1971, ano 39, n. 34, 30 de agosto de 2006. Brasil.
- REVISTA VEJA (2006a): Os coronéis de Lula, páginas 74-75, Edición 1979, Año 39, Nº 42, 25 de octubre de 2006. Brasil.
- REVISTA VEJA on line: Revista electrónica. Disponible en página web: <http://vejaonline.abril.com.br>
- RIBEIRO, G. L. y BARROS, F. L. (1997) A corrida por paisagens autênticas: turismo, meio ambiente e subjetividade no mundo contemporâneo in Serrano, C. M. T. y Bruhns, H. t. (orgs.), Viagens à natureza turismo, cultura e ambiente. Campinas: São Paulo, Papirus (coleção Turismo). Brasil.
- RILEY, M.; SZIVAS, E. (2009): Tourism employment and poverty revisiting the supply curve. *Tourism economics: the business and finance of tourism and recreation* Vol. 15, Nº. 2, 2009 , págs. 297-305. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3007424>.
- RITCHIE, J.R.B. y CROUCH, G.I. (2000): The competitiveness destination: a sustainability perspective. *Tourism management*, nº 21.
- RITLA (2008): Mapa da Violência dos Municípios Brasileiros 2008. Accesible en [http://www.ritla.net/index.php?option=com\\_content&task=blogsection&id=16&Itemid=261](http://www.ritla.net/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=16&Itemid=261)
- RODRIGUES, A. B.(1997): Turismo e Desenvolvimento Local. São Paulo: Hucitec. Brasil.
- RODRÍGUEZ, C. (s/f): Vínculos entre la Formación Profesional y la Educación Regular [http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/worker/eventos/vii/doc\\_i/index.htm](http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/worker/eventos/vii/doc_i/index.htm).
- RODRIK, D. (2007): “One Economics, Many Recipes. Globalization, Institutions, and Economic Growth”, Princeton University Press, USA.
- RODRIK, D.(2009): “Blame the Economists, Not Economics”, Project Syndicate, disponible en: <http://www.project-syndicate.org/commentary/rodrik29>
- ROS, J.(2009): Reducción de la pobreza en América Latina: Incidencia de los factores demográficos, sociales y económicos, en Revista de la CEPAL 98, agosto de 2009, CEPAL, Santiago de Chile.
- ROSSETTI, J. P. (1997). Introdução à Economia. São Paulo: atlas. Brasil.
- RUBIO GIL, A. (2001): Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo, Barcelona, Ariel. España.
- RUSCHMANN, D. (1997): Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas-São Paulo: ed. Papirus. Brasil.
- SAARINEN, J. (2006): Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, octubre.
- SABATE, A. M. F. (2004): Economía Urbana, Desarrollo Local y Economía Social. Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional de General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina.

- SACHS, J. (2007): El fin de la pobreza como conseguirlo en nuestro tiempo. Título original: The end of poverty Traducción de Ricardo García Pérez y Ricardo Martínez y Muntada. Ed. Randon House Mondadori Ltda. Bogotá, D. C - Colombia.
- SANCHO, A. (Dir.) (1998): Introducción al Turismo. Madrid – España. OMT Organización Mundial del Turismo.
- SANTANA SILVA, S. y MATOS, F. (2005): Turismo, desenvolvimento local e pobreza no município de Porto Seguro – BA. Revista Espaço acadêmico n. 51 agosto/2005 mensal ISSN 1569.6186 disponible en [http://www.espacoacademico.com.br/051/51fernandes\\_silva.htm](http://www.espacoacademico.com.br/051/51fernandes_silva.htm)
- SANTOS SILVA, J. A.: (2007) Turismo, crescimento e desenvolvimento: Uma análise urbano-regional baseada em cluster, Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. Tese de doutorado. Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/tesis/jass/](http://www.eumed.net/tesis/jass/)
- SAUTTER, E. T. y LEISEN, B. ((1999): La Gestión de las partes Interesadas. Annals of Tourism Research en Español vol I nº 1 Universitat de les Illes Balears.
- SCHPUM, M. R. (1999): A beleza em jogo. Senac/Boitempo, São Paulo, Brasil.
- SCHUMPETER, J.A. (1934): Teoria do Desenvolvimento Econômico uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Ed. Nova Cultural. (tradução do original intitulado Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung Dunker & Humblot, Berlim, Alemanha a partir do texto em língua inglesa, intitulado The Theory of Economic Development traduzido por Redvers Opie). Brasil.
- SEBRAE (2007): Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade das MPE 2005. Vol III. Agosto de 2007. Brasília-Brasil.
- SELA, (1985): *Los servicios y el desarrollo* de América Latina. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano. Argentina.
- SEN, A. (1996): Capacidad y bienestar. En Martha Nussbaum y Amartya Sen (eds.). La calidad de vida. Fondo de Cultura Económica. México.
- SEN, A. (2000): El desarrollo como libertad, Editorial Planeta, Madrid, España.
- SEN, A. (2001): Desigualdade Reexaminada. Ed.: Record, Rio de Janeiro-RJ.
- SENAC (2011): Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. Programação de Cursos jul-ago-set 2011. Disponible en <http://www.ce.senac.br/>
- SERRANO C., BRUHNS H. T., LUCHIARI M.T.(org) (2000): Olhares Contemporâneos sobre o Turismo. Campinas: Papirus. São Paulo, Brasil. 206 p.
- SERRAT i JULIA, J. (1996): La gestión de personal en la empresa turística, Madrid. Centro de estudios Ramon Areces. España.
- SETUR (1998): Governo do Estado do Ceará - Ceará & Turismo. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil.
- SETUR (2004): Governo do Estado do Ceará, Guia do Investidor. Secretaria do Turismo do Estado do Ceará. Versão Preliminar 2004.01. Fortaleza- Ce- Brasil.

- SETUR (2005): Necessidade de Treinamento da Mão de obra do Turismo. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (Mimeo). Brasil.
- SETUR (2006a): Governo do Estado do Ceará, Conjuntura do turismo via Fortaleza maio 2006. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil.
- SETUR (2006b): Indicadores Turísticos 1995-2005. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil janeiro de 2006. Disponible en <http://www.setur.ce.gov.br/>
- SETUR (2007): Indicadores Turísticos do Ceará 1995-2006, Secretaria de Turismo do Estado do Ceará, mayo de 2007, Fortaleza, Brasil. Disponible en <http://www.setur.ce.gov.br/>
- SETUR (2008): História do Ceará. Guia do Investidor 2007-2008. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Brasil. Disponible en [www.setur.ce.gov.br](http://www.setur.ce.gov.br)
- SETUR (2009): Indicadores Turísticos 1995-2008. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil, janeiro de 2009. Disponible en <http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/arquivos-do-estudos-e-pesquisas/Indicadores%202008.pdf>
- SETUR (2010): Indicadores Turísticos 1995-2009. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- SETUR (2011): Indicadores Turísticos 1995-2010. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- SETUR (2012): Indicadores Turísticos 1995-2011. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- SETUR (2013): Indicadores Turísticos 1995-2012. Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. Fortaleza- Ce- Brasil. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- SHARPLEY, D.; TELFER, D.J. (2002): Aspects of Tourism. Tourism and Developmente concepts and Issues. Ed: Richard Sharpley and David J. Telfer. British Library. Disponible en [http://books.google.cl/books?id=Wvo1sljZH3UC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.cl/books?id=Wvo1sljZH3UC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- SCHUMPETER, J. A., R. Opie (1961): The Theory of Economic Development and Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. New York: Oxford University Press.
- SILVA, A. M.; DI NEGRI, J. A.; KUBOTA, L. C. (2006): Estrutura e Dinâmica do setor de serviços no Brasil. Cap. 1. IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Disponible en [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)
- SILVA A. da C. y JESUS, A. R. (2007): A persistência contemporânea: mandonismo e coronelismo. Revista *Sociologia*, número 14, 2007. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/49123585/Cientelismo-no-Brasil>
- SILVA, E. L. de et al (2001): Metodología da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. 3 ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de ensino a Distância da UFSC. Brasil.
- SOARES, S. (2006): Aprendizado e Seleção: uma análise da evolução educacional brasileira de acordo com uma perspectiva de ciclo de vida. Texto para discussão n. 1185. Governo Federal. Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão. Brasília: IPEA, maio de 2006. Brasil.



- SOBRAL, F.; PECCI A.; y SOUZA, G. (2007): Uma análise da dinâmica da indústria do turismo no Brasil, Revista Acadêmica, Volume II – Número 1, Marzo de 2007, Observatório de Inovação do Turismo, FGV-EMBRATUR, Brasil.
- SÖDERSTEN, B. (1979): Economía Internacional. Tradução de Flávio Wanderley Lara. Rio de Janeiro: Interciência. Brasil.
- SONEIRO, J. G. (1991): Aproximación a la Geografía del Turismo. Madrid: ed. Síntesis. España.
- SOUZA, M. J. (organizadora) (2002): Políticas Públicas e o Lugar do Turismo. UNB Ministério do Meio Ambiente Brasília, 2002. Brasil. 380p.
- SOUSA, N. de J. (2005): Desenvolvimento Econômico – 5 ed. ver. – São Paulo: Atlas. Brasil.
- SOUSA, N. de J. (coord.) (1996): Introdução à Economia. São Paulo: Atlas. Brasil.
- STIGLITZ, J.E.(2008): La crisis de Wall Street es para el mercado lo que la caída del muro de Berlín fue para el comunismo, Entrevista en el Diario El País, España, edición del 21 de septiembre de 2008.
- STIGLITZ, J.E.(2009a): The World Development Report: Development theory and policy, en YUSUF, S.(2009): Development Economics through the decades. A critical look at 30 years of the World Development Report, The World Bank, Washington, USA.
- STIGLITZ, J.E. (2009b) : Fetichismo del PIB, Project Syndicate, USA, edición del 7 de septiembre de 2009.
- STOCK, J. H. and Mark W. WATSON (2003): Introduction to Econometrics, (First Edition), Addison-Wesley.
- STÖHR, W. (2004): Globalização e Descentralização in vergara, P. (coord.) desenvolvimento Endógeno um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza – Ceará, Brasil.
- SUNKEL, O. (2008): Hacia un desarrollo sustentable socio-céntrico, Presentación en Seminario Regreso a Nuestro Futuro Común, México. Disponible en [www.pnuma.org](http://www.pnuma.org).
- SWARBROOKE, J. (2000). Turismo Sustentável, meio ambiente e economia. São Paulo: Aleph. Brasil.
- SZÉKELY, M.(2001): The 1990s in Latin America: Another decade of persistent Inequality, but with somewhat lower Poverty, BID, Working Paper 454, junio 2001, Washington, USA.
- TÉBOUL J. (1999): A era dos serviços – uma nova abordagem ao gerenciamento. Tradução Bazán tecnologia e Lingüística e Maria Inéz Domingues Menedez. Rio de Janeiro: Qualitymark. Brasil. 295p.
- TEIXEIRA, E. L. (1998): Gestão da qualidade em destinos turísticos. Recife: ADM&TEC – Instituto de Administração e tecnologia. Brasil.
- TELES, J. A. (2002): Evolução e Impactos Sócio-Econômicos do Turismo no Ceará Estudos Turísticos da Secretaria Estadual de turismo do Estado do Ceará SETUR nº 9. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- TELES, J. A. et al (2004): Exportações Turísticas do Ceará. Estudos Turísticos da Secretaria Estadual de turismo do Estado do Ceará SETUR, n. 16. Disponible en [http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4\\_of\\_estudos-e-pesquisas](http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas)
- TELFER, D. J. (2001): Strategic alliances along the Niagara wine route”, Tourism Management, 22: 21-30. N. 1 Febrero.

- THE ECONOMIST: Revista electrónica. Disponible en web: [www.economist.com](http://www.economist.com)
- THORP, R. (1998): Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América latina en el siglo XX, BID, Washington D.C. USA.
- THROSBY, David (2001): Economics and culture. Ed. Original Cambridge University Press. Economía y cultura Ed Española. Traducción Cristina Piña Aldao y María Condor Orduña, Madrid.
- TOLEDO, G.L., VALDÉS, J.A. y POLLERO, A.C.(2000): Empresas turísticas en ambiente globalizado: marketing y competitividad. Estudio de casos de *clusters* turísticos. FEA/USP(1998). Disponible en [www.usp.br](http://www.usp.br).
- TRONCOSO, B. (1999): Propuesta para una Política de Desarrollo Turístico Sostenible. Disponible en <http://www.kiskeya-alternative.org/publica/bolivar/desarrrs.htm>
- TROSTER, R. L. y MOCHÓN, F. (2002): Introdução à Economia. São Paulo: Pearson Education do Brasil.
- UNCTAD (2007): Los países menos adelantados. Informe de 2007. Disponible en <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=4314&lang=3>
- UNCTAD (2007): Las consecuencias del comercio y el desarrollo de los servicios de turismo para los países en desarrollo: evento previo a la XII UNCTAD. 19-20 de noviembre de 2007. Ginebra. Suiza. Disponible en <http://www.unctad.org/Templates/Meeting.asp?intItemID=4407&lang=3>
- UNDP (2006): ¿What is poverty? Concepts and measures. Poverty in focus. United Nations Development Programms. December. Disponible en <http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>
- UNESCO (2007): Objetivos de desarrollo del milenio. Contexto Brasileiro. Disponible en <http://www.unesco.cl/esp/prelac/index.act>.
- UNESCO (2005): Objetivos de desarrollo del milenio: una mirada desde América latina y el Caribe. La educación como eje de desarrollo humano. Disponible en <http://www.unesco.cl/esp/prelac/index.act>.
- UNICAMP (2007): Entre o amadorismo, o lúdico e o precário, Entrevista a Fernando Sarti, coordenador do projeto de pesquisa O turismo no Brasil: panorama geral, avaliação da competitividade e propostas de políticas públicas, Jornal da UNICAMP, Abril de 2007, São Paulo - Brasil. Disponible en [www.unicamp.br](http://www.unicamp.br).
- UNIVERSIDAD DE TALCA/ MIDEPLAN (2003): Análisis prospectivo. Cuatro casos de estudios regionales. Universidad de Talca, Talca, Chile.
- VALLS, J. F.(1996): Las claves del mercado turístico cómo competir en el nuevo entorno. Bilbao: Ed. Deusto, España.
- VANHOVE, N. (2005): Economics of Tourism destinations. Cap. 5 pages 107-140. Butterworth Heinemann. Disponible en <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780750666374500090>.
- VASCONCELOS, F. P. (2005): Gestão Integrada da Zona Costeira: ocupação antrópica desordenada, erosão, assoreamento e poluição ambiental do litoral. Fortaleza: Premius. Brasil.
- VASCONCELOS, F. P.(org.) (1998): turismo e meio ambiente. Fortaleza: UECE. Brasil.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999): Desarrollo, redes e innovación lecciones sobre desarrollo endógeno. Madrid: ed. Pirámide. España.

- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2001): Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização. Fundação de Economia e Estatística. Porto Alegre – Rio Grande do Sul, Brasil.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2002): Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização. UFRGS Editora, 2002. Porto Alegre. Brasil. 280p.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2004): Desarrollo endógeno: Interacción de las fuerzas que gobiernan los procesos de crecimiento económico, in Vergara y von Baer; (Ed.): En la frontera del desarrollo endógeno, Ediciones Universidad de La Frontera, marzo de 2004, Temuco, Chile.
- VÁZQUEZ-BARQUERO A. (2004a): Desenvolvimento Endógeno: interação das forças que governam os processos de crescimento econômico. In Vergara, P. (coord.) Desenvolvimento Endógeno um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza: IADH. Brasil.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2005): Las nuevas fuerzas del desarrollo, Antonio Bosch Editor, Barcelona, España.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2006): Surgimiento y Transformación de clusters y *milieus* en los procesos de desarrollo. Revista eure vol XXXII nº 95, pp. 75-92. Santiago de Chile, maio de 2006.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2007): Sobre la diversidad de las interpretaciones y la complejidad del concepto de desarrollo endógeno, en Alvarez et Al. (comp.) Agente e Agenda para el desarrollo Económico Territorial y Empleo, Red DETE-ALC, Montevideo, Uruguay.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2009): Desarrollo Local, una estrategia para tiempos de crisis. Universitas Forun. Vol 1, n. 2, may 2009, conceptos críticos.
- VELÁZQUEZ, M. A. (2007): El fortalecimiento del sujeto del desarrollo. In Alvarez, A. et al Agentes y Agenda para el desarrollo económico territorial y el empleo. Montevideo: Red DETE-ALC. Uruguay.
- VERA REBOLLO, J. F. (COORDINADOR); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. J.; ANTÓN, S. (1997): Análisis Territorial del Turismo. Ariel Geografía. Barcelona, España.
- VERGARA P. y ARRAIS DE SOUZA, M. (2003): Planificación turística con las personas en tiempos de incertidumbre, I Seminário Internacional de Turismo Sustentável 12 al 15 de mayo de 2003, Fortaleza, Brasil. Mimeo.
- VERGARA P. y ARRAIS DE SOUZA, M. (2005): Planificación turística en días de incertidumbre. Ciencias Sociales Online, Septiembre 2005, Vol. II, No. 2 (65 - 83). Universidad de Viña del Mar – Chile. Disponible en [http://www.uvm.cl/csonline/2005\\_2/pdf/planificacion\\_turistica.PDF](http://www.uvm.cl/csonline/2005_2/pdf/planificacion_turistica.PDF)
- VERGARA, P. (2006): Las nuevas ideas del desarrollo económico en territorios pobres y desiguales, en Vergara, Patricio y Alburquerque, Francisco (Coord.), Desarrollo económico territorial: Respuesta sistémica a los desafíos del empleo, red DETE-ALC, Fortaleza, Brasil.

- VERSIANI, F. R. (2007): O Cenário Econômico Brasileiro: Realidade Atual e Perspectivas. Universidade de Brasília FACE – Faculdade de Administração, Contabilidade, Economia, Ciências da Informação e Documentação Departamento de Economia Introdução à Economia. Disponível em <http://www.unb.br/face/eco/inteco/textosnet/3parte/cenarioeconomicobrasil.pdf>
- VESSURI, H. M.C. (1993): Desafios de la educación superior en relación con la formación y la investigación ante los procesos económicos actuales y los nuevos desarrollos tecnológicos. Publicado en la Revista Iberoamericana de Educación Número 2: Educación, Trabajo y Empleo Mayo - Agosto 1993. Disponível en <http://www.oei.es/salactsi/vessuri.htm>
- WAHAB, S. E. A. (1991): Introdução à Administração do Turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional. Pioneira: São Paulo, Brasil.
- WANG, J. y RITCHIE, B. W. (2012): Understanding accommodation managers' crisis planning intention: An application of the theory of planned behaviour. Management Tourism. Elsevier. October 2012.
- WEAVER, D. B. (2012): Clearing the path to sustainable mass tourism: a response to Pectors. Tourism Management, vol 35, issue 5. Elsevier.
- WAISELFISZ, J. J. (2012): Mapa da violência 2012: os novos padrões da violência homicida no Brasil. 1ª Ed. São Paulo, 2011. Instituto Sangari. Brasil.
- WAISELFISZ, J. J. (2007): Mapa da violência dos municípios brasileiros. Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura, OEI, Brasília, Brasil.
- WEBER, Max. (1974): Economía y Sociedad. Fondo de Cultura Económica. México.
- WEF (1992): World Economic Forum: The World Competitiveness Report. Lausanne, Suiza. Disponível em <http://www.weforum.org/>
- WEF (1994): World Economic Forum: The World Competitiveness Report. Lausanne, Suiza. Disponível em <http://www.weforum.org/>
- WEF (2007): World Economic Forum - The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Furthering the Process of Economic Development". World Economic Forum. Ginebra, Suiza. Disponível em <http://www.weforum.org/>
- WEF (2007a): World Economic Forum Global Competitiveness Report 2007-2008, Ginebra, Suiza. Disponível em <http://www.weforum.org/>
- WEF (2009): World Economic Forum Global Competitiveness Report 2008-2009, Ginebra, Suiza. Disponível em <http://www.weforum.org/>

- WEF (2010): World Economic Forum Global Competitiveness Report 2010, Ginebra, Suiza. Disponible en <http://www.weforum.org/>
- WEF (2011): World Economic Forum Global Competitiveness Report 2011, Ginebra, Suiza. Disponible en <http://www.weforum.org/>
- WEF (2013): World Economic Forum Global Competitiveness Report 2013, Ginebra, Suiza. Disponible en <http://www.weforum.org/>
- WILLIAMSON, J. (2004): A Short History of the Washington Consensus. Artículo presentado a la Conferencia From the Washington Consensus towards a new Global Governance, Barcelona, 24-25 de Septiembre de 2004, España.
- WOODRUFF, C. (2007): Self-Employment: Engine of Growth or Self-Help Safety Net? In chapter 4 del del BANCO MUNDIAL (2007): Employment and Shared Growth – Rethinking the role of labor Mobility for Development. Editores: Pirella Paci and Pieter Serneels. The World Bank - The International Bank for Reconstruction and Development. Washington, DC, USA.
- WOOLDRIDGE, J. M. (2006): Introductory Econometrics: A Modern Approach (Third Edition). USA.
- WOOLDRIDGE, J. M. (2002): Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data. . The MIT Press, Cambridge, MA. USA.
- XIAO, H.; SMITH, S. L. J. (2008): The use of tourism knowledge: research propositions. Journal [Annals of Tourism Research](http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607) 2007 Vol. 34 No. 2 pp. 310-331. Accesible en <http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607>.
- YÁÑEZ, C. (2000): Atraso y desigualdad. América Latina y España en perspectiva de historia económica en Instituciones y Desarrollo Nº 6; mayo de 2000, Instituto Internacional de Gobernabilidad, Barcelona, España.
- YÁZAGI, E.; CARLOS, A.; CRUZ, R. (organizadores.) (1996): Turismo, espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Ed. Hucitec. Brasil.
- YUSUF, S.(2009): Development Economics through the decades. A critical look at 30 years of the World Development Report, The World Bank, Washington, USA.
- ZAGHA, R.; NANKANI, G. y GILL, I. (2006): Repensar el crecimiento. Los economistas se replantean qué saben sobre el crecimiento y cómo formular políticas a falta de modelos fidedignos, en Finanzas & Desarrollo, Volumen 43, Nº 1, marzo de 2006, Fondo Monetario Internacional. Disponible en <http://www.weforum.org/>
- ZIMMERMANN, A. y CASTRO, I. C. (1996): Turismo Rural, um modelo brasileiro. Florianópolis: ed. do autor. Brasil.

## **Apéndices**

### Clasificación metodológica

La presente Tesis puede ser caracterizada según su naturaleza, forma de abordaje y objetivos de la siguiente forma:

**a) Naturaleza:** La investigación es clasificada como *aplicada* pues tiene el objetivo de generar conocimientos para la aplicación práctica en la actividad de economía del desarrollo del turismo, para solucionar los problemas específicos. Por cierto, posee implicancias teóricas que son discutidas en el capítulo 2.

**b) Forma de abordaje:** La investigación es clasificada como *cuantitativa* pues la unidad de análisis del estudio (empresas receptoras locales de turismo) fue tratada como una variable mensurable y sus características fueron tratadas estadísticamente, así como las percepciones de sus directivos y empleados. Adicionalmente, esta Tesis aplicó técnicas econométricas de análisis de regresión, con aplicaciones de las ecuaciones clásicas de salarios de Mincer (1974) donde se consideró que estos en escala logarítmica se relacionaban con sus características personales y de sus trabajos, las que fueron incorporadas al modelo estadístico como variables explicativas. Además, la tesis posee una cantidad importante de elementos o variables que pueden ser cuantificables tales como:

- las estadísticas sobre la situación económica y social del Estado de Ceará y el número de empleos que son o pueden ser generados a partir de los sectores económicos versus el turismo;
- el número de empresas receptoras registradas en el órgano oficial de Brasil que posee la ciudad de Fortaleza, capital de Estado de Ceará, principal portón de entrada de los visitantes del Estado;
- el número histórico de visitantes que visitan Ceará;
- el número de personas que trabajan en la actividad capacitados para recepción a los turistas;
- los índices de satisfacción de los turistas con formación y capacitación laboral;
- cantidad de recursos estatales destinados por parte del sector público a la capacitación;
- el número de cursos técnicos en capacitación y formación en turismo para los empleados y/o administradores de las empresas.

La investigación también presenta algunos rasgos cualitativos pues los fenómenos que no pueden ser traducidos en números fueron analizados de forma crítica y a partir de elementos sustantivos u opiniones expertas para atender a los objetivos trazados en la Tesis.

**c) Objetivos:** Es una investigación *exploratoria* ya que tuvo como objetivo mayor mostrar de una forma amplia un problema escasamente tratado en la literatura del turismo y tornarlo más explícito para los interesados en la temática, principalmente el sector público específico del Estado y los empresarios del sector turismo, de manera de agregar conocimiento a la política pública y al diálogo y gobernanza del turismo regional.

Además es un estudio de caso de un “tipo ideal” fallido de Turismo Sostenible para la reducción de la pobreza (ST-EP). Efectivamente, Ceará es un estado emblemático en Brasil en lo referente a turismo (uno de los principales destinos nacionales desde hace dos décadas), alta incidencia de la pobreza (uno de los cuatro estados más pobres de Brasil), elevada desigualdad social (hasta hace cuatro años y por décadas uno de los cuatro estados más desiguales) y baja educación (uno de los estados con mayores tasas de analfabetismo desde sus orígenes).

Así, la Tesis busca detectar a través de este “tipo ideal histórico” porque los importantes esfuerzos gubernamentales y de la cooperación internacional aplicados al turismo en Ceará desde hace dos décadas han tenido resultados tan exiguos. Para ello se ha hecho necesario estudiar el sistema socio-económico completo al cual se aplica esta inversión gubernamental y en particular el sistema de agentes locales del turismo. Por cierto, el uso de un tipo ideal sugiere de inmediato que las causas de los magros resultados serán buscadas en los componentes esenciales del sistema estadual y no en componentes exógenos a él. De hecho la hipótesis central es precisamente que uno de esos componentes es clave para entender los escasos resultados locales de grandes esfuerzos externos en el sector turismo.

La hipótesis privilegia uno de ellos en estrecha interacción con otros (la baja cualificación de los agentes locales del turismo, en un marco de política pública permeada por la existencia de grandes desigualdades sociales y pobreza) y la metodología selecciona un caso de estudio que reúne las principales variables que afectan el resultado e indaga en un segmento clave de la cadena turística: las empresas locales.

### **Técnicas de presentación de resultados**

La recolección de los datos secundarios y primarios en encuestas fueron obtenidos a través de cuestionarios elaborados según los objetivos de ese trabajo. Se procedió a la validación de los datos tanto externos (los que son referidos a los encuestados) cuanto internos (los del cuestionario mismo), a fin de corregir errores en la interpretación de las preguntas o en los propios datos recolectados.

La tabulación de los datos fue realizada según los criterios de clasificación ya establecidos en esta Tesis. Las preguntas de respuesta múltiple fueron tabuladas en función de la frecuencia relativa, estableciendo tablas de porcentajes. Las cuestiones abiertas fueron expuestas y tabuladas por categorías. Los datos numéricos están expuestos en tablas y / o gráficos. Las tablas son compuestas de series específicas o cualitativas, con distribución de frecuencias, cuando fue considerado necesario<sup>214</sup>.

En aquellos casos en que existió necesidad de mayor claridad en la información, ésta es presentada mediante gráficos. El análisis de los datos fue realizado de forma descriptiva y analítica, confrontándose el referencial teórico con los resultados encontrados, buscando verificar la veracidad de las hipótesis específicas, indicándose eventuales variaciones.

Los datos de investigación primaria fueron ponderados de acuerdo a su representación en el universo (según tabla 1.1). Y los datos secundarios, que fueron utilizados para análisis de regresión son expuestos en forma de tablas. Todos ellos son expuestos en el capítulo 4

---

<sup>214</sup> Algunas de ellas, las que están estrechamente ligadas a los problemas centrales de esta Tesis, son expuestas en el Apéndice.



**Encuesta Aplicada****Questionário a ser aplicado nas Empresas Seleccionadas do Sistema Receptor de Turismo no Ceará****01 Entrevista Nº** \_\_\_\_\_**02 Tipo de Empresa:** 1 Agência turismo receptor 2 Transporte 3 Hospedagem**O efeito dos recursos humanos locais no desenvolvimento econômico: o caso do turismo no Estado do Ceará – Brasil.**

Este questionário está destinado à análise de resultados da tese de doutorado, que está sendo elaborada por Myrtis Arrais de Souza, sob orientação do Professor Doutor Antonio Vázquez Barquero, na Universidad Autónoma de Madrid, no Programa de Integração e Desenvolvimento Econômico, cujo título se encontra acima especificado, e vai ser aplicado em empresas turísticas receptoras (Agências de Viagens, Transportadoras e Meios de Hospedagem), selecionadas dentre aquelas registradas pela Secretaria de Turismo do Ceará – SETUR no Ministério do Turismo do Brasil. A autora agradece àquelas empresas que participarão da pesquisa e porá à disposição dos entrevistados os resultados da pesquisa a partir de julho de 2006. A entrevista é anônima, ou seja, os dados são resumidos em estatísticas sem identificação das pessoas.

**I. Perfil da Empresa e do Entrevistado responsável pelos recursos Humanos:****03 Data :** \_\_\_\_\_ **04 Hora início** \_\_\_\_\_ **05 término** \_\_\_\_\_**06 Nome da empresa:** \_\_\_\_\_**07 Endereço:** \_\_\_\_\_**08 Site:** \_\_\_\_\_**09 E-mail do entrevistado** \_\_\_\_\_**10 Tipo / Ramo da Empresa:** \_\_\_\_\_**11 Tempo no mercado local (anos)** \_\_\_\_\_ **12 Tempo no Brasil** \_\_\_\_\_**13 Tempo em outros países** \_\_\_\_\_ **Quais países?** \_\_\_\_\_**14 Nome do entrevistado:** \_\_\_\_\_**15 Cargo na Empresa:** \_\_\_\_\_ **16 Nível de instrução:** \_\_\_\_\_**17 Anos na Empresa:** \_\_\_\_\_ **18 Idade:** \_\_\_\_\_ **19 Sexo:** 1 Masc ( ) 2 Fem ( )**20 Número de Funcionários diretos da empresa no Ceará:** \_\_\_\_\_**II. Seleção dos Recursos Humanos na Empresa**

21. Qual é a forma utilizada habitualmente para contratação dos funcionários de nível gerencial? 22 E no nível operacional?

GER	OPER	
(..)	(..)	1 Anúncio em jornais e outros meios de comunicação
(..)	(..)	2 Indicação de outros empresários / funcionários
(..)	(..)	3 Análise de currículos
(..)	(..)	4 Outras formas.Quais? _____

23. Qual o nível de escolaridade mínimo exigido no nível gerencial? 24 E no nível operacional?

GER	OPER	
(..)	(..)	1 Básico
(..)	(..)	2 Médio
(..)	(..)	3 Superior
(..)	(..)	4 Outros. Quais?

25. São exigidos cursos técnicos especializados para os cargos gerenciais ?

26 E no nível operacional?

GER	OPER	
(..)	(..)	1 Sim
(..)	(..)	2 Não

27. Perfil mínimo exigido para contratação: Gostaria que você me indicasse quais dos seguintes atributos são mais importantes na contratação do pessoal gerencial? 28 E do pessoal operacional? (por em ordem numérica 1, 2, 3 e 4, considerando 1 o mais importante e 4 o menos importante)

GER	OPER	
(..)	(..)	Boa aparência
(..)	(..)	Simpatia
(..)	(..)	Comunicar-se bem
(..)	(..)	Qualificação formal

### III. Treinamento dos Recursos Humanos na Empresa.

29. A Empresa oferece capacitação formal aos empregados?

(..) 1 Sim                      (..) 2 Não

30. Se sim, que tipo de capacitação oferece ao pessoal gerencial?

31 E ao nível operacional?

GER

OPER

- |      |      |  |
|------|------|--|
| (..) | (..) | 1 Formação (melhoramento dos conhecimentos já existentes). |
| (..) | (..) | 2 Instrução (novos conhecimentos)                          |
| (..) | (..) | 3 Adestramento (práticas da Empresa)                       |
| (..) | (..) | 4 Outros. Quais? Especifique as áreas, se for o caso       |

GERENCIAL\_\_\_\_\_

OPERACIONAL\_\_\_\_\_

32. As necessidades de capacitação na empresa são detectadas:

- (..) 1 pelo próprio funcionário
- (..) 2 pelo gerente RH
- (..) 3 pelo mercado
- (..) 4 Outros. Quais? Especifique as áreas, se for o caso

33 GERENCIAL\_\_\_\_\_

34 OPERACIONAL\_\_\_\_\_

35. Você acha que os empregados desta empresa, em geral, estão aplicando os conhecimentos adquiridos na capacitação no seu trabalho?

- (..) 1 sim, completamente    (..) 2 mais ou menos
- (..) 3 um pouco                    (..) 4 não

36 Porque é assim? Quais são os fatores que explicam o sucesso ou fracasso da capacitação?

- (..) 1 Qualidade dos cursos (excelência)
- (..) 2 Formação inicial dos empregados
- (..) 3 Motivação dos empregados
- (..) 4 Capacidades da empresa para aproveitar os novos conhecimentos

(..) 5 Boa seleção dos cursos (pertinência)

(..) 5 Outros fatores: Quais? \_\_\_\_\_

37. A capacitação na empresa é acompanhada / supervisionada para saber se atende suas necessidades?

( ) 1 sim ( ) 2 não .

38 Se sim, de que forma é supervisionada?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

39 Quem faz a supervisão na empresa? \_\_\_\_\_

40 Cada quanto tempo se faz a supervisão? \_\_\_\_\_

41. Como o nível gerencial desta Empresa se atualiza sobre as tendências do mercado turístico (novas tecnologias, mudanças no perfil da demanda, novas ofertas da concorrência, etc) ?

(..) 1 Jornais e revistas 42 Quais? : \_\_\_\_\_

(..) 2 Internet 43 Quais sites? : \_\_\_\_\_

(..) 3 Livros 44 Quais livros?: \_\_\_\_\_

(..) 4 Outros. 45 Quais?: \_\_\_\_\_

46. Existe um controle de qualidade (avaliação) periódica sobre os resultados dos treinamentos / capacitação?

(..) 1 Sim (..) 2 Não

47 Se sim, qual? \_\_\_\_\_

48 Se não, porquê não existe? \_\_\_\_\_

49. Que motivação a empresa oferece aos empregados do nível gerencial para que eles se capacitem? 50 E o pessoal operacional?

49 GERENC

50 OPERAC

(..) (..) Aumento do salário

(..) (..) Promoções

(..) (..) Viagens

(..) (..) Outros. 51 Quais?: \_\_\_\_\_

#### IV. Direção e Gestão da Empresa

52. Que medidas são as mais freqüentemente adotadas para estimular / melhorar a produtividade dos empregados do nível gerencial? 53 E do nível operacional?

52 GER 53 OPER

- (..) (..) 1 Políticas salariais adequadas aos cargos
- (..) (..) 2 Melhora dos planos de capacitação
- (..) (..) 3 Melhora nas condições de trabalho
- (..) (..) Outros. 54 Quais? \_\_\_\_\_

55. Quais são as principais funções exercidas pela área responsável pelos recursos humanos? Qual é a principal? E a segunda mais importante?

(Entrevistador: indicar as opções de resposta para o entrevistado e ordenar com números sendo o 1 o melhor e o 4 o pior )

- (..) 1 Planejamento: quantidade, qualidade e manutenção
- (..) 2 Seleção e controle
- (..) 3 Desenho dos postos de trabalho e desenvolvimento
- (..) 4 Avaliação do Desempenho
- (..) 5 Outros. 56 Quais? \_\_\_\_\_

57. De que parcerias ou associações sua Empresa participa no Ceará?

- (..) 1 Com o Setor público 58 Com quem? \_\_\_\_\_
- (..) 2 Com o Setor privado 59 Com quem? \_\_\_\_\_
- (..) 3 Com a Sociedade civil 60 Que instituições? \_\_\_\_\_
- (..) 4 Com outros. 61 Quais? \_\_\_\_\_

62. Como são realizadas principalmente as comunicações gerenciais dentro da Empresa? Mencione a mais importante. Depois a segunda e depois a terceira....

(Entrevistador: indicar as opções de resposta para o entrevistado e ordenar com números crescentes iniciando com 1)

(..) 1 Através de Jornal interno

(..) 2 Por E-mail

(..) 3 Através de Reuniões

(..) 4 mediante bilhetes

(..) 5 por telefone

(..) 6 Outros. 63 Quais? \_\_\_\_\_

**MUITO OBRIGADA POR SUA COOPERAÇÃO!(Vá à entrevista com o empregado selecionado)**

**V A visão dos empregados (seleção aleatória de empregado em setores diferentes da empresa)**

64 Nome: \_\_\_\_\_

65 Função que exerce dentro da empresa: \_\_\_\_\_

66 Quanto tempo trabalha na empresa? \_\_\_\_\_Anos

67 Idade?:   68 Sexo (anotar): 1 Masc  Fer

69. Qual é seu nível de instrução formal?

(..) 1 fundamental

(..) 2 médio

(..) 3 superior incompleto: curso \_\_\_\_\_

(..) 4 superior completo: curso \_\_\_\_\_

70. Você recebeu treinamento no último ano na empresa (2005)?

(..) 1 Sim

(..) 2 Não Passar a pergunta 72

71. Se recebeu treinamento, quais foram últimos cursos que você participou no último ano (2005) ?

Curso: \_\_\_\_\_

Período: \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

Curso: \_\_\_\_\_

Período: \_\_\_\_\_ Instituição: \_\_\_\_\_

72. Se não recebeu treinamento, quais os motivos que o fez não participar de cursos?

- (..) 1 Não tinha interesse
- (..) 2 Não tinha tempo para assistir
- (..) 3 Não tinha recursos financeiros
- (..) 4 Não foi selecionado pela empresa para os cursos
- (..) 5 Outros \_\_\_\_\_

73. Você tem conhecimento do processo de produção da empresa completo? (se refere a todos os trabalhos que são realizados na empresa para obtenção do produto ou serviço final dirigido ao consumidor). Numa escala de 1 (nenhum conhecimento) até 5 (conhecimento completo), onde você acha que está?

- ( ) 1 Nenhum conhecimento dos processos da empresa, só faz seu trabalho
- ( ) 2 Pouco conhecimento dos processos da empresa
- ( ) 3 regular conhecimento dos processos da empresa
- ( ) 4 Bastante conhecimento dos processos da empresa, mais não todo.
- ( ) 5 Completo conhecimento dos processos da empresa

74. Se sim (Nota 3, 4 e 5), de que forma você participa ou aprendeu sobre o processo de produção?

- ( ) 1 estagiando nos vários setores / gerencias
- ( ) 2 lendo os manuais / site sobre os serviços da empresa
- ( ) 3 vendo os outros colegas trabalharem
- ( ) 4 participando de reuniões / palestras sobre a empresa
- ( ) 5 Outros. 75 Quais? : \_\_\_\_\_

76 Se a resposta à pergunta 72 foi não (itens 1 e 2), Por quê não tem conhecimento?

- ( ) 1 a empresa só me contratou para um serviço fixo
- ( ) 2. não me interesse por todo o serviço da empresa
- ( ) 3 é complicado e difícil
- ( ) 4 não vejo necessidade de aprender mais
- ( ) 5 Outros. 77 Quais? : \_\_\_\_\_

78 Dos seguintes benefícios para os colaboradores ou empregados, quais são aqueles oferecidos pela empresa?

- ( ) 1 Fardas
- ( ) 2 Ticket refeição
- ( ) 3 Transporte
- ( ) 4 Auxilio moradia
- ( ) 5.Outros. \_\_\_\_\_

79 Em uma escala de 1 (pouca satisfação) a 5 (muito satisfeito) qual seria a sua classificação com o seu salário e os benefícios oferecidos pela empresa?

- (..) 1 é muito pouco
- (..) 2 é mais ou menos
- ( ) 3 é regular
- ( ) 4 é bastante bom, mas não ótimo
- ( ) 5 estou muito satisfeito

80 Você sente que tem possibilidade de crescimento profissional dentro da Empresa? (marque de 1= pouco ou nada, a 5 = muitas possibilidades)

- (..) 1 pouco ou nada de possibilidades
- ( ) 2 mais ou menos
- ( ) 3 regular
- ( ) 4 bastante possibilidades
- ( ) 5 muitas possibilidades

81 De que forma você acha que poderia progredir dentro desta empresa?

- ( ) 1 Elaborando melhores trabalhos
- ( ) 2 Sendo promovido a cada período determinado
- ( ) 3 Aprendendo mais sobre os trabalhos da empresa
- ( ) 4.Trabalhando próximo a pessoas importantes no mercado turístico
- ( ) 5. Outros. 82. Quais? \_\_\_\_\_

83. Que fatores você acha que poderiam tornar difícil seu progresso nesta empresa?

- ( ) 1 Não existe plano de promoção / cargos e salários
- ( ) 2 já estou no melhor nível possível
- ( ) 3 quero ficar no trabalho atual
- ( ) 4 Não tem espaço para ocupar aqui
- ( ) 5 Outros. 84. Quais? \_\_\_\_\_

85 Qual é a sua opinião sobre o seu ambiente de trabalho nesta empresa?

- (..) 1 Ótimo
- (..) 2 Bom
- (..) 3 Regular
- (..) 4 Ruim

86 Os equipamentos da empresa são modernos e adaptados aos novos processos de inovação (computadores modernos, softwares adaptados, máquinas, etc.)?

- (..) 1 Sim. O que por exemplo? \_\_\_\_\_
- (..) 2 Não. 87.Você teria sugestões para melhorar a modernização da empresa?  
\_\_\_\_\_

88 A Empresa incentiva ou promove cursos de capacitação profissional?

- (..) 1 Sim, só incentiva. (passe para a pergunta 89)
- (..) 2 Sim, promove e incentiva. (passe para a pergunta 90)
- (..) 3 Sim, terceiriza (passe para a pergunta 91)
- ( ) 4 Não, não promove nem incentiva. (passe para a pergunta 91)

89. Se só incentiva, como incentiva? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

90. Se promover e incentivar, quais foram os últimos dois cursos promovidos?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

91. Se não, Por quê não promove?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



92. Você sente que o número de funcionários **é** compatível com a demanda de serviços da empresa (carga de trabalho) porque?

- 1 Trabalho no tempo certo das minhas horas de contrato
  - 2 O trabalho pode ser realizado de forma normal, sem pressa
  - 3 Raramente se necessita de hora extra para trabalhar
  - 4 O trabalho pode ser revisado sem atraso nos compromissos de datas
  - 5. Outros. 93. Quais? \_\_\_\_\_
- 

93. Você sente que o número de funcionário **não** é compatível com a demanda de serviços da empresa porque?

- 1 Faço meu trabalho sempre com pressa
  - 2 Tenho muito trabalho que não consigo acabar a tempo
  - 3 Sempre tenho que ficar fora do meu horário
  - 4 Quase nunca consigo cumprir os prazos determinados
  - 5. Outros. 94. Quais? \_\_\_\_\_
- 

95. Existem reclamações com relação aos serviços da empresa?

- 1 Sim 96. Quais são as principais? \_\_\_\_\_
- 

2 Não

97. Com que frequência os clientes reclamam dos serviços da empresa?

- 1 Sempre
- 2 De vez em quando
- 3 Nunca
- 4. Outro. 98. Qual? \_\_\_\_\_

99. A Empresa gera uma consciência turística comunitária, ou seja, adverte à comunidade afetada pela sua produção, quais são os efeitos positivos e/ou negativos da atividade turística?

1 Sim.  2 Não

100. Se a resposta foi sim à pergunta 99, como a empresa atua?

- 1 Através de palestras / cursos para a comunidade
- 2. Cuidando do meio ambiente influenciado pelas suas atividades
- 3 Tendo programas internos voltados para os empregados
- 4 Aplicando recursos em obras que conduzam a cuidados ambientais
- 5 Outros. 101 Quais? \_\_\_\_\_

102. Em uma escala de 1 (muito pouco) a 5 (muito), você considera que sua empresa contribui para o desenvolvimento do Estado do Ceará?

- 1 não contribui (ir para pergunta 105)
- 2 contribui muito pouco (ir para pergunta 103)
- 3 contribui pouco (ir para pergunta 103)
- 4 contribui razoavelmente (ir para pergunta 103)
- 5 contribui bastante (ir para pergunta 103)

103. Se sua empresa contribui ao desenvolvimento do Estado, como você apontaria que ela o afeta?

( ) 1 Trazendo novos investimentos

( ) 2 Criando novos postos de trabalho qualificados

( ) 3 Trabalhando com novas tecnologias /processos de trabalho

( ) 4 Pagando / oferecendo melhores benefícios aos funcionários

( ) 5 Outros. 104. Quais? \_\_\_\_\_

105. Porque você acha que a sua empresa não contribui ou aporta pouco ao desenvolvimento econômico do Estado?

---

---

**Obrigada pelas respostas!**

**Anexos**

Descripción de los servicios en las empresas turísticas receptoras previstas en la Ley General del Turismo.

Para una mejor comprensión sobre los servicios que son ejercidos por las empresas receptoras de turismo investigadas en esta Tesis, se reproducen las descripciones constantes en la Ley<sup>215</sup>.

1. **Los medios de hospedaje:** Se considera como tales los emprendimientos o establecimientos destinados a la prestación de servicios de alojamiento temporal, ofrecidos en unidades de frecuencia individual y de uso exclusivo del huésped además de los otros servicios de hospedaje con la adopción de instrumento contractual, tácito o explícito y cobranza diaria. También se considera en la ley los establecimientos de hospedaje en condominios residenciales que sean registrados para esta finalidad. Se entiende por diaria el precio de hospedaje correspondiente a la utilización de la unidad habitacional y los servicios incluso, en el periodo de 24 horas, comprendido en los horarios fijados para entrada y salida de huéspedes.
2. **Las agencias de turismo (viajes):** se trata de la persona jurídica que ejerce la actividad económica de intermediación remunerada entre proveedores y consumidores de servicios turísticos o las que ofertan directamente. Los servicios son: operaciones de viajes, excursiones y paseos turísticos, la organización, contratación y ejecución de programas, rutas, itinerarios, recepción, transferencia y la asistencia al turista. El precio del servicio de intermediación es la comisión recibida de los proveedores o el valor que sumar al precio de coste de estos proveedores con la opción a la agencia de turismo de cobrar tasa de servicio del consumidor por los servicios prestados. Las actividades de intermediación comprenden la oferta, la reserva y la venta a consumidores de uno o más de los siguientes servicios turísticos, ofrecidos por terceros o por los propios agentes de turismo: billetes de pasajes, acomodaciones y otros servicios en medios de hospedaje, programas educativos de perfeccionamiento profesional. También son previstos otras actividades complementarias a las agencias de turismo las que comprenden intermediación o ejecución de los siguientes servicios: obtención de pasaportes, visas o cualquier otro documento necesario a la realización de viajes; el transporte turístico (los que deben obedecer, en caso de flota propia, los requisitos específicos exigidos para el transporte de superficie); el desembarco de equipaje en viajes y excursiones; el arriendo de autos; la obtención o venta de ingresos para espectáculos públicos, artísticos, deportivos, culturales y otras manifestaciones públicas; la representación de empresas transportadoras, de medios de hospedaje y de otros proveedores de servicios turísticos; apoyo a ferias, exposiciones de negocios, congresos, convenciones y congresos; la venta o intermediación remunerada de seguros vinculados a viajes, paseos y excursiones y tarjetas de asistencia a viajeros; venta de libros, revistas y otros artículos destinados a viajeros; acogida turística en la organización de visitas a museos, monumentos históricos y otros sitios de interés turístico.
3. **Las empresas de transporte turístico:** se considera a las empresas que tengan por objetivo social la prestación de transportes turísticos de superficie, caracterizado por el desplazamiento de personas en vehículos y embarcaciones por vías terrestres y acuáticas en las siguientes modalidades: **paquete de viaje** (itinerario realizado en ámbito municipal, interestadales o internacional que incluyan además del transporte otros servicios turísticos como hospedaje, visita a locales turísticos, alimentación y otros); **paseo local** (itinerario realizado para visitar locales de interés turístico del municipio o vecinos, sin la inclusión de alojamiento); **traslado** (trayecto realizado entre las estaciones terminales de embarque y desembarque de pasajeros, medios de hospedaje y locales donde se realicen congresos, convenciones, ferias, exposiciones de negocios y respectivas programaciones sociales); y **especial** (convenido directamente por entidades civil asociativas, sindicales, de clase, deportivas, educativas, culturales, religiosas, recreativas y grupo de personas físicas y de personas jurídicas, sin ánimo de lucro, con transportadoras turísticas, en ámbito municipal, intermunicipal, interestadales e internacional)

215 El texto completo de la Ley General de Turismo de Brasil se encuentra en el site [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)

Descripción de las principales ocupaciones en las empresas turísticas receptoras (ETR).

A continuación se describe las principales ocupaciones en estas empresas receptoras, para un mejor entendimiento de ellas. Según el IPEA (2007b).

**1. Alojamiento.** Aquí hay básicamente tres tipos de empleados:

- **los camareros:** son ocupaciones predominantemente femeninas, con remuneraciones medianas más bajas que las de los hombres en ocupaciones similares y más de la mitad de las personas de esta ocupación tienen entre 5 y 8 años de estudios (formales);
- **los recepcionistas o similares:** es una ocupación en la que se desempeñan similar cantidad de hombres y mujeres, siendo la remuneración mediana de las mujeres más baja. El nivel educacional más frecuente es el grado secundario de enseñanza, pero que no garantiza nivel de remuneración mediana, superior a las franjas educacionales más bajas;
- **los garzones y similares:** es una ocupación eminentemente masculina, que también paga remuneración mediana más altas para los hombres. El nivel de educación más frecuente es de los 5 a los 8 años de estudios seguido de cerca por los de enseñanza media o secundaria.

**2. Agencias de viajes.** Aquí también hay tres tipos de empleados:

- **Los administradores, agentes y similares:** es una ocupación ejercida predominantemente por mujeres con condiciones salariales idénticas a los hombres. El nivel de educación es de por lo menos 9 a 11 años de estudios, con casi un cuarto de ellos en nivel universitario;
- **Los billeteros:** es la ocupación más importante y mayor de este grupo de empresas, en el cual hay más mujeres. La remuneración aquí para las mujeres es casi igual que la de los hombres, siendo los niveles salariales más altos que todas las demás ocupaciones en empresas de turismo, aunque es variable (porcentual sobre boletos emitidos). En términos de educación dos de cada tres personas poseen nivel secundario de estudios (9 a 11 años);
- **Los técnicos en turismo:** aquí dos de cada tres ocupaciones son ejercidas por mujeres, pero los hombres reciben remuneraciones promedio ligeramente superiores a las mujeres. Es la segunda ocupación más bien pagada de entre todas las demás (la primera es chofer) y exige un nivel de educación que va de los 9 a 11 años de estudios a superior.

**3. Transportes.** Aquí hay básicamente dos tipos de trabajadores:

- **Los conductores de buses y similares:** es considerada la ocupación más importante de este grupo de empresas y la casi totalidad de sus empleados son hombres. La remuneración de esta ocupación es la más elevada de todas las ocupaciones investigadas y el nivel educacional que predomina es de 5 a 8 años de estudios seguido por el nivel mediano (9 a 11 años) de estudios;
- **Los fiscales y cobradores:** la ocupación es ejercida principalmente por hombres los que reciben remuneración promedio superior a la de las mujeres. Los niveles educacionales que predominan son de 5 a 8 años de estudios y en menor proporción los de 9 a 11 años de estudios.