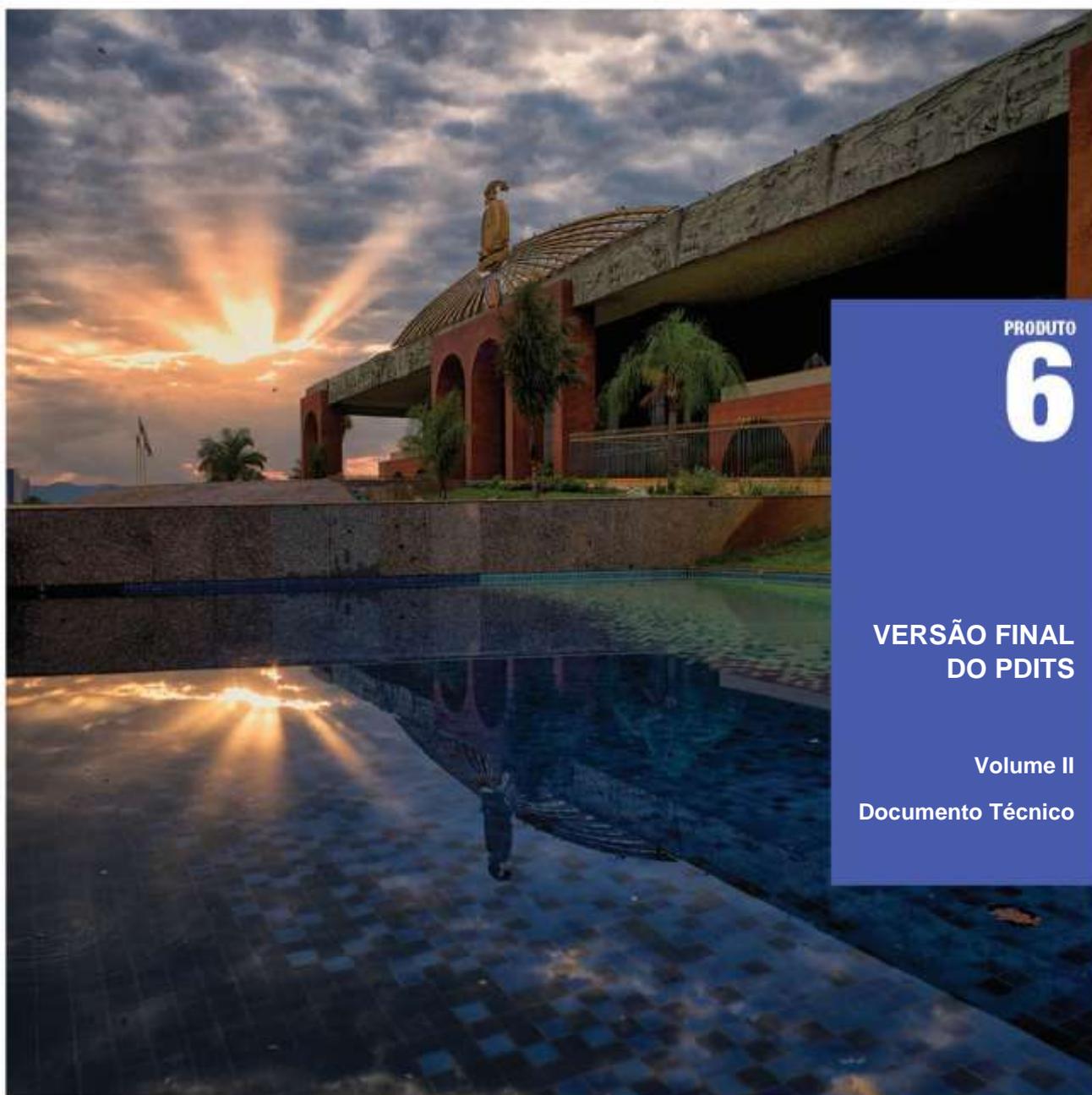


POLO PALMAS

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL - PDITS



PRODUTO

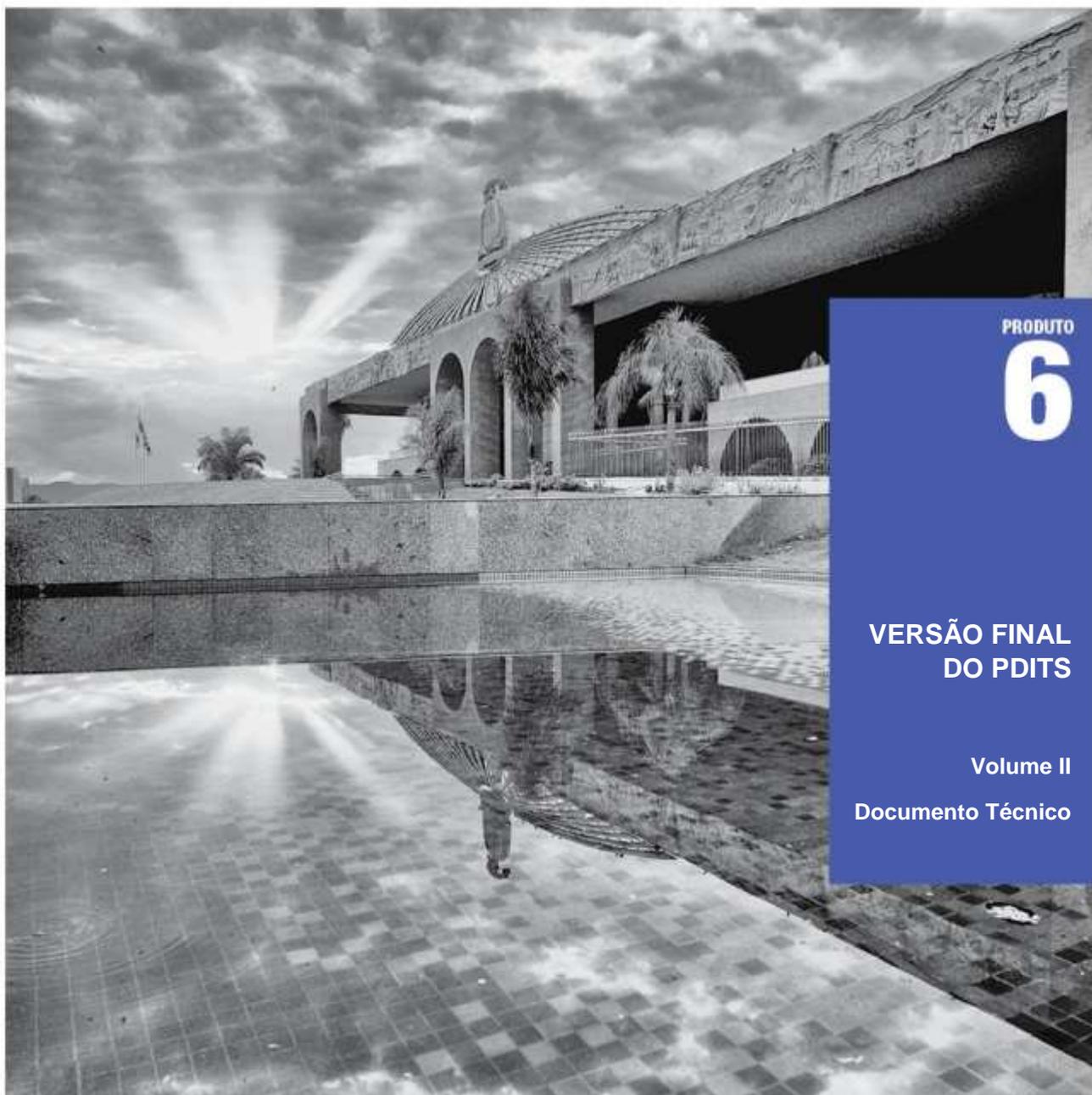
6

VERSÃO FINAL
DO PDITS

Volume II
Documento Técnico

POLO PALMAS

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL - PDITS



PRODUTO

6

VERSÃO FINAL
DO PDITS

Volume II
Documento Técnico

FICHA TÉCNICA

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Michel Miguel Elias Temer Lulia

Presidente Interino do Brasil

MINISTÉRIO DO TURISMO

Alberto Alves

Ministro Interino do Turismo

SECRETARIA NACIONAL DE ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO

Neusvaldo Ferreira Lima

Secretário

DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Rogério Antonio Cóser

Diretor

COORDENAÇÃO GERAL DE PLANEJAMENTO TERRITORIAL DO TURISMO

Eduardo Cláudio Madeira

Coordenador-Geral de Planejamento Territorial do Turismo

Miranice Lima Santos

Chefe de Divisão

Marina Neiva Dias

Técnica de Nível Superior

GOVERNO DO ESTADO DO TOCANTINS

Marcelo de Carvalho Miranda

Governador do Estado do Tocantins

Cláudia Martins Leis

Vice-governadora

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA, TURISMO E CULTURA DO TOCANTINS

Alexandro Castro

Secretário - SEDEN

James Possapp

Superintendente de Turismo da SEDEN

Marcos Miranda

Diretor de Planejamento e Projetos Estratégicos da SEDEN

Ranilton Peres de Souza

Gerente de Planejamento e Projetos Estratégicos da SEDEN

Equipe Técnica

Graziela Cortez

Socióloga

Leila Suely dos Reis da Silva

Turismóloga

Gabriel da Luz

Turismólogo

Rosângela Amorim

Apoio Administrativo

TECHNUM CONSULTORIA

Izabel Borges

Arquiteta/Urbanista

Coordenadora do Projeto

EQUIPE TÉCNICA

Daisy Basso

Pedagoga – Especialista em Gestão Municipal

Denise Guarieiro

Arquiteta e Urbanista

Giselle Chalub

Arquiteta e Urbanista

Heleno Mesquita

Programação e Monitoramento de Programas de Financiamento

João Filipe Campello

Engenheiro Civil – Gestão e Projetos de Infraestrutura

Letícia Bortolon

Arquiteta e Urbanista – Planejamento Urbano e Regional

Luis Cascão

Economista – Estudos e Análise de Viabilidade

Nanci Miranda

Turismóloga – Planejamento do Turismo

Potira Meirelles Hermuche

Geógrafa - Geoprocessamento – Gestão Ambiental

Sílvia Borges de Lázari

Arquiteta e Urbanista – Reabilitação Ambiental Sustentável Arquitetônica e Urbanística

Vera Amorelli

Advogada – Direito Administrativo Municipal, Urbano e Ambiental

Vitor João Ramos Alves

Especialista em Logística e em Processamento de Dados

APRESENTAÇÃO

O presente documento refere-se ao Produto 6 do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS para o Polo Palmas.

O PDITS em processo de elaboração constitui o instrumento base para o desenvolvimento turístico do Polo conforme políticas públicas estabelecidas pelo Estado do Tocantins e conta com o apoio do Ministério do Turismo, por meio do Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR NACIONAL, com aporte financeiro do Banco de Desenvolvimento da América Latina – CAF.

No âmbito do processo de elaboração deste PDITS, foram previstas seis etapas, conforme especificação a seguir:

1ª. ETAPA

Elaboração do Plano de Trabalho e Formulação dos Objetivos do PDITS;

2ª. ETAPA

Elaboração do Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas;

3ª. ETAPA

Validação da Seleção da Área Turística e Formulação de Estratégias de Desenvolvimento Turístico;

4ª. ETAPA

Elaboração do Plano de Ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos e Mecanismos de Acompanhamento e Avaliação;

5ª. ETAPA

Elaboração da Versão Preliminar do PDITS;

6ª. ETAPA

Elaboração da Versão Final do PDITS.

A atual fase de desenvolvimento diz respeito à Versão Final do PDITS. Sua elaboração se dá a pela consolidação dos Produtos anteriores, incorporando ajustes orientados pela SEDEN/TO e pelo Ministério do Turismo – Mtur, além de contribuições advindas dos processos participativos.

O Produto referente a essa etapa está organizado em três volumes. São eles:

Volume I - Resumo Executivo

Volume II – Documento Técnico

Volume III – Processo Participativo

Este documento trata do Volume II – Documento Técnico e consolida as informações relativas ao Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| INTRODUÇÃO..... | xvi |
| 1. MARCO REFERENCIAL E OBJETIVOS DO PDITS..... | 17 |
| 1.1 O Estado do Tocantins e o Polo Turístico de Palmas..... | 18 |
| 1.2 A Política Federal e Estadual de Turismo e o Programa Prodetur Nacional | 23 |
| 1.3 Objetivo Geral do PDITS | 27 |
| 1.4 Objetivos Específicos | 28 |
| 2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO..... | 30 |
| 2.1 Mercado Turístico | 31 |
| 2.1.1 Análise da Demanda Turística Atual..... | 31 |
| 2.1.1.1 Perfil Quantitativo dos Visitantes Atuais do Polo | 34 |
| 2.1.1.2 Caracterização do Perfil Qualitativo dos Visitantes do Polo | 41 |
| 2.1.1.3 Comportamento e Hábitos de Informação e Compra da Viagem | 48 |
| 2.1.1.4 Estrutura do Gasto Turístico | 54 |
| 2.1.1.5 Valorização da Qualidade da Oferta Atual e Determinação da Imagem Percebida da Área Turística | 55 |
| 2.1.1.6 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/ Segmentos Atuais de Demanda..... | 56 |
| 2.1.2 Análise da Demanda Turística Potencial | 61 |
| 2.1.2.1 Quantitativo e Perfil dos Segmentos Potenciais | 61 |
| 2.1.2.2 Identificação de Elementos Críticos que Influem no Processo de Tomada de Decisões de Compra da Viagem dos Segmentos Potenciais..... | 68 |
| 2.1.2.3 Nível de Expectativas dos Diferentes Segmentos Potenciais..... | 69 |
| 2.1.2.4 Hábitos de Informação e compra dos diferentes segmentos potenciais | 70 |
| 2.1.2.5 Conhecimento e Interesse da Demanda Potencial..... | 71 |
| 2.1.2.6 Identificação dos Destinos Competidores..... | 72 |
| 2.1.3 Análise da Oferta da Área Turística | 76 |
| 2.1.2.7 Descrição e Avaliação dos Atrativos Turísticos mais Relevantes..... | 77 |
| 2.1.2.8 Avaliação dos Equipamentos e Serviços Turísticos Existentes | 117 |
| 2.2 Infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados na área turística | 153 |
| 2.2.1 Rede de Acesso ao Polo – Sistemas de Transportes..... | 153 |
| 2.2.2 Abastecimento de água | 163 |
| 2.2.3 Sistema de Esgotamento Sanitário | 169 |
| 2.2.4 Limpeza Urbana..... | 170 |
| 2.2.5 Rede de Drenagem Pluvial | 172 |
| 2.2.6 Sistema de Comunicação | 173 |
| 2.2.7 Energia Elétrica..... | 173 |
| 2.2.8 Serviços de Saúde | 175 |
| 2.2.9 Segurança..... | 176 |
| 2.3 Quadro Institucional da área turística | 177 |
| 2.3.1 Órgãos e Instituições que Atuam na Gestão do Turismo..... | 177 |
| 2.3.2 Impactos e limitações das Políticas Públicas..... | 189 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 2.3.3 | Organização e Coordenação do Processo de Planejamento Turístico | 191 |
| 2.3.4 | Legislação..... | 195 |
| 2.3.5 | Quadro dos Incentivos para o Investimento Turístico | 198 |
| 2.4 | Aspectos socioambientais na área turística..... | 199 |
| 2.4.1 | Qualidade dos Recursos e os Seus Usos Potenciais | 199 |
| 2.4.2 | Clima..... | 200 |
| 2.4.3 | Recursos Hídricos..... | 203 |
| 2.4.4 | Relevo..... | 208 |
| 2.4.5 | Unidades de Conservação e Áreas Protegidas | 211 |
| 2.4.6 | Fauna..... | 213 |
| 2.4.7 | Cobertura e Uso do Solo..... | 214 |
| 2.4.8 | Identificação e Avaliação dos Impactos no Meio Ambiente que já tenham sido causados por Atividades Turísticas..... | 218 |
| 2.4.9 | Fatores de Degradação | 220 |
| 2.4.10 | Necessidade de Reabilitação dos Sistemas Ambientais | 221 |
| 2.4.11 | Gestão Ambiental Pública | 224 |
| 2.4.11.1. | Órgãos e Instituições Públicas Presentes na Área | 224 |
| 2.4.11.2. | Capacidade Institucional dos Municípios para a Gestão Ambiental..... | 225 |
| 2.4.11.3. | Gestão Ambiental nas Empresas Privadas..... | 226 |
| 2.4.11.4. | Instrumentos de Planejamento e Controle Territorial | 226 |
| 2.4.11.5. | Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da Área..... | 227 |
| 2.5 | Consolidação do Diagnóstico Estratégico | 228 |
| 3. | VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA | 249 |
| 3.1 | Validação da Área - Hierarquização dos atrativos turísticos..... | 250 |
| 3.1.1. | Importância dos Atrativos Turísticos | 250 |
| 3.1.2. | Acessibilidade e Conectividade | 262 |
| 3.1.3. | Nível de Uso Atual e Potencial da Área Turística..... | 263 |
| 3.1.4. | Aspectos Físicos da Área Turística..... | 264 |
| 3.1.5. | Infraestrutura e Serviços básicos..... | 266 |
| 3.1.6. | Quadro Institucional e Aspectos Legais | 270 |
| 3.1.7. | Aspectos Ambientais..... | 271 |
| 3.1.8. | Síntese – Validação da Seleção da Área Turística e Priorização de Segmentos | 273 |
| 4. | ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO | 276 |
| 4.1. | Linhas Norteadoras Estratégicas de Desenvolvimento Turístico..... | 277 |
| 4.2. | Estratégias de Desenvolvimento Turístico..... | 278 |
| 4.3. | Proposições e Considerações sobre as Estratégias de Desenvolvimento Turístico | 281 |
| 5. | VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS | 288 |
| 5.1. | Visão Geral das Ações | 289 |
| 5.2. | Dimensionamento do investimento total..... | 308 |
| 5.3. | Seleção e priorização das ações..... | 315 |
| 5.4. | Descrição das ações a serem realizadas nos 18 primeiros meses com recursos do Prodetur Nacional..... | 319 |

| | |
|---|-----|
| 5.5. Avaliação dos impactos potenciais da implementação do programa | 327 |
| 6. Mecanismos de acompanhamento e avaliação | 333 |
| 6.1 Acompanhamento e avaliação do Plano | 334 |
| REFERÊNCIA..... | 337 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Localização do Estado do Tocantins..... | 18 |
| Figura 2: Estados limítrofes ao Estado do Tocantins | 19 |
| Figura 3: Localização do Polo Palmas | 21 |
| Figura 4: Vista da Capital - Palmas..... | 22 |
| Figura 5: Praias – Graciosa e Prata | 22 |
| Figura 6: Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional..... | 23 |
| Figura 7: Política Estadual – Estado do Tocantins..... | 24 |
| Figura 8: Política Estadual – Estado do Tocantins..... | 26 |
| Figura 9: Política Estadual – Estado do Tocantins – PPA 2016-2019..... | 27 |
| Figura 10: Alguns dos Atrativos Turísticos do Polo..... | 31 |
| Figura 11: Alguns dos Eventos do Polo | 32 |
| Figura 12: Espaço Cultural e Feiras Municipais | 33 |
| Figura 13: Diversidade natural do Polo | 34 |
| Figura 14: Atividades Realizadas junto com os Artesãos | 43 |
| Figura 15: Atividades de Captação de Eventos no Polo | 57 |
| Figura 16: Atividades do Segmento de Ecoturismo | 57 |
| Figura 17: Centro Histórico de Porto Nacional..... | 58 |
| Figura 18: Segmentação Turística do Polo | 59 |
| Figura 19: Atrativos Turísticos do Polo | 60 |
| Figura 20: Parque de Exposição da ExpoBrasil..... | 83 |
| Figura 21: Praia da Graciosa – Município de Palmas | 85 |
| Figura 22: Ilha Canela - Praia da Graciosa - Município de Palmas..... | 86 |
| Figura 23: Praia do Prata – Município de Palmas | 86 |
| Figura 24: Praia das Arnos – Município de Palmas | 87 |
| Figura 25: Praia do Caju – Município de Palmas | 89 |
| Figura 26: Atividades de Lazer Realizadas pela População e Turistas..... | 91 |
| Figura 27: Serra do Lajeado, Palmas..... | 91 |
| Figura 28: Atividades de Lazer Realizadas pela População e Turistas..... | 92 |
| Figura 29: Cachoeiras – Distrito de Taquaruçu em Palmas | 93 |
| Figura 30: Cachoeira do Evilson | 94 |
| Figura 31: Cachoeira do Sambaíba | 95 |
| Figura 32: Cachoeira Vai quem Quer..... | 95 |
| Figura 33: Praia do Porto Real – Município de Porto Nacional | 96 |
| Figura 34: Cachoeira Molha Chinelo – Município de Porto Nacional | 97 |
| Figura 35: Cachoeira Azuis – Município de Porto Nacional | 98 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Figura 36: | Cachoeira Saco da Serra – Município de Porto Nacional | 99 |
| Figura 37: | Corredeira do Taboquinha – Município de Porto Nacional..... | 100 |
| Figura 38: | Balneário do município de Porto Nacional | 101 |
| Figura 39: | Balneário Ilha Verde do Município de Lajeado..... | 102 |
| Figura 40: | Cachoeira Viva a Vida – Município de Lajeado..... | 103 |
| Figura 41: | Mirante da Serra do Lajeado..... | 105 |
| Figura 42: | Atrativos do Município de Lajeado | 105 |
| Figura 43: | Morro do Segredo, Morro do Leão e Cachoeira Antiga Usina | 106 |
| Figura 44: | Serra do Estrondo | 107 |
| Figura 45: | Atrativos do Município de Palmas..... | 109 |
| Figura 46: | Palacinho da Cultura..... | 109 |
| Figura 47: | Centro Histórico do Município de Porto Nacional..... | 111 |
| Figura 48: | Catedral Municipal de Nossa Senhora das Mercês | 112 |
| Figura 49: | Museu Histórico Cultural de Porto Nacional..... | 113 |
| Figura 50: | Edifício Histórico da Entidade Comsaúde | 114 |
| Figura 51: | Pinturas Rupestres do Município de Lajeado..... | 115 |
| Figura 52: | Artesanato do Município de Lajeado..... | 116 |
| Figura 53: | Usina Hidrelétrica do Município de Lajeado..... | 116 |
| Figura 54: | Alguns dos Hotéis localizados no Município de Palmas | 120 |
| Figura 55: | Centros de Atendimento ao Turista..... | 152 |
| Figura 56: | Mapa Rede Viária de Acesso ao Polo – Sistemas de Transportes do Polo..... | 154 |
| Figura 57: | Paisagem das Rodovias Estaduais que Cortam os Municípios | 156 |
| Figura 58: | Condições da Rodovia TO-050..... | 156 |
| Figura 59: | Vias Locais de Lajeado, Paraíso do Tocantins, Palmas e Porto Nacional | 157 |
| Figura 60: | Terminais Rodoviários | 158 |
| Figura 61: | Aeroporto de Palmas | 159 |
| Figura 62: | Mapa da Ferrovia Norte-Sul..... | 162 |
| Figura 63: | Abastecimento de Água do Polo..... | 164 |
| Figura 64: | Esgotamento Sanitário do Polo..... | 170 |
| Figura 65: | Limpeza Urbana do Polo..... | 171 |
| Figura 66: | Exemplos de drenagem nos Municípios de Paraíso do Tocantins, Porto Nacional e Palmas..... | 172 |
| Figura 67: | Postes de Energia Elétrica no Centro Histórico de Porto Nacional | 174 |
| Figura 68: | Fornecimento de Energia Elétrica – Polo Palmas, 2013..... | 175 |
| Figura 69: | Gestão Descentralizada do Turismo – Estrutura de Coordenação, conforme definido pela Política Nacional do Turismo 2013 – 2016, aplicada para o Estado do Tocantins | 178 |
| Figura 70: | Organograma do Órgão de Turismo do Estado do Tocantins..... | 179 |
| Figura 71: | Organograma da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo..... | 183 |
| Figura 72: | Organograma dos Órgãos de Turismo do Município de Lajeado..... | 186 |
| Figura 73: | Organograma do Órgão de Turismo do Município de Palmas | 186 |
| Figura 74: | Organograma do Órgão de Turismo do Município de Paraíso do Tocantins | 187 |
| Figura 75: | Organograma do Órgão de Turismo do Município de Porto Nacional..... | 187 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| Figura 76: | Municípios do Polo Palmas | 200 |
| Figura 77: | Precipitação média da região de estudo. Média de um período de 30 anos (1961-1990). (a) Mapa de distribuição espacial da precipitação média e (b) Gráfico da precipitação média na estação meteorológica localizada em Palmas. | 201 |
| Figura 78: | Temperatura média da região de estudo. Média de um período de 30 anos (1961-1990). (a) Mapa de distribuição espacial da temperatura média e (b) Gráfico da temperatura média na estação meteorológica localizada em Palmas. | 202 |
| Figura 79: | Umidade Relativa do Ar na Região do Polo | 203 |
| Figura 80: | Localização da Bacia Hidrográfica do Rio Tocantins. | 204 |
| Figura 81: | Bacias Hidrográficas do Polo | 205 |
| Figura 82: | Rede de Drenagem do Polo..... | 206 |
| Figura 83: | Exemplos de Rios Localizados no Polo | 206 |
| Figura 84: | Cachoeiras no Polo..... | 207 |
| Figura 85: | UHE Lajeado..... | 208 |
| Figura 86: | Mapa Hipsométrico do Polo | 209 |
| Figura 87: | Serra do Lajeado..... | 209 |
| Figura 88: | Mapa de Declividade do Polo | 210 |
| Figura 89: | Mapa Geomorfológico do Polo..... | 211 |
| Figura 90: | Unidades de Conservação e Áreas Protegidas Localizadas no Polo..... | 212 |
| Figura 91: | Pássaros Encontrados na Região..... | 213 |
| Figura 92: | Imagem de Satélite do Polo | 215 |
| Figura 93: | Cerrado na Região..... | 215 |
| Figura 94: | Agricultura e Pecuária..... | 216 |
| Figura 95: | Grandes Centros Urbanos | 217 |
| Figura 96: | Pequenas Localidades no Polo..... | 217 |
| Figura 97: | Usos do Solo Potenciais na Região do Polo..... | 218 |
| Figura 98: | Poluição | 220 |
| Figura 99: | Queimadas..... | 220 |
| Figura 100: | Processos Erosivos..... | 221 |
| Figura 101: | Metodologia de Análise SWOT | 244 |
| Figura 102: | Centro Histórico do Município de Porto Nacional..... | 258 |
| Figura 103: | Praça dos Girassóis de Palmas | 259 |
| Figura 104: | Usina Hidrelétrica do Município de Lajeado..... | 259 |
| Figura 105: | Praia da Graciosa e Praia das Arnos de Palmas e Praia de Porto Nacional | 260 |
| Figura 106: | Balneário Ilha Verde, Parque Cesamar e Praias de Palmas..... | 261 |
| Figura 107: | Atividades do Segmento de Sol e Praia e de Ecoturismo | 265 |
| Figura 108: | O Rio Tocantins como atrativo turístico | 265 |
| Figura 109: | Relevo existente com potencial turístico | 266 |
| Figura 110: | Infraestrutura e Serviços Básicos – Polo Palmas, 2013..... | 267 |
| Figura 111: | Esgotamento Sanitário..... | 269 |
| Figura 112: | Áreas de interesse ambiental..... | 272 |
| Figura 113: | Áreas turísticas e suas segmentações..... | 273 |
| Figura 114: | Produtos Turísticos | 287 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1: Índice Geral de Competitividade - Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Brasil, Capitais, Palmas e Mateiros 2008-2011 | 20 |
| Gráfico 2: País de origem dos turistas no Polo Palmas em 2013..... | 34 |
| Gráfico 3: Principais Estados emissores para o Polo Palmas | 35 |
| Gráfico 4: Origem dos Turistas – Temporada de Praia | 36 |
| Gráfico 5: Fluxo de Turistas no Polo Palmas em 2013..... | 37 |
| Gráfico 6: Período de Permanência dos Turistas e Excursionistas na Praia – Porto Nacional (2013)..... | 40 |
| Gráfico 7: Fluxo de Turistas por gênero no Polo Palmas em 2013 | 43 |
| Gráfico 8: Fluxo de Turistas por faixa etária no Polo Palmas em 2013 | 44 |
| Gráfico 9: Motivos das viagens para o Polo apresentados pelos turistas pesquisados..... | 47 |
| Gráfico 10: Número de Turistas que Programam Antecipadamente suas Viagens..... | 49 |
| Gráfico 11: Tempo de Permanência nos Destinos Programados..... | 49 |
| Gráfico 12: Fontes de Informação Utilizadas pelos Turistas para a Escolha do Destino..... | 50 |
| Gráfico 13: Outras Fontes de Informação Utilizadas pelos Turistas para a Escolha do Destino | 50 |
| Gráfico 14: Motivos das viagens para o Polo apresentados pelos turistas pesquisados durante o evento do Carnaval realizado no ano de 2010 | 52 |
| Gráfico 15: Motivo da viagem para o Polo Palmas em 2013..... | 62 |
| Gráfico 16: Aspectos Levados em Consideração nas Viagens Realizadas pelos Turistas Internacionais..... | 65 |
| Gráfico 17: Atividades Realizadas no Segmento de Pesca..... | 67 |
| Gráfico 18: Índice Geral de Competitividade - Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Palmas e demais Capitais brasileiras 2008-2011 | 73 |
| Gráfico 19: Evolução dos índices das diferentes dimensões - Competitividade Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Palmas 2008-2011..... | 74 |
| Gráfico 20: Estabelecimentos de hospedagem registrados nas Associações relacionadas com o Turismo..... | 124 |
| Gráfico 21: Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de hospedagem | 124 |
| Gráfico 22: Tipo de imóvel dos equipamentos de hospedagem | 125 |
| Gráfico 23: Valor das diárias dos equipamentos de hospedagem..... | 125 |
| Gráfico 24: Facilidades e equipamentos oferecidos nas unidades habitacionais..... | 126 |
| Gráfico 25: Quantidade de funcionários dos estabelecimentos de hospedagem do Polo | 127 |
| Gráfico 26: Participação em estratégias de marketing | 128 |
| Gráfico 27: Empreendimentos de gastronomia que participaram da pesquisa qualitativa realizada | 130 |
| Gráfico 28: Período de funcionamento dos empreendimentos gastronômicos do Polo | 130 |
| Gráfico 29: Quantidade de pessoas atendidas por dia nos equipamentos e serviços de alimentação | 131 |
| Gráfico 30: Adaptações dos equipamentos e serviços de alimentação para atender aos portadores de necessidades especiais | 132 |
| Gráfico 31: Preço praticado pelos equipamentos e serviços de alimentação do Polo..... | 132 |
| Gráfico 32: Número de funcionários dos equipamentos e serviços de gastronomia do Polo | 133 |
| Gráfico 33: Número de equipamentos e serviços de Agenciamento Turístico que participaram da pesquisa..... | 135 |
| Gráfico 34: Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de Agenciamento Turístico | 136 |
| Gráfico 35: Atuação das Agências de Turismo no Polo | 136 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| Gráfico 36: | Número de funcionários dos equipamentos e serviços de Agenciamento Turístico | 137 |
| Gráfico 37: | Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de Locação de Veículos | 139 |
| Gráfico 38: | Meios de divulgação mais utilizados pelos estabelecimentos de Locação de Veículos..... | 140 |
| Gráfico 39: | Número de funcionários dos equipamentos e serviços de Locação de Veículos..... | 140 |

LISTA DE QUADROS

| | | |
|------------|---|-----|
| Quadro 1: | Objetivos específicos definidos em função do tempo | 29 |
| Quadro 2: | Atividades realizadas pelos segmentos turísticos do Polo Palmas | 42 |
| Quadro 3: | Portfólio Estratégico do Polo Palmas | 58 |
| Quadro 4: | Eventos Oficiais realizados em Palmas - TO | 77 |
| Quadro 5: | Eventos Locais (segundo tabela geral no Anexo I desse documento) – Municípios do Polo – 2013..... | 79 |
| Quadro 6: | Eventos no Polo Palmas de porte regional ou nacional e internacional - ano de 2013..... | 81 |
| Quadro 7: | Locais de eventos de Palmas | 142 |
| Quadro 8: | Locais de eventos de Porto Nacional..... | 146 |
| Quadro 9: | Locais de eventos de Paraíso do Tocantins | 149 |
| Quadro 10: | Locais de Eventos de Lajeado | 151 |
| Quadro 11: | Rodovias e Distâncias..... | 155 |
| Quadro 12: | Destinos do Aeroporto de Palmas..... | 159 |
| Quadro 13: | Número de Cargos e respectivos ocupantes da Adtur..... | 179 |
| Quadro 14: | Número de Cargos e respectivos ocupantes - SEDETUR | 182 |
| Quadro 15: | Número de Cargos e respectivos ocupantes - SEDEN..... | 184 |
| Quadro 16: | Órgãos municipais responsáveis pela gestão do turismo – Polo de Palmas | 185 |
| Quadro 17: | Macro programas e programas do Ministério do Turismo | 192 |
| Quadro 18: | Instrumentos Legais e de Gestão dos Municípios do Polo | 196 |
| Quadro 19: | Listagem dos Municípios do Polo que Possuem o Plano Diretor Municipal | 197 |
| Quadro 20: | Incentivos Disponíveis para o Turismo no estado do Tocantins | 199 |
| Quadro 21: | Investimentos previstos e em andamento voltados para o Turismo em Palmas..... | 199 |
| Quadro 22: | Pontos Fortes/Usos Potenciais dos Controles Climáticos Relacionados às Atividades Turísticas..... | 203 |
| Quadro 23: | Pontos Fortes/Usos Potenciais da Rede Hidrográfica Relacionados às Atividades Turísticas..... | 208 |
| Quadro 24: | Pontos Fortes dos Controles Hipsométricos e Geomorfológicos Relacionados às Atividades Turísticas..... | 211 |
| Quadro 25: | Pontos Fortes/Usos Potenciais da Vegetação Relacionados às Atividades Turísticas..... | 218 |
| Quadro 26: | Riscos Ambientais em Relação às Atividades Turísticas..... | 219 |
| Quadro 27: | Síntese dos Principais Conflitos, Impactos Negativos e as Ações para Minimização..... | 222 |
| Quadro 28: | Capacidade Institucional dos Municípios para a Gestão Ambiental do Polo..... | 226 |
| Quadro 29: | Produtos ou Atrativos Turísticos, existentes e potenciais, por segmentação – municípios do Polo Palmas..... | 234 |
| Quadro 30: | Forças, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças Levantadas no Polo..... | 245 |
| Quadro 31: | Crítérios para Avaliação do Potencial de Atratividade..... | 250 |
| Quadro 32: | Matriz de hierarquização dos atrativos turísticos | 252 |

| | |
|---|-----|
| Quadro 33: Atrativos Turísticos do Polo Palmas Considerados para Hierarquização | 252 |
| Quadro 34: Estratégias de Desenvolvimento Turístico, geral e por componentes e sua correlação com o objetivo geral e os objetivos específicos | 279 |
| Quadro 35: Proposição de Estruturação de atrativos para a exploração de Produtos Turísticos | 283 |
| Quadro 36: Produtos Turísticos e abrangência de atratividade | 286 |
| Quadro 37: Descrição das Ações do Componente 1 – Produto Turístico | 290 |
| Quadro 38: Descrição das Ações do Componente 2 – Comercialização | 296 |
| Quadro 39: Descrição das Ações do Componente 3 – Fortalecimento Institucional | 298 |
| Quadro 40: Descrição das Ações do Componente 4 – Infraestrutura e Serviços Básicos | 302 |
| Quadro 41: Descrição das Ações do Componente 5 – Gestão Ambiental | 305 |
| Quadro 42: Metas de Desempenho – Fortalecimento Institucional | 318 |
| Quadro 43: Avaliação dos Impactos Potenciais da Implementação do Programa – Polo Palmas | 328 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----|
| Tabela 1: Público participante da Temporada de Sol e Praia – Palmas e Porto Nacional / TO 2006/2010 | 38 |
| Tabela 2: Série Histórica do Aeroporto de Palmas | 38 |
| Tabela 3: Permanência Média de Turistas por Renda Mensal | 40 |
| Tabela 4: Cenário para a projeção da demanda turística futura (5 anos) | 41 |
| Tabela 5: Estimativa de crescimento do fluxo turístico | 41 |
| Tabela 6: Motivações Gerais para a Realização de Viagens Domésticas por Renda (%) | 46 |
| Tabela 7: Meios de Hospedagem Utilizados na Principal Viagem Doméstica por Renda (%) | 47 |
| Tabela 8: Meios de Transporte utilizados na principal viagem domésticas, por Renda (%) | 48 |
| Tabela 9: Perfil dos Turistas que participaram do Carnaval de Palmas no ano de 2010 | 51 |
| Tabela 10: Gasto Médio Individual do Turista | 54 |
| Tabela 11: Resultado da Avaliação da Principal Viagem Doméstica Realizada pelos Turistas | 55 |
| Tabela 12: Motivação do Turista Internacional que Viaja para o Brasil | 64 |
| Tabela 13: Motivação da Viagem a Lazer do Turista Internacional. | 64 |
| Tabela 14: Preferências dos Turistas Atuais e Potenciais – Brasil 2007- 2009 | 69 |
| Tabela 15: Principais Motivos Levantados na Escolha dos Turistas Potencial | 70 |
| Tabela 16: Duração das Viagens no Brasil | 71 |
| Tabela 17: Balanço Geral dos Índices de Competitividade de Palmas como Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional | 75 |
| Tabela 18: Porte dos Eventos - Segundo Participação do Público | 78 |
| Tabela 19: Total de Equipamentos e Serviços Turísticos dos Municípios Integrantes do Polo | 117 |
| Tabela 20: Hospedagem Cadastur X levantamento realizado | 118 |
| Tabela 21: Equipamentos de hospedagem, leitos, unidades habitacionais e empregos gerados | 119 |
| Tabela 22: Produto Interno Bruto dos Municípios do Polo - Polo Palmas | 119 |
| Tabela 23: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Lajeado | 121 |
| Tabela 24: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Palmas | 121 |
| Tabela 25: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Paraíso do Tocantins | 122 |
| Tabela 26: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Porto Nacional | 122 |

| | | |
|------------|---|-----|
| Tabela 27: | Total de Equipamentos de Alimentação Instalados nos Municípios Integrantes do Polo..... | 129 |
| Tabela 28: | Total de Agências de Viagens e Turismo Instalados nos Municípios Integrantes do Polo..... | 134 |
| Tabela 29: | Total de Equipamentos de Transporte Instalados nos Municípios Integrantes do Polo..... | 138 |
| Tabela 30: | Série Histórica do Aeroporto de Palmas | 160 |
| Tabela 31: | Formas de Abastecimento de Água em Domicílios Particulares Permanentes | 163 |
| Tabela 32: | Qualidade da água do município de Palmas – Janeiro a Dezembro de 2013..... | 164 |
| Tabela 33: | Qualidade da água do município de Paraíso do Tocantins – Janeiro a Dezembro de 2013.. | 165 |
| Tabela 34: | Qualidade da água do município de Lajeado – Janeiro a Dezembro de 2013..... | 166 |
| Tabela 35: | Qualidade da água do município de Porto Nacional – Janeiro a Dezembro de 2013 | 167 |
| Tabela 36: | Tipo de Esgotamento Sanitário de Banheiros Exclusivos de Domicílios Particulares Permanentes..... | 169 |
| Tabela 37: | Destino do Lixo dos Domicílios Particulares Permanentes Segundo Resultados Preliminares do Censo Demográfico 2010 | 171 |
| Tabela 38: | Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes..... | 174 |
| Tabela 39: | Estabelecimentos de Saúde dos Municípios do Polo..... | 175 |
| Tabela 40: | Equipamentos de Segurança dos Municípios Polo..... | 176 |
| Tabela 41: | Demonstrativo dos recursos do Ministério de Turismo aplicados nos municípios do Polo nos anos de 2011, 2012 e 2013 | 189 |
| Tabela 42: | Análise das dimensões consideradas no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores – Palmas, Capitais e Brasil (2011)..... | 243 |
| Tabela 43: | Hierarquização de Atrativos do Polo Palmas | 253 |
| Tabela 44: | Ranking dos Atrativos do Polo Palmas | 257 |
| Tabela 45: | Dimensionamento do Investimento Total – Ações com Recursos do Prodetur e de Outras Fontes..... | 309 |
| Tabela 46: | Investimentos do Prodetur – para os 5 anos de Implantação do PDITS..... | 316 |
| Tabela 47: | Investimentos Totais previstos no PDITS Polo Palmas de Acordo com a Origem dos Recursos Financeiros Necessários..... | 317 |
| Tabela 48: | Investimentos do Prodetur - Primeiros 18 meses..... | 320 |
| Tabela 49: | Linhas de Base e Metas do Polo Palmas para 2025..... | 336 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|-------------------------------|---|
| Abeta | Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura |
| Adtur | Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins |
| APA | Área de Proteção Ambiental |
| APP | Área de Proteção Permanente |
| ATN | Agência Tocantinense de Notícias |
| Cadastur | Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos |
| CAF | Banco de Desenvolvimento da América Latina |
| CAT | Centro de Atendimento ao Turista |
| Energisa | Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins |
| DNIT | Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes |
| Embratur | Instituto Brasileiro de Turismo |
| ESEC | Estação Ecológica |
| FIPE | Fundação Instituto de Pesquisa Econômica |
| GEF | Fundo Global para o Meio Ambiente |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| MTur | Ministério do Turismo |
| Naturatins | Instituto Natureza do Tocantins |
| OMT | Organização Mundial do Turismo |
| PARNA | Parque Nacional |
| PDITS | Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável |
| PPA | Plano Plurianual |
| Odebrecht Ambiental/Saneatins | Companhia de Saneamento do Tocantins |
| Sebrae | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| SEDEN | Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura |
| Senac | Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial |
| SNT | Sistema Nacional de Turismo |
| SNUC | Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza |
| SEPLAN | Secretaria de Planejamento do Tocantins |
| UC | Unidade de Conservação |
| ZEE | Zoneamento Econômico-Ecológico |

INTRODUÇÃO

O PDITS realizado para o Polo Palmas tem como objetivo orientar o crescimento do turismo por meio do desenvolvimento sociocultural, ambiental, político-institucional e econômico dos municípios que o compõem. Mantém, portanto, os princípios de garantia da sustentabilidade trazidos pela busca da qualidade ambiental e da inserção da população local na cadeia produtiva do turismo.

Fundamenta-se na política estadual de desenvolvimento do turismo para o Estado do Tocantins e orienta-se pelas diretrizes do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo, coordenado pelo Governo Federal no âmbito do Ministério do Turismo – MTur.

Esse documento parte da realização do diagnóstico, apresentando a realidade atual dos municípios do Polo, e construindo o futuro desejado, propiciado pelo desenvolvimento do turismo sustentável. Juntamente com as discussões participativas, foi realizada a coleta de informações sobre o mercado turístico atual, os produtos e segmentos turísticos principais e complementares, a prospecção do crescimento do turismo, a infraestrutura e questões institucionais e socioambientais. Avalia-se, portanto, a situação da atividade turística no Polo e na estimativa da sua posição competitiva relativa no mercado turístico, frente a consumidores e competidores.

A partir da análise desses resultados são pontuados e concebidos os objetivos e as estratégias de desenvolvimento turístico para então definir as ações que irão nortear e permitir que o desenvolvimento do turismo no Polo ocorra de forma integrada e sustentável. As ações previstas são priorizadas e especificadas, destacando-se aquelas indicadas para o aporte de recursos financeiros do Prodetur. A metodologia adotada para a definição das ações baseou-se também na participação das comunidades locais, dos setores pertencentes à cadeia produtiva do turismo e das instituições governamentais do estado representada pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Ciências, Tecnologia, Turismo e Cultura - SEDEN.

O documento elaborado permitiu o planejamento integrado do Polo, contemplando os municípios que o compõe por meio das ações destinada a cada um deles. Acrescenta-se que para a concretização das ações previstas, pode-se buscar tanto o aporte de recursos financeiros do Prodetur, quanto de outras fontes.

Com a execução das ações estabelecidas no PDITS pretende-se iniciar a mudança de paradigma da atual realidade do Polo, fortalecendo as atividades turísticas e contribuindo para a melhoria da economia e da qualidade de vida da população local em bases sustentáveis.

1. MARCO REFERENCIAL E OBJETIVOS DO PDITS

1.1 O Estado do Tocantins e o Polo Turístico de Palmas

O Estado do Tocantins, antes pertencente ao Estado de Goiás, foi criado em 5 de outubro de 1988 no momento da promulgação da última Constituição brasileira. É a mais nova unidade federativa do Brasil, situando-se no sudoeste da região norte do País e ocupando uma área de 277.720,52 km².

A população do Estado do Tocantins é de quase 1,5 milhões de habitantes, distribuídos em 139 municípios, com densidade demográfica de 4,98 de habitantes por km² de acordo com as estimativas do IBGE para 2014.

Figura 1: Localização do Estado do Tocantins



Fonte: Technum Consultoria

Limita-se ao norte com o Estado do Maranhão; a leste com os Estados do Maranhão, Piauí e Bahia; ao sul com o Estado de Goiás; e a oeste com os Estados de Mato Grosso e Pará, conforme aponta a Figura 2.

Tem localização estratégica, fazendo parte da Amazônia legal e da delimitação territorial do MATOPIBA, a nova fronteira agrícola brasileira, composta pelos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia.

O Estado destaca-se, também, pela logística de transportes, dispondo de sistemas interligados, ou com potencial de interligação, nas diferentes modalidades: rodoviária, hidroviária, ferroviária, e aeroviária.

Trata-se de um Estado em consolidação, com muitas oportunidades de desenvolvimento e potencial de visibilidade no cenário nacional e mesmo internacional.

Figura 2: Estados limítrofes ao Estado do Tocantins



Fonte: Technum Consultoria

No Tocantins o clima predominante é o tropical, caracterizado por apresentar duas estações bem definidas, uma seca e uma chuvosa. A primeira produz temperatura com média anual de 26°C e a segunda de 32°C. O Estado faz parte dos principais potenciais hídricos do Brasil, apresentando importantes rios como o Araguaia, o Tocantins, o Sono, das Balsas e Paranã. No Rio Araguaia está situado a maior ilha fluvial do mundo, denominada Ilha do Bananal, possuindo aproximadamente 20 mil Km² de extensão. Em seu interior, encontra-se o Parque Nacional do Araguaia, que ocupa cerca de um terço de sua extensão, sendo o restante destinado a terras indígenas.

O Produto Interno Bruto (PIB) do Estado, segundo a Secretaria de Planejamento do Tocantins - SEPLAN, foi de R\$ 19, 5 bilhões em 2012, o que representou um PIB per capita de R\$ 13.776,00 naquele ano. O setor de serviços é o principal responsável pela formação do PIB estadual (64,4%), seguido pela indústria (19,2%) e agropecuária (16,3%). No Tocantins, o segmento de serviços se concentra na capital, Palmas, e nas cidades localizadas próximas à Rodovia Belém-Brasília.

Comparado com a Região Norte, o PIB per capita do Tocantins encontra-se em uma posição desfavorável, abaixo da média (R\$ 14.177,00). Nessa região, o Estado encontra-se acima apenas dos estados do Acre e do Pará.

A agropecuária é a atividade responsável por 99% das exportações do Estado. O estado é grande produtor agrícola, com destaque para o cultivo de arroz, mandioca, cana-de-açúcar, milho e, principalmente, soja.

O setor industrial está concentrado nas cidades de Palmas, Gurupi, Porto Nacional, Araguaína e Paraíso do Tocantins. Destacam-se as indústrias de produtos minerais, de borracha e plástico, agroindústria e alimentícia. Outro destaque na economia do Tocantins se refere à mineração por apresentar grandes quantidades de ouro e calcário.

O Estado conta com um meio ambiente diferenciado, onde se encontram áreas de preservação, unidades de conservação, e importantes bacias hidrográficas. Compõe o importante acervo dos recursos naturais, os santuários ecológicos e os diversos atrativos, tais como cachoeiras, dunas, morros, veredas, fervedouros, *canyons*, praias fluviais, lagoas de águas cristalinas. Trata-se de um território onde o cerrado, o pantanal e a floresta amazônica se encontram e formam um cenário ímpar, com características que podem ser encontradas em poucos lugares do mundo. Acrescenta-se a esta riqueza natural os atrativos

culturais proporcionados pela presença das cidades históricas, etnias, artesanato e as festas regionais.

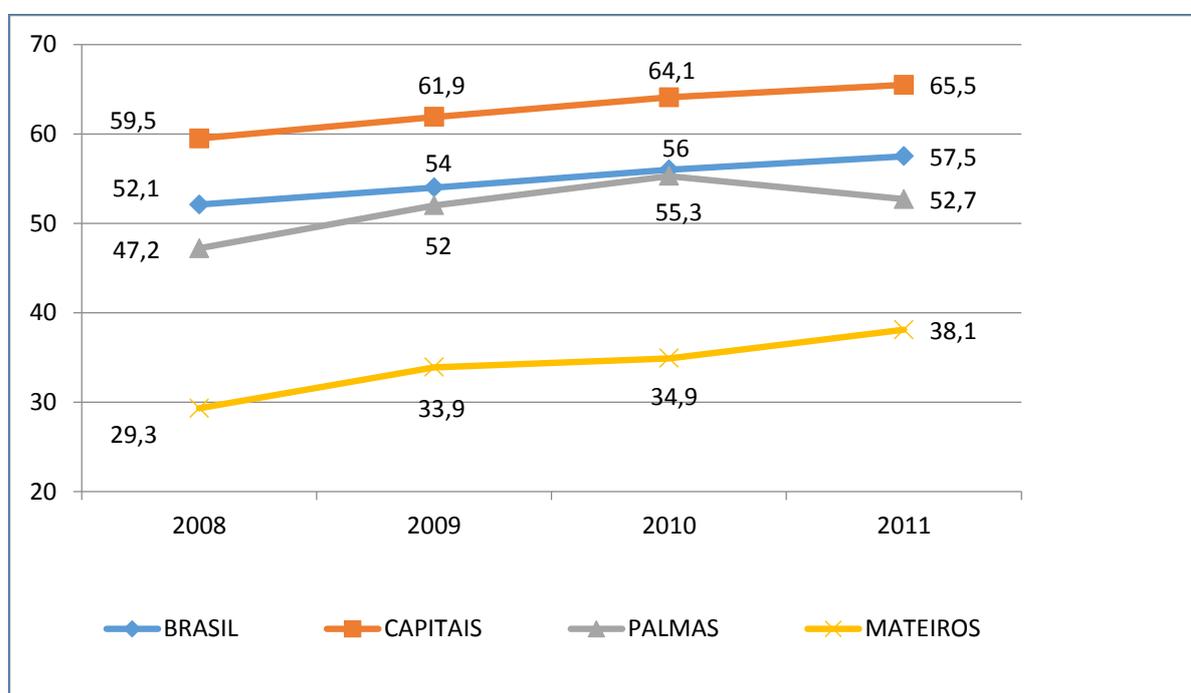
Em relação ao turismo, por se tratar de um Estado com apenas 25 anos de constituição, há um grande potencial de desenvolvimento, o que pode alavancar fortemente a economia local. Hoje, com exceção da capital Palmas, a demanda é marcada pela sazonalidade e busca pelos atrativos naturais, sendo de interesse do Governo Estadual a estruturação da atividade turística. Frente ao território do MATOPIBA as expectativas também são boas, haja vista que os Estados da Bahia, Piauí e Maranhão são atualmente os maiores mercados emissores da demanda turística em razão, inclusive, da proximidade geográfica.

Observa-se, por outro lado, que apesar da grande beleza natural e atrativos turísticos de significância impar, muito há que se fazer no Estado para a estruturação do turismo como atividade econômica sustentável.

O MTur, em parceria com o SEBRAE e Fundação Getúlio Vargas, vem estudando desde 2008 a evolução da competitividade de 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. O Estado do Tocantins participa com dois municípios: Palmas e Mateiros. O estudo, a partir de metodologia específica, avalia aspectos relacionados à atividade turística tais como infraestrutura geral, qualidade de acesso, serviços, equipamentos, gestão turística e outros.

Em uma análise preliminar, ilustrada no gráfico a seguir, observa-se que os o índice geral dos destinos indutores estaduais, apesar da melhoria ao longo do tempo, encontram-se em patamares inferiores quando comparados à competitividade média brasileira ou de outras capitais. Tocantins é, portanto, um destino promissor, que demanda ações para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Gráfico 1: Índice Geral de Competitividade - Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Brasil, Capitais, Palmas e Mateiros 2008-2011.



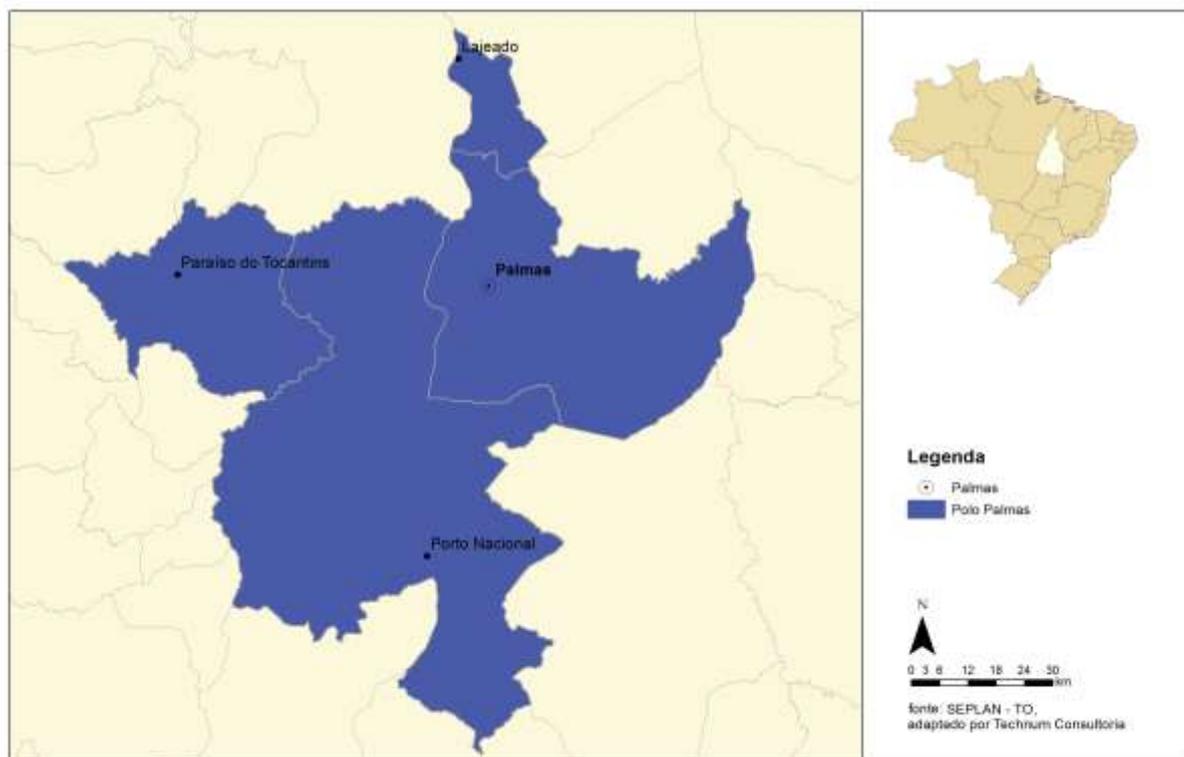
Fonte: MTur, Sessenta e Cinco Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, 2008 a 2011.

Atendendo às diretrizes do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo, o Estado foi dividido em sete regiões turísticas: Vale dos Grandes Rios, Bico do Papagaio, Serras e Lago, Serras Gerais, Encantos do Jalapão, Lagos e Praias do Cantão e Ilha do Bananal.

Complementa o planejamento territorial, a constituição de Polos Turísticos, para os quais estão sendo, ou serão, elaborados os Planos de Desenvolvimento do Turismo Sustentável – PDITS. No total são sete Polos, a saber: Polo de Palmas, Polo do Jalapão, Polo Cantão, Polo das Serras Gerais, Polo Ilha do Bananal, Polo Bico do Papagaio e Polo Vale dos Grandes Rios.

O mapa a seguir apresenta o Polo de Palmas.

Figura 3: Localização do Polo Palmas



Fonte: Technum Consultoria, 2013.

O Polo de Palmas situa-se na região central do estado e compreende os municípios de Lajeado, Palmas, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional.

A seguir apresenta-se, para melhor compreensão das informações detalhadas nos capítulos a seguir, uma síntese das principais características atuais em relação à atividade turística do Polo de Palmas.

Os segmentos turísticos potenciais ou complementares são o Turismo de Negócios e Eventos, o Turismo de Sol e Praia, de Aventura, o Ecoturismo e o Turismo Cultural. Oferece como atrativos: cachoeiras, pinturas rupestres, praias fluviais, edifícios e equipamentos históricos e culturais, além de festas e eventos realizados durante o ano.

O turismo de Negócios e Eventos é impulsionado pela realização de feiras e eventos que atraem tanto um público nacional, quanto internacional, merecendo destaque a Agrotins, a Fenepalmas, a Fecoarte e a ExpoBrasil.

A riqueza natural existente formada por rios, lagos, cachoeiras, serras, dentre outras favorecem o desenvolvimento dos segmentos voltados ao lazer, aventura, recreação e contato com a natureza, favorecendo os segmentos de Sol e Praia, Ecoturismo e Aventura.

A capital do Estado, Palmas, considerada destino indutor, alia às belezas naturais um projeto urbanístico moderno e arrojado com avenidas largas dotadas de um paisagismo e divisão urbanística caracterizada por grandes quadras comerciais e residenciais e

intercaladas por rotatórias ajardinadas e parques. A cidade está situada numa planície situada em pleno Cerrado. De um lado, um imenso lago, do outro, a serra do Lajeado repleta de cachoeiras.

Figura 4: Vista da Capital - Palmas



Fonte: <http://www.afnoticias.com.br>, acesso em Setembro de 2013.

As praias Graciosa, Prata, Arnos e Caju, localizadas na Capital, são as mais visitadas. Possuem infraestrutura de quiosques e barracas e são utilizadas para a prática de esportes náuticos.

Figura 5: Praias – Graciosa e Prata



Fonte: <http://viagem.uol.com.br>, acesso em Setembro de 2013.

A área do Polo oferece ainda poços para banho e prática de rapel e cachoeiras. Merece destaque as cachoeiras do Roncador e de Sambaíba no Distrito de Taquaruçu.

O município de Lajeado é rico em atrativos naturais, como cachoeiras, rios, grutas, balneários e serras repletas de palmeiras e ipês.

Porto Nacional é considerado o berço cultural do Tocantins. É a segunda cidade mais antiga do estado e data do período do ciclo do ouro no Brasil quando a região ainda pertencia a capitania de São Paulo. Os contrastes de ruas antigas e casarões coloniais com vias modernas são constantes no município. O complexo de lazer e turismo localiza-se na Avenida Beira Rio às margens do Rio Tocantins.

Paraíso do Tocantins é o portal de entrada para as belezas naturais da Região dos Lagos. Apresenta uma das melhores infraestrutura turística do Estado, dispendo de rede hoteleira, casas noturnas, bares, restaurantes, serviços e comércio em geral. A FENEVA/FENEPA é uma das melhores feiras de negócios que ocorre no município, unindo cultura, diversão, entretenimento e ótimas oportunidades de negócios.

1.2A Política Federal e Estadual de Turismo e o Programa Prodetur Nacional

A elaboração do PDITS do Polo Palmas dá continuidade à estratégia estadual de captação de recursos para suporte à promoção e ao planejamento turístico, representando esforços de apoio ao desenvolvimento regional e integrado do turismo.

As principais referências do cenário atual das políticas públicas que norteiam o desenvolvimento dos PDITS são sintetizadas a seguir:

Figura 6: Política Federal – Plano Nacional de Turismo e Prodetur Nacional



Fonte: Plano Nacional de Turismo 2013-2016 e Regulamento Operacional do PRODETUR NACIONAL – ROP (2008)
Adaptado: Technum Consultoria (2013).

Figura 7: Política Estadual – Estado do Tocantins



Fonte: Governo do Estado do Tocantins- Anexo I – TP 001/2013 e Carta Consulta para a apresentação à comissão de financiamentos externos – COFIEX (Tocantins). Adaptado: Technum Consultoria (2013).

Os quadros revelam que as políticas federais e estaduais encontram-se alinhadas em suas diretrizes, estruturas, estratégias e objetivos. O Plano Nacional do Turismo 2013-2016 – PNT, construído de acordo com as orientações do Governo Federal, tem como premissa promover, por meio da atividade turística, o desenvolvimento socioeconômico equilibrado e sustentável, bem como a inclusão social e a erradicação da pobreza. Neste contexto, suas diretrizes envolvem (i) a participação e diálogo com a sociedade; (ii) a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; (iii) o incentivo à inovação e ao conhecimento; e (iv) a regionalização como abordagem territorial e institucional. São esses os instrumentos que norteiam o desenvolvimento do turismo brasileiro (figura 6).

Aliado ao PNT merece destaque o Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur, também de abrangência nacional, que é estruturado de forma a promover o acesso às linhas de crédito e aos recursos financeiros. Para a elaboração de propostas e de formatação dos seus programas, os estados e municípios podem contar com o apoio do Ministério do Turismo. O programa tem como objetivo (i) estruturar os destinos e dar qualidade ao produto turístico brasileiro; (ii) aumentar a competitividade do produto turístico nacional; (iii) melhorar a qualidade de vida da população residente nos destinos turísticos; (iv) promover o desenvolvimento econômico e social local de forma sustentável; e (v) apoiar a recuperação e adequar a infraestrutura dos equipamentos nos destinos turísticos. Seus investimentos são organizados em cinco componentes: estratégia de produto turístico; estratégia de comercialização; informação, distribuição e promoção; fortalecimento institucional; infraestrutura e serviços básicos; gestão ambiental (figura 6).

Com efeito, as influências das políticas federais para o turismo atuam para promover o turismo, beneficiando a comunidade local e norteando o rumo da atividade turística visando atingir os objetivos dos programas e dos projetos de forma integrada.

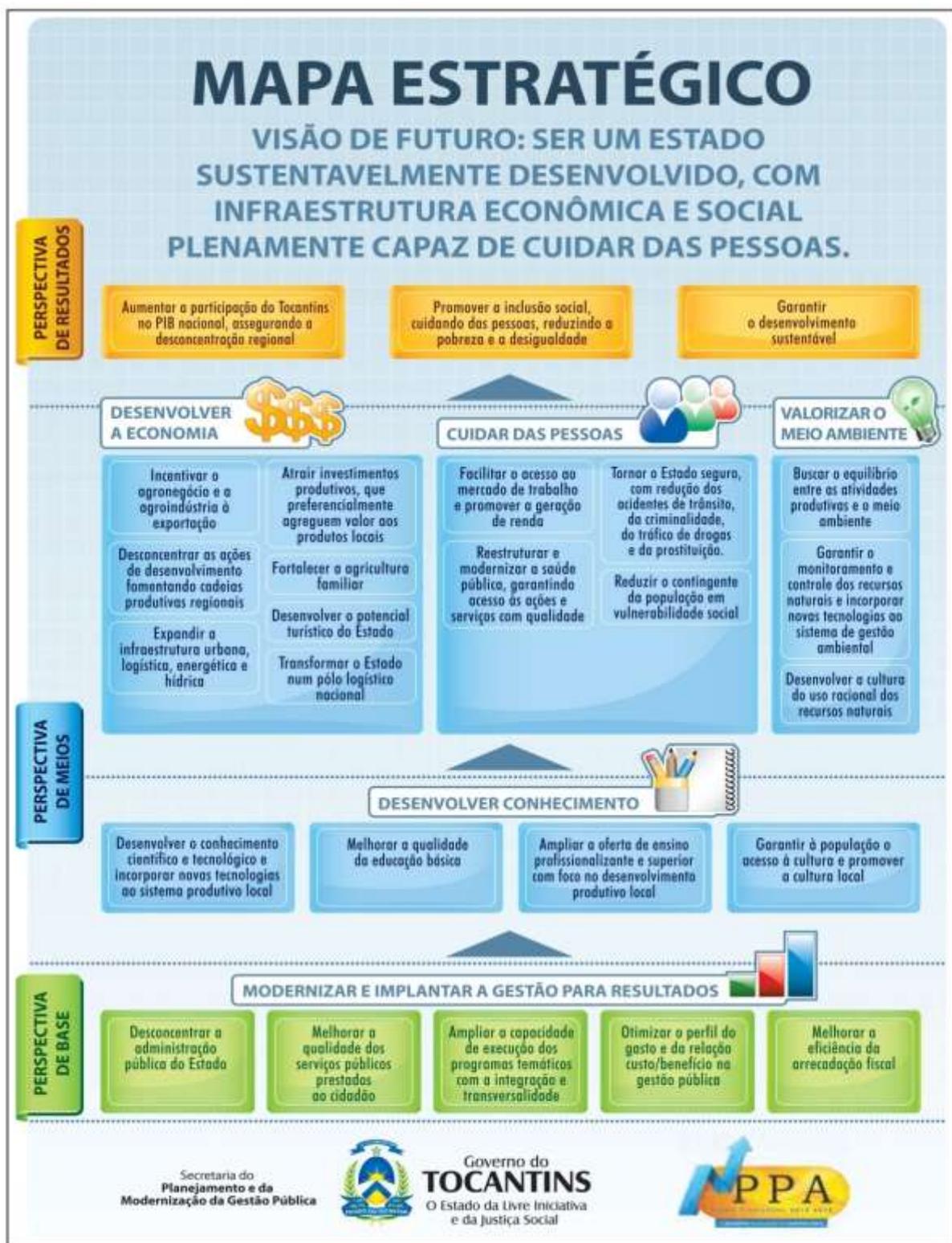
No âmbito estadual as ações a serem desenvolvidas na elaboração dos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS para os Polos do Cantão, Jalapão e Palmas deverão ser apoiadas nos eixos estratégicos estipulados para o desenvolvimento do turismo (figura 7), quais sejam: (i) posicionamento turístico e estratégias de comercialização; (ii) as estratégias de produto/segmentos e demanda/meta; (iii) valorização e exploração dos atrativos; (iv) investimento privado alinhado com investimento público; (v) fortalecimento institucional de turismo e de meio ambiente; (vi) infraestrutura e serviços básicos; e (vii) gestão socioambiental. Dessa forma, os eixos estratégicos previstos ocupam um lugar decisivo no processo de concepção e implementação de ações para o turismo e constituem ferramenta estruturante da política de desenvolvimento sustentável. A análise comparativa das figuras 6 e 7 permite identificar que os eixos estratégicos alinhem-se aos componentes previstos pelo PRODETUR NACIONAL e às diretrizes impostas pelo PNT.

Completando o quadro de políticas estaduais tem-se a Carta Consulta para a apresentação à Comissão de Financiamentos Externos – COFIEX, elaborada pelo Estado do Tocantins, estruturado como forma de agilizar o acesso às linhas de crédito e aos recursos financeiros para o desenvolvimento do turismo. A justificativa para a solicitação do financiamento se baseia no turismo como atividade econômica capaz de promover a participação social, a erradicação da pobreza por meio da geração de emprego e renda e a preservação e conservação dos recursos naturais. As justificativas constantes na Carta Consulta estão interligadas às diretrizes do PNT.

Ainda sobre a Carta Consulta, pode-se afirmar que o objetivo geral e os objetivos específicos (figura 7) propostos estão estruturados e enquadrados nos componentes do PRODETUR NACIONAL e nos eixos estratégicos para a elaboração do PDITS dos três Polos.

Complementa o marco referencial para a elaboração dos Planos de Turismo, o Mapa Estratégico do Estado do Tocantins, elaborado pela Secretaria de Planejamento do Tocantins – Seplan e publicado no Diário Oficial do Tocantins em dois de outubro de 2013. Ele define a inclusão social e o desenvolvimento sustentável como perspectivas e resultados do Estado e, como premissa para o crescimento econômico, aponta o desenvolvimento do potencial turístico. O mesmo é apresentado a seguir.

Figura 8: Política Estadual – Estado do Tocantins



Fonte: Diário Oficial do Tocantins (ANO XXV - PALMAS, Quarta - Feira, 02 de Outubro de 2013 – Nº 3.973).

De acordo com informações obtidas junto a SEDEN - Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura (atual gestão do turismo no Estado), foram publicados em 23 de dezembro de 2015 o novo Mapa Estratégico do Estado – PPA 2016-2019 que pode ser verificado na imagem a seguir.

Figura 9: Política Estadual – Estado do Tocantins – PPA 2016-2019



Fonte: publicação no DOE de nº 4. 527, Suplemento em 23 de dezembro de 2015, disponível em www.seplan.to.gov.br, acesso em Março de 2016.

Verifica-se que o mapa datado de dezembro de 2015 amplia a **perspectiva dos resultados**, incorporando na **visão de futuro**: melhorar a qualidade de vida, desconcentrar o desenvolvimento, elevar o valor agregado da produção e desenvolver cadeias produtivas.

A perspectiva de meios passa a ser tratada como **perspectiva dos condicionantes**, e considera como visão de futuro: melhorar a qualidade e aumentar a cobertura na prestação de serviços; assegurar e integrar logística para inserções global e nacional; ampliar a capacidade de inovação; e estimular o empreendedorismo de vanguarda.

Sobre a perspectiva de base, agora considerada **perspectiva de governança**, destacam-se no mapa estratégico atual: adotar gestão estratégica; garantir o equilíbrio e qualidade fiscal; desenvolver competências e comprometimento dos servidores; promover parcerias; e desenvolver capital social.

Observa-se, portanto, que o cerne deste PDITS permanece alinhado à Política Estadual atual, já tendo incorporado os necessários ajustes apontados pelos atuais gestores.

A partir dos pressupostos apresentados, a elaboração do PDITS implica no alinhamento e articulação com as esferas federal, estadual e municipal. Além disso, alude obter a visão integrada da realidade dos Polos turísticos pautada no mercado turístico (oferta e demanda), na gestão do turismo e na infraestrutura. No que se refere aos aspectos sociais, econômicos e ambientais, deverá ter por base o desenvolvimento sustentável e a melhoria da qualidade de vida da população.

1.3 Objetivo Geral do PDITS

Alinhados com as políticas federais e estaduais foi estabelecido o objetivo geral, bem como os objetivos específicos do Polo, articulados com as características, com as vocações locais e com a sua relação com os segmentos turísticos principais propostos.

Observando-se a necessidade de consolidação do Polo enquanto Destino Turístico, o objetivo inicialmente traçado foi:

OBJETIVO GERAL – POLO DE PALMAS

Estruturar e consolidar o segmento de Negócios e Eventos no Polo e promover a criação de roteiros complementares com os segmentos de Ecoturismo, Sol e Praia e Cultural.

Nesse sentido, buscou-se identificar os segmentos principais e complementares, que determinados com base nos princípios da regionalização, do diagnóstico realizado para a área turística e pela estratégia estabelecida pelo Estado do Tocantins para o posicionamento turístico e estratégia de comercialização, são apresentados a seguir:

| POLO | SEGMENTO PRINCIPAL | SEGMENTOS SECUNDÁRIOS E POTENCIAIS |
|-------------|-------------------------------|--|
| Polo Palmas | Turismo de Negócios e Eventos | Ecoturismo, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Aventura, Turismo Cultural e Turismo de Pesca |

As definições dos segmentos de Ecoturismo, Turismo de Aventura e Turismo de Negócios e Eventos são aquelas estabelecidas pelo MTur. Contempladas pelo Programa de Regionalização do Turismo e publicadas no ano de 2010, estão disponíveis no site institucional do MTur e são a seguir reproduzidas:

- **Turismo de Negócios e Eventos:** “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.” (Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas - MTur, 2010, p. 15).
- **Ecoturismo:** “é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (Ecoturismo: Orientações Básicas - MTur, 2010, p. 17).
- **Turismo de Sol e Praia:** “constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.” (Sol e Praia: Orientações Básicas - MTur, 2010, p. 14).
- **Turismo de Aventura:** “compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (Turismo de Aventura: Orientações Básicas - MTur, 2010, p.14).
- **“Turismo Cultural: compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.”** (Turismo Cultural: Orientações Básicas - MTur, 2010, p.15).
- **Turismo de Pesca:** compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora (Turismo de Pesca: Orientações Básicas – MTur, 2010, p.16).

1.4 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos foram definidos em função do tempo (curto: 18 meses; médio: cinco anos; longo: dez anos), para o Polo. Vale ressaltar que os objetivos listados buscam identificar as necessidades e a estruturação de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, visando desenvolver o turismo no Polo.

Quadro 1: Objetivos específicos definidos em função do tempo

| OBJETIVO | POLO DE PALMAS |
|---|----------------|
| incentivar o desenvolvimento de novos produtos voltados aos segmentos potenciais identificados; | curto |
| promover a estruturação de circuitos turísticos integrados, a partir de temas específicos e envolvendo, quando possível, os vários municípios do Polo; | curto |
| promover a integração dos municípios do Polo; | curto |
| capacitar gestores públicos, entidades de governança e atores do trade e promover a gestão compartilhada da atividade turística; | curto |
| estabelecer instrumentos regulatórios para as segmentações turísticas e para os atrativos, quando aplicável. | curto |
| incrementar a atratividade turística e a competitividade do Polo no segmento de Negócios e Eventos | médio |
| diversificar as atividades complementares, principalmente as de caráter cultural, de ecoturismo e de sol e praia. | médio |
| aumentar o tempo de permanência média do turista; | médio |
| recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo. | médio |
| adequar as condições dos órgãos municipais de turismo e de meio ambiente às necessidades efetivas de gestão da atividade turística; | médio |
| monitorar o desenvolvimento do turismo com acompanhamento contínuo de indicadores específicos alimentados em um sistema de inteligência turística; | médio |
| ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo; | longo |
| melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; | longo |
| melhorar e ampliar a oferta de equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; | longo |
| aumentar o número de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo de forma a contribuir para o crescimento do turismo; | longo |
| ampliar e melhorar as condições de mobilidade urbana e acessibilidade interna no Polo; | longo |
| proteger os recursos naturais e culturais, além de melhorar o ordenamento e o controle da atividade turística, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos. | longo |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

2.1 Mercado Turístico

2.1.1 Análise da Demanda Turística Atual

A análise dos estudos, pesquisas, indicadores e estatísticas relacionados ao perfil da demanda turística atual no Polo foram baseados nas pesquisas realizadas pela Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins - Adeptur, órgão oficial de turismo do Estado à época da elaboração deste Diagnóstico, e pelo MTur por meio dos cadernos de segmentação turística e pesquisas da demanda turística nacional e internacional. Aliam-se a essa análise as pesquisas primárias realizadas em campo no mês de outubro de 2013, de natureza quantitativa e qualitativa, nos quatro municípios que compõem o Polo.

As condições impulsionadoras do desenvolvimento do turismo no Polo referem-se às oportunidades propiciadas pela nova capital bem como pela presença das grandes eventos de abrangência nacional e internacional, e da diversidade natural e cultural existente.

Figura 10: Alguns dos Atrativos Turísticos do Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Vale enfatizar que não existem levantamentos ou pesquisas qualitativas e quantitativas que traçam o perfil do turista que visita o Polo. Observam-se esforços do órgão responsável pela gestão do turismo no âmbito estadual, em realizar pesquisas referentes ao assunto por meio do levantamento anual realizado em 2013 – que, no entanto, obtiveram poucos resultados. Nota-se ainda, a ausência de instrumentos de levantamento sistemático ou mesmo de metodologias de levantamento e de análises que busquem a consolidação desses resultados de forma a dimensionar com maior exatidão os segmentos de demanda e fluxos turísticos nos municípios. Os poucos dados disponíveis referem-se à Palmas, capital do estado, não retratando a situação do Polo.

Dentro dessa escassez de pesquisas mais aprofundadas dos fluxos, perfis e pesquisas turísticas do Polo, buscou-se analisar o turista que visita o Estado. Pode-se verificar que a demanda turística do Tocantins vem crescendo nos últimos anos. O aumento do fluxo de

passageiros no Aeroporto de Palmas, objeto de análise no item 2.1.1.1, corresponde a um indicador desse comportamento. Evidentemente que o fluxo de passageiros no aeroporto não depende exclusivamente do turismo. No entanto, ao se considerar que o aumento desse fluxo é superior ao crescimento proporcional da população do Estado pode-se atribuir o turismo uma parcela de responsabilidade por esse resultado.

No que diz respeito à segmentação turística buscou-se identificar o motivo que mais atrai o visitante que se destina ao Polo. Os levantamentos realizados ao longo do diagnóstico do Polo Palmas apontam para o crescimento de atividades econômicas, principalmente na Capital, tornando o Polo um grande potencial para o turismo de Negócios e Eventos, atividade esta que vem se consolidando e é considerada como produto principal.

A globalização da economia, o desenvolvimento tecnológico e o conseqüente aprimoramento dos meios de transporte e de comunicação, entre outros fatores, facilitaram e estimularam a movimentação turística mundial e, de modo especial, os deslocamentos para fins de conhecimento, troca de informações, promoção e geração de negócios. Configura-se, assim, o segmento da oferta turística denominado turismo de Negócios e Eventos. Como um destino de negócios, o Brasil vem se posicionando por conta do seu desenvolvimento industrial e respectivos produtos, tanto para exportação, como para a comercialização interna.

A imagem favorável do Brasil no exterior e a conquista de referências mundiais no desenvolvimento tecnológico e científico em diferentes áreas vêm contribuindo para o avanço do segmento do turismo de Negócios e Eventos. No Estado agrega-se a este movimento a grande realização de eventos onde se destacam, como de maior porte da região Norte, a Agrotins, a Feira de Tecnologia Agropecuária do Norte do país, a Fenepalmas - Feira de Negócios de Palmas, a Feira da Beleza e a Exposição Agropecuária de Paraíso do Tocantins.

Figura 11: Alguns dos Eventos do Polo



Fonte: (A) www.agrotins.to.gov.br/noticia/2012, (B) www.cacb.org.br/noticia_noticias/, (C) www.intervaloup.com/2013/09/ e Technum Consultoria SS, 2013.

No desenvolvimento deste PDITS, confirmou-se a importância desse segmento no contexto nacional e internacional pela realização, em abril de 2014, do evento “I Jogos Mundiais dos

Povos Indígenas – 2015”. Palmas foi designada como sede da primeira edição dos jogos, por apresentar o melhor projeto técnico, com expectativa de participação de 22 a 30 países.

Apesar da insuficiência de dados, ações como essas indicam a efetividade da necessidade de captação de eventos e determinação da política estadual na busca do fortalecimento do segmento de negócios e eventos.

A exemplo dos Jogos Indígenas, o governo estadual vem trabalhando para a conquistar a condição de Palmas como sede da fronteira agrícola do MATOPIBA. Caso esse fato se concretize, abrem-se grandes perspectivas para o fortalecimento do segmento turístico elencado como o principal.

Permanece, porém, a necessidade de integração dos segmentos complementares, haja vista que os negócios e eventos têm expressiva concentração no município de Palmas.

O Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) que trata do segmento de Negócios e Eventos, o define como o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse: profissional; associativo; institucional; comercial; promocional; técnico; ou, ainda, científico e social.

Acrescenta que essa segmentação turística proporciona oportunidade de equacionamento de períodos sazonais, pois independe de condições climáticas e períodos de férias. O segmento traz alta rentabilidade, possibilidade de interiorização da atividade turística, aumento da arrecadação de impostos, contribuição para o crescimento dos negócios locais devido ao intercâmbio comercial e empresarial, desenvolvimento científico e tecnológico, disseminação de novas técnicas e conhecimentos, bem como a regeneração de áreas urbanas proporcionada por oportunidade de investimentos.

Em Palmas o Espaço Cultural José Gomes Sobrinho e o Espaço Popular Mario Bezerra Cavalcanti representam espaços importantes onde se realizam eventos. A figura a seguir ilustra estes espaços.

Figura 12: Espaço Cultural e Feiras Municipais



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

Além disso, o Polo apresenta uma diversidade natural formada por rios, cachoeiras, praias, parques, áreas de preservação ambiental, além da rica fauna e flora (figura 13). Estas áreas são atrativas para os turistas e contribuem para o fortalecimento do Ecoturismo e do turismo de Sol e Praia no Polo. Nesse sentido, o componente definido como gestão socioambiental deve ser tratado de forma cuidadosa de modo que o desenvolvimento do turismo no Polo não ocorra de forma dissociada do meio ambiente e da população local.

Figura 13: Diversidade natural do Polo



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

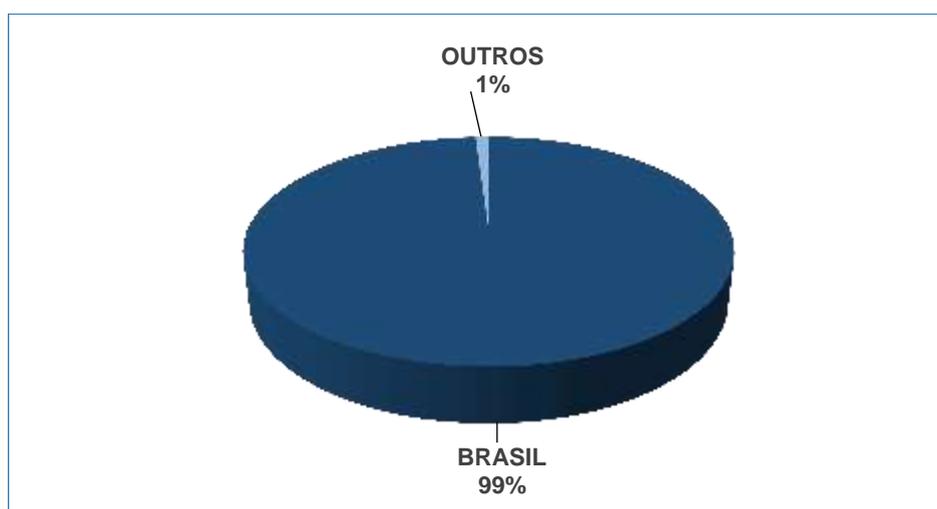
Como segmentação complementar o Polo Palmas possui os segmentos de **Ecoturismo**, **Turismo de Sol e Praia** e **Turismo Cultural**. Esses segmentos podem ser incorporados à segmentação principal garantindo assim maior permanência do turista. Para a definições destes segmentos foram utilizados o Manual de Orientações Básicas do MTur (2010), específico para cada um, conforme indicado no item 2.1.2 referente aos atrativos.

Além desses, observa-se uma potencialidade de desenvolvimento para os segmentos de Aventura e de Pesca.

2.1.1.1 Perfil Quantitativo dos Visitantes Atuais do Polo

De acordo com Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística realizada pela Adtur no ano de 2013, o número de turistas foi de 215.950 para o Polo Palmas. O fluxo nacional de turistas corresponde a 99% do fluxo total, restando apenas 1% para os demais países, conforme aponta o gráfico a seguir.

Gráfico 2: País de origem dos turistas no Polo Palmas em 2013



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

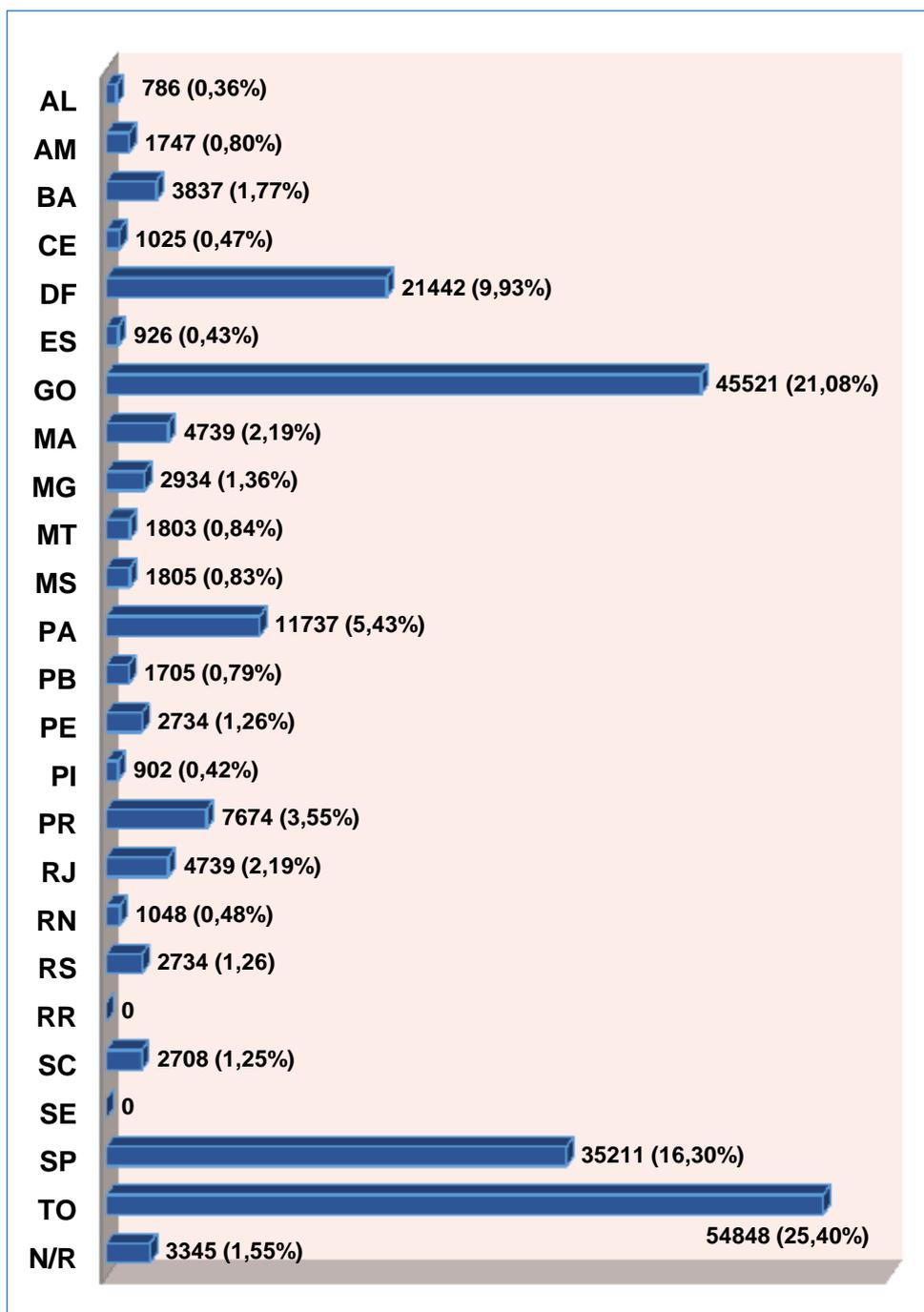
No mercado internacional, por meio das entrevistas realizadas em campo, foram relatados turistas provenientes, principalmente, dos Estados Unidos, Inglaterra, Itália, Espanha e Alemanha.

Nas reuniões realizadas em campo, no mês de outubro de 2013, as informações coletadas junto aos atores locais indicam a presença de um perfil de turista essencialmente do próprio

Estado. Em se tratando de público regional como principais emissores, no mercado interno, os estados do Tocantins, Goiás e São Paulo, seguido por Distrito Federal e Pará, destacam-se, conforme aponta o gráfico a seguir.

O estado do Tocantins configura-se como o maior emissor, com 54.848 do total de visitantes em 2013 (25,40%), seguido de Goiás com 45.521 visitantes (21%), São Paulo com 35.211 visitantes (16%), Distrito Federal com 21.442 visitantes (10%) e Pará com 11.737 visitantes (5,40%).

Gráfico 3: Principais Estados emissores para o Polo Palmas

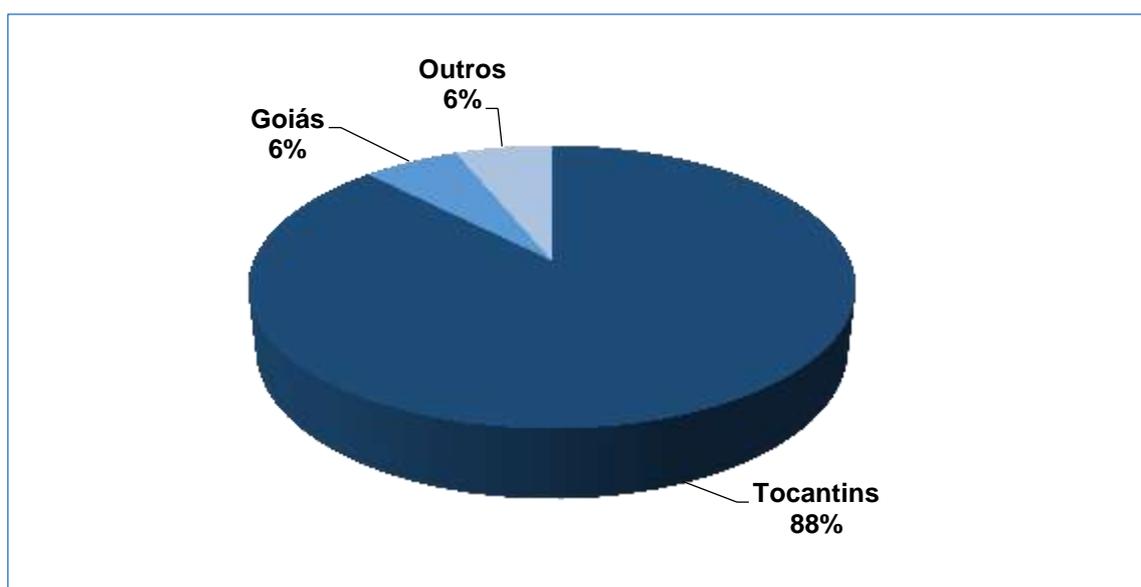


Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

Dados da pesquisa realizada pela Adtur em parceria com o Instituto Euvaldo Lodi – IEL apontaram que na alta temporada de 2013 a demanda turística do Estado teve como principais emissores os estados do Tocantins (88%) e de Goiás (6%). Esses dados ao serem comparados com os dados contidos no gráfico anterior (gráfico 3) confirma a posição do Tocantins e de Goiás com principais emissores. No entanto, por se tratar de uma pesquisa aplicada em um nível menor de abrangência (temporada de praia), a porcentagem destinada a cada mercado emissor apresenta variação.

Esses dados retratam uma situação parcial, pois tratam somente da temporada de Sol e Praia. Parecem confirmar, porém, a hipótese de que a demanda pela praia tem caráter local e regional.

Gráfico 4: Origem dos Turistas – Temporada de Praia



Fonte: IEL – Instituto Euvaldo Lodi durante a Temporada de Praia de 2013.

De maneira geral os dados disponíveis, ou a falta desses, revelam um gargalo para o Polo que deve ser superado, uma vez que o controle e monitoramento do fluxo turístico colaboram com o desenvolvimento do turismo sustentável.

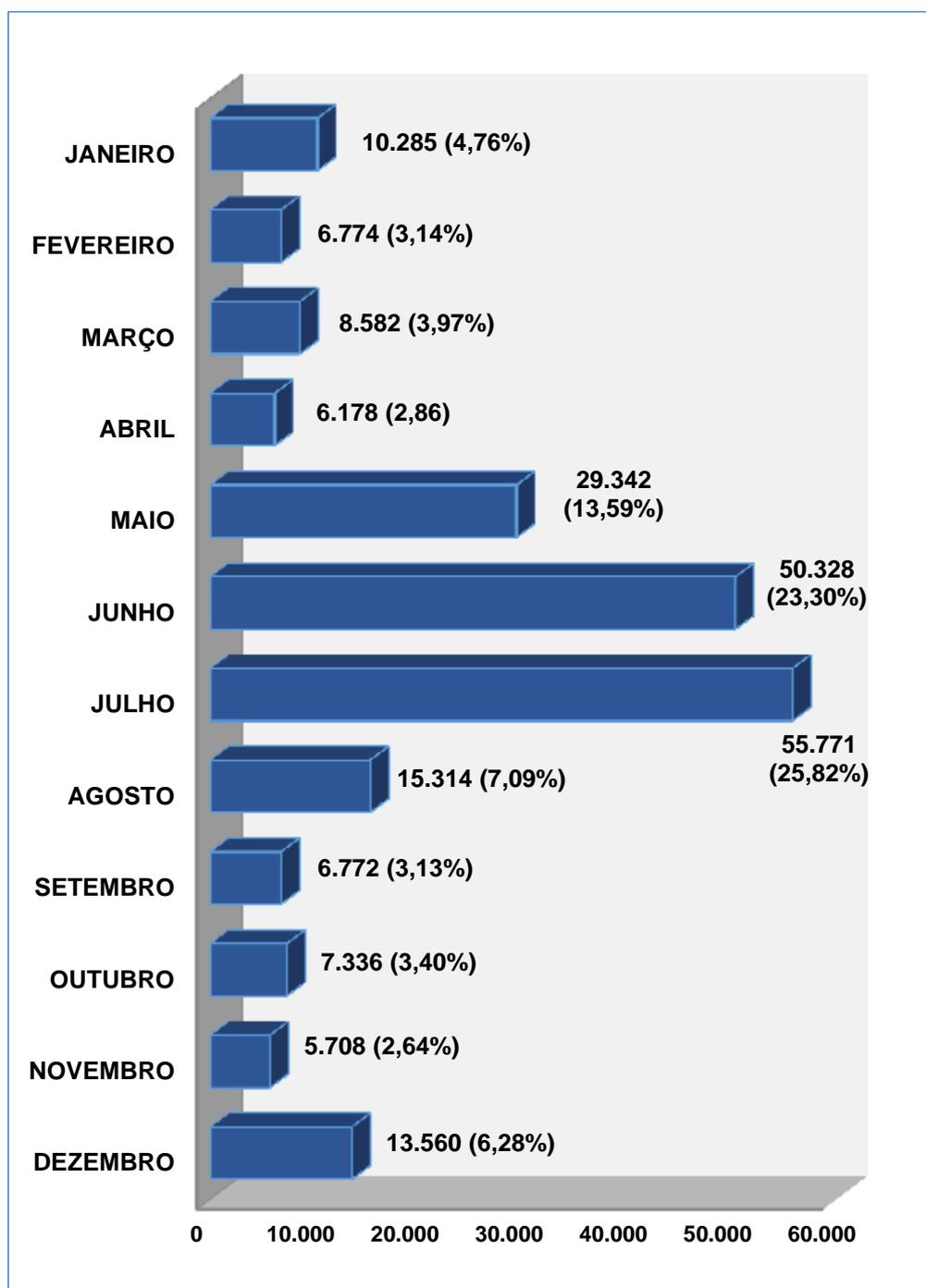
Nota-se, portanto, a necessidade de propor ações voltadas à implantação de um sistema de informações voltadas para as pesquisas relativas à oferta e à demanda turística do Polo e do Estado, bem como dados referentes aos atrativos e equipamentos existentes, de forma a possibilitar o setor público e a iniciativa privada os insumos necessários para o planejamento e o gerenciamento do turismo.

Nesse sentido, o estudo buscou levantar todos os dados de forma a obter uma indicação, a mais apurada possível, sobre o atual estágio da demanda turística pelo Polo. A seguir são apresentados os resultados provenientes dos vários estudos encontrados.

Pesquisas Estaduais – fluxos

O período mais procurado pelos turistas no Polo Palmas, de acordo com a pesquisa realizada pela Adtur (2013), corresponde ao mês de julho devido, principalmente, ao período de estiagem e às férias escolares. Em 2013, dos 215.950 turistas que visitaram o Polo, 55.771 estiveram lá no mês de julho, representando 26% do total de visitantes. De acordo com o gráfico a seguir os meses de junho (23%) e maio (14%) recebem também um fluxo considerável de turistas. O mês de maio recebe um fluxo de turistas maior em razão da ocorrência da maior feira de agropecuária na região, a Agrotins.

Gráfico 5: Fluxo de Turistas no Polo Palmas em 2013



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

A série história disponibilizada pela extinta Adtur (hoje SEDEN) e realizada durante a temporada de Sol e Praia, nos anos de 2006 a 2008 e 2010, indica o quantitativo do público participante, conforme a seguir. Não há, porém, informação sobre o local de origem do visitante, permanência e outras informações relativas ao fluxo. A metodologia de levantamento também não foi disponibilizada.

Tabela 1: Público participante da Temporada de Sol e Praia – Palmas e Porto Nacional / TO 2006/2010

| MUNICÍPIO | ANO 2006 | ANO 2007 | ANO 2008 | 2010* | |
|----------------|----------|----------|----------|-----------------------------|---|
| | | | | Público Participante | Fluxo Turístico (visitante+excursionista) |
| Palmas | 62.496 | 67.200 | 80.000 | 125.000 (Carnaval) | 43.750 |
| | | | | 30.000 (Pesque Palmas) | 3.900 |
| | | | | 379.000 (Salão do Livro) | 81.170 |
| | | | | 45.000 (Agrotins) | 15.750 |
| | | | | 3.100 (Rally dos Sertões) | 1.800 |
| Porto Nacional | 39.060 | 42.000 | 50.000 | 28.000 (Temporada de Praia) | 9.240 |

* Fluxo Turístico Interno / Demanda Turística - realizada pela ADTUR no ano de 2010.

Fonte: Série histórica disponibilizada pelo órgão gestor do Estado, referente à Temporada de Sol e Praia do Polo Palmas, Adtur, 2015.

Movimentação aeroportuária - fluxos

O fluxo turístico pode ainda ser balizado pelo desembarque de passageiros no Aeroporto de Palmas Brigadeiro Lysias Rodrigues. Evidentemente, o fluxo de passageiros no aeroporto não depende exclusivamente do turismo. No entanto, ao se considerar que o aumento desse fluxo é superior ao crescimento proporcional da população do Estado pode-se atribuir ao turismo uma parcela de responsabilidade por esse resultado. A tabela a seguir aponta a quantidade de aeronaves e de passageiros no aeroporto desde o ano de 2008. A tabela revela que houve um aumento tanto de aeronaves, quanto de passageiros e apresenta o ranking do Estado no que diz respeito à movimentação de passageiros, ao compará-lo com os outros aeroportos do Brasil. O ranking ocupado pelo aeroporto de Palmas em 2009 passou de 42° para 35° em 2012, o que aponta uma maior movimentação de passageiros e turistas no aeroporto.

Tabela 2: Série Histórica do Aeroporto de Palmas

| ANO | PASSAGEIROS | AERONAVES | RANKING |
|------|-------------|-----------|---------|
| 2008 | 259.362 | 12.104 | -- |
| 2009 | 298.484 | 11.603 | 42° |
| 2010 | 389.217 | 17.161 | -- |
| 2011 | 503.408 | 15.948 | 37° |
| 2012 | 579.395 | 14.334 | 35° |
| 2013 | 563.488 | -- | -- |

Fonte: Sítio da Infraero, <http://www.infraero.gov.br/>; acessado em novembro de 2013.

Vale ressaltar que o Aeroporto Lysias Rodrigues possui capacidade para 370 mil passageiros/ano, de acordo com a Infraero e recebe sete voos diários, oriundos das principais capitais do país como Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro.

Note-se que a partir de 2010 a capacidade de passageiros/ano excedeu o limite suportado pelo aeroporto, que é de 370 mil passageiros/ano. Em 2010 esse limite extrapolou em 5%, enquanto em 2011 o excesso foi de 36% de passageiros/ano e em 2012 de 56%.

De acordo com o site da Infraero estavam previstas obras somente para o Terminal de Logística de Cargas (Teca) do Aeroporto de Palmas. Essa obra foi concluída e o projeto desse Terminal contemplou a construção de área de armazenamento de 500 m², que também conta com sala de atendimento ao cliente, alojamentos para funcionários e espaços administrativos, além de um estacionamento de caminhões e docas para o embarque e desembarque de cargas. De acordo com informações da Adtur não há previsão de obras para a ampliação do terminal de passageiros.

Acessibilidade rodoviária – possibilidade de fluxos

O acesso terrestre com destino à Capital é realizado pelas rodovias federais: BR-153, conhecida como Transbrasiliana e a BR-010 chamada de Belém-Brasília. A BR-153 configura-se como a principal ligação da região Norte com a porção geoeconômica Centro-Sul do país. Segundo o Departamento de Estradas e Rodagens – DNIT (Site institucional: acesso em fevereiro de 2014), a rodovia possui pavimentação adequada, tendo em alguns trechos buracos e fissuras no pavimento e sinalização horizontal e vertical adequadas.

A BR-010 vem de Brasília e segue para o Norte até Belém. O DNIT aponta que esta rodovia possui diversos trechos em leito natural ou ainda por construir. No Estado o fluxo de veículos na BR-010 é pequeno, sendo mais utilizado no trecho localizado em Natividade e em Palmas.

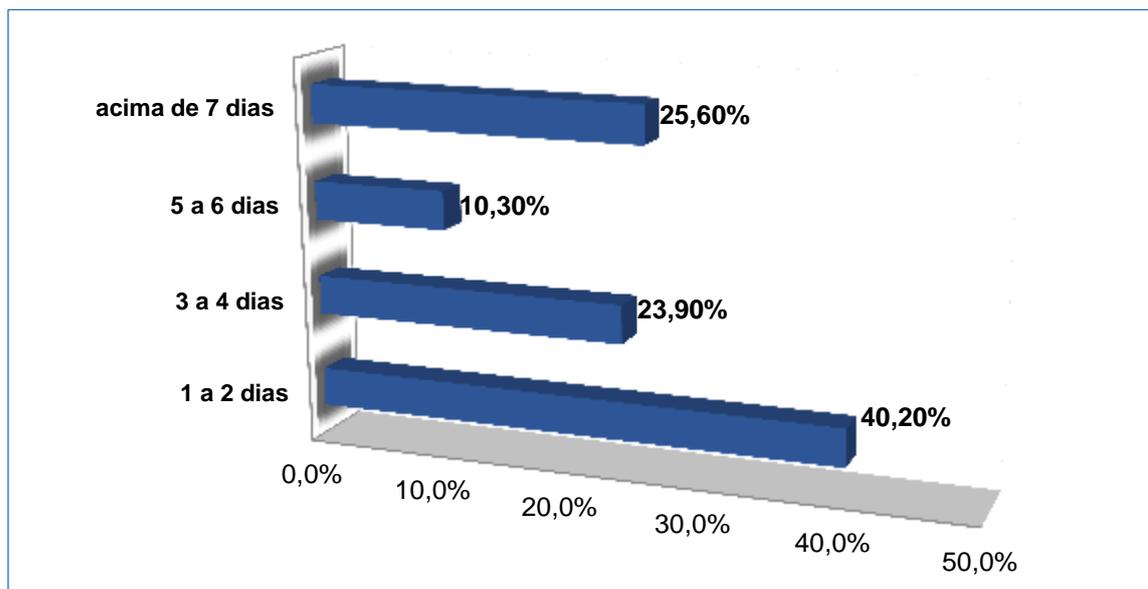
Não há, no entanto, pesquisa de levantamento de fluxo turístico rodoviário.

Tempo de permanência

Assim como inexitem dados ou informações sistematizadas de órgãos ou instituições ligadas ao governo para tratar da série histórica do fluxo de turistas não foram encontradas informações sobre a taxa de ocupação hoteleira, a permanência dos turistas e os gastos turísticos. Portanto, no intuito de traçar esse perfil, foi utilizado o levantamento realizado pela Adtur e IEL para a temporada de praia (2013), o Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) do segmento principal de Negócios e Eventos, o documento que trata da Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil realizado pelo MTur em parceria com a FIPE.

A pesquisa realizada pela Adtur e IEL em 2013 revela que a permanência do turista, no município de Porto Nacional, é de um a dois dias, conforme gráfico apresentado a seguir. Importa enfatizar que o estudo realizado pela Adtur e IEL restringiu-se a alguns municípios de Tocantins. No Polo Palmas somente Porto Nacional foi contemplado com a pesquisa.

Gráfico 6: Período de Permanência dos Turistas e Excursionistas na Praia – Porto Nacional (2013)



Fonte: Pesquisa realizada pelo Instituto Euvaldo Lodi – IEL durante a Temporada de Praia de 2013.

O Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) aponta que a permanência do turista de Negócios e Eventos é de seis noites, enquanto que o Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil (2020) realizado pelo MTur (2011) cita que os turistas internacionais apresentam permanência média de oito dias nos destinos do Brasil.

A pesquisa realizada pelo MTur e pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIFE (2010/2011) que trata da Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil cita que a permanência média de turistas durante a viagem é de dois a três dias para 27,7% dos turistas, seguido por quatro ou cinco dias com 17,7%, seis ou sete dias com 15% e que para aproximadamente 11,3% dos turistas a permanência é de oito ou dez dias, conforme a tabela a seguir.

Tabela 3: Permanência Média de Turistas por Renda Mensal

| ITENS | CLASSE DE RENDA MENSAL FAMILIAR | | | | |
|--|---------------------------------|-------------------------|----------------|-------|-------------|
| | DE 0 A 4 SM | DE 4 A 15 SM | ACIMA DE 15 SM | TOTAL | |
| | Média | Principal Viagem | | | (%) |
| Permanência Média (dias) (Principal Viagem) (%) | 1 | 7,0 | 3,6 | 2,1 | 5,2 |
| | 2 ou 3 | 29,6 | 26,7 | 21,2 | 27,7 |
| | 4 ou 5 | 16,2 | 18,9 | 20,9 | 17,7 |
| | 6 ou 7 | 12,1 | 17,6 | 20,8 | 15,0 |
| | 8 a 10 | 9,9 | 12,5 | 14,4 | 11,3 |
| | 11 a 15 | 10,0 | 9,6 | 11,3 | 10,0 |
| | 16 a 30 | 10,6 | 8,6 | 7,5 | 9,5 |
| | 31 ou mais | 4,7 | 2,5 | 1,7 | 3,6 |

Fonte: Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, realizada no ano de 2007 pelo MTur e pela FIFE, 2010/1011.

Demanda Futura

A análise da demanda futura tem por base os seguintes subsídios:

- fluxo turístico do Polo Palmas obtido a partir das informações fornecidas pela Adtur de 215.950 turistas no ano de 2013;
- taxa média geométrica de crescimento projetada para o crescimento do turismo brasileiro (5,5% - disponibilizada pelo WTTC - *World Travel and Tourism Council*/Conselho Mundial de Viagens e Turismo, 2007.).

Levando-se em consideração a situação atual do Polo, foram utilizados três cenários para a projeção: um otimista que assume o crescimento da atividade econômica igual à média brasileira (5,5%); um moderado (4,0%); e um pessimista, bastante inferior à taxa média projetada para o crescimento do turismo no Brasil. Os cenários e as respectivas taxas de crescimento estão apresentados na tabela a seguir.

Tabela 4: Cenário para a projeção da demanda turística futura (5 anos)

| CENÁRIO | INDICADOR | 2010 - 2015 | 2016 - 2020 | 2021 - 2025 |
|------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Otimista | Fluxo Turístico | 5,5% | 5,5% | 5,5% |
| Moderado | Fluxo Turístico | 4,0% | 4,0% | 4,0% |
| Pessimista | Fluxo Turístico | 2,0% | 2,0% | 2,0% |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A partir desses dados elaboram-se projeções e fluxos para os turistas que visitam o Polo Palmas, conforme apresentado na tabela a seguir.

Tabela 5: Estimativa de crescimento do fluxo turístico

| ANO | PESSIMISTA | MODERADO | OTIMISTA |
|------|------------|----------|----------|
| 2013 | 215.950 | 215.950 | 215.950 |
| 2014 | 220.269 | 224.588 | 227.827 |
| 2015 | 224.674 | 233.571 | 240.357 |
| 2016 | 229.167 | 242.914 | 253.577 |
| 2017 | 233.751 | 252.630 | 267.524 |
| 2018 | 238.426 | 262.736 | 282.238 |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

2.1.1.2 Caracterização do Perfil Qualitativo dos Visitantes do Polo

A análise e caracterização do perfil do turista permitem identificar o público que visita o Polo, bem como aquele que pode ser fidelizado. A partir desse conhecimento é possível orientar as iniciativas pública e privada na elaboração e execução de ações voltadas para esse público-alvo, no intuito de incrementar o fluxo turístico no Polo, desde que observados os condicionantes de sustentabilidade das ações.

A segmentação turística volta-se para o princípio de que os mercados turísticos são compostos por consumidores com preferências diversas, mas passíveis de serem agrupados de acordo com certas características homogêneas, no que diz respeito a gostos e preferências. Essa base conceitual, adotada pelo MTur, relaciona-se às características da localidade turística e à motivação da viagem.

A escassez de dados sistematizados pelo Estado, no que se refere ao perfil qualitativo do turista atual do Polo Palmas, revela uma fragilidade no monitoramento e gestão do turismo

na área. Nesse sentido, foram utilizadas como base as pesquisas realizadas pelo Ministério do Turismo que tratam do assunto.

O Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) aborda, dentre outros assuntos, do perfil do turista por tipo de segmento. No Polo Palmas utilizou-se o perfil do Turista de Negócios e Eventos, bem como do Ecoturista e do turista de Sol e Praia.

As atividades que o turismo de Negócios e Eventos, Ecoturismo e turismo de Sol e Praia proporcionam aos turistas podem ser verificadas por meio do quadro a seguir. Importa acrescentar que este quadro refere-se às atitudes e às preferências do turista para esses segmentos.

Quadro 2: Atividades realizadas pelos segmentos turísticos do Polo Palmas.

| ATIVIDADES REALIZADAS | Turismo de Negócios e Eventos | Ecoturismo | Turismo de Sol e Praia | Turismo de Aventura | Turismo Cultural |
|-----------------------|--|--|---|--------------------------|---|
| | Missões Empresariais | Observação de Fauna (aves, mamíferos, cetáceos, insetos, répteis, anfíbios e peixes) | Recreação de contato primário coma água | Cachoeirismo | Visita a sítios históricos e arqueológicos |
| | Visitas Técnicas | Observação de Flora | <i>Surf</i> | Paraglider / Asa Delta | Visitas a Espaços e Eventos Religiosos |
| | Viagens corporativas | Observação de formações geológicas | <i>Kitesurf</i> | Caminhadas / Enduro a pé | Visita a monumentos e celebrações cívicas |
| | Reuniões de negócios | Visitas a cavernas (Espeleoturismo) | <i>Windsurf</i> | Escalada | Visita a Museus e Casas de Cultura |
| | Feiras | Caminhadas | Mergulho | Tirolesa | Visitas Gastronômicas |
| | Convenções | Trilhas interpretativas | Atividades com equipamentos náuticos (caiaque, lancha, passeios de barco e etc.) | Montanhismo / Rapel | Passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares |
| | Congressos, Seminários, Workshops, Conferências e Cursos | Safáris fotográficos e atividades de pesca esportiva. | Atividades esportivas e recreacionais (banhos de sol, caminhadas, <i>frescoball</i> e etc.) | Cicloturismo | Passeios para cinemas e teatros |

Fonte: Manual de Orientações Básicas do MTur, 2010.

Ainda para o segmento principal do Polo, existem também outras atividades significativas que são frequentemente utilizadas em alguns tipos de eventos, compondo seu formato,

como feiras, palestras, painel, mesa-redonda, simpósio, plenária e debate. As imagens seguintes ilustram as feiras de artesanato na capital.

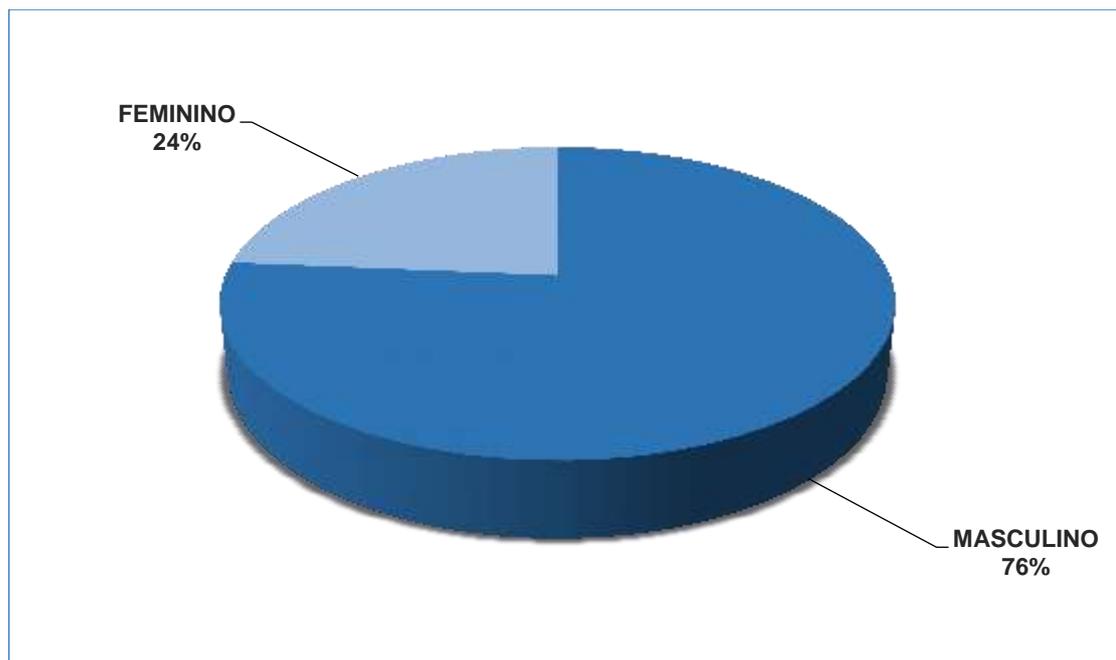
Figura 14: Atividades Realizadas junto com os Artesãos



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

A pesquisa realizada pela Adtur em 2013 revela que 76% dos turistas que visitam o Polo Palmas são do sexo masculino e 24% do sexo feminino conforme aponta o gráfico a seguir.

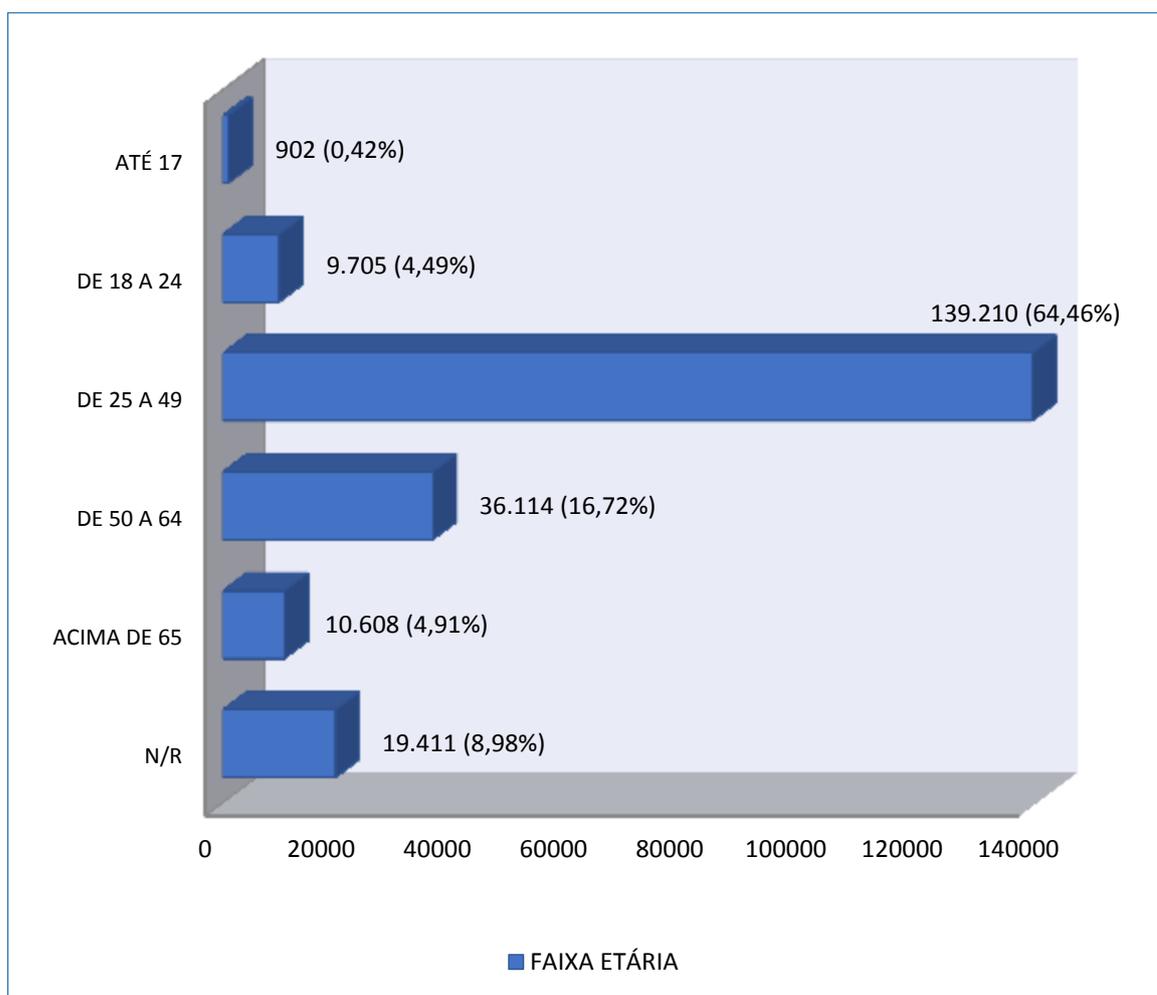
Gráfico 7: Fluxo de Turistas por gênero no Polo Palmas em 2013



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

A mesma pesquisa aponta que 64% turistas possuem 25 a 49 anos, seguido pelos turistas de 50 a 64 anos com 16,72% do total de visitantes em 2013.

Gráfico 8: Fluxo de Turistas por faixa etária no Polo Palmas em 2013



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

A Pesquisa, constante no Manual de Orientações Básicas do MTur (2010), para o segmento de Negócios e Eventos aponta que a principal motivação da escolha do destino refere-se ao interesse no evento ou a realização de um negócio, podendo ou não estar aliada à atratividade do destino.

O perfil do turista de Negócios e Eventos foi realizado por meio da Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais realizada no Brasil e disponível no Manual do MTur. Convém destacar que prevaleceram turistas entre 35 e 44 anos, com formação superior e que são empregados do setor privado. Esses turistas costumam viajar sozinhos, hospedam-se em hotéis, gastam (em média) US\$ 285,00 (equivalente a R\$ 665,00 de acordo com a cotação do dólar do dia 30 de novembro de 2013 US\$1,00 = R\$ 2,335) e permanecem no destino aproximadamente 6,8 dias.

- **faixa etária:**
 - 27% têm entre 25 e 34 anos;
 - 35,44% têm entre 35 e 44 anos;
 - 23,2% têm entre 45 e 54 anos;
- **grau de formação escolar:**
 - cerca de 96% dos participantes possuem nível de formação superior;
- **ocupação principal:**
 - 35,6% são empregados do setor privado;

- **acompanhantes:**
 - 59,3% viajou sozinho e
 - 14,6% viajaram com cônjuge/namorado (a);
- **tipo de hospedagem:**
 - 97,2% hospedaram-se em hotéis;
- **gasto médio diário individual:**
 - US\$ 285,10, (R\$ 666,5) sendo o meio de hospedagem o primeiro item, seguido de alimentos e bebidas; compras e presentes; transportes; e cultura e lazer;
- **permanência média no destino:**
 - 6,8 noites;
- **a imagem em relação à cidade sede do evento:**
 - permaneceu positiva ou chegou a melhorar para 78,8% dos participantes após a viagem;
 - além disso, 81,7% pretendem voltar à cidade do evento e 94,5% ao Brasil;
 - destes, 82,6% querem retornar a lazer.

Informações complementares, também trazidas pela pesquisa constante do Manual do MTur, indicam que os turistas deste segmento apresentam algumas características comuns, mesmo participando de encontros com diferentes objetivos. São elas:

- escolaridade superior;
- poder aquisitivo elevado;
- representante de organizações e empresas;
- exigência de praticidade, comodidades, atendimento e equipamentos de qualidade;
- realização de gastos elevados em relação a outros segmentos.

Por outro lado, os Ecoturistas possuem um perfil diferente do turista de Negócios e Eventos. O Manual do MTur (2010) cita que o Ecoturista possui como principais motivações para a escolha do segmento:

- a fuga do dia a dia, da correria, do trabalho, do estresse e da violência.
- a busca pelo descanso;
- o resgate da vida e do prazer;
- o retorno às origens; e
- as vivências e experiências memoráveis.

Além disso, os turistas deste segmento possuem o hábito de viajar em grupos; contribuem para o planejamento de sua viagem; demonstram respeito pelo ambiente natural e social; e exigem qualidade, segurança, acessibilidade e informação. O perfil dos Ecoturistas pode ser verificado a seguir:

- **faixa etária:** 18 a 29 anos;
- **sexo:** masculino;
- **estado civil:** solteiro;
- **escolaridade:** superior completo;
- **classe social:** grupo B.

Importa acrescentar que a pesquisa contida no Manual de Orientações Básicas do MTur, 2010 está em acordo com a pesquisa realizada pela Adtur (2013) no momento em que cita a preferência masculina no turismo de Aventura e Ecoturismo.

Para segmento de Sol e Praia, a definição do perfil do turista, de acordo com o Manual de Orientações Básicas do MTur (2010), é um desafio uma vez que este segmento se associa a uma rede de atividades distintas ao longo do território. O que se verifica é que as

motivações destes turistas são comuns e se referem ao desejo de descanso, diversão, interação com as comunidades receptoras, práticas esportivas e busca por novas experiências.

As definições constantes nos Manuais do MTur (2010) para cada segmentação permitem identificar que o Polo Palmas recebe turistas de diferentes faixas etárias, níveis de escolaridade e classe social dependendo exclusivamente da motivação da viagem. Vale enfatizar que, para o turista de Negócios e Eventos, podem-se oferecer produtos dos segmentos de Ecoturismo e de Sol e Praia, induzindo ao aumento da permanência desse turista na área.

Nos segmentos de Ecoturismo e de Sol e Praia o aumento da permanência média poderá ser relacionado à formatação e diversificação de novos produtos no Polo, bem como à criação de roteiros integrados.

A pesquisa realizada pela Fipe em parceria com o MTur aponta as motivações gerais para os turistas realizarem as viagens domésticas.

Tabela 6: Motivações Gerais para a Realização de Viagens Domésticas por Renda (%)

| MOTIVOS | CLASSE DE RENDA MENSAL FAMILIAR | | | |
|---|---------------------------------|--------------|----------------|--------------|
| | DE 0 A 4 SM | DE 4 A 15 SM | ACIMA DE 15 SM | TOTAL |
| Visita parentes/amigos (lazer) | 59,0 | 52,3 | 41,9 | 54,4 |
| Sol e praia | 26,5 | 38,1 | 49,3 | 33,8 |
| Compras pessoais (lazer) | 9,8 | 10,5 | 11,9 | 10,3 |
| Negócios ou trabalho | 9,2 | 9,0 | 9,1 | 9,1 |
| Turismo cultural | 6,2 | 8,6 | 12,7 | 7,9 |
| Diversão noturna | 7,2 | 8,3 | 8,8 | 7,8 |
| Saúde | 9,4 | 5,4 | 3,4 | 7,0 |
| Visita parentes/amigos (obrigação) | 6,2 | 3,3 | 2,6 | 4,6 |
| Religião | 5,1 | 3,0 | 1,4 | 3,8 |
| Ecoturismo | 2,2 | 4,3 | 5,2 | 3,4 |
| Eventos esportivos/sociais/culturais | 3,3 | 3,0 | 2,8 | 3,1 |
| Estâncias climáticas/hidrominerais | 1,1 | 3,1 | 3,6 | 2,2 |
| Turismo Rural | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,2 |
| Visita parentes/amigos (negócios) | 2,4 | 1,7 | 1,8 | 2,0 |
| Congressos, feiras ou seminários | 1,6 | 2,3 | 2,6 | 2,0 |
| Praticar esportes | 1,4 | 1,7 | 2,3 | 1,6 |
| Compras de negócios | 1,2 | 1,6 | 2,3 | 1,5 |
| Outros eventos profissionais | 1,3 | 1,3 | 1,6 | 1,3 |
| Cursos e educação em geral | 1,1 | 1,4 | 1,3 | 1,3 |
| Parques temáticos | 0,7 | 1,5 | 2,2 | 1,2 |
| Compras pessoais (obrigação) | 1,0 | 1,3 | 0,9 | 1,1 |
| Resorts/hotéis fazenda | 0,4 | 0,8 | 1,8 | 0,7 |
| Cruzeiros (se fez, mencione) | 0,1 | 0,2 | 0,6 | 0,2 |
| Outros | 4,2 | 4,5 | 5,2 | 4,4 |
| TOTAL | 162,9 | 169,1 | 177,8 | 167,1 |

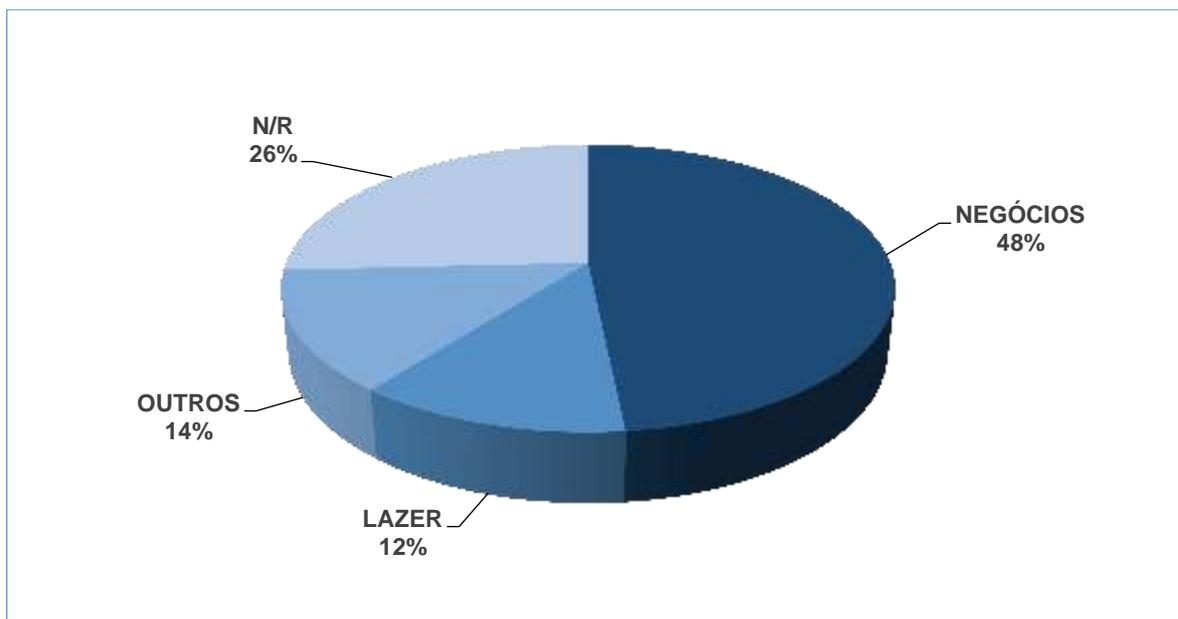
Fonte: MTur e FIPE. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. 2007.

A pesquisa aponta que a principal motivação da viagem pelo turista refere-se à visita de parentes e amigos com 54,4%, seguido por Sol e Praia com 33,8% como preferência pelos turistas.

Para o turismo de Negócios e Eventos 9,1% dos turistas possuem essa motivação. A motivação relacionada a eventos esportivos, sociais e culturais apresentaram 3,1% do total de turistas. Congressos, feiras e seminários ficaram com 2,0% e as compras de negócios com 1,5%.

Em contrapartida a pesquisa realizada pela Adtur (2013) revela que 48% dos turistas que buscam os destinos do Polo tem como motivação da viagem o turismo de Negócios e Eventos, seguido por 26% dos turistas que não informaram a motivação da viagem. Por meio do gráfico a seguir é possível constatar que o segmento de Negócios e Eventos refere-se ao portfólio principal do Polo.

Gráfico 9: Motivos das viagens para o Polo apresentados pelos turistas pesquisados



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013.

No que diz respeito à preferência de equipamentos e serviços turísticos, a pesquisa que trata da Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil (2007, MTur e FIPE) aponta que 60,6% dos turistas preferem hospedar-se em casas de amigos ou parentes e 10,7% preferem hotéis, conforme a tabela a seguir.

Tabela 7: Meios de Hospedagem Utilizados na Principal Viagem Doméstica por Renda (%)

| MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS NA PRINCIPAL VIAGEM DOMÉSTICA, POR RENDA (EM %) | | | | |
|--|---------------------------------|--------------|----------------|-------|
| TIPO DE HOSPEDAGEM | CLASSE DE RENDA MENSAL FAMILIAR | | | TOTAL |
| | DE 0 A 4 SM | DE 4 A 15 SM | ACIMA DE 15 SM | |
| Casa de Amigos/parentes | 71,3 | 54,3 | 37,9 | 60,6 |
| Hotel 1 a 3 estrelas | 7,0 | 13,2 | 17,1 | 10,7 |
| Pousada | 5,4 | 7,4 | 8,8 | 6,6 |
| Imóvel Alugado | 5,2 | 7,9 | 6,6 | 6,5 |
| Hotel 4 ou 5 estrelas | 2,3 | 8,0 | 16,1 | 6,1 |
| Imóvel Próprio | 2,4 | 4,7 | 8,4 | 4,0 |
| Colônia de Férias | 1,0 | 1,4 | 1,4 | 1,2 |
| Camping / Albergue | 1,0 | 0,8 | 0,8 | 0,9 |
| Resort | 0,4 | 0,4 | 1,6 | 0,5 |

| MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS NA PRINCIPAL VIAGEM DOMÉSTICA, POR RENDA (EM %) | | | | |
|--|---------------------------------|--------------|----------------|--------------|
| TIPO DE HOSPEDAGEM | CLASSE DE RENDA MENSAL FAMILIAR | | | |
| | DE 0 A 4 SM | DE 4 A 15 SM | ACIMA DE 15 SM | TOTAL |
| Motel ou pensão | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,4 |
| Outros | 3,5 | 1,7 | 1,0 | 2,5 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: MTur e FIPE. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. 2007.

O meio de transporte utilizado pela maioria dos turistas é o carro (45,8%), Ônibus (29,2%) e avião com 10,4%, conforme aponta a tabela a seguir.

Tabela 8: Meios de Transporte utilizados na principal viagem domésticas, por Renda (%)

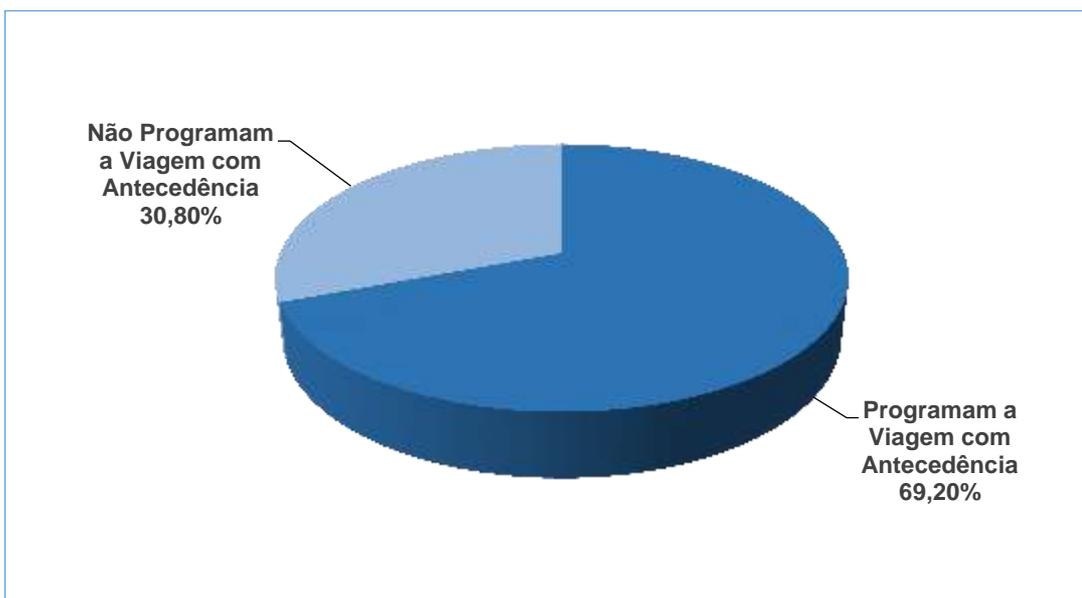
| MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS NA PRINCIPAL VIAGEM DOMÉSTICA, POR RENDA (EM %) | | | | |
|--|---------------------------------|--------------|----------------|--------------|
| TIPO DE HOSPEDAGEM | CLASSE DE RENDA MENSAL FAMILIAR | | | |
| | DE 0 A 4 SM | DE 4 A 15 SM | ACIMA DE 15 SM | TOTAL |
| Carro | 34,4 | 55,2 | 57,3 | 45,8 |
| Ônibus de Linha | 41,6 | 20,7 | 8,7 | 29,2 |
| Avião | 5,4 | 12,3 | 26,7 | 10,4 |
| Ônibus de Excursão / Fretado | 9,2 | 6,6 | 3,9 | 7,5 |
| Carona | 3,1 | 1,7 | 0,7 | 2,3 |
| Van / Perueiro | 3,1 | 1,4 | 0,4 | 2,1 |
| Moto | 1,0 | 0,6 | 0,3 | 0,8 |
| Navio ou barco | 0,7 | 0,5 | 1,0 | 0,6 |
| Outros | 1,6 | 1,0 | 0,9 | 1,3 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fonte: MTur e FIPE. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. 2007.

2.1.1.3 Comportamento e Hábitos de Informação e Compra da Viagem

Tendo como referência a Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turista Brasileiro, 2009, realizada pelo MTur verifica-se que 69,20% dos turistas brasileiros programam com antecedência a viagem, conforme o gráfico a seguir:

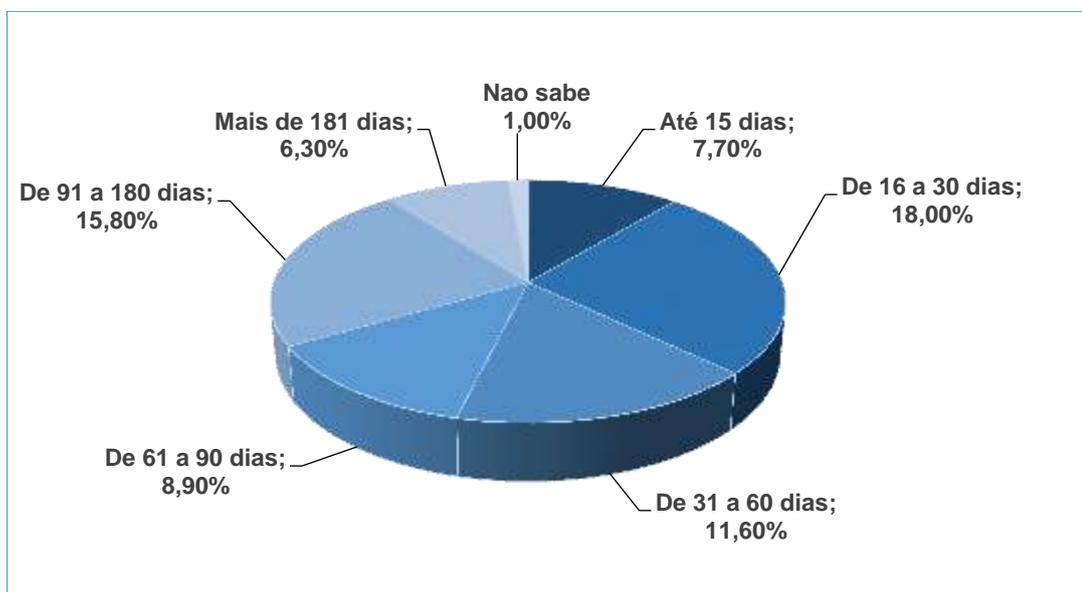
Gráfico 10: Número de Turistas que Programam Antecipadamente suas Viagens



Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009

Dos turistas que planejam a viagem, 18,00% realizam com 16 a 30 dias de antecedência, seguido pelos 15,80% que organizam a viagem entre 91 a 180 dias.

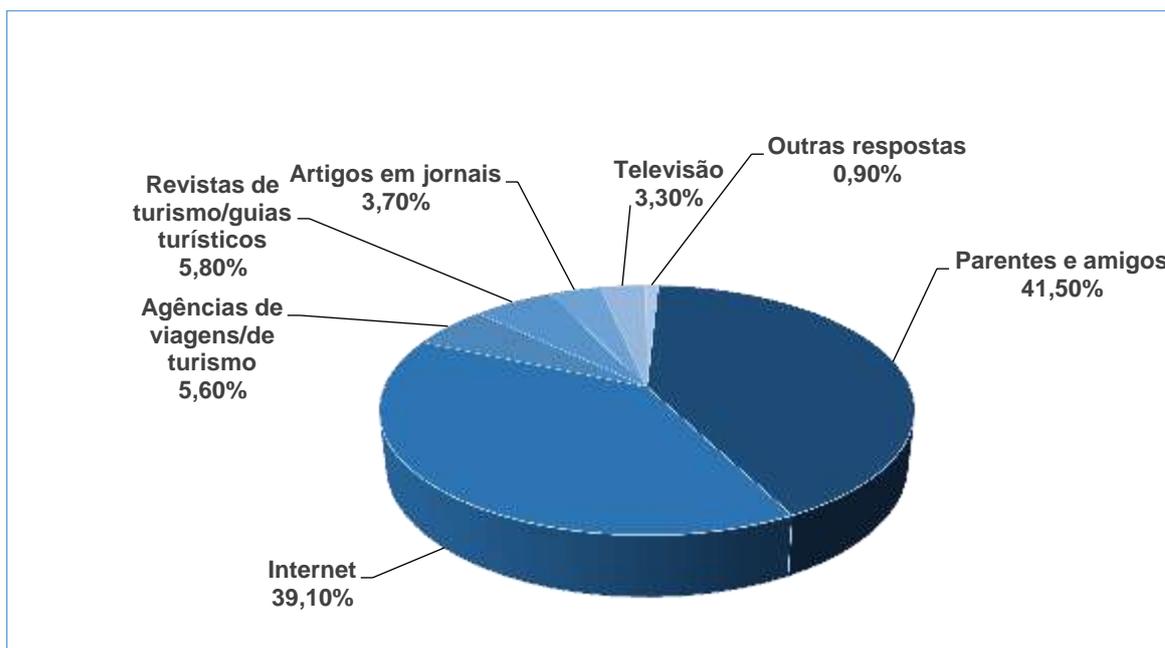
Gráfico 11: Tempo de Permanência nos Destinos Programados



Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009

A mesma pesquisa identifica as fontes de informação utilizadas pelos turistas para a escolha do destino. O gráfico a seguir revela que 41,50% dos turistas escolhem o destino tendo como base as experiências vividas por parentes ou amigos. Em segundo lugar, 39,10% dos turistas escolhem o destino por meio da realização de pesquisas na internet. Outras formas para a escolha do destino são as comercializações realizadas pelas agências de viagens, as matérias contidas nas revistas de turismo ou opinião de guias turísticos e, em menor escala, artigos de jornais ou veiculação na televisão.

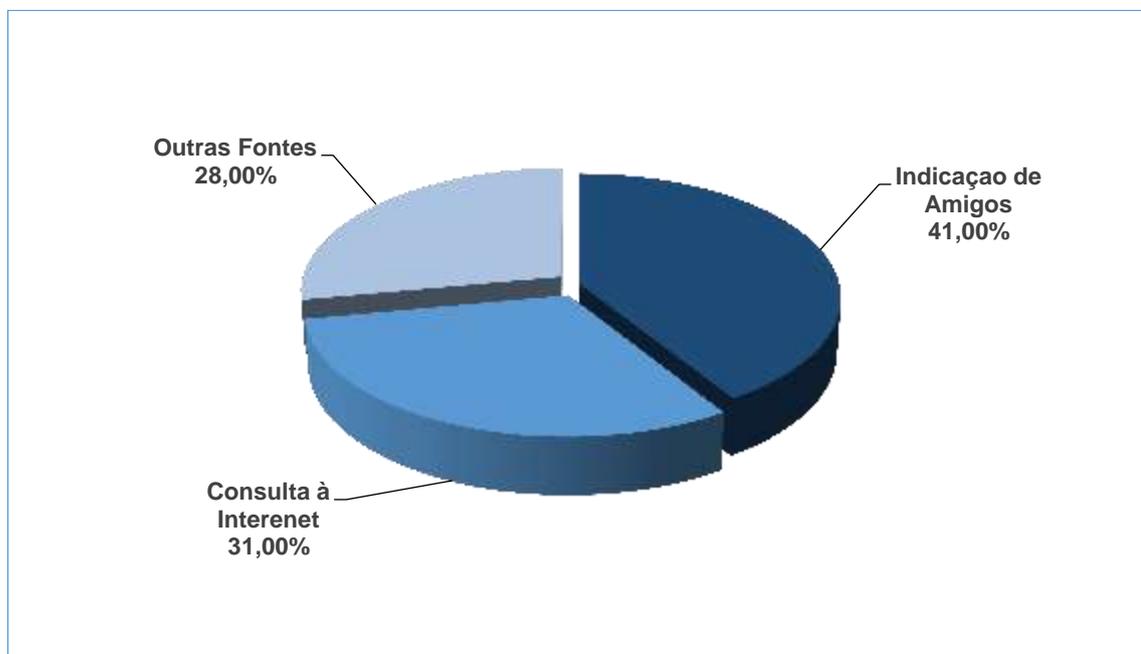
Gráfico 12: Fontes de Informação Utilizadas pelos Turistas para a Escolha do Destino



Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009

Os turistas buscam como fonte de informação para a escolha do destino a indicação de amigos (41,00%), seguida pelas pesquisas na internet (31,00%) conforme o gráfico a seguir.

Gráfico 13: Outras Fontes de Informação Utilizadas pelos Turistas para a Escolha do Destino



Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009

A Pesquisa realizada pelo Governo do Estado do Tocantins, através do Órgão Gestor, busca identificar o perfil do público participante do Carnaval 2010 de Palmas.

Os dados possibilitaram gerar indicadores para subsidiar tomada de decisões, tanto do setor público quanto do privado, além de serem importantes norteadores de campanhas publicitárias. Foram levantados o perfil dos turistas que visitaram os municípios de Palmas, Lajeado, Porto Nacional, Paraíso do Tocantins, além de Brejinho do Nazaré e Ipueiras, durante o Carnaval de 2010, no entanto a análise e os resultados apresentados refletem as condições gerais, não se atendo a cada um dos municípios de forma isolada. Participaram dessa pesquisa 400 turistas, tendo sido aplicada a técnica de preenchimento de formulário. Os resultados são apresentados a seguir.

Tabela 9: Perfil dos Turistas que participaram do Carnaval de Palmas no ano de 2010.

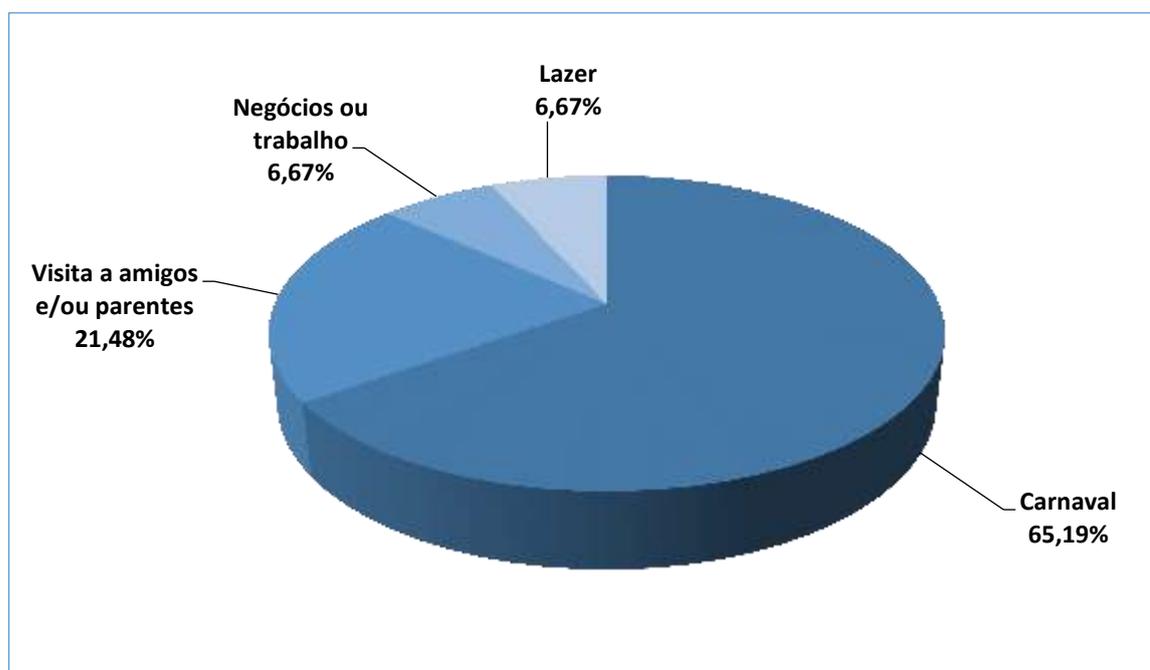
| PERFIL DOS TURISTAS PARTICIPANTES | |
|---|------------------------|
| CATEGORIAS | VALORES EM PORCENTAGEM |
| Sexo masculino | 66% |
| Sexo Feminino | 34% |
| Solteiros | 67,26% |
| Casados | 28,93% |
| Divorciados | 3,30% |
| Pernoitaram no município | 98% |
| Voltaram para suas cidades de origem | 2% |
| Permanência de 2 a 3 dias | 5,33% |
| Permanência de 4 a 5 dias | 48% |
| Permanência de 6 a 8 dias | 24% |
| Não possuem dependentes (filhos) | 59% |
| Possuem dependentes (filhos) | 41% |
| Com 1 a 3 dependentes | 90,41% |
| Com 4 a 6 dependentes | 7,53% |
| Com 7 a 9 dependentes | 2,05% |
| Idade até 17 anos | 4,56% |
| Idade de 18 a 24 anos | 33,16% |
| Idade de 25 a 29 anos | 26,58% |
| Idade de 30 a 39 anos | 22,78% |
| Idade de 40 a 49 anos | 9,87% |
| Idade de 50 a 59 anos | 2,53% |
| Idade maior que 60 anos | 0,51% |
| Sem educação formal | 0,76% |
| Ensino Fundamental/primário | 4,06% |
| Ensino Médio Completo | 39,34% |
| Ensino Médio Incompleto | 6,85% |
| Superior Completo | 16,50% |
| Superior Incompleto | 28,17% |

| PERFIL DOS TURISTAS PARTICIPANTES | |
|---|------------------------|
| CATEGORIAS | VALORES EM PORCENTAGEM |
| Pós Graduação Completo | 3,81% |
| Pós Graduação Incompleto | 0,51% |
| Renda Individual até R\$510,00 | 14,05% |
| Renda de R\$511,00 até R\$1.530,00 | 38,11% |
| Renda de R\$1.531,00 até R\$3.060,00 | 28,38% |
| Renda de R\$3.061,00 até R\$4.590,00 | 11,62% |
| Renda de R\$4.591,00 até R\$6.120,00 | 2,97% |
| Renda de R\$6.121,00 até R\$7.650,00 | 2,16% |
| Renda de R\$7.651,00 até R\$10.200,00 | 1,35% |
| Renda acima de R\$10.200,00 | 1,35% |

Fonte: Adtur, Pesquisa do Público Participante do Carnaval 2010 de Palmas.

Em relação específica ao município de Palmas, no período pesquisado, observa-se que 65,19% dos entrevistados afirmaram ter o Carnaval como principal motivo de viagem, seguidos de 21,48% motivados pela visita a amigos e/ou parentes, 6,67% pelos negócios ou trabalho e 6,67% pela viagem a lazer, conforme gráfico a seguir.

Gráfico 14: Motivos das viagens para o Polo apresentados pelos turistas pesquisados durante o evento do Carnaval realizado no ano de 2010



Fonte: Adtur, Pesquisa do Público Participante do Carnaval 2010 de Palmas.

Apesar do caráter pontual da pesquisa, as informações são importantes para a complementação e entendimento geral do perfil dos turistas que frequentam os eventos realizados no Polo Palmas.

Potencialidade das atividades complementares

O Manual do MTur (2010) para a segmentação do turismo de Negócios e Eventos cita que o turista ao participar de um evento em destino não conhecido, costuma retornar outras vezes com o intuito de lazer e, normalmente, com mais tempo, o que propicia maior permanência no destino.

O turista de Negócios e Eventos depende da organização e realização das atividades geradas e captadas por este segmento para a viagem ao destino. Cabe porém, determinar estratégias complementares com o intuito de aumentar o tempo de permanência e o gasto médio do turista que já se encontra no destino, por meio da oferta de atividades relacionadas ao lazer, ao ecoturismo, ao setor cultural, às experiências gastronômicas e ao artesanato local.

As reuniões realizadas em campo pela consultoria, em outubro de 2013, permitiram verificar que o *trade* turístico investe fortemente em melhorias de infraestrutura e serviços, buscando gerar maior atratividade e destaque no mercado. As melhorias, no entanto, são feitas em benefício direto do interessado, sem que haja ação integrada com demais atores do *trade* ou do setor público. As parcerias poderiam ocorrer entre empresários de maior porte que ofertariam o destino, enquanto os agentes locais - poder público e a iniciativa privada-, ofereceriam serviços complementares de apoio ao turista. A composição da oferta resultante seria diversificada a partir de atividades de outros segmentos turísticos.

Potencialidade do turismo de negócio e eventos

Cabe analisar os destinos competidores contra os quais se compara o Polo no segmento de Negócios e Eventos que é a sua principal vocação. De acordo com as informações disponibilizadas pelos representantes do *Convention Bureau*, Palmas concorre com outras capitais ou cidades com a mesma ou com melhor infraestrutura turística para recebimento de eventos.

As entrevistas realizadas em campo permitem constatar que, mesmo com uma atuação tímida, os municípios possuem eventos de nível local e regional. Consideram-se eventos locais aqueles que atraem a própria população local ou visitantes que já estejam no município, enquanto que os regionais atraem visitantes dos municípios vizinhos, com objetivo central de participação no evento. Na maioria esses eventos refletem festas religiosas e eventos culturais, conforme informações contidas no item 2.1.2, Palmas e Porto Nacional captam, também, eventos nacionais e/ou internacionais como a Agrotins, Congresso Nacional da Abrajat, Feira do Empreendedor (bienal), dentre outros.

No entanto, não há estudos ou pesquisas que relacionem ou comparem os concorrentes diretos dos municípios do Polo quando se trata de turismo de eventos programados e negócios. Aponta-se, no entanto, a infraestrutura turística disponível como fator determinante na captação de eventos. Nesse sentido, o Polo, principalmente a Capital, possui locais adequados, conforme o mesmo item desse documento, com capacidade para competir com outros destinos, necessitando porém definir estratégias e ações para sua consolidação nesse segmento. Os maiores expoentes nacionais do turismo de Negócios e Eventos referem-se ao estado de São Paulo, seguido pelo do Rio de Janeiro, de Porto Alegre, Curitiba e Belo Horizonte, de acordo com a Pesquisa de Impacto Econômico dos Eventos Internacionais (2007-2008).

Além das oportunidades geradas pelo fato de ser um estado e uma capital em plena expansão, há potencialidade para a captação de eventos relacionados à fronteira agrícola do MATOPIBA e mesmo da Amazônia legal.

A posição central de Palmas em relação aos principais mercados emissores, bem como a oportunidade e expectativa de conhecer a mais nova capital do Brasil, aferem-lhe um fator de destaque.

2.1.1.4 Estrutura do Gasto Turístico

Para a análise do gasto turístico foi utilizada a Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turista Brasileiro dos anos de 2007 e de 2009 disponibilizada pelo MTur, a nível nacional, faltando informações regionais e locais a respeito do gasto do turista.

A tabela a seguir aponta a composição do gasto médio individual do turista por viagem em 2007 e em 2009.

Tabela 10: Gasto Médio Individual do Turista

| DESCRIÇÃO | GASTO (2007) | | GASTO (2009) | |
|------------------------|--------------|-----|--------------|-----|
| | R\$ | % | R\$ | % |
| Hospedagem/ Transporte | 1.241,46 | 48 | 1.098,42 | 49 |
| Alimentação | 449,61 | 17 | 390,31 | 17 |
| Passeios Turísticos | 304,86 | 12 | 264,03 | 12 |
| Presentes | 338,70 | 13 | 251,24 | 11 |
| Deslocamentos Locais | 249,94 | 10 | 236,99 | 11 |
| Gasto Total | 2.584,57 | 100 | 2.240,99 | 100 |

Fonte: Adaptado do MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro 2009 por Technum Consultoria.

Verifica-se que a hospedagem/transporte é o principal gasto do turista durante a viagem abrangendo, em 2009, 49% total, seguido pela alimentação com 17%, passeios turísticos com 12% e presentes e deslocamentos locais com 11% cada um.

O Manual do MTur que trata da segmentação do Turismo de Negócios e Eventos (2010), cita que o gasto médio diário individual do turista deste segmento é de US\$ 285,10. Em real o gasto médio é de R\$ 665,70 de acordo com a cotação do dólar do dia 30 de novembro de 2013 (US\$ 1,00 = R\$ 2,335). O meio de hospedagem é o principal gasto deste turista, seguido de alimentos e bebidas; compras e presentes; transportes; e cultura e lazer.

Com relação dos custos do destino, consideram-se adequados tanto aos atrativos quanto ao público esperado em relação aos outros destinos que oferecem os mesmos produtos do segmento de Negócios e Eventos como, por exemplo, os estados de São Paulo, Rio de Janeiro ou Belo Horizonte.

Em relação aos principais elementos que compõe os gastos, hospedagem e transportes, pode-se dizer que o Polo, notadamente Palmas, apresenta algumas desvantagens frente a outros competidores. Em relação à hospedagem, observa-se que os preços cobrados são ligeiramente mais altos quando comparados com equipamentos de qualidade similar existentes em outras capitais concorrentes ao segmento de negócios e eventos. Quanto aos transportes, em específico o aéreo, também há elevação de custo, principalmente pela limitação de voos diretos – ofertados apenas para Brasília e Goiânia.

Observa-se, no entanto, uma tendência de reversão desses fatores no curto prazo. Em primeiro lugar, pela construção, em andamento, de hotéis de maior porte a serem operados por bandeiras hoteleiras reconhecidas em âmbito nacional. Com maior oferta e competição em nível de qualidade de prestação de serviços, provavelmente o mercado sofrerá alguns ajustes. O segundo ponto, transportes, tende a ser minimizado pela oferta, já no segundo semestre de 2015, de voos diretos à Belo Horizonte e a São Paulo.

Além do impacto nos custos, esses dois fatores indicam claramente a potencialidade do Polo em relação ao desenvolvimento turístico.

2.1.1.5 Valorização da Qualidade da Oferta Atual e Determinação da Imagem Percebida da Área Turística

A satisfação do turista quanto ao destino escolhido resulta da imagem construída, de suas experiências na área e se expressa por meio de objetivos alcançados, benefícios, desejos satisfeitos, sonhos realizados, dentre outros. Por outro lado, a satisfação pode ser expressa também a partir da avaliação dos equipamentos e serviços turísticos oferecidos e da infraestrutura básica e serviços públicos disponíveis na área visitada.

A análise desse item foi feita tendo como bases as informações coletadas pela Consultoria, junto aos atores locais, em outubro de 2013, e a pesquisa em nível nacional realizada em 2011/2012 pelo MTur.

A receptividade e hospitalidade nos municípios do Polo foram avaliadas com um ponto positivo, de acordo com relatos obtidos nas reuniões realizadas nos municípios em outubro de 2013. No entanto, essa é a visão dos atores locais e não dos turistas propriamente ditos. Considera-se de extrema importância a pesquisa da imagem percebida pelo turista, para que se possa atuar nos pontos deficientes. Ressalta-se, por outro lado, a importância do turismo ser considerado pelas pessoas que atuam diretamente com a atividade, como um elemento positivo capaz de contribuir para o aumento da qualidade de vida da população.

Pela visão direta da equipe da Consultoria, obtida pelas visitas a campo, percebe-se que alguns aspectos devem ser melhorados para garantir satisfação dos turistas, tais como, limpeza urbana, sinalização turística, informação a respeito das áreas de visitação e seus acessos. Observa-se ainda que fatores relacionados à aglomeração e a excesso da capacidade de suporte devem ser monitorados, tanto em relação à percepção dos turistas quanto à outros possíveis impactos decorrentes.

A pesquisa que trata da Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil (MTur e FIPE, 2011/2012) aponta que os itens que possuem maior avaliação negativa pelos turistas são os preços, com 35,5% de insatisfação, seguido pelas rodovias (27,0%), segurança (24,6%), limpeza (20,4%), sinalização (20,1%), informação turística (18,4%) e infraestrutura urbana (17,5%), conforme aponta a tabela a seguir.

Importa enfatizar que estes resultados corroboram a natureza das respostas dadas pelos participantes das reuniões realizadas em outubro de 2013.

Tabela 11: Resultado da Avaliação da Principal Viagem Doméstica Realizada pelos Turistas

| AVALIAÇÃO DA PRINCIPAL VIAGEM DOMÉSTICA, TOTAL BRASIL (EM %) | | | | | | |
|--|-----------|------|------|------------|-----------|-----------|
| ITENS AVALIADOS | MUITO BOM | BOM | RUIM | MUITO RUIM | POSITIVA | NEGATIVA |
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (1) + (2) | (3) + (4) |
| Agências de viagens | 34,0 | 62,3 | 0,7 | 3,0 | 96,2 | 3,8 |
| Transporte | 15,5 | 72,8 | 2,5 | 9,2 | 88,2 | 11,8 |
| Rodovias | 11,9 | 63,6 | 5,6 | 18,9 | 75,5 | 24,5 |
| Hospedagem | 26,7 | 67,1 | 0,9 | 5,4 | 93,7 | 6,3 |
| Aeroporto | 19,3 | 65,4 | 3,4 | 11,9 | 84,7 | 15,3 |
| Restaurantes | 18,3 | 71,3 | 1,1 | 9,3 | 89,7 | 10,3 |
| Sinalização | 12,2 | 67,4 | 4,1 | 16,2 | 79,6 | 20,4 |
| Informação turística | 14,6 | 65,8 | 4,2 | 15,3 | 80,5 | 19,5 |
| Atrativos e passeios | 19,8 | 67,2 | 1,9 | 11,2 | 87,0 | 13,0 |

| AVALIAÇÃO DA PRINCIPAL VIAGEM DOMÉSTICA, TOTAL BRASIL (EM %) | | | | | | |
|--|-----------|------|------|------------|-----------|-----------|
| ITENS AVALIADOS | MUITO BOM | BOM | RUIM | MUITO RUIM | POSITIVA | NEGATIVA |
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (1) + (2) | (3) + (4) |
| Infraestrutura Urbana | 12,9 | 66,1 | 3,0 | 18,0 | 79,0 | 21,0 |
| Limpeza | 14,2 | 62,2 | 3,8 | 19,7 | 76,5 | 23,5 |
| Segurança | 9,9 | 63,3 | 4,7 | 22,1 | 73,2 | 26,8 |
| Preços | 6,9 | 57,6 | 6,9 | 28,5 | 64,6 | 35,4 |

Fonte: MTur e FIPE. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. 2011/2012.

2.1.1.6 Identificação do Portfólio Estratégico de Produtos Turísticos/ Segmentos Atuais de Demanda

O portfólio estratégico formatado para o Polo é embasado nas informações verbais, colhidas nas reuniões realizadas em outubro de 2013 com os representantes das prefeituras, associações locais e a Adtur. Está embasado no interesse do turista pelos produtos e segmentos turísticos disponíveis e na potencialidade identificada pela vocação turística dos municípios do Polo.

O Polo tem como segmento principal o Turismo de Negócios e Eventos e complementares o Ecoturismo, o Turismo de Sol e Praia e o Turismo Cultural. São ainda segmentos potenciais para desenvolvimento, o Turismo de Aventura e o Turismo de Pesca, conforme já colocado neste documento.

O Turismo de Negócios e Eventos surge no Polo em razão das atividades, voltadas para esse segmento, hoje desenvolvidas na região como: feiras, eventos, convenções, seminários, conferências, palestras, cursos, dentre outras. Atualmente muitos eventos realizados em Palmas destacam-se como os de maior porte da Região Norte do País de acordo com entrevista realizada com o *Convention Bureau* do Estado.

A expectativa, por parte dos responsáveis pela gestão pública em nível estadual e mesmo municipal, de fortalecimento da importância do Polo de Palmas nesse segmento é grande. Dentre os eventos existentes, conforme os dados do órgão gestor, destacam-se o carnaval, arraial da Capital com a apresentação de quadrilhas, temporada de praia, polo de confecções, feiras literárias e de moda, festival gastronômico, dentre outros.

O órgão "Palmas *Convention & Visitors Bureau*" dedica-se à prospecção e à captação de eventos para a área, tendo realizado no ano de 2011 cerca de 70 eventos de pequeno, médio e grande porte. Segundo relato de reuniões entre a Consultoria e os atores locais, em outubro de 2013, as informações referentes aos eventos nos anos subsequentes não estão disponibilizadas, uma vez que os resultados não foram consolidados. A razão citada foi a falta de integração das ações do *Convention* com as secretarias e com outros órgãos municipais e particulares para a coleta dos dados individuais.

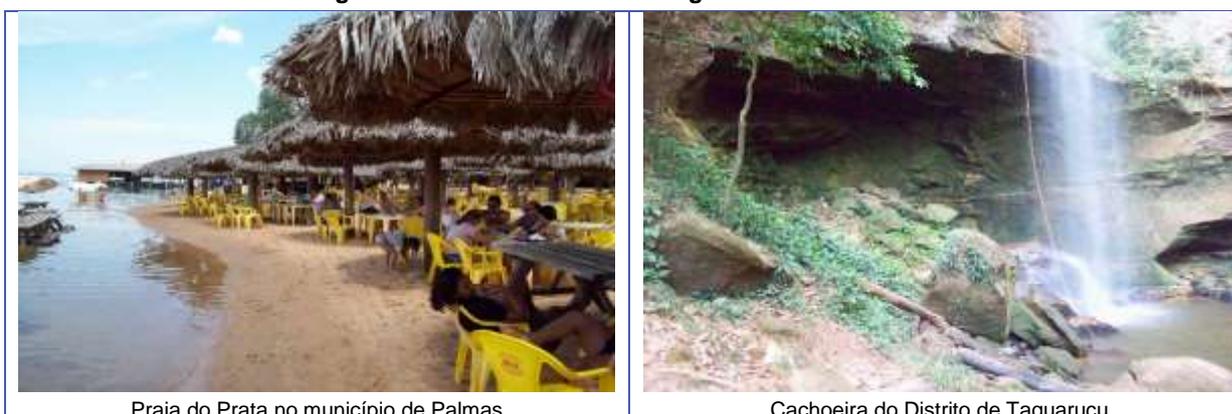
Figura 15: Atividades de Captação de Eventos no Polo



Fonte: Prefeitura Municipal de Palmas e <http://ruralcentro.uol.com.br/> e <http://www.grupocultivar.com.br/>, 2013.

Os segmentos de Ecoturismo e de Turismo de Sol e Praia possuem relevância no Polo devido às suas beleza e à diversidade dos recursos naturais existente na região, tais como as cachoeiras, rios e praias e a fauna. A variedade e a qualidade dos recursos existentes permitem a formatação de roteiros potenciais, que podem ser comercializados como produtos complementares. Além disso, ressalta-se que o desenvolvimento do segmento do ecoturismo é positivo uma vez que o contato com turistas dessa natureza incentiva a comunidade a adotar posturas proativas em relação ao meio ambiente no uso e conservação dos recursos naturais.

Figura 16: Atividades do Segmento de Ecoturismo



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

A temporada de praia, que ocorre em junho e julho, recebe um grande de fluxo de turistas na região em busca de lazer. No período de dois a três meses do ano o turismo de sol e praia passa a ser um dos eixos de desenvolvimento econômico de todo o Estado. Nesse sentido é importante ordenar essa atividade turística, promovendo o uso sustentável dos recursos naturais, a mobilização e organização social, a geração de renda e o fortalecimento deste segmento nos mercados regional e nacional.

No que diz respeito ao Turismo Cultural além do patrimônio presente na capital, o centro histórico de Porto Nacional, dotado de ruas estreitas e de monumentos construídos no século XIX é a principal riqueza do Polo, representando a oportunidade de estruturação de novo produto turístico.

Figura 17: Centro Histórico de Porto Nacional



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

A partir das considerações e informações anteriores, o quadro a seguir, sintetiza o portfólio estratégico do turismo no Polo.

Quadro 3: Portfólio Estratégico do Polo Palmas

| |
|--|
| SEGMENTO PRINCIPAL |
| <ul style="list-style-type: none">• Turismo de Negócios e Eventos |
| SEGMENTOS COMPLEMENTARES |
| <ul style="list-style-type: none">• Ecoturismo• Turismo de Sol e Praia• Turismo Cultural |
| SEGMENTOS POTENCIAIS |
| <ul style="list-style-type: none">• Turismo de Pesca• Turismo de Aventura |
| RECURSOS CULTURAIS E NATURAIS |
| <ul style="list-style-type: none">• Feiras, eventos, cursos, palestras, festivais, dentre outros• Cachoeiras, Serras, Rios• Artesanato e Gastronomia típica• Patrimônio histórico |

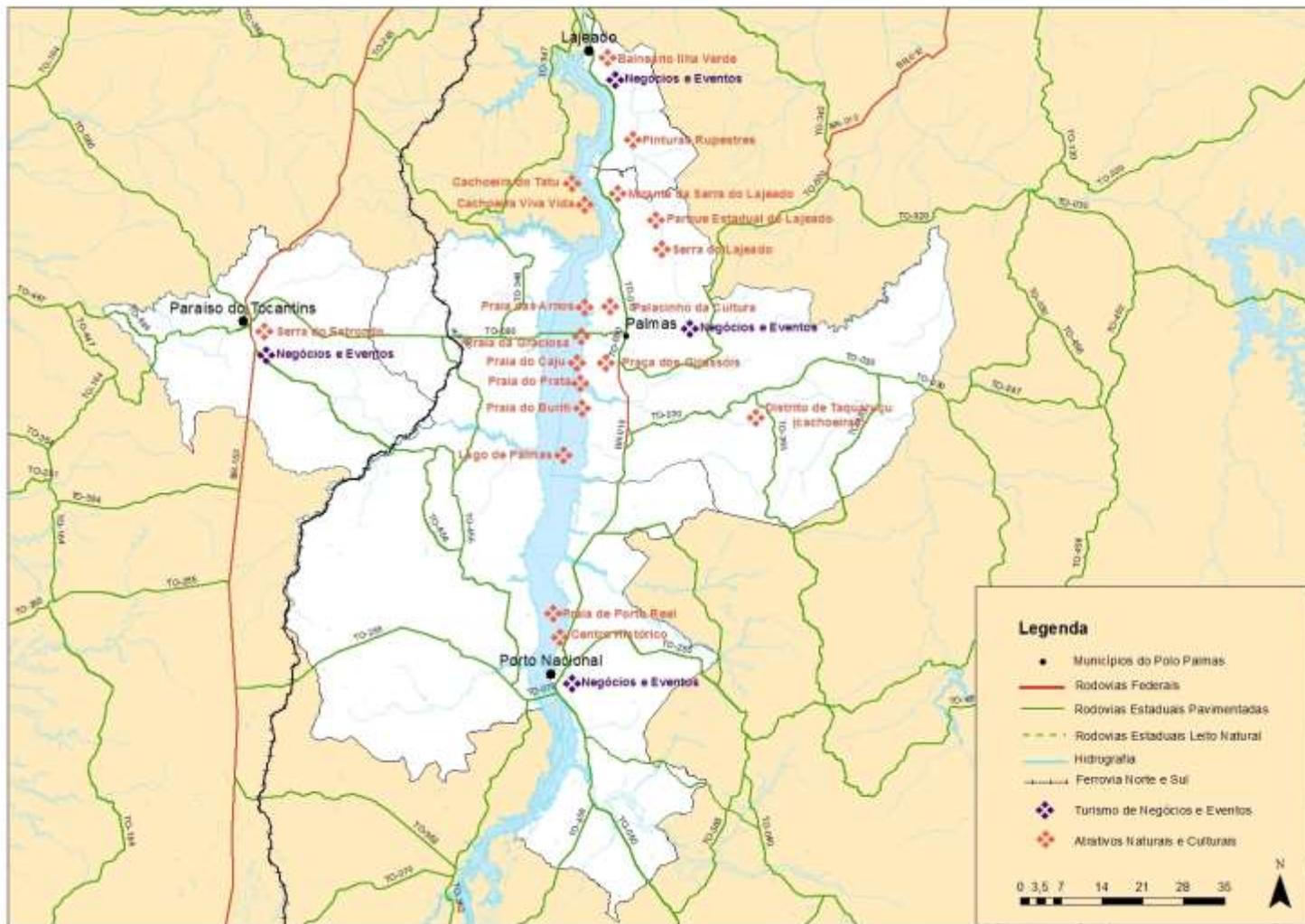
Fonte: Technum Consultoria, 2013

Figura 18: Segmentação Turística do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no sítio www.seplan.to.gov.br; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

Figura 19: Atrativos Turísticos do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no site www.seplan.to.gov.br; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

2.1.2 Análise da Demanda Turística Potencial

2.1.2.1 Quantitativo e Perfil dos Segmentos Potenciais

Como diversas vezes tratado neste documento, as informações referentes à atividade turística do Polo não permitem a elaboração de projeções aprimoradas sobre a demanda turística potencial. Contudo é possível traçar algumas perspectivas, levando-se em consideração os produtos oferecidos, a demanda atual e os estudos voltados ao desenvolvimento do turismo no País e no Estado.

O turismo no Polo Palmas apoia-se no segmento principal de Negócios e Eventos principalmente pelo calendário de eventos disponível que motiva o fluxo de turistas de diversas regiões, conforme descrito anteriormente. Observa-se também grande potencialidade para o crescimento dessa segmentação, podendo tornar-se, inclusive, importante referência no contexto da Região Norte, Amazônia Legal e MATOPIBA, pela proximidade aos principais mercados emissores nacionais.

Merece destaque os segmentos complementares de Ecoturismo, Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Aventura e de Turismo de Pesca devido à riqueza natural e cultural disponível. A análise da demanda turística potencial foi realizada para todas as segmentações presentes no Polo, tanto a principal, quanto as complementares.

Turismo de Negócios e Eventos

O Manual do MTur ao tratar da segmentação de Negócios e Eventos enumera vantagens e características peculiares, como:

- possibilidade de equacionamento de períodos sazonais, trazendo equilíbrio na relação entre oferta e demanda durante o ano;
- alta rentabilidade – maior gasto médio e possibilidade de retorno para o lazer, propiciando maior permanência no destino;
- possibilidade de interiorização e descentralização da atividade turística, na dependência de instalação das estruturas necessárias;
- demanda por serviços de alta qualidade, forçando a melhoria;
- pequena influência das crises econômicas na demanda;
- dinamização da arrecadação de impostos, com o aumento da emissão de notas fiscais para comprovação de despesas realizadas pelo turista;
- abertura de possibilidades de intercâmbio comercial e empresarial e de aumento dos negócios locais;
- atividades vinculadas ou não à atratividade da cidade sede, com possibilidade de complementação pelos outros municípios da área; e
- revitalização urbana provocada pela instalação de equipamentos específicos para o segmento turístico.

O *ranking* da International Congress & Convention Association - ICCA aponta os resultados do Brasil no segmento de Negócios e Eventos tendo como foco a promoção internacional. No ano de 2009, o Brasil ficou com 7ª posição, tendo realizado 293 eventos internacionais e em 2012 o Brasil manteve-se na 7ª. Posição, porém a realização de eventos internacionais aumentou para 360.

Os dados da ICCA mostram que o Brasil apresentou um aumento de 15,4% no total de eventos realizados, enquanto no mundo o crescimento evidenciado foi de apenas 10,8%, evidenciando, assim, o fortalecimento do setor e da credibilidade do país na captação de eventos e negócios.

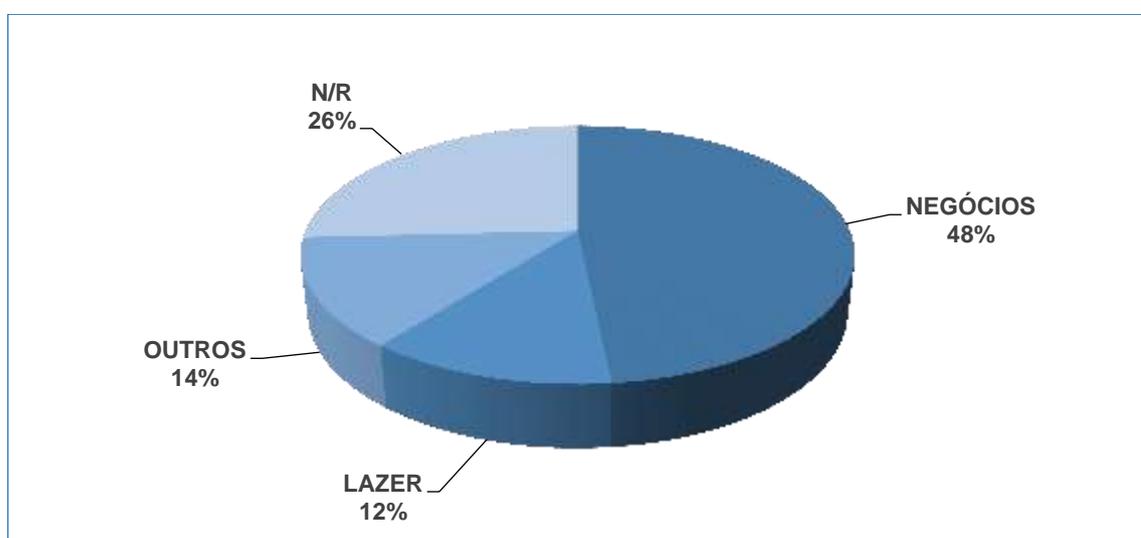
O Manual do MTur (2010) aponta que eventos de Medicina se destacam com o maior gasto médio de US\$ 304,44, seguido pelos eventos relacionados à Tecnologia e Meio Ambiente,

que apresentaram um gasto médio de US\$ 290,07. Em real os gastos médios correspondem, respectivamente a R\$ 710,87 e R\$ 678,78 de acordo com a cotação do dólar do dia 30 de novembro de 2013 (US\$ 1,00 = R\$ 2,335). Os eventos de Educação, Social e Esporte apresentaram o menor gasto médio, de US\$244,92 (corresponde a R\$ 571,89 de acordo com a cotação do dólar do dia 30 de novembro de 2013 US\$ 1,00 = R\$ 2,335), explicado principalmente pelo perfil dos participantes, na sua maioria, formado por estudantes. Em todos os casos, as atividades de hospedagem e alimentação foram as mais beneficiadas, absorvendo aproximadamente 61% dos gastos dos visitantes.

Os dados apresentados apontam que o segmento encontra-se em amplo desenvolvimento e com inúmeras perspectivas de crescimento. No caso de Palmas, não é diferente.

A pesquisa realizada pela Adtur em 2013 revela que 48% dos turistas que visitam o Polo Palmas são atraídos pela realização e participação de Negócios e Eventos e 12% vão em busca do lazer, conforme gráfico a seguir.

Gráfico 15: Motivo da viagem para o Polo Palmas em 2013



Fonte: Análise do Fluxo e Perfil da Demanda Turística do Polo Palmas, Adtur, 2013. Adaptado por Technum Consultoria, 2015.

Tomando-se como base o fluxo turístico do Polo Palmas, 215.950 turistas/ ano (2013), estima-se portanto que cerca de 100.000 turistas sejam atraídos ao Polo motivados pelos negócios e eventos.

A potencialidade de crescimento é, no entanto, expressiva e de difícil mensuração. Consolidando-se a expectativa de Palmas como a sede do MATOPIBA, há uma grande possibilidade de fomento ao segmento. Caso esse fato se concretize, abrem-se grandes perspectivas para o fortalecimento do segmento turístico elencado como o principal.

As ações dependem em grande parte da capacidade de captação dos eventos, sendo os principais limitadores a capacidade aeroportuária e a capacidade hoteleira e de serviços.

Os Jogos Indígenas é também outro evento capaz de captar uma maior número de turistas para a Capital, principalmente.

As características do perfil do turista, identificadas no item 2.1.1.2 deste documento indicam o perfil potencial dos turistas desejados para o segmento de negócios e eventos. Contudo, vale destacar que, apesar de ter sido traçado o perfil geral, não é possível relacionar diretamente o perfil do turista atual ao desejado, pela falta de informações básicas.

Outra potencialidade significativa é o desenvolvimento de turismo de negócios no município de Paraíso frente à sua significância no setor dos agronegócios. Atualmente há um evento anual (**Exposição Agropecuária - ExpoBrasil**) que, segundo estimativas locais, mobiliza

cerca de 150.000 pessoas. Além de não ser conhecido o percentual daqueles efetivamente turistas, esse volume provavelmente não está computado no total de visitantes que acessam ao Polo, conforme indica a Pesquisa da Adtur (2013). A movimentação dessas pessoas, sem a existência de pesquisas sistematizadas, é de difícil controle e quantificação, frente às características específicas do agronegócio. São turistas que utilizam transporte particular, se hospedam muitas vezes em casas de amigos e pouco utilizam serviços ofertados pelo município.

Vale destacar, ainda que a caracterização do perfil do turista de negócios e eventos é de difícil definição. O perfil do turista frequentador de feiras e exposições é diretamente relacionado à natureza do evento, – seja quanto ao tema, seja pelo seu público alvo. E o quantitativo depende das estratégias de captação de eventos e das oportunidades de negócio, muitas vezes externas ao setor.

Ecoturismo e Turismo de Aventura

Segundo o Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) que trata sobre o segmento de Ecoturismo cita que no Brasil, essa atividade surge no contexto do movimento ambientalista, momento em que os debates acerca da necessidade de conservação do meio ambiente, por meio de técnicas sustentáveis, alcançam a atividade turística.

O Ecoturismo possui entre seus princípios a conservação do meio ambiente aliada ao envolvimento das comunidades locais, devendo ser desenvolvido sob os preceitos da sustentabilidade, com base em referenciais teóricos e práticos, e no suporte legal.

Os ecoturistas visitam as localidades para interagir com os ambientes a partir das informações anteriormente obtidas. A qualidade da informação e atividades experimentadas pelo ecoturista nas áreas naturais permite ampliar sua satisfação e as possibilidades de divulgação e retorno no destino de Ecoturismo. E, por isso, esse tipo de turista, de modo geral, importa-se com a qualidade dos serviços e equipamentos, com a singularidade e autenticidade da experiência e com o estado de conservação do ambiente.

O segmento de Ecoturismo é um mercado competitivo e deve oferecer produtos compatíveis com as exigências do ecoturista. Sabe-se que uma parcela destes turistas possui elevada consciência ambiental e buscam experiências únicas que conservem os recursos ambientais, históricos e culturais, e que envolvam a comunidade, contribuindo, assim, para ampliar as expectativas de que esta atividade esteja realmente relacionada ao desenvolvimento sustentável de diversas localidades e regiões.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo – OMT, o Ecoturismo corresponde ao segmento turístico que mais cresce no mundo, entre 15 e 25% ao ano. O Ecoturismo corresponde à motivação de cerca de 10% dos turistas e fatura anualmente cerca de US\$ 260 bilhões no mundo. Em real o valor é de R\$ 607,1 bilhões de acordo com a cotação do dólar do dia 30 de novembro de 2013 (US\$ 1,00 = R\$ 2,335).

Em relação ao turista internacional que viaja ao Brasil, o Estudo da Demanda Turística Internacional 2004-2010, realizado pelo MTur e FIPE, aponta a série histórica referente à motivação do turista no Brasil. Os resultados revelam que no ano de 2010, 46,1% dos turistas internacionais buscaram o lazer, seguido por Negócios e Eventos com 23,3%, conforme aponta a tabela a seguir:

Tabela 12: Motivação do Turista Internacional que Viaja para o Brasil

| MOTIVO DA VIAGEM | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Lazer | 48,5 | 44,4 | 44,1 | 44,3 | 42,7 | 45,5 | 46,1 |
| Negócios, Eventos e Convenções | 28,7 | 29,1 | 28,1 | 27,4 | 27,0 | 22,9 | 23,3 |
| Outros Motivos | 22,8 | 26,5 | 27,8 | 28,3 | 30,3 | 31,6 | 30,6 |

Fonte: Sítio MTur e FIPE, 2004-2010

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Demanda_Turxstica_Internacional_-_Fichas_Sinteses_-_2004-2010.pdf

A pesquisa ainda aponta que, dentre o motivo de viagem a lazer pelos turistas internacionais, 26,9% desses turistas tem na Natureza, Ecoturismo ou Aventura a motivação de suas viagens, conforme aponta a tabela a seguir.

Tabela 13: Motivação da Viagem a Lazer do Turista Internacional.

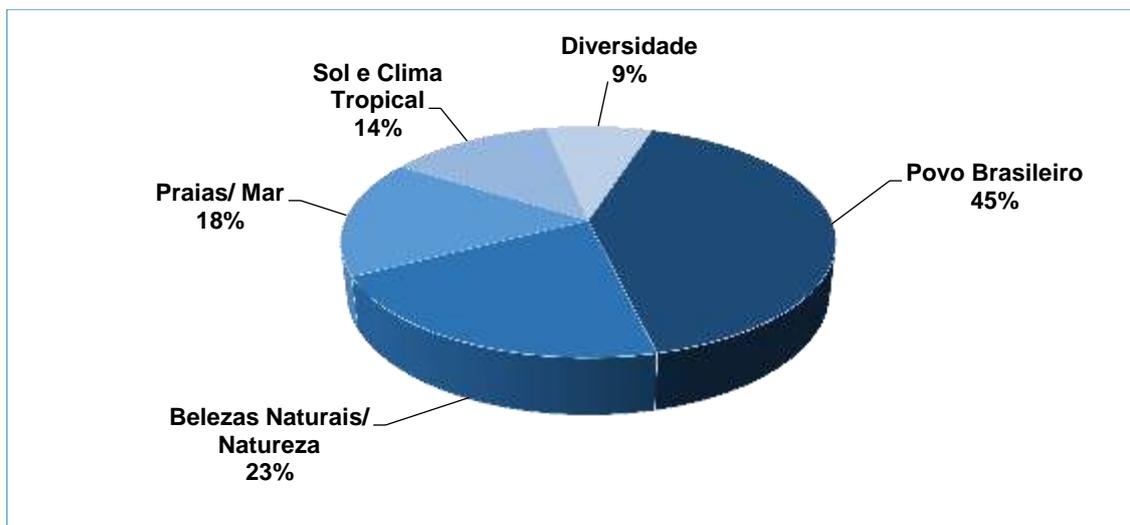
| MOTIVO DA VIAGEM A LAZER | 2004 (%) | 2005 (%) | 2006 (%) | 2007 (%) | 2008 (%) | 2009 (%) | 2010 (%) |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sol e Praia | 52,0 | 54,9 | 54,7 | 60,4 | 52,3 | 61,5 | 60,2 |
| Natureza, Ecoturismo ou Aventura | 12,8 | 19,3 | 19,5 | 20,9 | 22,2 | 23,2 | 26,9 |
| Cultura | 30,7 | 17,2 | 17,0 | 11,7 | 16,9 | 9,7 | 8,5 |
| Esportes | - | 1,7 | 3,3 | 2,6 | 3,2 | 2,2 | 1,7 |
| Diversão noturna | - | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,8 | 1,0 | 0,7 |
| Viagem de incentivo | 0,6 | 0,7 | 1,1 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 0,6 |
| Outros | 3,9 | 4,7 | 2,9 | 2,1 | 2,9 | 1,7 | 1,4 |

Fonte: Sítio MTur e FIPE, 2004-2010

http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Demanda_Turxstica_Internacional_-_Fichas_Sinteses_-_2004-2010.pdf

O Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil 2020, de 2011, enfatiza a pesquisa citada anteriormente e aponta que 43% dos turistas internacionais possuem como motivação de viagem ao Brasil o lazer. Dentre o lazer os principais aspectos motivadores da visita foram as belezas naturais e a diversidade brasileira, bem como o povo e a cultura popular, conforme aponta o gráfico a seguir:

Gráfico 16: Aspectos Levados em Consideração nas Viagens Realizadas pelos Turistas Internacionais



Fonte: Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil (2020).

Quanto à imagem dos turistas estrangeiros sobre o Brasil, o Plano Aquarela 2020, aponta que a natureza, junto ao povo brasileiro, representa o aspecto determinante da imagem positiva do país. Dos turistas entrevistados, 37% associaram a propaganda do Brasil a uma imagem positiva e 38% associaram a sentimentos como vontade de conhecer. Acrescentaram que a internet foi a fonte para a busca de informações sobre o país antes de realizar a viagem (63%).

No Brasil, o Perfil do Ecoturista e também do Turista de Aventura, apresentado pelo o Manual de Orientações Básicas do MTur (2010), apontam que as atividades voltadas a estes segmentos buscam: (i) fugir do dia a dia, seja ele urbano ou não, da correria, do trabalho, do estresse e da violência, em busca de descanso, por meio do ócio ou da prática de atividades inusitadas; (ii) resgatar a vida, o prazer, voltar às origens.

Ainda segundo o Manual, em sua maioria, as pessoas que desenvolvem atividades de Ecoturismo e turismo de aventura possuem como características: (i) maioria do sexo masculino; (ii) idade entre 18 e 29 anos; (iii) solteiros; (iv) escolaridade: ensino médio completo e ensino superior incompleto; (v) hábito de viajar em grupos; (vi) planeja pessoalmente a sua viagem e demonstra respeito pelo ambiente natural e social; (vii) exige qualidade, segurança, acessibilidade e informação.

Uma parcela majoritária dos turistas (68%) está aberta à realização de atividades na natureza, seja a sua viagem motivada pelo Ecoturismo ou por outros segmentos turísticos.

Dentre as atividades mais praticadas levantadas no Manual, a caminhada aparece com 31% e a observação de vida selvagem, com 22%. Para os entrevistados que ainda não fizeram alguma das atividades pesquisadas, ao serem perguntados que atividade eles gostariam de realizar, 70% destacou o mergulho, 61% a observação da vida selvagem, 57% caminhadas e 51% o espeleoturismo – prática esportiva e recreativa de visitação de cavernas.

Dentre os ecoturistas, o carro é o meio mais utilizado nas viagens (61%), seguido do avião e do ônibus, empatados com 16%. Quase todos os entrevistados (91%) viajam durante as férias, sendo que 72% preferem os finais de semana prolongados e 40% os finais de semana normais.

Observa-se, em relação ao Polo de Palmas, que o Ecoturismo e o Turismo de Aventura têm potencial de desenvolvimento principalmente pelos atrativos de Lajeado e de Palmas.

Entende-se, no entanto, que as respectivas consolidações enquanto segmentos requerem a definição de estratégias e a oferta de atividades peculiares a esses segmentos.

É, assim, necessária a estruturação dos produtos antes da definição de um público alvo específico. Atualmente, o público alvo potencial são os próprios moradores da região e os visitantes que já se encontram no Polo, por outras motivações.

Turismo de Sol e Praia

O Ministério do Turismo entende como turismo de Sol e Praia aquele que se constitui de atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.

Segundo a pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo em 2009, Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 64,9% dos turistas que realizaram pelo menos uma viagem no último ano, e 68,2% dos que pretendem realizar uma viagem nos próximos dois anos, tem como primeira opção de viagem ir para a praia, sendo esse, portanto, o segmento preferencial dos brasileiros.

Estabelecer um perfil único do turista de Sol e Praia é um desafio, pois este segmento está associado a uma rede de atividades e dinâmicas distintas ao longo do território. No entanto, o que se percebe são algumas características comuns aos turistas e usuários da praia motivados pelo desejo de descanso, práticas esportivas, diversão, novas experiências e busca de vivências e interação com as comunidades receptoras.

O turista de Sol e Praia que hoje visita o Polo de Palmas, é atraído por outra motivação ou pela condição de lazer, especificamente em épocas de férias e finais de semana prolongados. Na maioria, 88% (2013), tem origem no próprio Estado.

As características e a condições atuais dos atrativos não permitem supor uma demanda potencial além da existente, enquanto segmentação turística. Há necessidade de implantação de melhorias na infraestrutura e oferta de adequadas condições de conforto e de segurança aos visitantes. Ressalta-se, no entanto, que esses fatores não impedem a sua comercialização como atividades complementares, notadamente na forma de roteiros.

Turismo Cultural

O Manual do MTur (2010) aponta que a cultura corresponde a todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente. Nesse sentido, é entendido o latente patrimônio cultural diversificado e plural existente no Brasil.

Do ponto de vista do turismo esta pluralidade representa a oportunidade de formatação de novos produtos turísticos, que podem aumentar, sobremaneira, o fluxo de visitantes na região.

O Turismo Cultural, entendido como as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valoriza e promove os bens materiais e imateriais da cultura. O segmento engloba outras classificações, tais como o Turismo Cívico, o Turismo Religioso, o Turismo Místico e Esotérico, o Turismo Étnico, o Turismo Cinematográfico, o Turismo Arqueológico, o Turismo Gastronômico, e o Ecoturismo.

A Pesquisa de Hábitos e Consumos do Turista Brasileiro – 2009 do MTur, revela que 12% dos turistas que realizaram pelo menos uma viagem no último ano, e 10,9% dos que pretendem realizar uma viagem nos próximos dois anos, tem como primeira opção visitar cidades históricas. Na média ponderada das primeiras opções sobre os locais de viagem esse número é ainda maior, representando 18,4% dos turistas atuais e 17,1% dos turistas potenciais.

Conhecer os desejos, interesses e necessidades dos clientes potenciais representa uma ferramenta de estratégia competitiva para produtos e serviços turísticos. Não existem pesquisas específicas brasileiras com séries históricas sobre o turista cultural que possibilitem identificar com precisão as principais tendências sobre os hábitos de viagem e preferências do turista nesse segmento.

Diante dessas considerações e a partir das características da demanda e da oferta turística no Polo, aponta-se para a potencialidade do segmento no Polo, marcado pela cidade histórica de Porto Nacional, os monumentos de Palmas, os sítios arqueológicos de Lajeado, bem como pelas festividades manifestadas nas festas de cunho cultural e o etnoturismo e religioso.

A exemplo dos demais segmentos, o turismo cultural no Polo de Palmas é explorado, no entanto, encontra-se em estágio inicial de desenvolvimento. Assim, não há informação suficiente para basear uma adequada quantificação ou caracterização da demanda potencial relacionada diretamente aos aspectos culturais.

Além disso, ressalta-se a necessidade de estabelecimento de roteiros estruturados, a partir dos quais possam ser ofertados produtos ou mesmo atividades complementares aos turistas que já se encontram na região, em específicos aqueles voltados aos Negócios e Eventos.

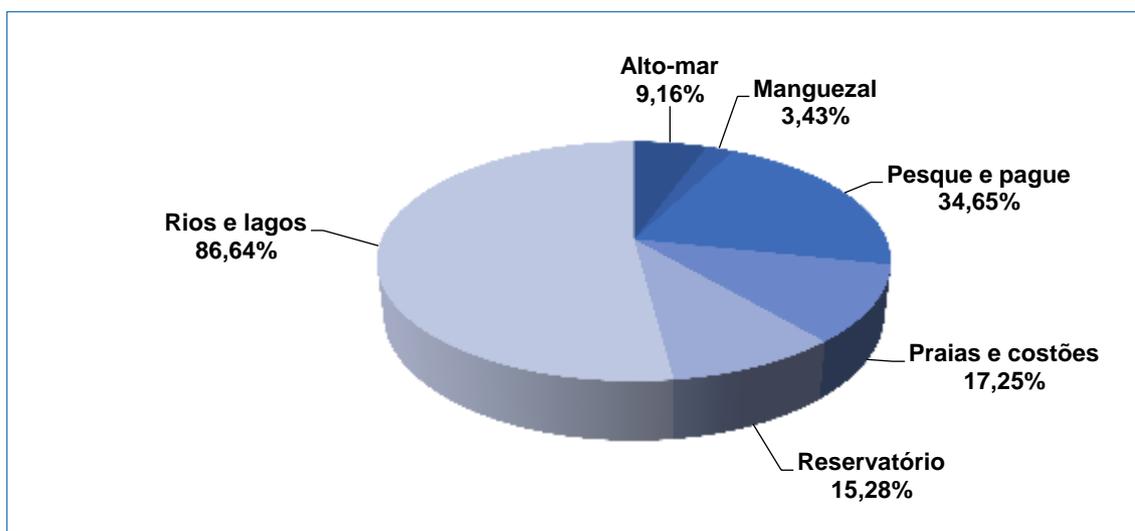
Turismo de Pesca

Conforme já tratado neste produto, o Turismo de Pesca envolve as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora. Destacam-se no Polo, os municípios de Porto Nacional e Palmas, notadamente pela alta potencialidade de exploração em função da abundância dos recursos hídricos.

O Manual de Orientações Básicas do MTur (2010) ao tratar sobre o segmento de pesca traça o seguinte perfil para esse turista: faixa etária entre 31 a 50 anos (56,20%) e 51 e 70 anos (29%); sexo masculino (95,55%); categoria de licença de pesca tipo B (pesca embarcada – 70,25%); meio de hospedagem em hotel (37,59%), casa de parentes e amigos (44,46%) e camping (39,72%); e gasto médio por pescaria de até R\$ 300,00. Ressalta-se que esta pesquisa foi realizada em 2009 com 33.129 pessoas que possuem licenças emitidas para a pesca.

A maioria destes turistas realiza a pesca em rios e lagos (86,64%), seguida pela modalidade pesque e pague (34,65%), conforme verifica-se no gráfico a seguir.

Gráfico 17: Atividades Realizadas no Segmento de Pesca



Fonte: Manual de Orientações Básicas do MTur, 2010.

Sendo o Turismo de Pesca considerado segmento potencial para crescimento no Polo, e uma atividade que não exige tantos investimentos em receptivo e infraestrutura turística, caberia aos municípios organizar o mínimo de suporte necessário à sua adequada exploração e traçar as estratégias para a oferta inicial em mercados de maior proximidade, tais como o próprio Estado, Distrito Federal e Goiás.

A implantação de um sistema integrado de informação ao turista, colocado à sua disposição ainda na fase de escolha do destino, bem como a estruturação de roteiros complementares e diversificados são modelos de ações que induzem ao desenvolvimento das atividades do segmento. Pode ser ainda estruturado, por exemplo, um plano específico de promoção e comercialização do produto, incluindo dentre outras ações, o incentivo à pesca nos períodos de baixa sazonalidade no Polo.

Em resumo, é necessária tanto para o segmento principal quanto para os complementares a implantação de um Sistema Integrado de Informações, alimentado por dados da realidade atual e do estágio de desenvolvimento dos vários componentes. O referido sistema permitiria ainda a informação ao turista, colocando a oferta clara dos produtos do Polo, ainda na fase de escolha do destino. Paralelamente, seriam estruturados roteiros complementares e diversificados, possibilitando o crescimento do turismo em toda a sua potencialidade.

2.1.2.2 Identificação de Elementos Críticos que Influem no Processo de Tomada de Decisões de Compra da Viagem dos Segmentos Potenciais

A consolidação e a ampliação do turismo no Polo devem ter por base os elementos críticos que influenciam os turistas potenciais quando da decisão de compra da viagem. Esses fatores são portanto fundamentais também no momento da formatação do produto turístico, no planejamento do processo de promoção e divulgação da área turística, e na estruturação dos atrativos e acessos.

Na Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, realizada pelo MTur (2009), 13,6% dos turistas potenciais apontaram que a oferta de pacote com menores custos traria maior incentivo para escolha do destino Brasil. Em seguida foram elencados a redução dos preços das viagens aéreas (6,6%), a divulgação dos pontos turísticos do Brasil (3,9%) e a redução dos preços de hospedagem (3,8%), como fatores a serem considerados para a escolha do turismo no Brasil.

Ao serem questionados se viajariam por conta própria ou utilizando pacotes turísticos, 61,9% da demanda potencial de turistas afirmou que viajaria por conta própria. Como meio de transporte preferencial da demanda potencial foram citados os ônibus e vans (40,2%), seguidos dos carros (35,5%) e dos aviões (24,1%).

Dentre os clientes potenciais, apenas 0,4% afirmaram querer viajar para o estado do Tocantins. Nota-se assim, a necessidade urgente de estratégias de estruturação dos produtos ofertados e potenciais bem como as de comercialização e divulgação do destino. Ações relacionadas ao fortalecimento da Imagem do Polo e à promoção de campanhas institucionais podem também ser importantes instrumentos para aumento de sua visibilidade.

Analisando o cenário nacional, observa-se que os principais motivos para a escolha do destino no Brasil, de acordo com a Pesquisa de Hábitos do MTur (2009), referem-se às belezas naturais/natureza com 37,9%, seguido pelo motivo praia com 24,4% e cultura local com 13%.

Apesar dessa pesquisa não trazer informações específicas para o caso do Polo de Palmas, auxilia na identificação do turista potencial, abrangendo a escala nacional. Sua contribuição é relevante por reafirmar a preferência pelas belezas naturais, praias e cultura local dentre

os principais fatores motivacionais para a escolha de um destino turístico. Dessa forma, a oferta diversificada, propiciada pela potencialidade local, poderá ser um dos elementos favoráveis para a decisão do turista em relação ao destino.

O Polo Turístico de Palmas, a exemplo do próprio Estado, está em franco desenvolvimento. Necessita, portanto, de ações estruturantes, bem como estratégias para que seja reconhecido e adequadamente difundido, com ações de marketing voltadas para o Polo e não limitadas a produtos isolados. Para tanto, são necessários esforços integrados das diferentes instâncias do poder público, das entidades não governamentais e dos agentes privados.

O fomento do turismo no Polo está intrinsecamente relacionado ao grau de integração de seus municípios, com formatação de produtos turísticos e de roteiros integrados, fortalecimento das instituições de turismo, promoção da qualificação para o turismo – voltadas aos empresários e profissionais -, e sensibilização da população, para a sua inserção na cadeia produtiva do setor.

2.1.2.3 Nível de Expectativas dos Diferentes Segmentos Potenciais

A escolha do destino turístico pelos diferentes grupos de consumidores retratam as necessidades, desejos e satisfações de cada grupo. Na grande maioria dos casos, o desejo de descanso e a aquisição de novas experiências são características comuns aos turistas. Para os habitantes locais a expectativa gerada em torno do turismo refere-se à melhoria da qualidade de vida e ao aumento da renda.

A Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turista Brasileiro (MTur, 2009) cita que os entrevistados atuais e potenciais associam o turismo e a sua expectativa ao viajar com descanso/tranquilidade, seguida pela diversão e entretenimento e pela beleza natural/lugares bonitos. A tabela a seguir quantifica essas preferências dos turistas atuais e potenciais.

Tabela 14: Preferências dos Turistas Atuais e Potenciais – Brasil 2007- 2009

| ASSOCIA TURISMO COM ... | CLIENTE ATUAL | CLIENTE POTENCIAL |
|--------------------------------|---------------|-------------------|
| Descanso/tranquilidade | 42,8 % | 41,3 % |
| Diversão/entretenimento | 25,7 % | 23,6 % |
| Beleza natural/lugares bonitos | 8,3 % | 7,4 % |
| Cultura | 8,4 % | 9,5 % |
| Felicidade | 2,4 % | 2,7 % |
| Aprendizado/conhecimento | 3,2 % | 5,1 % |
| Novas experiências | 2,8 % | 2,7 % |
| Novas amizades | 1,8 % | 1,4 % |
| Associações a lugares | 3,5 % | 3,9 % |
| Outras respostas | 1,1 % | 2,4 % |

Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro 2007 e 2009.

No que diz respeito às viagens realizadas, a pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro aponta que 95,1% delas foram classificadas como positivas, sendo que 61,7% foram ótimas e 33,4% foram boas. Isso demonstra que as expectativas dos clientes foram atingidas durante a viagem.

As informações contidas na tabela a seguir indicam que a motivação do turista potencial refere-se à busca pela beleza natural/natureza (37,9%), seguida pela praia (24,4%). Ao

somar estes resultados tem-se que 62,3% dos turistas potenciais buscam atividades que o Polo Palmas possui - tanto no segmento do Ecoturismo, quanto no segmento de Sol e Praia.

Tabela 15: Principais Motivos Levantados na Escolha dos Turistas Potencial

| MOTIVO DA ESCOLHA | PORCENTAGEM |
|---------------------------|-------------|
| Beleza natural/natureza | 37,9 % |
| Praia | 24,4 % |
| Cultura local/população | 13,6 % |
| Perfil do local | 6,6 % |
| Rever familiares/amigos | 4,0 % |
| Festa popular | 3,8 % |
| Gastronomia | 3,1 % |
| História/artes/museus | 2,9 % |
| Observação da fauna/flora | 0,9 % |
| Lazer em geral | 0,6 % |
| Outras respostas | 2,3 % |

Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro 2007 e 2009.

Inexistem dados referentes à motivação dos turistas potenciais para o segmento de Negócios e Eventos. Todavia, o Manual do MTur (2010) aponta que a escolha do destino por este turista refere-se ao interesse no evento ou a realização de um negócio, podendo ou não estar aliada à atratividade do destino. Assim, para esse turista convém propor circuitos integrados, a partir dos segmentos complementares ou potenciais, permitindo induzir à maior permanência e ao maior gasto do turista no Polo.

Ressalta-se, por fim que o fato do Polo possuir elementos positivos para a atração do turista, a partir de sua motivação para viagem, não é suficiente para garantir uma experiência turística satisfatória. O nível de expectativas dos turistas, apesar de motivados pelos elementos existentes no Polo, pode não ser atendido pela oferta disponível. Torna-se assim, imprescindível, que a imagem do Polo seja fidedigna à sua real imagem e estágio de desenvolvimento alcançado.

2.1.2.4 Hábitos de Informação e compra dos diferentes segmentos potenciais

O turista potencial procura informações a respeito dos destinos, majoritariamente na internet, bem como com amigos e parentes, conforme consta na pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, realizada em 2009, ao nível nacional. Apenas 4,3% deles buscam informações nas agências de viagens e 4,2% em revistas e guias de turismo.

A programação da viagem é realizada com antecedência por 68,8% dos entrevistados. Além disso, 17,0% programam a viagem com antecedência de 91 a 180 dias de antecedência; 8,1% de 61 a 90 dias; 7,9% de 31 a 60 dias e 17,2% de 16 a 30 dias. Sendo assim, percebe-se que apenas 31,2% das pessoas viajam sem se programar com, pelo menos, 15 dias de antecedência.

Em relação à compra da viagem, ainda segundo a pesquisa, 16,3% dos clientes potenciais a realizam com até 7 dias de antecedência, 12,2% de 8 a 15 dias de antecedência, 28,9% de 16 a 30 dias, 10,9% de 31 a 60 dias, 7,7% de 61 a 90 dias e 16,5% com mais de 91 dias de antecedência. O pagamento da viagem é realizado à vista por 63,9% dos turistas potenciais; 79,1% dos turistas viajam por conta própria, ou seja, sem adquirir pacotes turísticos.

A quantidade de viagens em território brasileiro ao longo do ano são realizadas apenas uma vez para 44,2% dos turistas potenciais, seguido por duas vezes por 21,7% deles, 9,3% três viagens, 2,5% quatro viagens, 2,6% cinco viagens e 1,9% de 6 a 10 viagens.

A viagem possui duração de até uma semana em 52,9% dos casos. Desse percentual 40,7% tem duração de 4 a 7 dias e 12,2% com duração de 1 a 3 dias. A média de viagens é de 10 dias, conforme a tabela a seguir.

Tabela 16: Duração das Viagens no Brasil

| DURAÇÃO DAS VIAGENS NO BRASIL | CLIENTE ATUAL | CLIENTE POTENCIAL |
|-------------------------------|---------------|-------------------|
| Até uma semana | 54,6 % | 52,9 % |
| De 1 a 3 dias | 10,2 % | 12,2 % |
| De 4 a 7 dias | 44,4 % | 40,7 % |
| De uma a duas semanas | 34,1% | 31,6 % |
| De 8 a 10 dias | 16,6 % | 13,8 % |
| De 11 a 15 dias | 17,5 % | 17,8 % |
| De duas a quatro semanas | 10,0 % | 12,0 % |
| De 16 a 21 dias | 5,0 % | 5,6 % |
| De 22 a 30 dias | 5,0 % | 6,4 % |
| Mais de um mês | - | 0,5 % |
| NS/NR | 1,3 % | 3,1 % |
| Média 2009 (dias) | 9,58 | 10,17 |
| Média 2007 (dias) | 9,42 | 10,52 |

Fonte: MTur, Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro 2007 e 2009.

2.1.2.5 Conhecimento e Interesse da Demanda Potencial

O Polo de Palmas, por abrigar a Capital, principal porta de entrada do Estado, assume destaque no cenário turístico estadual, concentrando equipamentos e serviços turísticos estruturados.

Apresenta também um rico potencial turístico evidenciado pelas riquezas naturais formada por rios, cachoeiras, fauna e flora locais, como pode ser visto na visita a campo em outubro de 2013. Oferece também uma riqueza cultural manifestada pelas festas, monumentos e patrimônio. Estas riquezas refletem-se na potencialidade do Polo, identificando produtos nos segmentos de Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural e Turismo de Pesca.

Apesar de todos esses atrativos, a imagem de Palmas, enquanto a mais nova cidade planejada do Brasil, é o elemento mais conhecido do Polo. Suas características como cidade emergente, bem como a constante busca por um modelo de desenvolvimento sustentável, garantem um posicionamento elevado em relação aos demais municípios e atrativos.

O destaque garantido por essa condição induz a um conhecimento e interesse maior pelo destino, porém não há uma demanda potencial pelo Polo. É necessário que a imagem da Capital seja aliada à do Polo, como um todo e no âmbito de um produto turístico integrado, propiciando um aumento no interesse da demanda. A oferta integrada e variada de atrativos e produtos turística pode fortalecer os destinos hoje comercializados separadamente.

A condição atual é da oferta isolada, o que enfraquece sua competitividade e diminui a possibilidade de conhecimento sobre o destino e o interesse pela visita. Apesar disso, ações de captação de eventos de âmbito internacional, como os I Jogos Indígenas, e a perspectiva de instalação em Palmas da sede da fronteira agrícola do MATOPIBA propiciam novos impulsos de visibilidade e de desenvolvimento do setor.

A consolidação enquanto destino turístico requer, no entanto, ações sistematizadas voltadas ao fortalecimento institucional, à geração e à disseminação de informações, à qualificação de pessoas e empresas, ao incentivo e à certificação de profissionais e empresas da cadeia produtiva do setor, bem como a estruturação de produtos e oferta complementar de atrativos e atividades diversas. A partir dessas ações será garantida a condição de competitividade enquanto Polo, em relação a outros destinos que ofertam produtos similares.

2.1.2.6 Identificação dos Destinos Competidores

A condição de Palmas estar dentre dos 65 destinos indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, e ser capital estadual, permite a análise de sua competitividade a partir de metodologia clara e aplicada desde 2008.

O fato do estado e capital estarem em desenvolvimento, com proliferação de oportunidade de desenvolvimento de novos negócios, garantem a visibilidade e o poder de atração das pessoas pela região, o que acaba dinamizando a economia e melhorando a qualidade de vida local.

Em relação ao segmento principal, Negócios e Eventos, a atração pelo Polo, atualmente, é centrada nas suas características intrínsecas, relacionadas a essa condição de território em desenvolvimento. Além dos negócios, os grandes eventos relacionam-se também à natureza das atividades locais, como a agropecuária, e aos aspectos culturais.

No caso de captação de outros eventos a competição é relacionada ao tipo de evento e público alvo. Nos Jogos Indígenas, por exemplo, os competidores de Palmas foram as cidades de Belém e Marabá, ambas no Pará.

Em caso da definição da localização da sede da fronteira agrícola do MATOPIBA em Palmas, o Polo passará a ter também a possibilidade, natural, de abrigar os eventos e negócios decorrentes das atividades agrícolas da região e de sua potencialidade de para os negócios.

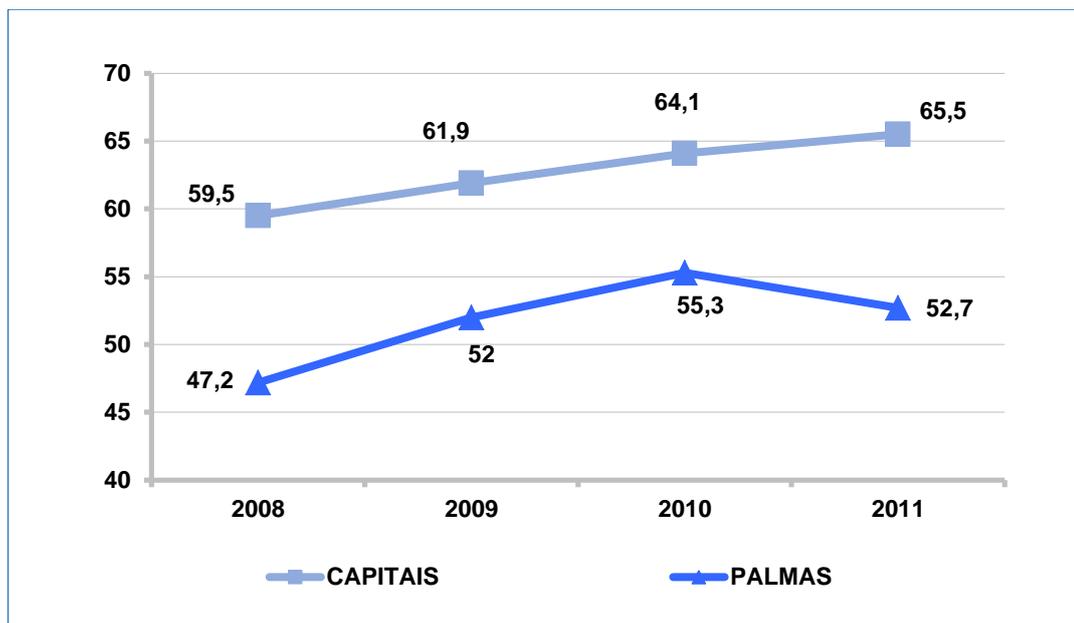
O estágio de desenvolvimento dos demais segmentos não permite o estabelecimento de competidores claramente definidos. Os atrativos de maior visibilidade, tais como as cachoeiras de Taquaruçú, o patrimônio cultural de Porto Nacional, as festas municipais e outros, ainda tem como público alvo a população regional. Dependendo da forma como estruturados, porém, podem tornar-se competitivos e captar outros mercados.

Importa, no entanto, analisar as condições de competitividade do destino indutor – o município de Palmas, principalmente frente aos resultados apresentados pelo estudo do MTur em parceria com o Sebrae e FGV.

Os dados indicados no Estudo de Competitividade, apresentados pela tabela 17, ao final deste item, apontam que o índice geral de competitividade de Palmas, 52,7 pontos (2011), aproxima-se da média nacional que é 57,5 pontos. Porém, em relação à demais capitais (65,5) a pontuação cai em 13 pontos.

A seguir são apresentados o gráfico da evolução da competitividade de Palmas, e sua relação com as demais capitais do Brasil, e o gráfico dos índices obtidos em cada um das dimensões analisadas.

Gráfico 18: Índice Geral de Competitividade - Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Palmas e demais Capitais brasileiras 2008-2011



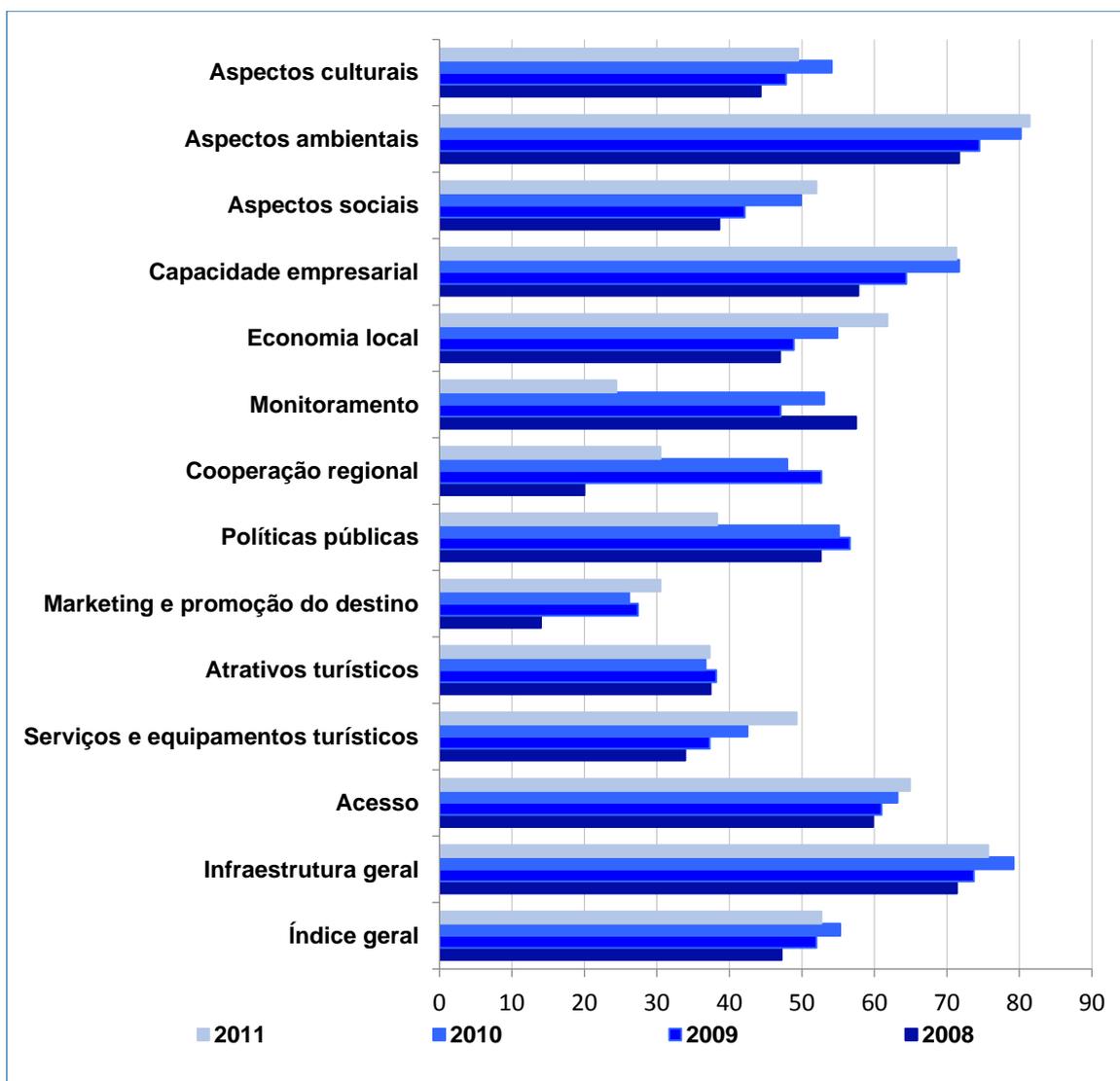
Fonte: MTur, Sessenta e Cinco Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, 2008 a 2011.

Observa-se, que na média geral, Palmas evoluiu, apesar da queda em 2011. Neste ano, das 13 dimensões avaliadas, a que obteve melhor desempenho foi a infraestrutura geral com pontuação de 75,7 (2011). Esta pontuação, necessária ao segmento de Negócios e Eventos, apoia condições adequadas para o desenvolvimento da atividade turística.

Em relação aos serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos, marketing e promoção do destino, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento e aos aspectos culturais, a situação local é significativamente inferior à do Brasil e das demais Capitais. Inclusive as políticas públicas, a cooperação regional e os aspectos culturais tiveram uma queda acentuada ao longo do período 2008-2011.

A evolução de cada dimensão, no período entre 2008 a 2011, pode ser observada pelos dados do gráfico a seguir.

Gráfico 19: Evolução dos índices das diferentes dimensões - Competitividade Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional – Palmas 2008-2011



Fonte: MTur, Sessenta e Cinco Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, 2008 a 2011.

Vale ainda salientar, no que tange ao turismo de Negócios e Eventos, que o maior expoente nacional é o estado de São Paulo, seguido pelo do Rio de Janeiro, de Porto Alegre, Curitiba e Belo Horizonte, de acordo com a Pesquisa de Impacto Econômico dos Eventos Internacionais (2007-2008). Tratam-se, porém de destinos que captam eventos diversos daqueles pretendidos por Palmas, tanto os atuais quanto os potenciais.

Tabela 17: Balanço Geral dos Índices de Competitividade de Palmas como Destino Indutor do Desenvolvimento Turístico Regional

| DIMENSÕES | BRASIL | | | | CAPITAIS | | | | PALMAS | | | |
|------------------------------------|--------|------|------|------|----------|------|------|------|--------|------|------|------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Índice geral | 52,1 | 54,0 | 56,0 | 57,5 | 59,5 | 61,9 | 64,1 | 65,5 | 47,2 | 52,0 | 55,3 | 52,7 |
| Infraestrutura geral | 63,8 | 64,6 | 65,8 | 68,4 | 70,5 | 71,3 | 74,3 | 75,8 | 71,4 | 73,7 | 79,2 | 75,7 |
| Acesso | 55,6 | 58,1 | 60,5 | 61,8 | 66,9 | 69,9 | 72,0 | 74,0 | 59,8 | 61,0 | 63,2 | 64,9 |
| Serviços e equipamentos turísticos | 44,8 | 46,8 | 50,8 | 52,0 | 56,8 | 59,4 | 63,3 | 64,1 | 33,9 | 37,3 | 42,5 | 49,3 |
| Atrativos turísticos | 58,2 | 59,5 | 60,5 | 62,0 | 56,6 | 58,5 | 59,5 | 61,3 | 37,4 | 38,2 | 36,7 | 37,3 |
| Marketing e promoção do destino | 38,2 | 41,1 | 42,7 | 45,6 | 46,3 | 47,5 | 46,8 | 50,0 | 14,0 | 27,4 | 26,2 | 30,5 |
| Políticas públicas | 50,8 | 53,7 | 55,2 | 56,1 | 55,7 | 58,7 | 61,5 | 61,3 | 52,6 | 56,6 | 55,1 | 38,3 |
| Cooperação regional | 44,1 | 48,1 | 51,1 | 49,9 | 42,9 | 47,1 | 48,3 | 47,7 | 20,0 | 52,7 | 48,0 | 30,5 |
| Monitoramento | 35,4 | 34,5 | 35,3 | 36,7 | 42,1 | 41,8 | 42,6 | 44,3 | 57,5 | 47,1 | 53,1 | 24,4 |
| Economia local | 56,6 | 57,1 | 59,5 | 60,8 | 64,7 | 67,6 | 70,7 | 70,6 | 47,0 | 48,9 | 54,9 | 61,8 |
| Capacidade empresarial | 51,3 | 55,7 | 57,0 | 59,3 | 72,1 | 78,1 | 82,7 | 85,1 | 57,8 | 64,4 | 71,7 | 71,3 |
| Aspectos sociais | 57,2 | 57,4 | 58,4 | 59,1 | 62,3 | 63,1 | 64,2 | 64,7 | 38,6 | 42,1 | 49,9 | 52,0 |
| Aspectos ambientais | 58,9 | 61,8 | 65,6 | 67,2 | 63,8 | 67,0 | 71,3 | 72,7 | 71,7 | 74,5 | 80,2 | 81,4 |
| Aspectos culturais | 54,6 | 54,6 | 55,9 | 57,5 | 61,4 | 63,0 | 64,1 | 66,2 | 44,3 | 47,8 | 54,1 | 49,5 |

Fonte: MTur, Sessenta e Cinco Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, 2008 a 2011.

2.1.3 Análise da Oferta da Área Turística

A oferta turística para o segmento principal, Negócios e Eventos, no que trata de serviços e equipamentos, concentra-se, em grande parte, em Palmas, que apresenta infraestrutura para a realização de feiras, congressos, convenções, seminários, simpósios, exposições e outros tipos de eventos de pequeno, médio e grande porte. Além disso, a capital possui oferta de hotéis, restaurantes, agências e turismo e locadoras de veículos para a recepção dos turistas, como pode ser verificado na visita a campo feita em outubro de 2013. Os municípios de Paraíso do Tocantins e Porto Nacional contribuem para o fortalecimento e crescimento do segmento Negócios e Eventos, no entanto apresentam infraestrutura turística significativamente inferior à da Capital.

A oferta de atrativos naturais no Polo é bem representativa devido à presença: das praias fluviais em Palmas, Porto Nacional e Lajeado; das cachoeiras, em especial as do distrito de Taquaruçu; e diversidade natural, onde são notáveis a riqueza da fauna e flora, das serras e das montanhas

O Polo ainda conta com produtos culturais de grande valor que devem ser aproveitados. Dentre eles destacam-se: os monumentos de Palmas (praças, palácios); o Centro Histórico de Porto Nacional; e os sítios arqueológicos, pinturas rupestres e o artesanato de Lajeado.

Mesmo com toda essa potencialidade para o turismo e concentração de equipamentos em Palmas, o Polo ainda não dispõe de infraestrutura adequada para a recepção de turistas tanto no segmento principal, quanto no segmento secundário. Os espaços públicos dos municípios que fazem parte do Polo, também não estão bem aproveitados e há a necessidade de ampliação e melhoria desses ambientes, em forma de praças, mercados populares, entre outros. Pode-se afirmar que, no geral, a quantidade e qualificação dos equipamentos e serviços turísticos ainda são deficitárias, como será visto ao longo desse diagnóstico.

De acordo com afirmação e pesquisa da extinta Aadtur (hoje SEDEN), cerca de 20% do total de insumos naturais ofertados pelo Polo podem ser considerados atrativos, por motivos de estruturas de acesso e instalações adequadas ao receptivo dos turistas. A Aadtur ainda cita que 65% dos recursos e atrativos naturais são relacionados com corpos d'água, como lagos, balneários, cachoeiras, corredeiras, ilhas e praias, ligados às condições geográficas da região.

Deve-se considerar também, nessa análise, a importância de um sistema de informação oficial capaz de dar suporte às políticas de desenvolvimento adotadas pelas esferas públicas e informar ao setor privado a respeito das condições esperadas para a melhoria e expectativa de crescimento do mercado turístico. A visita realizada em campo permite constatar que a qualidade das informações disponíveis nas fontes de dados estaduais e municipais ainda é incipiente, devendo o Estado, município e *trade* turístico equacionar o problema no intuito de garantir o planejamento turístico sustentável e, conseqüentemente a melhoria na renda e qualidade de vida da população.

Vale ressaltar que a ausência ou a precariedade das informações no que diz respeito a oferta turística nos municípios do Polo, não é uma característica local isolada: corresponde a uma deficiência de gestão que se percebe na maior parte dos municípios brasileiros que ainda buscam os caminhos para compreender a importância do planejamento.

De forma geral, o Polo possui atrativos diversos, voltados ao turismo de Sol e Praia, Aventura e ao Ecoturismo, que podem ser explorados de forma complementar ao turismo de Negócios e Eventos, tanto como segmentação, quanto como atividades, roteiros ou produtos. É necessário, ainda, ressaltar o cuidado com a regulamentação de atividades específicas, tais como aventura, que requerem maior atenção para a segurança dos turistas.

2.1.2.7 Descrição e Avaliação dos Atrativos Turísticos mais Relevantes

Para melhor compreensão a descrição e avaliação dos atrativos do Polo, buscou-se separá-los por segmentos. São eles: Negócios e Eventos, Naturais e Culturais.

➤ Negócios e Eventos

Os eventos que acontecem no Polo Palmas foram levantados com o auxílio do órgão “Palmas *Convention Visitors Bureau*”, da Adtur, do site da Arquidiocese do Estado e também por meio das contribuições advindas das Secretarias de Turismo dos municípios que compõem o Polo. O Polo se destaca pela variedade de eventos existentes como eventos comemorativos, de entretenimento, feiras e/ou de estudos.

De acordo com o conhecimento dos técnicos da Adtur, os eventos realizados em Palmas considerados oficiais são os seguintes:

Quadro 4: Eventos Oficiais realizados em Palmas - TO

| NOME DO EVENTO |
|--|
| Adorai |
| Agrotins |
| Aniversário de Palmas |
| Arraial da Capital |
| Baile do Rubi |
| Carnaval – Distrito de Taquaruçu |
| COMADEC - Congresso de Mocidade Evangélica da Capital |
| Concurso Miss Tocantins |
| Copa Centro-Oeste de Triathlon |
| Corrida 10 km do Aniversario de Palmas |
| EMEP - Encontro da Mocidade Evangélica de Palmas - Encenação |
| Feira 304 Sul |
| Feira da Beleza |
| Feira de Comidas e Arte (FECOARTE) |
| Feira do Bosque (semanal) |
| Feira do Empreendedor |
| Feira Literária Internacional do Tocantins (FLIT) |
| Festa São José - Padroeiro de Palmas; Festejos de São Francisco de Assis |
| Festival Gastronômico de Taquaruçu |
| Movimento pela vida/2011 - "uma forma de amor" |

| NOME DO EVENTO |
|--|
| Palmas Folia – Abertura da Temporada Palmas Verão |
| PMW Rock Festival |
| Rebanhão – encontro religioso; Rodada de Negócios Fecomércio; Semana Acadêmica Facto - Semana do Meio Ambiente |
| Reveillon – Praia da Graciosa |
| Semana de Ciência, Tecnologia e Inovação |
| Tendencias Rock Festival |
| UMADEP - Congresso de Jovens e Adolescentes de Palmas |
| Vida, Morte e Ressureição de Cristo – vários eventos |

Fonte: Adtur, 2014.

Nas informações obtidas pelo *Convention Bureau* foi possível constatar que a ocorrência dos eventos sofreram variações nos últimos anos, em especial em Palmas. No ano de 2011, por exemplo, houve mais registros de eventos no *Convention Bureau* que no ano de 2013. Ainda, conforme informações fornecidas pela AGTUR - Agência Municipal de Turismo de Palmas, o número de eventos aumentou ou no mínimo manteve-se igual. Para a presente análise foi considerado os eventos realizados nos anos de 2011, 2012 e 2013, que podem ser verificados na íntegra em três tabelas, em anexo no final desse diagnóstico.

Foram compilados, na tabela a seguir, os eventos realizados em 2013, classificados segundo a participação do público, local, regional ou nacional/internacional, de acordo com as tabelas em anexo neste documento. O detalhamento dos locais destinados aos eventos que ocorrem nos municípios do Polo está descrito no item seguinte que trata da descrição e avaliação dos equipamentos e serviços turísticos existentes.

Tabela 18: Porte dos Eventos - Segundo Participação do Público

| EVENTOS SEGUNDO PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO | | | |
|---|-----------|-----------|---------------------------|
| CIDADE | LOCAL | REGIONAL | NACIONAL OU INTERNACIONAL |
| Lajeado | - | 3 | - |
| Palmas | 19 | 8 | 5 |
| Paraíso do Tocantins | - | 3 | - |
| Porto Nacional | 5 | 3 | 5 |
| Total | 24 | 17 | 10 |

Fonte: Technum Consultoria a partir das tabelas montadas e anexas a esse documento, 2013.

Os eventos de participação local tem importância no contexto geral do município, uma vez que podem trazer benefícios econômicos e sociais para o município. No entanto, pela possibilidade de grande concentração de pessoas num mesmo local pode-se gerar alguns impactos negativos, tais como o aumento do fluxo de veículos, fechamento de ruas e falta de estacionamento.

Esses eventos de público local, que não tem os turistas como público alvo, não são objetos de análise desse diagnóstico. É importante, no entanto, observar a quantidade e variedade deles, pois algumas vezes podem gerar algum interesse para o turista que já se encontra no local.

O quadro a seguir apresenta os eventos com participação do público local nos municípios do Polo

Quadro 5: Eventos Locais (segundo tabela geral no Anexo I desse documento) – Municípios do Polo - 2013

| EVENTOS COM PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO LOCAL |
|---|
| LAJEADO |
| Festejo de Aniversário da Cidade; Bóia-cross; Festa de Nossa Senhora da Divina Providência, Semana dos Evangélicos; Laje-Verão - Temporada de Praia; Luau do Morro do Segredo ; Festa Junina; Carnaval de Lajeado. |
| PALMAS |
| Adorai; Aniversário de Palmas; Apresentação de Tango no Capim Dourado Shopping; Arraial do Campus Palmas do IFTO; Arraial da Capital; Axé & Viola Music – Show João Bosco & Vinícius; Câmara das Mulheres Empreendedoras do Tocantins; Carnaval – Distrito de Taquaruçu; Casa do Melck Apresenta Priscilla Frade; Censo Empresarial do Comércio; Ciclo MPE.Net Economia Digital; Cidades Sustentáveis: Palmas em Foco; COMADEC - Congresso de Mocidade Evangélica da Capital; Comércio Ativo Fecomércio/Senac/Sebrae; Concurso Miss Tocantins; Conferencia Direito Empresarial Ambiental; Copa Centro-Oeste de Triathlon; Corrida 10 km do Aniversario de Palmas; Cruz da Jornada Mundial – FACTO; EMEP - Encontro da Mocidade Evangélica de Palmas; Encenação: Vida, Morte e Ressureição de Cristo – vários eventos; Encontro de Ciclistas de Palmas; Encontro Internacional de Contatos Imediatos; Espetáculo de Dança "Eu Vim de Lá"; Espetáculo Evita Vive Tango Show; Expo Florestas Tocantins; Fecomércio Viva Mais; Feira 304 Sul; Feira da Gestante, Bebê e Criança; Festa São José - Padroeiro de Palmas; Festejos de São Francisco de Assis; Festival do Sorvete; Fórum Abertura De Novas Escolas Médicas No Brasil; Semana da Ciência, Tecnologia e Inovação; João Neto & Frederico - gravação de dvd; Jogos Abertos; Lançamento Amazontech; Lançamento do cd de Juliana Maia; Movimento pela vida/2011 - "uma forma de amor"; O Fino do Samba; Palmas Folia – Abertura da Temporada Palmas Verão; Palmas is Love – Zezé de Camargo; Partida Simultânea De Xadrez No Capim Dourado Shop; Passeio Ciclístico Parque Cesamar; Projeto Som no Campus 5ª Edição – UFT; Rebanhão – encontro religioso; Rodada de Negócios Fecomércio; Semana Acadêmica Facto; Semana do Meio Ambiente; Show Jorge & Mateus Verão Coca-Cola; Show André Valadão; Show Beneficente com Leonardo; Show de Alcione; Show do cantor Frejat; Show Exaltasamba; Show Jota Quest; Show Lucimar e Trio; Show Neto e Ralf; Show Raça Negra - Capim Dourado; Show Zé Ramalho; Stand Up e Improvisação no Capim Dourado Shopping; Teatro: Fabio Porchat - Fora Do Normal; Terraço Lounge Do Capim Dourado Shopping; TO Music Tour Show; Troféu Destaque do Comércio; Trote Responsável FACTO; UMADEP - Congresso de Jovens e Adolescentes de Palmas; Workshop Marketing de Destinos; 11º Congresso de Ciências da Comunicação no Norte; 12º Encontro dos Médicos Veterinários do Tocantins; 1ª Etapa de Circuito Tocantinense de Enduro; 1º Encontro das Empresas de Serviços do Tocantins; 1º Fórum de Ecoturismo do Tocantins; 1º Torneio de Peteca na Praia do Tocantins; 1º Congresso de Apicultura e Meliponicultura; 20 Anos do Sistema Fecomércio; 21º UNCME; 24ª Jornada Odontológica sobre Pacientes Especiais; 2ª Conferência Estadual dos Advogados do Tocantins; 2ª Etapa Campeonato Brasileiro de Tiro Esportivo; 2º Edição Salão do Automóvel BB; 2º Simpósio Estadual de Energias Limpas; 2º Simpósio Tocantinense Cultura da Cana-de- |

Açúcar; 37º Congresso de Cronistas Esportivos Abrasce /Aceto; 3º Conferência Municipal de Cultura; 3º Leilão Pecuária Solidária; 3º Seminário Estadual Do Leite; 4ª Etapa do Circuito Tocantinense de Enduro; 4º Fórum de Controle - Orientações TCE Para Gestor; 5º Encontro de Contabilidade da Amazônia Legal; 7º CONNEPI 2012; 7º Encontro de Ética - Ciência e Religião; 7º Seminário Estadual de Pastagens; 8º Semana das Profissões- Senac; 8º PMW Rock Festival; 9º Tendencias Rock Festival; 9º Semeali - Semana Acadêmica de Engenharia – UFT.

PARAISO DO TOCANTINS

Encenação da Paixão de Cristo - Semana Santa - Subida da Serra do Estrondo;

PORTO NACIONAL

Feira do Artesanato; Feira do Mercado Municipal; Feira do Pontal; Festejos de Nossa Senhora das Mercês (Padroeira da Cidade); Festejos do Divino Espírito Santo; Réveillon; Temporada de Praia - Praia Porto Luzimangues.

Fonte: Informações da Adtur, do Palmas Convention Visitors Bureau, das Secretarias de Turismo, Acipa, Sebrae-TO e dos sites <http://www.arquidiocesedepalmas.org.br/>, <http://cenariotocantins.com.br/principal/wp-content/uploads/2013/01/Calendario-2013-de-feiras-e-exposi%C3%A7%C3%B5es.pdf> e <http://portal.palmas.to.gov.br/servico/57/>

O quadro seguinte (Quadro 6) apresenta as informações referentes aos eventos de porte regional, nacional ou internacional ocorridos em 2013, indicando local, algumas características do perfil dos turistas e a quantidade de público que cada evento recebe.

Quadro 6: Eventos no Polo Palmas de porte regional ou nacional e internacional - ano de 2013

| CIDADE | NOME DO EVENTO | PÚBLICO | | LOCAL (Praça, Pavilhão, Centro de Convenções, Auditório, etc) | PERFIL DO TURISTA | | | IDADE | | | PÚBLICO - NÚMERO DE PESSOAS | | | | | PERÍODO DO ANO 2013 |
|----------------------|---|----------|----------------------|--|-------------------|------------|---------|-------------|--------------|-------------------|-----------------------------|------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|
| | | Regional | Nacional | | Com família | Com amigos | Sozinho | 0 a 29 anos | 30 a 49 anos | Maior que 50 anos | Menor que 2.999 | de 3.000 a 9.999 | de 10.000 a 29.999 | de 30.000 a 99.999 | 100.000 ou maior | |
| Palmas | Agrotins – Feira de Tecnologia Agropecuária do Tocantins | X | X | Centro Agrotecnológico de Palmas | X | X | X | | X | X | | | | X | | maio |
| | 30º Congresso Nacional da Abrajat | | X | Auditório do IFTO | | | X | | X | X | X | | | | | junho |
| | Feira Literária Internacional do Tocantins | | X | Praça dos Girassóis | X | X | X | X | X | X | | | | X | | julho |
| | Palmas Folia – Shows diversificados | X | | Praia da Graciosa | | X | | X | X | | | X | | | | julho |
| | Baile do Rubi | X | | Casa de Eventos Cristal House | X | X | | | X | | X | | | | | agosto |
| | Festival Gastronômico de Taquaruçu | X | | Praça Ver.Tarcisio Machado da Fonseca -Taquaruçu | X | X | | | X | X | | | X | | | agosto |
| | Jogos Regionais da CEF | X | | Associação do Pessoal da CAIXA | X | X | | X | X | | X | | | | | agosto |
| | Palmas Country Folia 2013 – | X | | Praia da Graciosa | | X | | X | X | | | | X | | | agosto |
| | Feira de Comidas e Artes - Fecoarte – manifestações culturais do Estado | X | | Centro de Convenções Parque do Povo | X | X | | X | X | | | | X | | | agosto |
| | Feira do Empreendedor (bienal) | | X | Centro de Convenções Parque do Povo | | X | X | X | X | X | | | X | | | agosto |
| | Feira da Beleza | | X | Centro de Convenções Parque do Povo | | | X | | X | | | | X | | | setembro |
| | Fenepalmas | X | | Praça dos Girassóis e Auditório do Palácio Araguaia | | X | X | X | X | X | | | X | | | setembro |
| | 17º Adorai - Encontro de cura e libertação | X | | Centro de Convenções Parque do Povo | X | X | X | X | X | X | | X | | | | setembro |
| | 22º Congresso Internacional de Liberação Profética | | X | Centro de Convenções Parque de Povo | X | X | | X | X | X | | X | | | | abril |
| Feira do Bosque | X | | Bosque dos Pioneiros | X | X | | X | X | | X | | | | | aos domingos (ano todo) | |
| Lajeado | Festejo de Aniversário da Cidade | X | | Balneário Ilha Verde | X | X | X | X | X | X | | X | | | | maio |
| | Boia-cross | X | | Balneário Ilha Verde | X | X | X | X | X | X | | X | | | | março |
| | Festa de Nossa Senhora da Divina Providência | X | | Praça Honorata Maria da Conceição | X | X | X | X | X | X | X | | | | | julho |
| Paraíso do Tocantins | Encenação da Paixão de Cristo | X | | Praça Jaime Franklin Medeiros/ Serra do Estrondo. | X | X | X | X | X | X | | X | | | | semana santa (abril) |
| | ExpoBrasil - Exposição Agropecuária | X | | Parque de Exposições Agropecuária Newton José de Moraes | X | X | X | X | X | X | | | X | | | junho |
| | Festejo de Aniversário da Cidade | X | | Vários setores da cidade. Desfile cívico na Bernardo Sayão | X | X | X | X | X | X | | | X | | | outubro |
| Porto Nacional | Carnaval | | X | Praça da Cultura | | X | | X | X | | | | | X | | carnaval |
| | Temporada de Praia – Praia Porto Real | | X | Praia Porto Real | X | X | | X | X | X | | | | X | | julho |
| | Temporada de Praia – Praia Luzimangues | X | | Praia Porto Luzimangues | X | X | X | X | X | | | | X | | | julho |
| | Aniversário da Cidade | | X | Praça da Cultura | X | X | | X | X | X | | | X | | | julho |
| | Semana Cultural | | X | Praça da Cultura | X | X | | X | X | X | | X | | | | julho |
| | Expoagro / Exponacional | | X | Parque de Exposição Agropecuária | | X | X | X | X | | | | X | | | setembro |
| | Dia do Aviador | X | | Aeroclube | X | X | X | X | X | X | X | | | | | outubro |
| Réveillon | X | | Praça da Cultura | X | X | X | X | X | X | | | | X | | dezembro/janeiro | |

Fonte: Cadastrados no Palmas Convention Visitors Bureau, Arquidiocese e outros eventos informados pelas secretarias de turismo dos municípios envolvidos. Informações da Adtur, do Palmas Convention Visitors Bureau, das Secretarias de Turismo, Acipa, Sebrae-TO e dos sites <http://www.arquidiocesedepalmas.org.br/>, <http://cenariotocantins.com.br/principal/wp-content/uploads/2013/01/Calendario-2013-de-feiras-e-exposi%C3%A7%C3%B5es.pdf> e <http://portal.palmas.to.gov.br/servico/57/> 2013/2014.

Os eventos que se destacam por receber um número significativo de turistas, são a Agrotins, a Fenepalmas, a Fecoarte e a ExpoBrasil. Os três primeiros acontecem no município de Palmas e o último no município de Paraíso do Tocantins, conforme seguir :

- **Agrotins – Feira de Tecnologia Agropecuária do Tocantins**

A Agrotins – Feira de Tecnologia Agropecuária do Tocantins, realizada no Centro Agrotecnológico de Palmas, gera uma grande movimentação financeira. Segundo o site da Agrotins, resultados preliminares divulgados pela Secretaria Estadual de Agricultura e Pecuária (Seagro) mostram que durante a Agrotins 2014 foram movimentados R\$ 525 milhões entre vendas diretas e financiamentos. O tema foi “Agricultura Familiar”. O evento é considerado o maior do setor na região Amazônica, sendo a 8ª maior Feira de Agronegócios do país. Ao todo, a área de exposição de máquinas, vitrines tecnológicas entre outros, totalizou 790 mil m², e contou com a participação de cerca 500 instituições.

- **Fenepalmas**

A Feira de Negócios de Palmas - Fenepalmas movimenta cerca de 8 milhões de reais. Geralmente é realizada em grandes espaços. Em 2013 aconteceu na Praça dos Girassóis e no Auditório do Palácio Araguaia. Em 2012 foi realizada no Centro de Convenções Parque do Povo. Possui cerca de 100 estandes e busca sempre apresentar algumas novidades, como a Feira de Turismo. Os temas da feira são diversificados e inovadores, como “Mercado Digital” e “Com inovação, o resultado começa agora”.

- **Fecoarte - Feira do Folclore, Artesanato e Comidas Típicas do Tocantins**

Na Fecoarte, realizada em Palmas, são exibidas as várias manifestações culturais do Estado, com danças típicas, folguedos, músicas e gastronomia. Os municípios participam, expondo e comercializando o melhor de sua culinária e de seus produtos artísticos regionais.

- **Exposição Agropecuária - ExpoBrasil**

É uma feira de agronegócios do município de Paraíso do Tocantins e também uma festa tradicional na cidade. O evento proporciona grande volume de vendas e negócios agropecuários. Realiza shows de grande porte, leilões e rodeios, movimentando dessa forma a economia do município e da região.

A exposição agropecuária – ExpoBrasil – é conhecida e divulgada nacionalmente. A feira é organizada pelo Sindicato Rural de Paraíso do Tocantins, em parceria com a Prefeitura Municipal, e ocorre desde 1975 no mês de junho.

Acontece no Parque Agropecuário Newton Moraes, situado nas proximidades do Aeroporto da cidade, na Av. Perimetral nº 5 - Setor Aeroporto, a cerca de dez minutos de carro ou ônibus do centro da cidade.

Segundo informações colhidas junto ao Sindicato Rural da localidade é a maior festa do município, gerando 500 empregos diretos e 1.200 indiretos, ocupando uma área de cerca de 40.000m². Conta com uma média anual de 35 barracas entre expositores, alimentação e entretenimento, utilizadas por um total estimado de 150 mil visitantes por evento, oriundos principalmente de Goiás, Pará, Distrito Federal e região do entorno de Palmas.

Trata-se de importante evento para o segmento de Turismo de Eventos de Negócios e Evento Cultural, onde são expostos e vendidos produtos e bens agropecuários, realizados leilões de gado e shows de música sertaneja e regional, além de rodeios.

O Parque de Exposições que sedia o evento foi inaugurado em 1987. Conta com parte da estrutura em alvenaria, recebendo reforço de estruturas pré-moldadas pra os eventos maiores (sanitários e barracas). Palco central para shows, com gramado, sanitários em regular estado de conservação.

Figura 20: Parque de Exposição da ExpoBrasil



Cartazes da ExpoBrasil – Exposição Agropecuária

Áreas do Parque de Exposições Agropecuária Newton José de Moraes

Bilheteria do Parque de Exposições Agropecuária Newton José de Moraes

Estandes do Parque de Exposições Agropecuária Newton José de Moraes

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

O município de Palmas, por ser o principal destino indutor do Polo e por abrigar a maior parte dos eventos de grande porte, deve buscar medidas voltadas à construção de espaços que possam captar eventos simultâneos, sejam de pequeno, médio ou grande porte. Deve também, para fortalecimento do segmento de Negócios e Eventos, buscar a ampliação de espaços públicos, com intuito de disponibilizar maior oferta de lazer, atendendo aos turistas e aos próprios moradores locais. Para tanto, deveriam ser diversificadas as opções de áreas urbanas qualificadas, tais como praças, arenas, palcos ao ar livre e mercados populares.

No distrito de Taquaruçu existe uma potencialidade para a realização de eventos devido à sua proximidade com a capital, bem como à infraestrutura de apoio existente. Nesse sentido, é importante pensar em espaços complementares que também possam fortalecer a segmentação principal.

A visita realizada em campo constatou déficit nos espaços disponíveis para realização de eventos em Porto Nacional. Há portanto a necessidade de estruturar ações dessa natureza, uma vez que no período de alta temporada são realizados shows, festas e eventos que atraem turistas para o município.

➤ **Atrativos Naturais**

No Polo Palmas os atrativos naturais principais da região são as praias fluviais, as cachoeiras e as serras, descritos, a seguir, conforme a visita realizada em campo no mês de outubro de 2013.

De acordo com informações da extinta Adtur (atual SEDEN) e do inventário Revelando Tocantins – Turismo Consciente, Turismo Sustentável de 2011, as praias são os atrativos mais populares. Além das praias, o Polo é rico em cachoeiras e balneários. O maior destaque é o Distrito de Taquaruçu, que tem 82 atrativos catalogados, em sua maior parte cachoeiras, incluindo trilhas de mata nativa e paredões de pedra propícios à práticas esportivas.

O acesso aos atrativos é, geralmente, adequado, sendo muitos deles próximos aos centros urbanos dos municípios. A infraestrutura dos locais é bastante precária, há falta de sanitários e de cestos de lixo. Nas praias há também falta de estrutura de segurança para atender ao número de banhistas que as frequentam na alta temporada, geralmente no mês de julho. Nesse período, as Prefeituras Municipais investem em programações e atrações artístico-culturais e esportivas na busca de atrair um maior número de turistas aos locais.

Nas reuniões ocorridas durante as visitas realizadas em campo, em outubro de 2013, foi ressaltada a necessidade de adotar propostas que busquem incentivar a estruturação e a revitalização de equipamentos, bem como implantar infraestrutura nos atrativos e buscar medidas para a melhoria da qualidade dos produtos ofertados, tais como a adoção de selos verdes como instrumentos de certificação.

O turismo de Sol e Praia pode ainda ser fortalecido por meio da estruturação de roteiros e rotas de visitação que promovam a integração dos municípios não somente do Polo, mas de outros municípios do entorno que apresentam grande riqueza fluvial.

Palmas

- **Praia da Graciosa**

A praia está localizada no município de Palmas, à margem direita do Lago de Palmas e a 8 km do centro da cidade. O acesso é realizado pela Avenida Juscelino Kubitschek, sentido Palmas – Paraíso do Tocantins em estrada pavimentada. Considerada pela população local como a principal praia da capital por apresentar uma das maiores estruturas de praia fluvial do Brasil, as atividades realizadas em seu espaço consiste em banhos recreativos, esportes náuticos, esportes de praia e passeios de barco.

A Praia possui 520 metros de orla dotada de infraestrutura de restaurantes, bares, banheiros, quadras de esportes, parques infantis, marina com atracadouro, além de posto policial, posto de informações turísticas, posto de saúde, unidade do Corpo de Bombeiros e espaço para a realização de shows nacionais e regionais. A estrutura existente favorece o acesso ao turista tanto durante a noite, quanto durante o dia.

No período de alta temporada verifica-se a presença de eventos de médio porte organizados pela Prefeitura Municipal de Palmas, como campeonatos esportivos e náuticos e eventos culturais e de lazer.

Figura 21: Praia da Graciosa – Município de Palmas



Sinalização da Praia da Graciosa em Palmas

Área de locação de barcos na Praia da Graciosa

Brinquedos recreativos para crianças da Praia da Graciosa

Sinalização turística da Praia da Graciosa

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

O atrativo possui sinalização turística e indicativa, porém fora dos padrões internacionais. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo. A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o acesso é gratuito.

Por se tratar de um atrativo localizado na sede urbana do município de Palmas, deve-se ter a preocupação com a implantação de ações de segurança preventiva ao turista e de capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

Além disso, no levantamento de campo observou-se a necessidade de revitalizar a área e organizar o uso da Praia da Graciosa de forma ordenada e sustentável. Para tanto poderiam ser desenvolvidos projetos integrados com interesses múltiplos: locais para contemplação; locais para atividades características de sol e praia; espaço para realização de atividades aquáticas; equipamentos de lazer e de suporte às atividades de ecoturismo; além da implantação de serviços gerais de apoio ao turista.

Partindo de barco da Praia da Graciosa, pode-se ter acesso à Ilha Canela (figura 22), que é formada pelo aterro de uma antiga draga de captação de cascalho e areia. Consiste numa grande praia artificial, localizada a três quilômetros da margem da Praia. Organizada pela iniciativa privada, recebe um número significativo de visitantes que utilizam a área para camping e mesmo alugam barraca para pernoite. No local existe um atracadouro para embarcações de médio porte e espaço para a prática de atividades esportivas.

Figura 22: Ilha Canela - Praia da Graciosa - Município de Palmas



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1486531&page=4>, 2014.

- **Praia do Prata**

Localizada no município de Palmas, a cerca de nove quilômetros do centro da cidade, a Praia do Prata tem como principal acesso a LO-19. Possui área total de 47.133 m². O espaço destinado a banho é cercado para proteger os banhistas do ataque de piranha e apresenta 1,5 metros de profundidade.

Apresenta infraestrutura de boa qualidade para o atendimento aos turistas como bares, restaurantes, banheiros, telefones e quadras esportivas. Por meio de visita realizada em campo verificou-se a necessidade de ações que busquem a revitalização dos equipamentos turísticos existentes, dotando o espaço de passeios acessíveis, equipamentos urbanos revitalizados, iluminação pública proporcionando maior qualidade para os turistas e população. A praia oferece também, serviços como policiamento, salva-vidas e posto de saúde.

A praia propicia aos turistas momentos de descontração e lazer em suas águas, fortalecendo o turismo que tem por foco o segmento de Sol e Praia. O espaço é ainda utilizado, na alta temporada, para a realização de eventos de médio porte de cunho cultural, esportivo ou de lazer. As imagens a seguir ilustram o espaço.

Figura 23: Praia do Prata – Município de Palmas





Estrutura Turística da Praia do Prata

Espaço para atividade Esportiva da Praia do Prata

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o ingresso é gratuito. Há sinalização indicativa, informativa e turística no local, com placas padronizadas fora dos padrões internacionais. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

Por se tratar de um atrativo localizado na sede urbana do município de Palmas, deve-se pensar em ações de segurança preventiva ao turista e de capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

- **Praia das Arnos**

Praia localizada à aproximadamente três quilômetros do centro de Palmas, com acesso realizado pela Avenida JK, sentido Leste. A Praia das Arnos é estruturada como balneário apresentando uma área delimitada por cerca, protegendo os banhistas no ataque de piranhas.

A praia é utilizada pelos visitantes para a realização de atividades de lazer e recreação em todo o seu espaço. Possui ainda uma parte preservada com vegetação nativa. Atrai um fluxo considerável de turistas na alta temporada e nos feriados prolongados. O fluxo é marcadamente regional, porém observa-se na alta temporada, a presença de turistas vindos de outros estados do Brasil..

A infraestrutura ofertada é composta de bares e restaurantes, banheiros com duchas, posto da Guarda Metropolitana, quiosques, quadra de esportes, dentre outros. Necessita, porém, de ações que busquem a revitalização dos equipamentos turísticos existentes. As imagens a seguir ilustram o atrativo.

Figura 24: Praia das Arnos – Município de Palmas



Estrutura Turística da Praia das Arnos

Estrutura Turística da Praia das Arnos



Estrutura Turística da Praia das Arnos

Espaço para atividade Esportiva da Praia das Arnos

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o acesso é gratuito. Há sinalização indicativa, informativa e turística no local, porém as placas encontram-se fora dos padrões internacionais. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

Por se tratar de um atrativo bastante utilizado, nota-se a necessidade de ações voltadas à segurança preventiva ao turista e à capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

- **Praia do Caju**

Localizada na região Sul de Palmas, próxima ao centro da cidade, a Praia do Caju é bastante frequentada o ano todo pelos moradores locais. período de temporada, nota-se um incremento na visitação.

A praia é utilizada principalmente para a prática de atividades de lazer em suas águas, não contando com muita infraestrutura turística ou de apoio. Possui areia clara e fina e águas calmas, com temperatura amena, em torno de 20° C, profundidade média de dois metros, e cercadas por rede proteção para evitar o ataque das piranhas. A infraestrutura de apoio ao visitante conta com bares e restaurantes, banheiros com duchas, posto da Guarda Metropolitana, quiosques, quadra de esportes, dentre outros. Os equipamentos urbanos e turísticos presentes na área necessitam de melhores condições de conservação e ações para revitalização e melhoria. Além disso, observou-se, por meio da visita em campo, a necessidade de passeios acessíveis, iluminação pública, dentre outros, com a finalidade de proporcionar maior qualidade dos espaços para turistas e população.

A gestão do atrativo é feita pela administração pública e o acesso é gratuito. Há sinalização indicativa, informativa e turística no local, porém necessita de melhorias. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

As fotos a seguir ilustram a Praia do Caju.

Figura 25: Praia do Caju – Município de Palmas



Estrutura Turística da Praia do Caju

Estrutura Turística da Praia do Caju

Estrutura Turística da Praia do Caju

Espaço para atividade Esportiva da Praia do Caju

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o acesso é gratuito. Há sinalização indicativa, informativa e turística no local, com placas padronizadas, dentro dos padrões nacionais. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

Por se tratar de um atrativo bastante utilizado, deve-se pensar em ações de segurança preventiva ao turista e de capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

- **Praia dos Buritis**

A Praia dos Buritis está localizada na região Sul de Palmas, às margens do lago da UHE do Lajeado, próxima ao aeroporto. Recebe esse nome devido à quantidade de exemplares de buritis presentes em sua superfície. O atrativo está localizado em Área de Proteção Permanente e consiste em uma praia fluvial de areia clara e fina. Suas águas possuem temperatura amena, constantemente em torno de 20°C, com profundidade média de dois metros.

O estado de conservação no geral é bom, porém nota-se um descaso com a manutenção local, evidenciada pela má conservação da infraestrutura de atendimento ao turista e presença de lixo. A praia necessita, portanto, de adoção de medidas que busquem a melhoria de sua infraestrutura, além de aquisição de equipamentos como área destinada aos serviços de informações, sinalização, sanitários, quiosques, acessibilidade, dentre outros.

A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o acesso é gratuito. Há sinalização indicativa, informativa e turística no local, no entanto, precisam ser ampliadas e

melhoradas. No atrativo não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

Tem como atividades potenciais o turismo de praia e a prática de esportes na areia e no lago. O acesso é considerado bom e a maior parte dos visitantes utiliza veículo particular, sendo que alguns vão a pé ou de bicicleta. Por ser a praia mais afastada, há um indício maior de violência, necessitando de ações voltadas à promoção de segurança. Além disso, deve-se pensar em ações de segurança preventiva ao turista e de capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

- **Lago de Palmas**

O Lago de Palmas também conhecido como Lago da UHE do Lajeado, é um dos limites do município de Palmas. Foi formado pelo represamento do Rio Tocantins, com vistas à construção da Hidroelétrica de Lajeado – Luís Eduardo Magalhães.

Possui uma área de aproximadamente 626 m² e abrange, além do município de Palmas, os municípios de Miracema, Lajeado, Brejinho de Nazaré, Porto Nacional e Ipueiras. Na altura da sede municipal, as margens de Palmas a Luzimangues são acessadas pela Ponte Fernando Henrique Cardoso da Amizade e Integração. Já na altura da sede municipal de Porto Nacional há uma ponte da rodovia TO 255.

O acesso ao lago propriamente dito é relacionado às praias fluviais, utilizadas pela população e visitantes. A maior parte dos usuários chega às suas orlas por meio de veículo particular, no entanto há oferta de linhas regulares de ônibus coletivo urbano, além da possibilidade do acesso a pé ou de bicicleta.

O lago, em geral, está em bom estado de conservação, incluindo a vegetação do cerrado em seu entorno. A visitação é feita o ano todo, porém acontece em maior volume entre julho e setembro. Os visitantes são basicamente a população local, porém existe um fluxo de turistas de outros Estados como Goiás e Pará.

As atividades realizadas no lago são banho, pesca, esportes náuticos, esportes de praia e passeios de barco. Segundo o Naturatins, há problemática associada à pesca predatória.

O lago é navegável por pequenas e médias embarcações. Frequentemente acontecem eventos náuticos ligados ao esporte e ao lazer. Existem duas ilhas em sua extensão, a Ilha do Canela e a do Sussuapara. Nessa última é possível a visitação e é desenvolvido um trabalho de educação ambiental por empresa privada. Próximo às praias do Prata e da Graciosa existem marinas. O lago é bastante utilizado para o lazer da população e turistas, conforme observado nas imagens a seguir.

A gestão do lago é realizada pela administração pública e não há taxa de utilização. A sinalização é indicativa, informativa e turística, instaladas nas orlas de acesso, com placas padronizadas, mas a maioria das placas informa sobre as praias e não sobre o lago especificamente. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

A exemplo dos demais atrativos de natureza hídrica onde se permite a atividade turística, deve-se pensar em ações de segurança preventiva ao turista e de capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

Figura 26: Atividades de Lazer Realizadas pela População e Turistas



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Serra do Lajeado**

Consiste em uma formação rochosa de arenito com vegetação de cerrado. Ao longo do trajeto sobre o patamar da serra existem 4 pontos de observação a 600 metros de altitude por onde é possível contemplar a paisagem e a cidade de Palmas.

Em 20 de maio de 1997 foi criada a APA Serra Lajeado, que segundo informações do Naturatins (2005), abrange os municípios de Palmas, com 59%, Lajeado, com 23%, Tocantínia, com 10% e Aparecida do Rio Negro, com 8% da sua totalidade em área, que tem por finalidade assegurar o bem estar das populações nela inserida e promover o uso sustentável da área para gerações futuras.

A gestão da Serra do Lajeado é realizada pelo Naturatins e o acesso é gratuito. A sinalização é indicativa, informativa e turística, instaladas nas rodovias de acesso de forma insuficiente e precária. O acesso é feito pela Rodovia TO-010, em boas condições de conservação, porém mal sinalizada. Atende às necessidades atuais de visitação. A maior parte dos visitantes utiliza veículo próprio (carro, moto ou bicicleta) e não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo. As imagens a seguir ilustram a Serra do Lajeado.

Figura 27: Serra do Lajeado, Palmas



Fonte: br.viarural.com/servicos/turismo/parques-estaduais/parque-estadual-do-lajeado/default.htm, acesso em Janeiro de 2016.

O local abrange uma variedade de atrativos, segundo o site institucional (www.portal.to.gov.br), indo “da tranquilidade do lago às corredeiras do Ribeirão Lajeado, do mirante dos Segredos, da grandiosidade da Usina Hidrelétrica Luís Eduardo Magalhaes aos

mistérios das pinturas rupestres nas cavernas...”. Dentre os atrativos de maior visibilidade, encontram-se a Cachoeira do Lajeado, o Morro do Leão, o Morro do Sossego, a Cachoeira Viva Vida, o Balneário Ilha Verde, a Serra das Escritas e o Parque Estadual do Lajeado.

Os atrativos relacionados aos recursos hídricos apresentam potencialidade para o turismo de aventura, enquanto as belezas cênicas despontam para a contemplação. Destacam-se no aspecto cultural, as inscrições rupestres deixadas pelo homem pré-histórico na Serra das Escritas, em um painel de cerca de 10m² de extensão.

O folclore local referente à Serra do Lajeado é rico, baseado em lendas e imaginário popular de visões fantásticas.

A descrição dos demais atrativos, apresentada a seguir, detalha e a ilustra os recursos naturais e culturais compreendidos na Serra do Lajeado.

- **Parque Estadual do Lajeado**

O parque está inserido na APA Serra do Lajeado. É voltado para o uso público e tem foco na educação ambiental por meio do turismo pedagógico e científico, devido a fragilidade dos ecossistemas encontrado em sua superfície. É uma área de preservação do bioma Cerrado, e seu estado de conservação é muito bom.

O parque possui como potencial o desenvolvimento de atividades de educação ambiental em trilhas interpretativas, pesquisas, Ecoturismo e Turismo de Aventura, porém, de acordo com o inventário Revelando Tocantins – Aotur 2011 o atrativo não está oficialmente aberto à visitação. No entanto existem visitas informais guiadas e realizadas entre 7h e 16h, limitadas a 30 pessoas por dia. A entrada é gratuita e o guia cobra uma taxa para acompanhar os turistas.

O acesso ao parque é feito por rodovias asfaltadas, em bom estado de conservação, TO-010, TO-050 e TO-020, ou em leito natural, pela estrada vicinal da TO-020 que conduz à Unidade. O parque está localizado a 46 km de Palmas. Observa-se a presença de sinalização turística, no entanto encontra-se fora dos padrões internacionais.

A infraestrutura conta com portaria principal com guarita, sanitários, centro de recepção, onde são dadas instruções aos visitantes.

Figura 28: Atividades de Lazer Realizadas pela População e Turistas



Fonte: Secretaria de Turismo de Lajeado, 2014.

O Parque comporta uma extensão de cerca de dez mil hectares, onde se inclui o platô de serra de formação arenítica. A ruptura do relevo, bem como a presença dos recursos hídricos, dá lugar à formação de paredões com verticalidade acentuada e cachoeiras com quedas d'água em altura. A natureza é o principal atrativo. A vegetação é representada pelo

bioma cerrado, com suas variações, onde se destacam o cerradão, os campos sujos e limpos e as matas de galeria.

Com beleza cênica impar, admirada a partir dos mirantes, naturais ou construídos, e das trilhas abertas, que permitem a visualização da flora e fauna local, os diversos atrativos apoiam, também, a exploração da segmentação do turismo de aventura e do ecoturismo.

O Parque abriga a sede do Instituto Ecológica e a Fazenda Ecológica, onde, apesar de fechada, há estrutura para hospedagem. Um dos graves problemas locais, a exemplo de outras áreas de cerrado, são os incêndios.

- **Distrito de Taquaruçu - Palmas**

O Distrito de Taquaruçu, localizado a 32 km do centro de Palmas apresenta uma rica diversidade natural forma da por 82 atrativos catalogados, em sua maior parte cachoeiras, incluindo trilhas de mata nativa e paredões de pedra propícios à práticas esportivas.

Sabe-se do valor dos atrativos, porém, as informações que tratam sobre as cachoeiras de Taquaruçu estão dispersas entre os vários agentes atuantes. Devido a sua importância e potencialidade de utilização turística, seria recomendável a sistematização das informações, bem como a realização de estudos sobre a potencialidade de utilização de cada uma das cachoeiras. Como resultado, poderia ser formatado um novo produto turístico, ou mesmo estruturadas as atividades de lazer da população, evitando a sobrecarga dos atrativos e com orientação para as condições de segurança dos usuários.

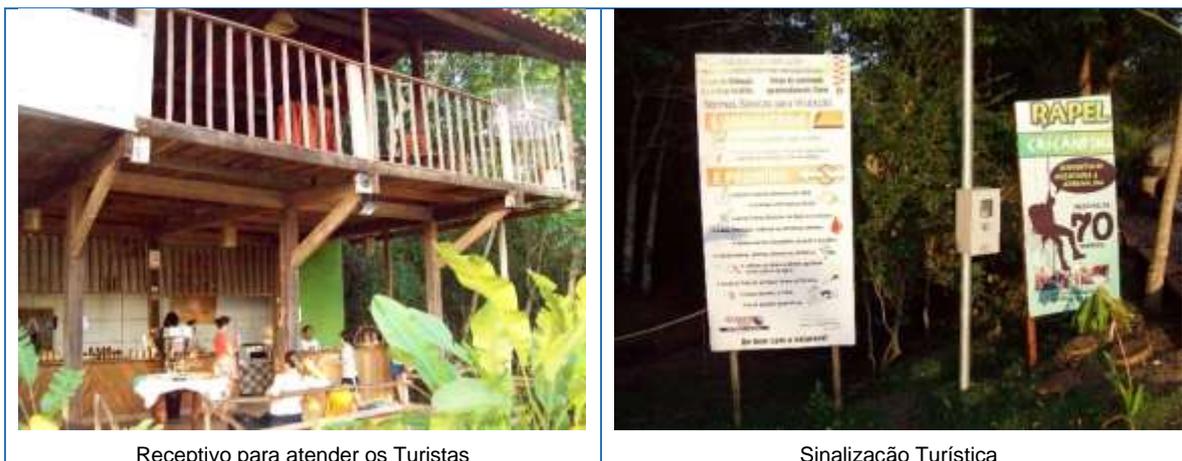
De acordo com o site institucional da Prefeitura de Palmas, acessado em Janeiro de 2016 e disponível em <http://www.palmas.to.gov.br>, algumas cachoeiras citadas localizadas no distrito podem ser verificadas a seguir.

➤ **Cachoeira da Roncadeira e Escorrega Macaco:** as cachoeiras Roncadeira e Escorrega Macaco, por exemplo, recebe destaque por ser um atrativo totalmente natural, acessado por uma trilha de 1.500 metros. No percurso podem ser encontrados diversos animais da região e também várias espécies de árvores nativas. Ao final da trilha localizam-se as duas cachoeiras, a Escorrega Macaco, de aproximadamente 50 m de queda, e a Roncadeira, de 70 m de queda.

A infraestrutura é adequada com um receptivo adaptado com lanchonete e espaço cultural, onde se obtêm informações sobre o local, faz-se o registro de acesso, e a taxa de acesso é no valor de R\$10,00 aproximadamente. O local tem sinalização adequada e sua localidade se dá em cima de um vale onde se pode observar todo o Distrito de Taquaruçu, conforme apresentado nas imagens a seguir.

Figura 29: Cachoeiras – Distrito de Taquaruçu em Palmas





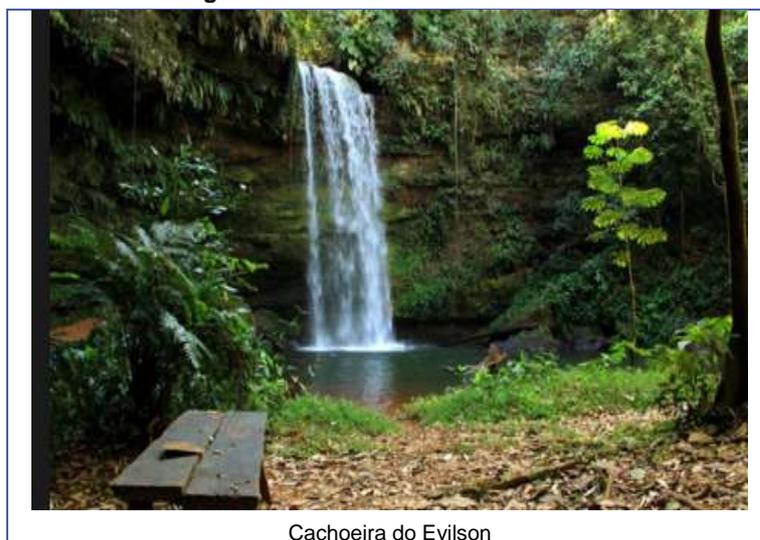
Receptivo para atender os Turistas

Sinalização Turística

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Cachoeira do Evislon:** localizada na Fazenda Machado, o atrativo possui um paredão de 50 metros de altura e um poço de, aproximadamente, 80 metros de comprimento destinado do ao banho e lazer. No local pode também ser realizado rapel e caminhadas.

Figura 30: Cachoeira do Evislon



Cachoeira do Evislon

Fonte: viagem.uol.com.br/noticias/2012/04/16/taquarucu-em-tocantins-oferece-cachoeiras-adrenalina-e-muita-natureza.htm#fotoNav=1, acesso em Janeiro de 2016.

- **Cachoeira de Taquaruçu:** localizada na Fazenda Juarez Maia, a cachoeira oferece uma paisagem cercada por uma rica vegetação. Possui infraestrutura de restaurante, banheiros, área destinada a camping e estacionamento.
- **Cachoeira Raizana:** localizada na Fazenda Encantada, o atrativo possui uma piscina natural com 10 metros de comprimento, águas cristalinas e 1.5 metros de profundidade. Propícia para banhos e lazer em suas águas.
- **Cachoeira Rapel:** localizada na Fazenda Encantada, o atrativo possui uma piscina natural com 15 metros de comprimento, águas cristalinas e 2 metros de profundidade. Possui área destina à camping.
- **Cachoeira do Sambaíba:** possui uma queda de 45 metros com águas cristalinas e poço para banho com 3 metros de profundidade.

Figura 31: Cachoeira do Sambaíba



Cachoeira do Sambaíba

Fonte: <http://www.espacoturismo.com/blog/wp-content/uploads/2012/04/Cachoeira-da-Sambaiba-palmas-to.jpg>, acesso em janeiro de 2016

- Cachoeira Caverna: localizada na Fazenda Encantada, o atrativo possui uma piscina natural com 20 metros de profundidade. No local pode também ser realizado rapel e caminhadas.
- Cachoeira Vai quem Quer: localizada em propriedade particular, o atrativo possui uma queda d'água com 30 metros de altura, onde é possível, além do banho, realizar atividades de rapel.

Figura 32: Cachoeira Vai quem Quer



Cachoeira Vai quem Quer

Fonte: http://www.palmas.to.gov.br/conheca_palmas/conheca-taquarucu.

Outros atrativos levantados foram a Cachoeira Pequena, Corredeira Rio São João e Balneário Natureza.

A maior parte dos visitantes utiliza veículo próprio (carro, moto ou bicicleta) e em alguns dos atrativos há informações de restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo.

Vale enfatizar que a gestão desses atrativos   de responsabilidade particular. Durante a visita técnica realizada, foi identificado a necessidade de implementa o de um programa ou

sistema de gestão em segurança para os turistas que visitam as cachoeiras e realizam o Turismo de Aventura, a exemplo do certificado pelo Programa Aventura Segura da ABETA.

Porto Nacional

- **Praia de Porto Real**

A Praia de Porto Real é banhada pelo Lago de Palmas e localiza-se no município de Porto Nacional, a cerca de 60 km de Palmas. Possui uma infraestrutura permanente, montada para atender turistas e visitantes durante todo o ano. Dotada de seis estabelecimentos gastronômicos fixos, construídos em alvenaria, 48 sanitários e um galpão com 900 metros quadrados, destinado a eventos dos mais variados estilos.

A visita realizada em campo constatou a necessidade de manutenção e revitalização dos equipamentos e estruturas existentes, além de ações que busquem a construção de um palco definitivo para a realização de eventos no município que ali já acontecem. Também foi apresentado, a previsão de construção de cinco praças urbanas nas proximidades do centro histórico, que engloba a beira da praia, ampliando e reforçando as estruturas da Avenida Beira Rio, além da construção de uma passarela de acesso à praia, que atualmente é feita por meio de barcos e balsas. Essas medidas possuem a intenção de oferecer aos turistas e à população infraestrutura adequada para o atendimento do turista que busca o lazer e também de fortalecer o segmento de Negócios e Eventos do Polo.

O local permanece disponível àqueles que buscam a beira do Rio Tocantins para o descanso fora da alta temporada.

Segundo a Secretaria de Turismo do município, a praia chegou a receber mais de 35 mil pessoas em apenas um final de semana durante o mês de julho do ano de 2013. Toda a movimentação durante a temporada oficial gerou mais de 300 empregos diretos.

As imagens a seguir mostram a orla da Praia de Porto Real.

Figura 33: Praia do Porto Real – Município de Porto Nacional



Estrutura Turística da Praia Porto Real

Estrutura Turística da Praia Porto Real

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

O atrativo possui sinalização indicativa, informativa e turística, porém com placas fora dos padrões internacionais. Não há restrições para visitação ou identificação de capacidade de carga no atrativo. Identifica-se, sobretudo, como um problema decorrente da visitação a quantidade de lixo deixada pelos visitantes. Assim, com o crescimento da visitação há de se pensar em alternativas para o fluxo de visitantes com vistas à preservação do atrativo.

O passeio é realizado sem o acompanhamento de guias ou de condutores ambientais e, por isso, torna-se imperativo a presença desses profissionais para que as informações a respeito do atrativo, bem como a conscientização a respeito da preservação do produto sejam realizadas de forma pontual.

A gestão da praia é realizada pela administração municipal. Considerando-se que o atrativo apresenta elevado fluxo de turistas durante a alta temporada deve-se buscar fortalecer a capacitação dos atores locais envolvidos com a visitação do atrativo, abarcando os responsáveis pela travessia fluvial, empreendedores e prestadores de serviços diversos, bem como funcionários públicos como forma de aumentar a qualidade da oferta.

- **Cachoeira Molha Chinelo**

Localizada em área rural a 7,1 km do centro de Porto Nacional, na propriedade particular Fazenda Dona Iracema, próxima à Olaria Santa Catarina, a cachoeira possui acesso pela TO-050 e estrada vicinal, levando um tempo estimado de 20 minutos.

Situada em uma área de lagueiros, a queda é formada pela nascente do córrego Moraes que deságua em um paredão de 22 metros de comprimento, possui altura média de 3 metros que formam 3 quedas d'água.

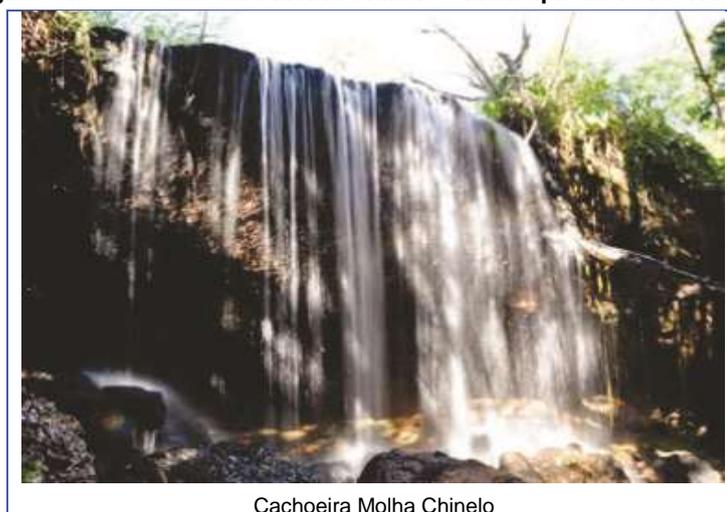
Fato interessante é que a água muda a temperatura: de 10h às 14h é mais quente, atingindo 36°C a 37°C, nos outros horários é mais amena. A vegetação composta por imbaúbas e trepadeiras, árvores que atingem de 25 a 30 metros, é exuberante. O espaço comporta ainda uma área de 60 m² para instalação de redes e acampamentos.

A sinalização turística e indicativa de acesso ao atrativo é inexistente e não há sinalização interpretativa no atrativo. A condição atual da cachoeira é precária uma vez que não há serviços e equipamentos de apoio aos visitantes. A potencial de uso enquanto atrativo turístico aponta para a necessidade de melhor estruturação do atrativo.

Por estar localizado em área privada, há de se considerar a necessidade de incentivos para qualificação profissional para o atendimento ao turista. O acesso à cachoeira não possui qualquer controle e é gratuito. Não há estudos de capacidade de carga ou planos de manejo.

A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo e, por isso, a segurança do atrativo é comprometida uma vez que a área apresenta pedras escorregadias e trilhas fechadas.

Figura 34: Cachoeira Molha Chinelo – Município de Porto Nacional



Cachoeira Molha Chinelo

Fonte: <http://portonacional.to.gov.br/pagina-turismo-e-lazer-cachoeira-molha-chinelo.html>, acesso em junho de 2014.

- **Cachoeira Azuis**

Localizada a 74 km do centro de Porto Nacional, em propriedade rural de natureza privada. O acesso à cachoeira é realizado por estrada vicinal até a Fazenda Fendão, seguindo mais 38 km até a cachoeira.

A cachoeira possui uma queda de água cerca de 6 metros de altura que forma um poço de 5 a 7 metros de diâmetro e 2,5 metros de profundidade. Apresenta ao redor mata ciliar e águas cristalinas, propícias para o banho, conforme ilustra a figura seguinte. O volume de água varia conforme a estação, porém nunca chega a secar totalmente.

Figura 35: Cachoeira Azuis – Município de Porto Nacional



Fonte: <http://portonacional.to.gov.br/pagina-turismo-e-lazer-cachoeira-azuis.html>, 2014.

A sinalização turística e indicativa é inexistente e encontra-se fora dos padrões internacionais. Na cachoeira é pertinente a implantação de sinalização informativa, no intuito de transferir conhecimentos referentes à flora e à fauna locais, bem como sensibilizar o visitante quanto à limpeza e conservação do meio ambiente. Não há cobrança de taxa para a entrada na cachoeira.

Não há infraestrutura de apoio ao turista necessitando, portanto, de melhorias para aumento da qualidade na oferta do atrativo.

Por se tratar de um atrativo gerido pela iniciativa privada, há de incentivar a qualificação profissional para o fomento ao turismo sustentável. A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo. Essa situação torna-se um gargalo na medida em que o acompanhamento é essencial para a qualidade do passeio e influi diretamente na qualidade do atendimento ao turista.

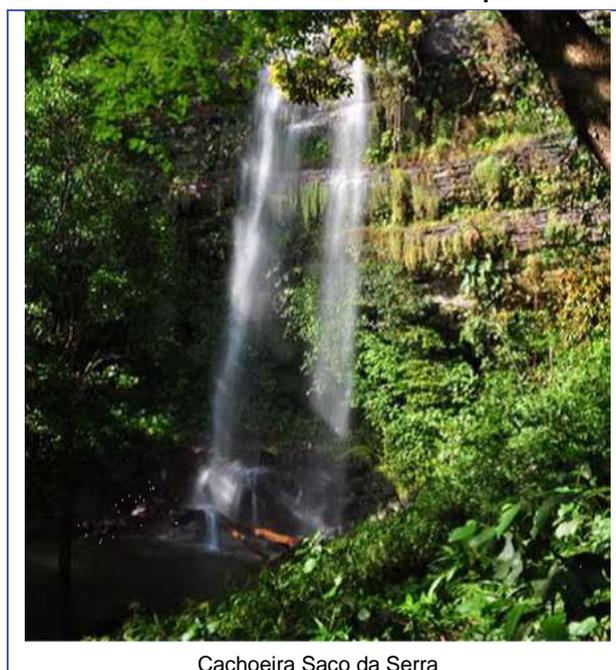
- **Cachoeira Saco da Serra**

Localizada em propriedade rural particular, a 45,8 km do centro de Porto Nacional, a cachoeira Saco da Serra também tem como ponto de referência a Fazenda Fendão. Seu acesso é realizado por vias pavimentadas no trecho urbano e não pavimentadas em zona rural.

No total, são 45 km até a cachoeira, sendo 27,4 km em asfalto e os demais em chão batido. Recomenda-se a utilização de veículos tracionados devido ao risco de atolamento. A visitação é normalmente feita pelos moradores das fazendas do entorno. Não há transporte regular para o local, nem sinalização indicativa ou turística. No caminho final, entre o estacionamento de veículos e a cachoeira, o acesso é considerado perigoso uma vez que beira um lajedo e, é necessária a utilização de galhos das árvores locais e escaladas para se chegar ao poço.

A cachoeira possui 45 metros de altura formando um poço de 63 m² cercado pelos paredões do lajedo, conforme aponta a imagem seguinte. A profundidade máxima é de 2 metros.

Figura 36: Cachoeira Saco da Serra – Município de Porto Nacional



Fonte: <http://portonacional.to.gov.br/pagina-turismo-e-lazer-cachoeira-saco-da-serra.html>, 2014.

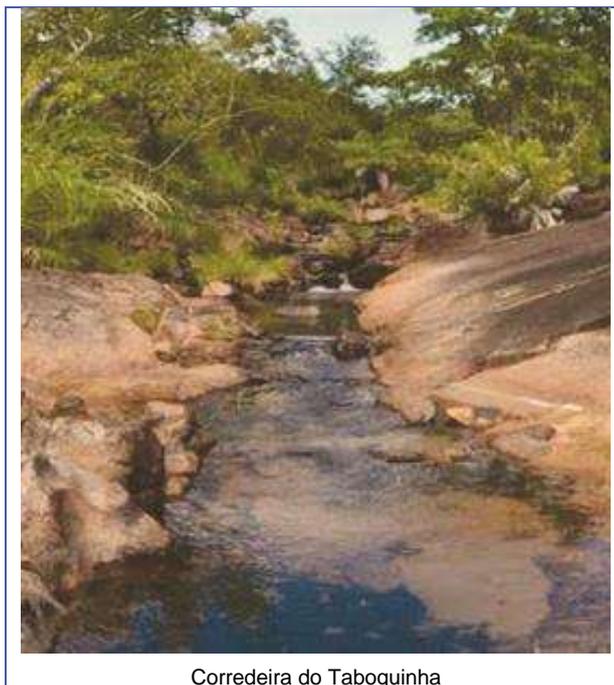
O atrativo não possui infraestrutura de apoio para o atendimento aos turistas e não integra roteiros turísticos comercializados. O acesso é gratuito. A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo. Essa situação torna-se um gargalo na medida em que o acompanhamento é essencial por se tratar de um atrativo de alta periculosidade. Por se tratar de um atrativo gerido pela iniciativa privada, há de se considerar o incentivo à qualificação profissional, visando melhor atendimento ao visitante.

- **Corredeira do Taboquinha**

Localizada a 36 km do centro de Porto Nacional, próxima ao assentamento PA Matão, o acesso da cachoeira é pela TO-050, na altura do Km 90, com um tempo estimado de 1h até o local.

A partir de uma corredeira próxima ao pé da serra a cachoeira é formada por pequena ruptura do terreno. Cercada por vegetação nativa, a queda possui águas claras de pouco volume, e temperatura aproximada de 24° C. A água desliza por um lajeado até o ponto em que os blocos formam uma queda de cerca de meio metro, com profundidade máxima de 40 centímetros, conforme ilustra a imagem a seguir.

Figura 37: Corredeira do Taboquinha – Município de Porto Nacional



Fonte: <http://portonacional.to.gov.br/pagina-turismo-e-lazer-corredeira-do-taboquinha.html>, 2014.

A infraestrutura turística é inexistente para o atendimento aos turistas. Tratando-se de gestão privada, há de se considerar a necessidade de incentivo à qualificação profissional para melhor atendimento aos usuários. A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo.

O acesso é gratuito e não há controle no fluxo de visitantes. O atrativo possui potencial para o banho e contemplação da fauna e da flora. Considerando a potencial comercialização e o aumento do fluxo de turistas no atrativo, deve-se buscar alguma forma de parceria e integração de ação público-privada.

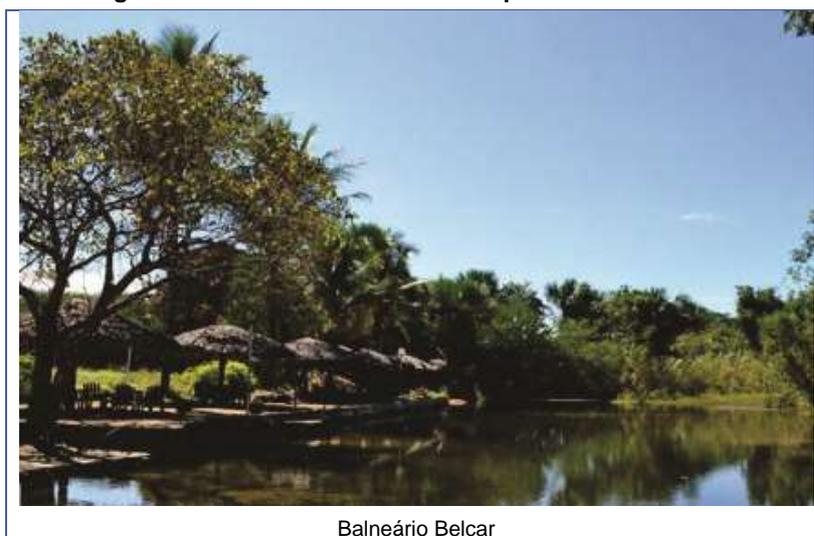
- **Balneário Belcar**

Localizado na zona rural do município de Porto Nacional, próxima a Escola Família Agrícola, o balneário tem como ponto de acesso a TO-255 no Km 3. O caminho é feito por vias sem pavimentação (estrada vicinal – TO-255) ou sinalização. O tempo médio do percurso é de 15 min de carro, a partir do centro da cidade.

O local conta com alguma infraestrutura, composta por um campo de futebol, bar, espaço para dança, área coberta para usuários, piscina natural e duas pequenas coberturas em suas beiras – caracterizadas como “chapéus de palha”.

A piscina natural, abastecida pelo córrego da Água Suja, tem águas cristalinas. O bar é disposto em um quiosque circular com raio de 10 metros e cobertura de telhas de barro. O espaço para dança também se encontra em um quiosque circular, com raio de 20 metros e cobertura de telhas de barro. A piscina natural tem dimensão de cerca de 10 x12 metros, com água na temperatura média de 25°C e fundo composto por seixos rolados. A profundidade máxima é de 1,5 metros e os usuários do balneário tem contato direto com os peixes. A área coberta destinada aos usuários é dividida em cinco quiosques, onde estão dispostas 40 cadeiras e mesinhas de madeira. A figura a seguir ilustra o Balneário.

Figura 38: Balneário do município de Porto Nacional



Fonte: <http://portonacional.to.gov.br/pagina-turismo-e-lazer-balneario-belcar.html>, 2014.

As atividades realizadas no local são a contemplação, os banhos nas piscinas naturais e a prática de esportes como o vôlei e o futebol. A infraestrutura, como descrita, oferece serviços de alimentação, hospedagem lazer e entretenimento.

O acesso é realizado mediante a autorização prévia junto ao proprietário local e o valor cobrado é de R\$ 2,00 (dois reais) por pessoa.

Por se tratar de um atrativo gerido pela iniciativa privada, há de se considerar a necessidade de incentivo à qualificação profissional para melhoria do atendimento ao visitante.

- **Morro do Zaca / Morro do Gaiola / Morro Pôr do Sol.**

Localizada a 13,5 km do centro de Porto Nacional, têm como ponto de referência o Clube dos 28. O acesso é realizado por via terrestre, pela estrada utilizada para a manutenção das torres de rádio e telefonia. Essa estrada encontra-se atualmente em condições inadequadas de utilização e não há transporte regular para o local. O tempo estimado para acesso é de 40 min de carro, partindo-se do centro de Porto Nacional. Não é acessível em veículos convencionais, seja pelo estado de conservação da estrada, seja pelo alto grau de inclinação. O local só é acessível com veículos 4x4 e motoristas experientes.

As atividades realizadas referem-se à contemplação da paisagem, a partir de mirante natural que possibilita uma vista de 360 graus do entorno. A paisagem é característica do cerrado, além de visuais do Rio Tocantins e das cidades de Porto Nacional e Palmas. Compõe o cenário as formações rochosas, o conjunto de morros. Pelas condições climáticas e de iluminação, o local é bastante apreciado ao nascer e ao por do sol. Embora a paisagem seja exuberante, as dificuldades de acesso são um significativo fator de restrição à visitação. A sinalização indicativa e turística é inexistente.

A gestão do atrativo é pública, de responsabilidade da Prefeitura Municipal. Não há, no entanto, controle do fluxo ou estudo de capacidade de carga. Observa-se ainda a ausência de integração do atrativo com outros roteiros comercializados no município.

- **Expectativas de outros atrativos**

Dentre outros projetos na área ambiental, Porto Nacional prevê a constituição e implantação de um Parque Ecológico de aproximadamente 30.000 m², a ser denominado Parque Guariba. A infraestrutura prevista conta com praça cívica, anfiteatro, campos de futebol, piscinas semiolímpicas, quadras poliesportivas, pistas de *cross*, kartódromo e uma área para circos e parques, com 961 m² de área de proteção ambiental e 2.380 m² de área

ecológica. A área de construção do parque, a Leste da cidade, encontra-se próxima ao aeroporto.

Porto Nacional também prevê a restauração do Mercado Municipal, desativado ao longo do tempo, mas que já funcionou como Feira Popular. Tal empreendimento será importante para incentivar a produção local dos moradores e poderá servir como atrativo aos visitantes da cidade.

O município também espera a implantação de um sistema modular de transporte do Corredor Norte-Sul que beneficiará a integração do Estado e suas regiões aos mercados nacionais e internacionais. A escala de utilização desse corredor vai depender da realização das obras da UHE de Lajeado, com eclusas, obras de derrocagem e de drenagem, porto fluvial, chegada da Ferrovia Norte-Sul, entre outras.

Lajeado

- **Balneário Ilha Verde**

O Balneário Ilha Verde está localizado próximo ao centro do município de Lajeado. Possui de fácil acesso em estrada pavimentada com sinalização indicativa, porém fora dos padrões internacionais.

Trata-se de uma sequência de cachoeiras que formam um grande lago propício ao banho e ao lazer. A presença de área verde possibilita também a utilização do espaço para a contemplação e caminhadas. A infraestrutura ainda conta com quiosques, bares, quadras de futebol, banheiros, palco para apresentações, posto de saúde e estacionamento para aproximadamente 50 carros. Importa acrescentar que os banheiros encontram-se mal conservados e que a área como um todo necessita de manutenção.

Nas reuniões realizadas em campo, em outubro de 2013, foram registrado pelos moradores alguns impactos observados no local como a poluição sonora nas barracas, a compactação do solo, o lixo jogado nas áreas laterais do balneário, a invasão de carros na área de visitação e à deposição de detergentes e sabão nas águas, em consequência da lavagem diária de roupa e de utensílios domésticos na mesma área de banho.

Além da constatação da inexistência de uma proposta definida para o uso e a manutenção dos recurso naturais, foi colocado pelos atores locais que o elevado fluxo de turistas no período de alta temporada contribui para os impactos negativos. Foram relatados, ainda, problemas relacionados ao abuso de bebidas alcoólicas.

As imagens a seguir ilustram o atrativo.

Figura 39: Balneário Ilha Verde do Município de Lajeado



Balneário Ilha Verde

Balneário Ilha Verde



Bar localizado no Balneário Ilha Verde

Banheiros do Balneário Ilha Verde

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

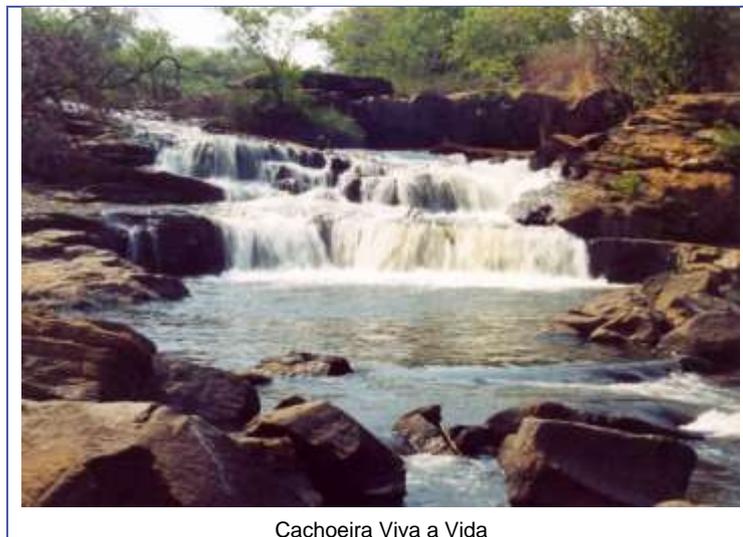
A gestão do atrativo é realizada pela administração pública e o ingresso é gratuito. Não há restrição ao número diário de visitantes ou estudo de capacidade de carga. A fragilidade do atrativo é ameaçada pelo aumento do fluxo de turistas nos períodos de alta temporada. Observa-se a necessidade de elaboração do plano de manejo e do estudo de capacidade de carga, tendo em vista a expectativa do incremento do turismo em bases sustentáveis.

Apesar das condições inadequadas de operação, o nível de segurança é considerado satisfatório não apresentando registros de incidentes. No entanto, deve-se pensar em ações de segurança preventiva ao turista e capacitação de condutores ambientais na prestação de primeiros socorros, caso se faça necessário.

- **Cachoeira Viva a Vida**

Consiste em uma queda d'água de aproximadamente 12 metros de altura que forma várias piscinas para banho. No entorno há formações rochosas que causam forte impacto visual, conforme demonstra a figura a seguir.

Figura 40: Cachoeira Viva a Vida – Município de Lajeado



Cachoeira Viva a Vida

Fonte: <http://portal.to.gov.br/lajeado/662>, acesso em junho de 2014.

A cachoeira está localizada no Rio Lajeado, em área bem próxima ao meio urbano do município, a cerca de 1,5 km da sede da Prefeitura. Possui acesso também por transporte público a partir de Palmas, por ônibus da linha Paraíso com destino à sede municipal de Lajeado.

A trilha para acesso final ao atrativo possui 100 metros e encontra-se em estado precário de conservação. Não há sinalização indicativa, turística e orientativa no percurso. A infraestrutura de apoio ao turista é inexistente.

A gestão do local é particular e o ingresso é gratuito. A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo. Essa situação torna-se um gargalo na medida em que o acompanhamento é essencial para a segurança do passeio e influi diretamente na qualidade do atendimento ao turista. Não há no local salva-vidas ou profissionais treinados para garantir a segurança e prevenir acidentes. Há de se considerar a necessidade futura de incentivo à qualificação profissional para o atendimento ao turismo.

- **Cachoeira do Tatu**

A Cachoeira do Tatu está localizada no quilômetro 24 da Rodovia Palmas-Lajeado e a poucos metros da Pedra do Morcego. A cachoeira esta inserida dentro do Parque Estadual do Lajeado. Trata-se de uma queda de 10 metros, com visual atraente e bucólico. Possui como atividades potenciais o banho e a contemplação da natureza.

O acesso ao atrativo é considerado fácil e a capacidade de recepção é de grupos de até dez pessoas. No entanto, observa-se ausência de sinalização turística e indicativa, bem como controle da capacidade de carga. Na cachoeira não há sinalização informativa, no entanto, sua implantação é pertinente, no intuito de transferir conhecimentos referentes à flora e à fauna locais, bem como sensibilizar o visitante quanto à limpeza e conservação do meio ambiente. Não há cobrança de taxa para a entrada na cachoeira.

A infraestrutura de apoio ao turista é inexistente e o espaço conta apenas com uma pequena área destinada à camping. Seria também necessário a elaboração de plano de manejo, estudos de capacidade de carga para estruturar o atrativo tendo em vista o desenvolvimento sustentável.

Há de se considerar a necessidade futura de qualificação profissional para o atendimento ao turismo como forma de melhoria da qualidade da oferta turística. A visita ao atrativo não é acompanhada ou monitorada por guias de turismo. Essa situação torna-se um gargalo na medida em que o acompanhamento é essencial para a qualidade do passeio e influi diretamente na qualidade do atendimento ao turista.

- **Mirante da Serra do Lajeado**

O Mirante está localizado em área rural, a 20 km da sede do município. O acesso é realizado percorrendo 500 metros pela TO-010, partindo da sede municipal no sentido Palmas e depois 12 km em via não pavimentada. No percurso a sinalização indicativa e turística é precária e encontra-se fora dos padrões internacionais.

Trata-se de um Platô da Serra do Lajeado de onde é possível observar a cidade e a represa do Lago de Palmas. Possui 578 metros de altitude e é cercado por vegetação típica preservada. Possui potencial para a contemplação, sendo necessário para a sua concretização a implantação de infraestrutura de apoio ao turista e também de mirantes.

Figura 41: Mirante da Serra do Lajeado



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1130991>, 2014.

A gestão do atrativo é realizada pela Prefeitura Municipal e o acesso ao mirante é gratuito. Não há condutor ambiental para o acompanhamento dos turistas e/ou para a prevenção de acidentes. Torna-se necessária a capacitação de pessoal no intuito de proporcionar segurança ao turista.

Além desses atrativos o Município conta também com a Usina Hidrelétrica do Lajeado que tem potencial para compor um roteiro turístico voltado à visitação da mesma, sendo ainda possível incluir atividades relacionadas ao turismo náutico além de implantação de pontos para paradas em locais estratégicos para a contemplação.

A rodovia TO-010 no trecho entre Lajeado a Palmas possui uma paisagem marcante e conservada, propícia à contemplação. Nesse sentido, ações voltadas à construção de mirantes são de grande valia pois proporcionam o aproveitamento de um cenário exuberante e criam mais uma atividade complementar passível de inserção nos roteiros turísticos.

Outros atrativos foram listados pela Secretaria Municipal de Turismo do município, como importantes a serem estruturados para futuras atividades, como o Morro Vermelho, o Poço do Amor, as cachoeiras do Córrego Brejão e a cachoeira do Aeroporto, ilustrados nas figuras a seguir.

Figura 42: Atrativos do Município de Lajeado





Cachoeira do Aeroporto

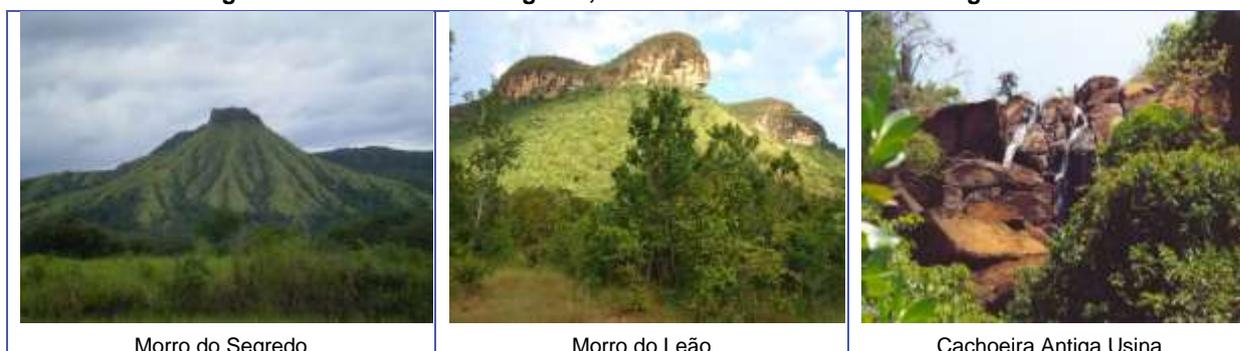
Cachoeira do Córrego Brejão

Apertado da hora (onde se realiza boia Cross)

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Lajeado, 2015.

Outros atrativos levantados na época de realização das Oficinas Participativas foram: Morro do Segredo, Morro do Leão e Cachoeira Antiga Usina. As imagens dos atrativos podem ser verificadas a seguir.

Figura 43: Morro do Segredo, Morro do Leão e Cachoeira Antiga Usina



Morro do Segredo

Morro do Leão

Cachoeira Antiga Usina

Fonte: http://br.geoview.info/morro_do_segredo,48613110p, 2016; <http://morrodosegredo.spaceblog.com.br/2322491/MORRO-DO-LEAO/>,2016 e <http://portal.to.gov.br/lajeado/662>, 2016.

Paraíso do Tocantins

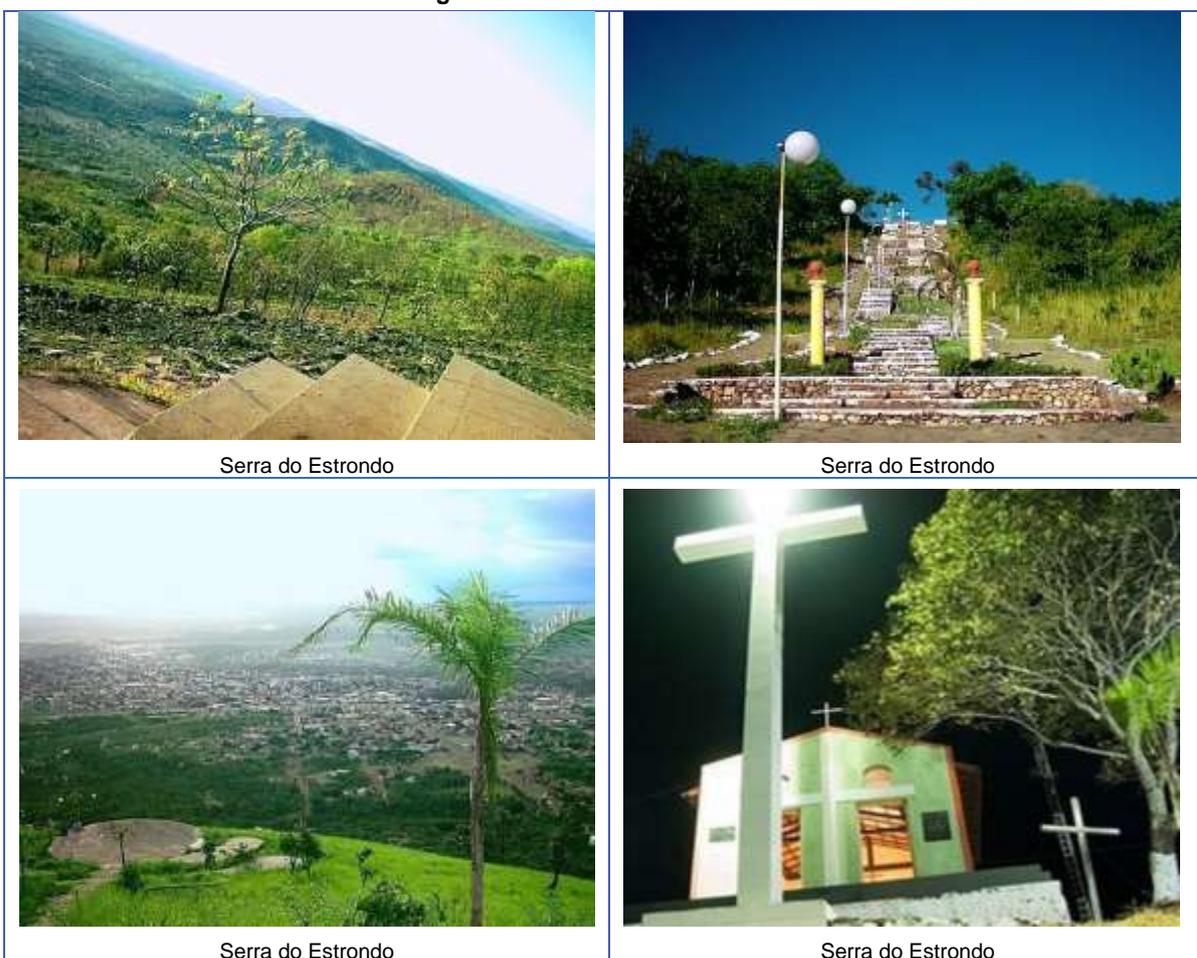
- **Serra do Estrondo**

A Serra do Estrondo recebeu esse nome devido ao intenso barulho provocado pelos relâmpagos e trovões, de tão intensos se assemelhavam a um estrondo, conforme o relato dos moradores das antigas fazendas da região e disponível no site institucional do município.

O acesso à Serra do Estrondo é realizado pela TO-080, rodovia asfaltada, até a entrada para o mirante. A partir desse ponto segue-se, a pé, por uma trilha que leva até a torre de retransmissão de TV e à capela onde é rezada a missa.

Do topo da Serra tem-se uma visão panorâmica do município de Paraiso do Tocantins e da região vizinha. As imagens a seguir ilustram a Serra.

Figura 44: Serra do Estrondo



Fontes: <http://encantosoocerrado.com.br/n/1017> e <http://2.bp.blogspot.com>, acesso em Junho de 2014.

A gestão do atrativo é de responsabilidade da prefeitura municipal. O nível de segurança, é precário uma vez que atualmente o atrativo apresenta problemas de acesso devido à falta de manutenção da trilha e não há condutores ambientais preparados para o acompanhamento dos turistas. Necessita-se, ainda de capacitação profissional voltada para o turismo e também para a prestação de primeiros socorros, caso haja necessidade.

O atrativo não possui sinalização turística e indicativa e a infraestrutura de apoio é inexistente. Não há estudos de capacidade de carga e o acesso é gratuito. Tendo em vista o incremento do turismo em bases sustentáveis, é premente a elaboração de planos de manejo e também de preservação ambiental da área, principalmente no período de seca

quando ocorrem as queimadas. Além disso, visando o incremento do turismo religioso no município, deve-se pensar em ações que busquem a estruturação de roteiros para essa segmentação.

Paraíso possui também grutas com inscrições rupestres. No entanto, o estado de conservação destes atrativos é bastante precário e não se constituem em atrativos de evidência para o turismo.

➤ **Atrativos Culturais**

Palmas

A cidade de Palmas destaca-se por ter sido planejada, assim como Brasília, e também por ser a capital do estado do Tocantins. Centraliza os equipamentos receptivos do Polo, desempenhando importante papel como portão de entrada, responsável pela distribuição do fluxo turístico na região. Palmas tem significativo potencial para realização de eventos culturais relacionados ao artesanato, cerâmica, música, teatro, entre e outros temas culturais. Dentre seus destaques citam-se:

- **Praça dos Girassóis**

A praça dos Girassóis tem o Marco do Centro Geodésico do Brasil como atrativo principal. Localizado na ala Norte do Palácio Araguaia, o marco encontra-se no centro de uma rosa-dos-ventos. Vários adereços acrescentados ao símbolo fazem referências às etnias indígenas do Tocantins, representadas também em painéis que formam o piso da praça. As tribos apinajé, krahô, xerente, karajá, javaé e xambioá são lembradas e reverenciadas como as nações indígenas dos primeiros habitantes da região.

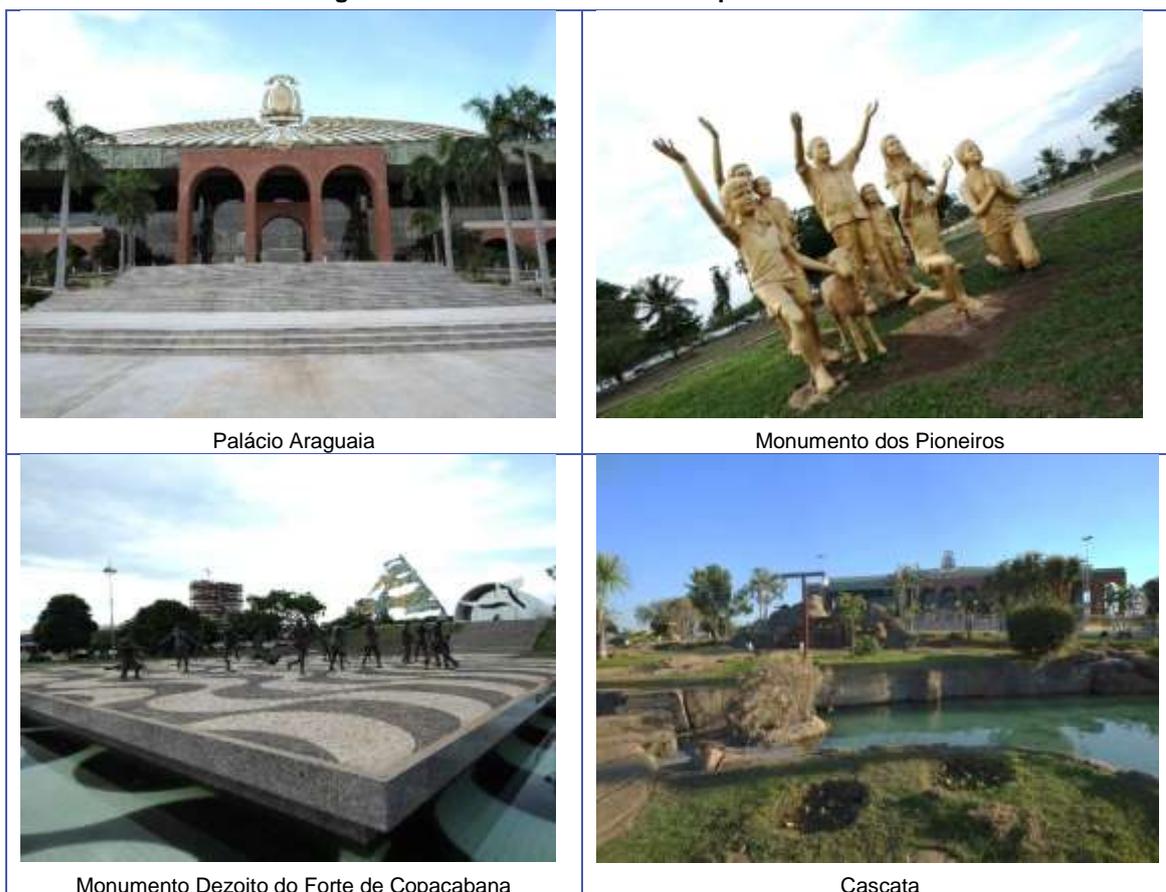
Encontram-se também, no interior da praça, o Cruzeiro, o Monumento dos Dezoito do Forte de Copacabana, Museu Memorial Coluna Prestes, uma fonte luminosa e um grande relógio solar. A praça como um todo, é um espaço público no qual são realizados shows, eventos culturais, sendo ainda utilizado pela população para passeios com a família e realização de atividades físicas.

O Relógio do Sol, composto por uma figura teosófica no formato de um ponteiro, é considerado o maior relógio solar da América Latina devido suas dimensões - seis metros de altura e 60 metros de diâmetro.

O Monumento dos Dezoito do Forte de Copacabana, também localizado ao centro da praça, retrata o levante armado ocorrido no Rio de Janeiro, em julho de 1922. A obra é composta por 19 esculturas, com dois metros de altura, homenageando os heróis da revolta que reivindicavam o fim das oligarquias do poder. No centro da praça também se encontra o Palácio do Araguaia, prédio principal da sede do Poder Executivo Estadual. O palácio tem quatro pavimentos e ocupa uma área útil de 14.000 m².

As imagens seguintes ilustram alguns pontos da Praça dos Girassóis.

Figura 45: Atrativos do Município de Palmas



Palácio Araguaia

Monumento dos Pioneiros

Monumento Dezoito do Forte de Copacabana

Cascata

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Palacinho da Cultura**

O Palacinho da Cultura, primeira sede do Poder Executivo do Governo do Tocantins, foi a primeira construção erguida no município de Palmas. Seu valor histórico foi reconhecido por meio de tombamento Estadual, formalizado pelo Decreto-Lei nº 431, de 28 de julho de 1992. Sua construção foi feita em tempo recorde, em madeira de jatobá, a exemplo de outros edifícios erguidos pelos pioneiros que chegavam em Palmas.

Figura 46: Palacinho da Cultura



Palacinho da Cultura

Palacinho da Cultura

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Feira do Bosque**

A Feira do Bosque é realizada aos domingos em frente ao Paço Municipal de Palmas. Conta com barracas onde são comercializados produtos típicos do artesanato e da culinária da região. É importante destacar que a Feira do Bosque foi declarada Patrimônio Turístico e Histórico do Estado do Tocantins, pela Lei nº 2.240, de 4 de dezembro de 2009, publicado no Diário Oficial nº 3.031.

Podem ainda ser listados como atrativos culturais de Palmas:

- Galeria de Artes Mauro Cunha,
- Museu Memorial Coluna Prestes,
- Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho.

Porto Nacional

Importante no contexto histórico-cultural, a cidade de Porto Nacional destaca-se pela potencialidade de incremento das atividades turísticas. De origem que remonta ao início do século XVIII, o povoado ganhou importância econômica e social amparada no transporte hidroviário, chegando no início do século XIX a importante núcleo regional. O município foi emancipado em 1861, época em que representava, segundo o site institucional da prefeitura municipal, “o mais importante polo cultural, político e social do então norte Goiano, hoje estado do Tocantins”.

A sede municipal dista cerca de 70 km ao sul de Palmas e possui bom acesso rodoviário.

Além dos atrativos histórico-culturais, o município conta com um acervo diversificado de recursos naturais, como praias, cachoeiras, corredeiras e mirantes.

Segundo o diagnóstico do turismo municipal, divulgado no site oficial da Prefeitura:

[...] há no município dois importantes núcleos de pesquisa, sendo um destinado à pesquisa arqueológica, o Núcleo Tocantinense de Arqueologia – NUTA, e outro ao patrimônio natural, o Núcleo de Estudos Ambientais – NEAMB, com ênfase na ictiofauna.

São excelentes os resultados alcançados pelo NUTA e suas exposições como elemento turístico, atraindo a visitação a Porto Nacional. Cabe considerar também que o Estado do Tocantins possui elevada diversidade de rios em importantes bacias hidrográficas, e os resultados dos estudos e amostras dessa biodiversidade pelo NEAMB, em especial da ictiofauna brasileira, podem configurar-se com um elemento atrativo relevante ao mercado turístico de pesca, científico e gastronômico. Há oferta diversificada de atrativos e infraestrutura turística definindo uma demanda para segmentos específicos como: sol e praia, eventos, ecoturismo, pesca e outros.

Nota-se, porém, pela visita técnica realizada e pelos depoimentos obtidos das reuniões com os atores locais (outubro de 2013 e maio de 2015) que apesar da potencialidade faltam ações para a consolidação do turismo. Hoje a visitação ainda é incipiente, sem dados sistematizados e sem uma comercialização estruturada, voltada a público alvo e mercados específicos.

- **Centro Histórico**

O centro histórico da cidade de Porto Nacional abrange parte da zona central do município e compreende o sítio natural, a malha urbana e as edificações implantadas, desde a fundação de Porto Nacional até a década de 1960. O município recebeu a notificação do tombamento de seu centro histórico pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em agosto de 2008. A área reúne aproximadamente 250 edificações localizadas na zona

central da cidade e estão localizadas a Catedral, o prédio do Museu de Porto Nacional e o Seminário São José.

O tombamento de Porto Nacional teve significativa importância para na consolidação da cultura local como parte nas características formais do Tocantins. Trata-se de um Estado novo, criado em 1988 partir da divisão de Goiás, cujas referências históricas remontam à cultura e à tradição goiana.

A própria denominação da cidade reflete o referencial das eras vivenciadas - colonial e imperial, tendo alterado o nome inicial de Porto Real, para Porto Imperial e depois para Porto Nacional. Atualmente a cidade afirma sua identidade e sua história e apoia a caracterização do estado do Tocantins, unindo elementos novos a referências passadas.

O conjunto arquitetônico de Porto Nacional é de estilo colonial, com ruas estreitas, casarios e prédios antigos do Centro Histórico, que se mantêm preservados, destacando-se:

- Catedral de Nossa Senhora das Mercês;
- Prédio do Paço Municipal;
- Cadeia Pública;
- Rua Cabasaco;
- Casarão de Pacífico;
- Casarão da Comsaúde - Colégio Sagrado Coração de Jesus;
- Seminário São José; e
- Praça Nossa Senhora das Mercês.

O Centro Histórico é utilizado para a realização anual da Feira Cultural e outras festas religiosas locais.

Figura 47: Centro Histórico do Município de Porto Nacional



Prédios Históricos

Casarão da Comsaúde



Prédios Históricos



Prédios Históricos

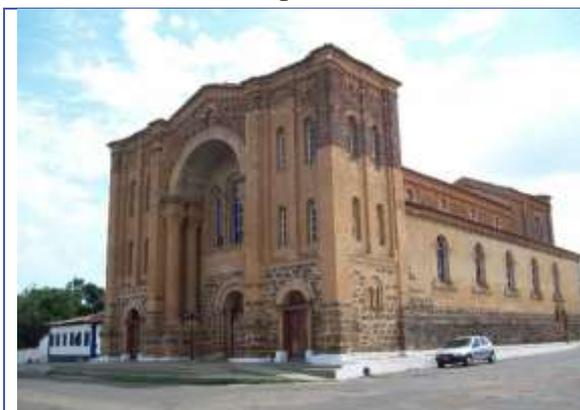
Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Catedral Municipal de Nossa Senhora das Mercês**

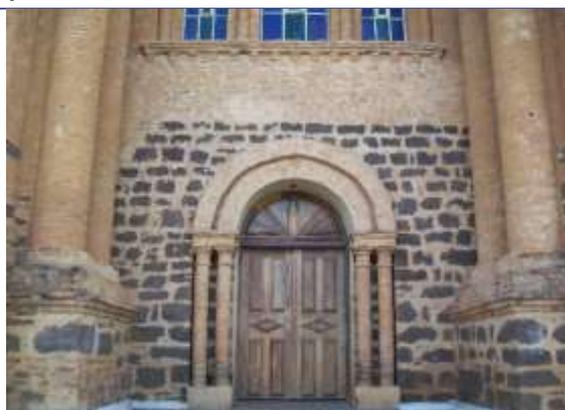
A Catedral Municipal de Nossa Senhora das Mercês também é um forte atrativo de Porto Nacional. De arquitetura barroca, localizada no centro histórico, encontra-se em excelente estado de conservação externas e requer alguma restauração em sua parte interna. Propriedade da Diocese de Porto Nacional teve sua pedra fundamental colocada em sete de maio de 1894, sob a orientação do frei Bartolomeu (frei Berto). Nesse mesmo ano foi iniciada a sua construção. A obra foi concluída em 1903, nove anos mais tarde.

A maioria das imagens que podem ser vistas em seu interior foram trazidas da França, outras peças vieram de Belém do Pará. Sua fachada principal encontra-se voltada para o oeste, conforme costume antigo dos dominicanos. A obra, com suas colunas e arcos, executada em tijolo e pedra-canga, pedra típica da região, relembra o estilo romântico de Toulouse, região da França de onde vieram seus construtores.

Figura 48: Catedral Municipal de Nossa Senhora das Mercês



Catedral Municipal



Catedral Municipal



Catedral Municipal

Imagem do Frei Bartolomeu

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Museu Histórico Cultural**

O Museu Histórico Cultural de Porto Nacional foi fundado na década de 80, Século XX, e já ocupou diversos imóveis na cidade. Recentemente, o museu foi inaugurado em um casarão revitalizado de 1923, lugar ocupado anteriormente pela antiga Prefeitura Municipal.

Figura 49: Museu Histórico Cultural de Porto Nacional



Fachada principal do Museu

Auditório do Museu

Objetos Históricos

Objetos Históricos

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Estruturado nos dois andares do casarão, o museu possui um acervo sobre a trajetória da história do município, composto por artefatos, informações textuais e iconográficas conforme ilustrado nas figuras apresentadas.

O serviço de visitação oferece roteiro guiado ou não. Há um folheto informativo sobre o acervo do museu, à disposição do visitante, e a entrada é franqueada.

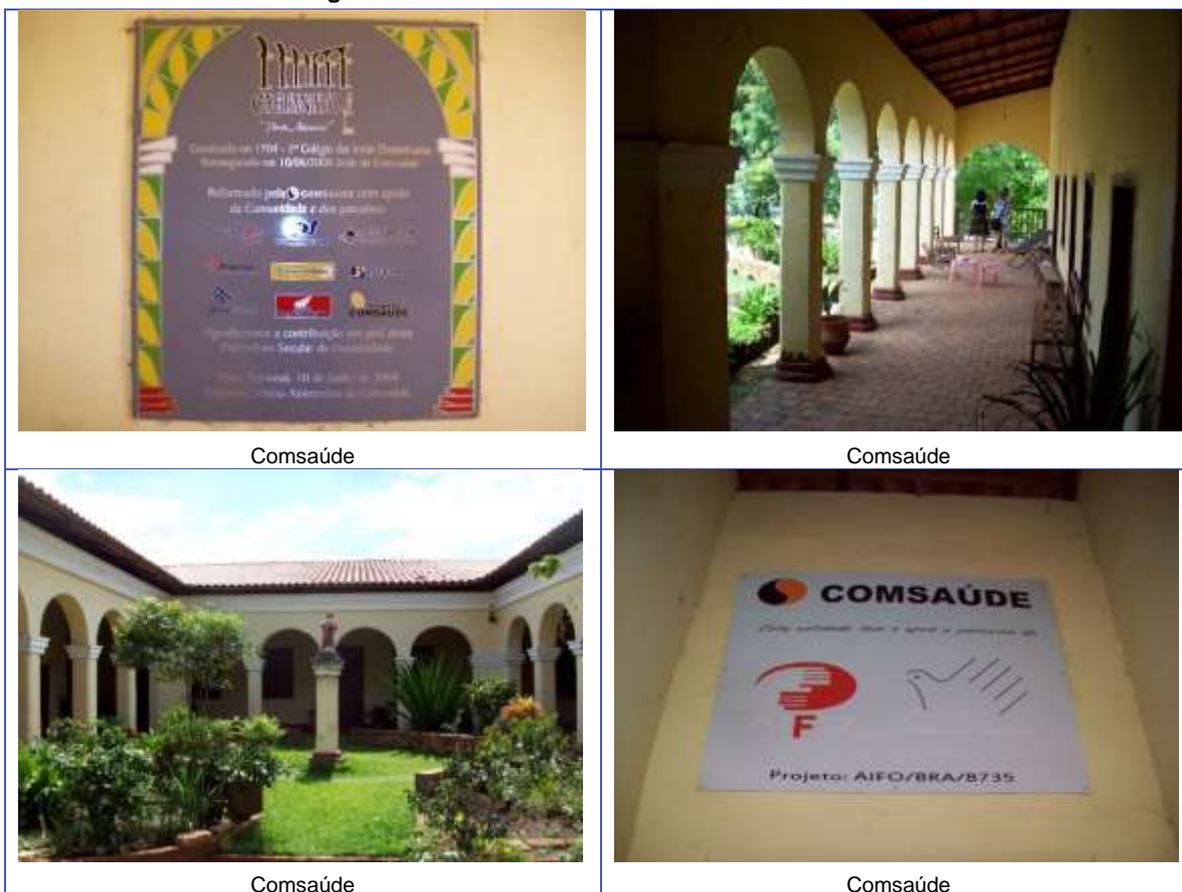
- **Comsaúde - antigo prédio do Colégio Sagrado Coração de Jesus**

Atualmente utilizado pela Comsaúde, uma organização não governamental que atua na cidade desde 1969, o antigo prédio do Colégio Sagrado Coração de Jesus foi construído pelas irmãs dominicanas e vem sendo utilizado por uma equipe de profissionais de saúde, dispostos a desenvolver um programa de saúde integral.

O Comsaúde desenvolve projetos no campo social e cultural. Tem refeitório, farmácia de manipulação e salão de reuniões. A entidade vem também realizando, nesse local, importantes ações em defesa da saúde e na busca de melhores condições de vida para a comunidade, sendo sua principal bandeira de luta o combate à mortalidade infantil.

O casarão possui farmácia de manipulação com produtos fitoterápicos, espaço para comercialização de artesanato e doces locais. Todos os produtos são feitos pela comunidade local, com apoio da entidade .

Figura 50: Edifício Histórico da Entidade Comsaúde



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Lajeado

- **Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres**

O município é conhecido pela riqueza de recursos arqueológicos, como os sítios cerâmicos dentro da APA do Lajeado onde foram encontrados inúmeros fragmentos de vasilhames domésticos de fabricação e utilizados pelos antigos moradores. Esses sítios cerâmicos localizam-se nas áreas planas próximas às margens dos cursos d'água.

A Serra das Escritas é outra atração peculiar de Lajeado, tendo como característica principal um painel de dez metros de largura com gravações na rocha de inscrições geométricas multiformes, registrando a presença de antigos habitantes da região.

Esses sítios e suas pinturas rupestres estão localizados em áreas com grande declividade, nas escarpas da Serra do Lajeado. A acentuada inclinação criou abrigos com áreas internas preservadas onde se encontram os painéis pintados nas cores preto e amarelo. Apesar da riqueza cultural, tais atrativos não se encontram estruturados e não recebem visita, a não ser pela comunidade local ou por pesquisadores.

Ressalta-se a importância no caso de seu aproveitamento como atrativo turístico, de normatização da visita evitando risco de depredação e perda de importantes registros arqueológicos.

Figura 51: Pinturas Rupestres do Município de Lajeado



Pinturas Rupestres - Caititu

Pinturas Rupestres

Fonte: Secretaria de Turismo de Lajeado, 2013.

- **Artesanato**

A Prefeitura Municipal realiza um projeto denominado Lajeart – Oficina de Produção de Utensílios em Barro, que funciona no Centro de Artesanato, localizado na Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo. A figura a seguir apresenta algumas de suas características. O Projeto mantém aulas de artesanato em barro para pessoas acima de 15 anos, residentes na comunidade. As peças produzidas são recolhidas pela prefeitura e encaminhadas para comercialização em uma loja localizada na rodoviária local. Segundo o órgão responsável, há poucos artesãos cadastrados e a produção dos produtos ainda é muito pequena.

Figura 52: Artesanato do Município de Lajeado



Sede da Secretaria de Meio Ambiente e Turismo

Artesãos em Atividade

Artesanato de Lajeado

Centro de Artesanato Poeta José Gomes Sobrinho

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

- **Usina Hidrelétrica de Lajeado**

No município de Lajeado pode-se também visitar a área da Usina Hidrelétrica de Lajeado ou Usina Hidrelétrica Luís Eduardo Magalhães. Localizada no Rio Tocantins, entre os municípios tocantinenses de Miracema do Tocantins e Lajeado, a uma distância de 26 km de Palmas, forma um grande lago que abrange os municípios de Miracema do Tocantins, Lajeado, Palmas, Porto Nacional, Brejinho de Nazaré e Ipueiras. A parte externa da Usina tem potencial para ser explorada turisticamente, tornando-se um atrativo turístico para o município. As imagens a seguir ilustram alguns aspectos da UHL.

Figura 53: Usina Hidrelétrica do Município de Lajeado



Usina Hidrelétrica de Lajeado

Usina Hidrelétrica de Lajeado



Ponte Rodoviária que liga Maranhão ao Tocantins

Área da Usina utilizada para pesca

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

2.1.2.8 Avaliação dos Equipamentos e Serviços Turísticos Existentes

A atual oferta de equipamentos e serviços turísticos no Polo Palmas é composta pelos diferentes meios de hospedagem, equipamentos de apoio, serviços de alimentação, agências receptoras de turismo, os centros de atendimento ao turista e os prestadores de serviço de transporte e de locação de veículos. Na avaliação dos equipamentos turísticos, por se tratar de um Polo que possui como segmento principal o turismo de Negócios e Eventos, são também identificados e caracterizados os espaços destinados aos eventos.

A tabela a seguir, apresenta o quantitativo dos estabelecimentos existentes por município. Importa acrescentar que os equipamentos de hospedagem, de alimentação, as agências de viagens e as transportadoras turísticas tiveram como referência o cadastro dos prestadores de serviços turísticos - Cadastur, que tem o objetivo de reunir todos os estabelecimentos e serviços turísticos que estejam legalmente constituídos e em operação. Para a análise dos equipamentos destinados aos Negócios e Eventos os dados levantados tiveram como base os levantamentos realizados em campo em Outubro e Novembro de 2013.

Tabela 19: Total de Equipamentos e Serviços Turísticos dos Municípios Integrantes do Polo

| MUNICÍPIO | HOSPEDAGEM | ALIMENTAÇÃO | AGÊNCIAS DE VIAGEM | TRANSP. TURÍSTICAS | LOCAIS DE EVENTOS | CAT |
|----------------------|------------|-------------|--------------------|--------------------|-------------------|----------|
| Lajeado | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| Palmas | 28 | 24 | 36 | 1 | 11 | 3 |
| Paraíso do Tocantins | 4 | 3 | 2 | 0 | 2 | - |
| Porto Nacional | 3 | 0 | 0 | 0 | 5 | - |
| Total | 36 | 27 | 38 | 1 | 20 | 4 |

Fonte: Ministério do Turismo – Sistema Cadastur – Relatório de Listagem Padrão – 03 de julho de 2014, exceto os LOCAIS DE EVENTO que foram constatados por meio das entrevistas realizadas em campo.

Tendo em vista complementar a caracterização dos equipamentos turísticos do Polo, foi realizado, nos meses de abril a julho de 2014, um levantamento municipal da oferta disponibilizada. O levantamento permitiu comparar os equipamentos registrados nos Cadastur e os equipamentos existentes, indicando a existência de divergências quanto aos números. Segundo as informações do Cadastur há um número bem menor de equipamentos e serviços, o que leva à suposição da condição de informalidade destes serviços.

Os dados da tabela apresentada indicam que Palmas se sobressai na oferta de equipamentos e serviços turísticos. No levantamento não foram identificados estabelecimentos ou empresas de turismo que operam em rede ou de forma integrada. Além da inexistência, verifica-se a carência de incentivos para o desenvolvimento dessa

dinâmica. Não foram encontrados, também registros de vinculação de capital estrangeiro na economia local.

De maneira geral indica-se que a oferta de equipamentos e serviços turísticos de apoio à atividade turística no Polo carece ainda de melhorias estruturais. Nota-se ainda que não há um planejamento macro ou implementação de sistema de qualidade turística ou de certificação. De acordo com as reuniões com os atores locais, esse seria um dos desejos para o desenvolvimento sustentável da atividade, haja vista que a certificação é uma das maneiras de garantir a conformidade do serviço turístico aos requisitos especificados.

- **Hospedagem**

A análise dos serviços e equipamentos de hospedagem instalados no Polo teve como base os dados contidos no Cadastur e também o levantamento realizado nos meses de abril, maio e junho de 2014 pela consultoria.

Dessa análise ressalta-se que a oferta dos serviços de hospedagem concentra-se na capital. Palmas dispõe de 28 estabelecimentos registrados no Cadastur e 46 estabelecimentos de acordo com o levantamento em campo (tabela 20). Nos outros municípios do Polo, Paraíso do Tocantins apresentou quatro estabelecimentos pelo Cadastur e 12 pela pesquisa direta, seguido por Porto Nacional com três estabelecimentos pelo Cadastur e 8 pelo levantamento da consultoria. Lajeado aparece em último lugar na disponibilidade de meios de hospedagem, com apenas um, segundo a fonte oficial, e cinco conforme pesquisa de campo.

A tabela a seguir reúne as informações do Cadastur e da pesquisa realizada, permitindo o comparativo da quantidade de estabelecimentos existentes e àqueles registrados no sistema oficial de informações turísticas do Estado.

Tabela 20: Hospedagem Cadastur X levantamento realizado

| MUNICÍPIO | HOSPEDAGEM Cadastur | HOSPEDAGEM Levantamento (2014) |
|----------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Lajeado | 1 | 5 |
| Palmas | 28 | 46 |
| Paraíso do Tocantins | 4 | 12 |
| Porto Nacional | 3 | 8 |
| Total | 36 | 71 |

Fonte: Ministério do Turismo – Sistema Cadastur – Relatório de Listagem Padrão – 03julho de 2014 e Levantamento realizado nos meses de Abril, Maio e Junho de 2014.

A diferença existente entre o número de hotéis levantados na pesquisa e a quantidade de estabelecimentos registrados no Cadastur revela um gargalo a ser superado uma vez que essa situação leva à suposição: do desinteresse dos empresários do setor em informar os equipamentos turísticos de sua propriedade; da falta de integração dos atores atuantes; de baixa sensibilização do *trade* para a importância de informações turísticas sistematizadas; e mesmo da possível informalidade desses equipamentos. Todas essas carências dificultam, sobremaneira, o estabelecimento de ações voltadas para o fortalecimento e incremento do turismo.

O Polo apresenta uma oferta de meios de hospedagem ainda baixa. A Capital ainda é a grande agregadora da oferta, possuindo mais da metade da quantidade total dos equipamentos.

O número de leitos e de unidades habitacionais existentes em cada município do Polo, bem como o número de empregos gerados em hotéis e similares são apresentados na tabela a seguir. O levantamento quantitativo de equipamentos, leitos e meios de hospedagem tem

como base a pesquisa realizada nos estabelecimentos nos meses de abril, maio e junho de 2014. Em alguns estabelecimentos não foi possível obter informações a respeito da quantidade de leitos e de unidades habitacionais devido à dificuldade de contato com o responsável do estabelecimento ou pela recusa do mesmo em prestar essas informações.

A fonte de informação que trata o número de empregos gerados em hotéis e similares tem como fonte a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS por meio dos registros realizados em 2013, o sistema CAGED (acesso em julho de 2014) e a Classificação Brasileira de Ocupações – CBO. A pesquisa refere-se apenas aos empregos formais gerados pelo setor. Os postos de trabalho informais não são considerados por falta de informação quantitativa. Além disso, sabe-se que, a exemplo de outros municípios brasileiros o, alguns equipamentos de hospedagem empregam funcionários sem a devida formalização.

Tabela 21: Equipamentos de hospedagem, leitos, unidades habitacionais e empregos gerados

| MUNICÍPIO | EQUIP. HOSPEDAGEM | LEITOS | UNIDADES HABITACIONAIS | Nº DE EMPREGOS EM HOTÉIS E SIMILARES |
|----------------------|-------------------|--------------|------------------------|--------------------------------------|
| Lajeado | 5 | 114 | 56 | - |
| Palmas | 46 | 3.016* | 1.406* | 642 |
| Paraíso do Tocantins | 12 | 399** | 203** | 3 |
| Porto Nacional | 8 | 285*** | 131*** | 15 |
| Total | 71 | 3.814 | 1.966 | 660 |

Obs: * Não considera leitos ou unidades habitacionais de cinco equipamentos, por falta de informação prestada.

** Não considera leitos ou unidades habitacionais de três equipamentos, por falta de informação prestada.

*** Não considera leitos ou unidades habitacionais de dois equipamentos, por falta de informação prestada.

Fonte: Levantamento realizado nos meses de Abril, Maio e Junho de 2014; RAIS, 2013; CAGED, 2014; CBO, 2014.

É válido ressaltar que Palmas oferece um maior número de leitos, chegando: a 80% do total, a 70% de unidades habitacionais, além de 97% dos empregos gerados no setor. No total, o Polo reúne 3.814 leitos em 1966 unidades habitacionais e 660 empregos. As ocupações constantes na Classificação Brasileira de Ocupações - CBO para o setor de hotelaria referem-se: camareiro de hotel, chefe de portaria de hotel, diretor de produção e operações de hotel, gerente de hotel, governanta de hotelaria, mordomo de hotelaria, porteiro (hotel) e recepcionista de hotel.

Além da concentração da oferta dos meios de hospedagem em Palmas, com melhor infraestrutura receptiva ao turista, o comércio e os serviços em geral também são mais diversificados e mais presentes em Palmas. A análise comparativa do PIB dos municípios também indica diferenciação nas características econômicas municipais, conforme dados apresentados na tabela a seguir.

Tabela 22: Produto Interno Bruto dos Municípios do Polo - Polo Palmas

| MUNICÍPIO | PIB (R\$) | PIB per capita (R\$) |
|----------------------|-------------------------|----------------------|
| | a preços correntes 2012 | |
| Lajeado | R\$ 29.363,00 | R\$ 10.346,47 |
| Palmas | R\$ 4.130.976,00 | R\$17.065,21 |
| Paraíso do Tocantins | R\$ 686.936,00 | R\$ 15.041,62 |
| Porto Nacional | R\$ 759.608,00 | R\$15.261,15 |
| Total | | |

Fonte: IBGE CIDADES, acesso em junho de 2014.

Considerando que a Capital apresenta melhor competitividade turística, infere-se a necessidade de distribuição da atividade turística por todo o território do Polo. Assim, pretende-se a estruturação dos atrativos localizados nos outros municípios, possibilitando a formatação de roteiros complementares que possam alavancar o desenvolvimento turístico integrado.

De acordo com as entrevistas realizadas em campo, em outubro de 2013 e as visitas realizadas no primeiro semestre de 2015, foi informado e verificado que o setor hoteleiro de Palmas está em constante crescimento. Atualmente a capital possui capacidade para sediar eventos de pequeno e médio porte, envolvendo a capacidade do Centro de Convenções e as condições de hospedagem e de serviços receptivos. As figuras a seguir ilustram alguns hotéis da Capital.

Figura 54: Alguns dos Hotéis localizados no Município de Palmas



Hotel no município de Palmas

Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

Informações mais detalhadas sobre os meios de hospedagem municipais, podem ser encontradas nas tabelas seguintes (tabelas 23, 24, 25 e 26), onde constam os hotéis existentes em cada município, bem como os leitos e as unidades habitacionais de cada estabelecimento. Alguns estabelecimentos não quiseram/souberam informar ou o contato não foi possível, sendo indicada nesses casos a situação de “não informado” - sigla NI. Constam das tabelas, a indicação dos estabelecimentos que possuem registro no Cadastur, conforme pesquisa realizada em julho de 2014.

Tabela 23: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Lajeado

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|--------------------|------------|----------------------|----------|
| Hotel Renascer | 12 | 6 | Sim |
| Hotel Lajeado | 25 | 16 | Não |
| Hotel Cristal | 20 | 8 | Não |
| Hotel Olímpia | 18 | 15 | Não |
| Pousada do Segredo | 39 | 11 | Não |
| Total | 114 | 56 | - |

Fonte: Cadastur julho 2014; Adtur – Polo Palmas, 2013 e pesquisa da Technum Consultoria SS.

Tabela 24: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Palmas

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|--------------------------|--------|----------------------|----------|
| Victória Plaza Hotel | 144 | 72 | Sim |
| Hotel Triângulo Mineiro | 132 | 48 | Sim |
| Hotel Arco Iris | 120 | 35 | Sim |
| Pousada Mosaico | 22 | 12 | Sim |
| Hotel Roma | 41 | 28 | Sim |
| Hotel Castro | 42 | 17 | Sim |
| Hotel Carvalho's | 130 | 52 | Sim |
| Serra Azul Hotel | 26 | 11 | Sim |
| Alvorada Hotel | 27 | 18 | Sim |
| Hotel Casa Grande | 72 | 36 | Sim |
| Turim Palace Hotel | 130 | 50 | Sim |
| Munart Hotel | 50 | 38 | Não |
| Hotel Araguaia | 62 | 24 | Não |
| Eduardo's Palace Hotel | 110 | 52 | Sim |
| Hotel Rio do Sono | 150 | 59 | Sim |
| Hotel Magnu's | 26 | 14 | Sim |
| Hotel Estrela | 130 | 60 | Sim |
| Hotel Astória | 32 | 24 | Sim |
| Hotel Castelo | 190 | 85 | Sim |
| Hotel Fit | 45 | 20 | Sim |
| Italian Palace Hotel | 92 | 43 | Sim |
| Hotel Graciosa Palace | 60 | 24 | Sim |
| Pousada dos Girassóis | 100 | 62 | Sim |
| Hotel Girassol Plaza | 164 | 82 | Sim |
| Hotel Palmas | 50 | 20 | Não |
| Goiânia Park Hotel Ltda. | 40 | 16 | Sim |
| Hotel Beija Flor | 80 | 40 | Sim |
| Pousada Rios | 50 | 20 | Sim |
| Flat Assunção | 60 | 15 | Sim |
| Jalapão Hotel Ltda. | 125 | 46 | Sim |

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|-------------------------|-------------|----------------------|----------|
| Brito's hotel | 25 | 12 | Sim |
| Alfredus Hotel | 48 | 21 | Não |
| Colorado Palmas Hotel | 100 | 40 | Não |
| Hotel Arataú | NI | NI | Não |
| Hotel Center Palmas | NI | NI | Não |
| Hotel Buritis | 160 | 65 | Não |
| Hotel Por do Sol | NI | 24 | Não |
| Hotel São Paulo | 60 | 28 | Não |
| Hotel Sol Nascente | 40 | 21 | Não |
| Noite Hotel | NI | NI | Não |
| Recife Hotel | NI | 30 | Não |
| Hotel Serrano | 36 | 19 | Não |
| Pousada Brasil | 45 | 23 | Não |
| Pousada das Artes | NI | NI | Não |
| Pousada Mosaico | NI | NI | Não |
| Rancho Sucupira Camping | NI | NI | Não |
| Total | 3016 | 1406 | - |

Fontes: Cadastur julho 2014; Adtur – Polo Palmas, 2013 e pesquisa da Technum Consultoria SS.

Tabela 25: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Paraíso do Tocantins

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|--------------------------|------------|----------------------|----------|
| Serrano's Park Hotel | 78 | 39 | Sim |
| Mirante Plaza Hotel | 27 | 16 | Não |
| Hotel Entre Rios | 18 | 13 | Não |
| Cassia's Hotel | 90 | 45 | Sim |
| Hotel Fagundes | 33 | 15 | Não |
| Tangará Hotel | 46 | 22 | Não |
| Hotel Triângulo | 40 | 25 | Não |
| Hotel Pirâmide | 65 | 27 | Sim |
| Churrascaria Missioneira | 2 | 1 | Sim |
| Fernando's Hotel | NI | NI | Não |
| Hotel Guarani | NI | NI | Não |
| Hotel Humuarama | NI | NI | Não |
| Total | 399 | 203 | - |

Fonte: Cadastur julho 2014; Adtur – Polo Palmas, 2013 e pesquisa da Technum Consultoria SS.

Tabela 26: Estabelecimentos de Hospedagem do Município de Porto Nacional

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|----------------|--------|----------------------|----------|
| Hotel Avenida | 18 | 9 | Não |
| Hotel Nacional | 17 | 11 | Não |
| Hotel União | 54 | 23 | Sim |

| HOTEL | LEITOS | UNIDADE HABITACIONAL | CADASTUR |
|---------------------|------------|----------------------|----------|
| Shelton Hotel | 62 | 29 | Não |
| Hotel Alvorada | NI | NI | Não |
| Hotel Veredas | 82 | 35 | Sim |
| Hotel Aliança | 52 | 24 | Sim |
| Hotel Capim Dourado | NI | NI | Não |
| Total | 285 | 131 | - |

Fonte: Cadastur julho 2014; Aotur – Polo Palmas, 2013 e pesquisa da Technum Consultoria SS.

Inexiste dados sistematizados sobre o quantitativo de hóspedes, taxa de ocupação, permanência média, fluxo de hóspedes e o índice de pernites nos hotéis e pousadas pesquisados. Observa-se assim a necessidade de se instituir um sistema de informações turísticas acessível aos diferentes atores públicos e privados, incluindo os empreendedores locais. A partir das informações levantadas serão obtidos os subsídios necessários ao planejamento, à gestão do turismo, ao atendimento ao turista, e na tomada de decisão referente ao marketing do Polo, notadamente no âmbito da comercialização e divulgação do destino.

De acordo com informações publicadas pela ABIH e disponível no site www.portalct.com.br (acesso em julho de 2014), a capital Palmas possui um hotel classificado pelo Mtur como o único quatro estrelas da Região Norte. O mesmo equipamento foi credenciado pela Federação Internacional de Futebol - Fifa para a Copa do mundo de 2014.

Ainda na mesma reportagem foi informado que a taxa de ocupação em 2013 nos meios de hospedagem da Capital fica em torno de 57% por ano. Nos meses considerados de alta temporada (maio, junho, agosto, setembro, outubro e novembro) a ocupação hoteleira atinge 100% de ocupação.

No site do órgão Palmas *Convention & Visitors Bureau*, há disponibilizado uma matéria intitulada “*Com forte potencial na atração de eventos Palmas investe no turismo de negócios*” (disponível em http://palmascvb.com.br/ver_noticia.asp?cod=115027&codDep=1402) que cita que a ocupação hoteleira de Palmas varia de 70% a 80% quando ocorrem eventos. Entretanto, não é disponibilizada a data de referência da informação e tampouco detalhes a respeito da fonte. Em entrevista realizada em campo não foi possível constatar a veracidade e data da informação.

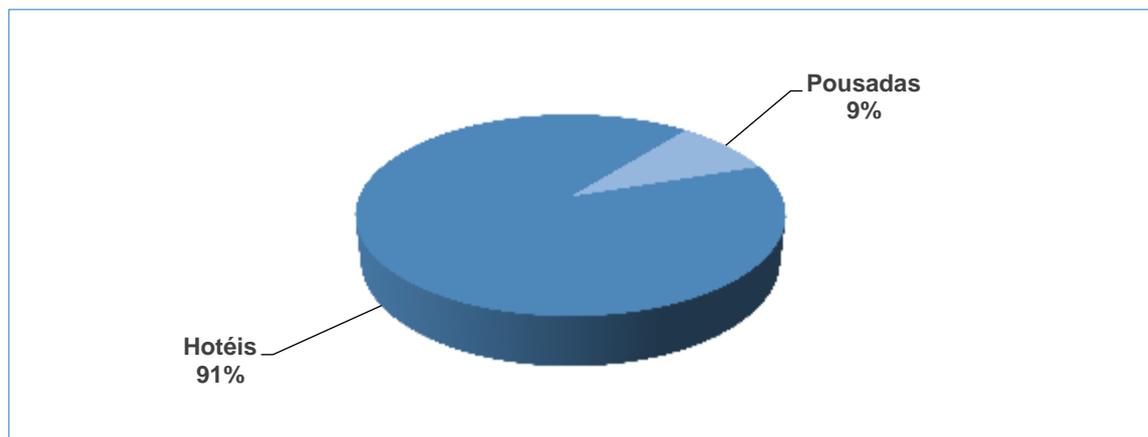
Vale ressaltar que os números indicam um índice de ocupação alto, que deve ser aproveitado para distribuição da atividade turística em todo o Polo. Para tanto, é necessária a criação de roteiros complementares, integrados com os outros municípios do Polo. Além disso, é importante a busca de parceria entre os setores público e privado para captação de eventos e investimentos no setor, bem como oferecer atrativos que incentivem o aumento do tempo de permanência e amplie a natureza dos gastos dos turistas.

A pesquisa qualitativa nos meios de hospedagem do Polo foi realizada nos meses de abril, maio e junho de 2014 por meio de entrevistas com os empresários ou responsáveis locais pelos estabelecimentos. A pesquisa envolveu resposta de 32 estabelecimentos de um total de 71. Ressalta-se, que em alguns estabelecimentos não foi possível estabelecer contato ou os proprietários/responsáveis não quiseram ou não souberam responder às perguntas. Vale enfatizar que alguns dados desses estabelecimentos foram localizados no sistema Cadastur e por isso foram utilizados para compor as tabelas anteriores (23 e 26). No entanto, para a pesquisa qualitativa preferiu-se realizar a análise dos estabelecimentos que responderam todas as perguntas. As perguntas elaboradas podem ser verificadas no fim do desse

documento, enquanto que a pesquisa completa será repassada à SEDEN quando da entrega do Produto Final.

A maioria expressiva dos estabelecimentos presentes nos quatro municípios do Polo que participaram da entrevista é de hotéis. Do total (32), 91% são hotéis (29) e 9% pousadas (3). Essa divisão é representada no gráfico a seguir.

Gráfico 20: Estabelecimentos de hospedagem registrados nas Associações relacionadas com o Turismo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Apenas 59% dos estabelecimentos entrevistados possuem registro no Cadastur. A quantidade de estabelecimentos associados à ABIH ou a outro órgão relacionado ao turismo é mínima, ficando apenas com 9%.

Quanto ao tempo de funcionamento 47% dos estabelecimentos não souberam/quiseram responder. Todavia, 37,5% afirmaram que possuem mais de 10 anos de funcionamento, seguido por 9% que funcionam entre 5 a 10 anos e 6% que funcionam a menos de 5 anos. O gráfico a seguir ilustra essa informação.

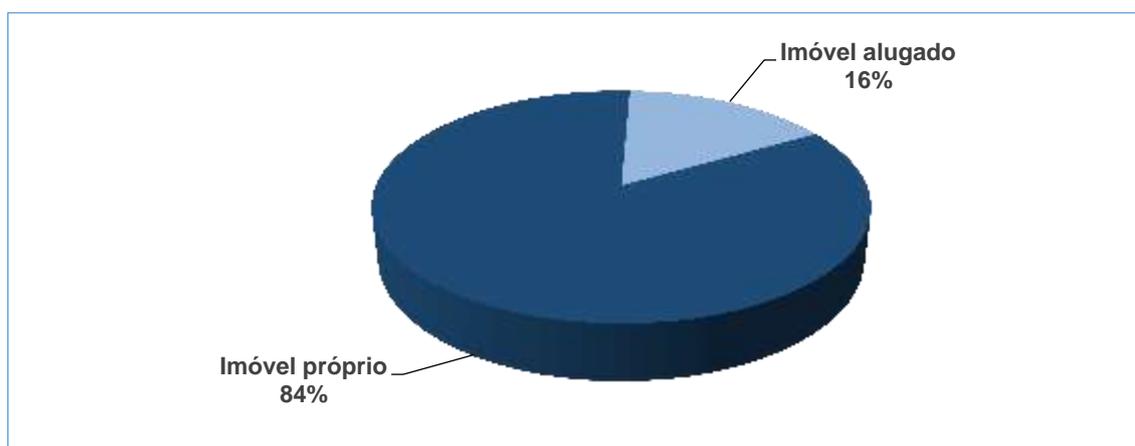
Gráfico 21: Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de hospedagem



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Com relação ao tipo de imóvel, 84% dos entrevistados responderam ocupar imóvel próprio enquanto que 16% ocupam imóveis alugados. O gráfico a seguir ilustra essa relação.

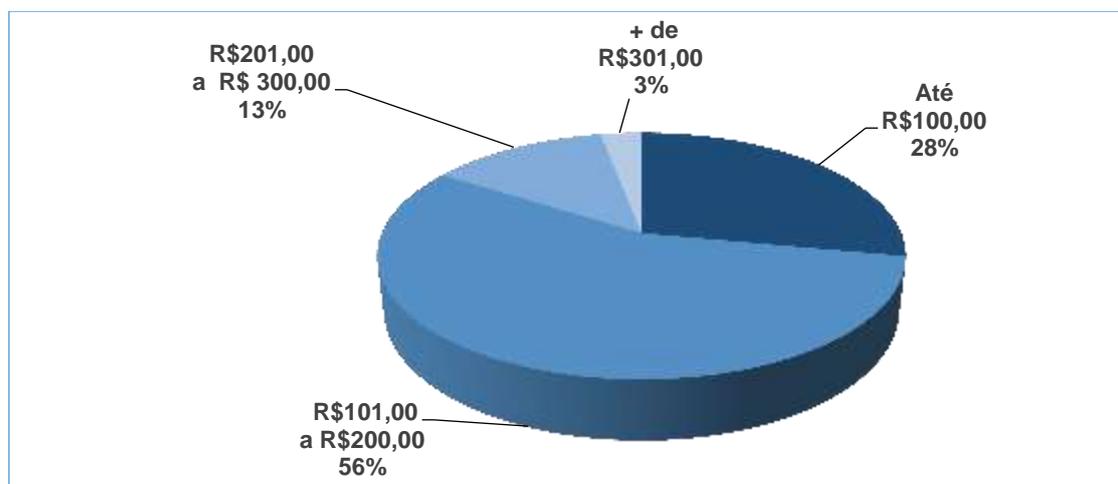
Gráfico 22: Tipo de imóvel dos equipamentos de hospedagem



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

O valor médio da diária praticada é de R\$ 125,84 (cento e vinte e cinco reais e oitenta e quatro centavos), sendo a menor e a maior respectivamente R\$ 55,00 (cinquenta e cinco reais) e R\$ 348,00 (trezentos e quarenta e oito reais). Conforme indica gráfico a seguir, constata-se que: 28% dos estabelecimentos possuem diárias no valor de até R\$ 100,00 (cem reais); 56% cobram entre R\$ 101,00 (cento e um reais) e R\$ 200,00 (duzentos reais); 12,5% cobram na faixa de R\$ 201,00 (duzentos e um reais) e R\$ 300,00 (trezentos reais); e os outros 3% cobram acima de R\$ 301,00 (trezentos e um reais) na diária.

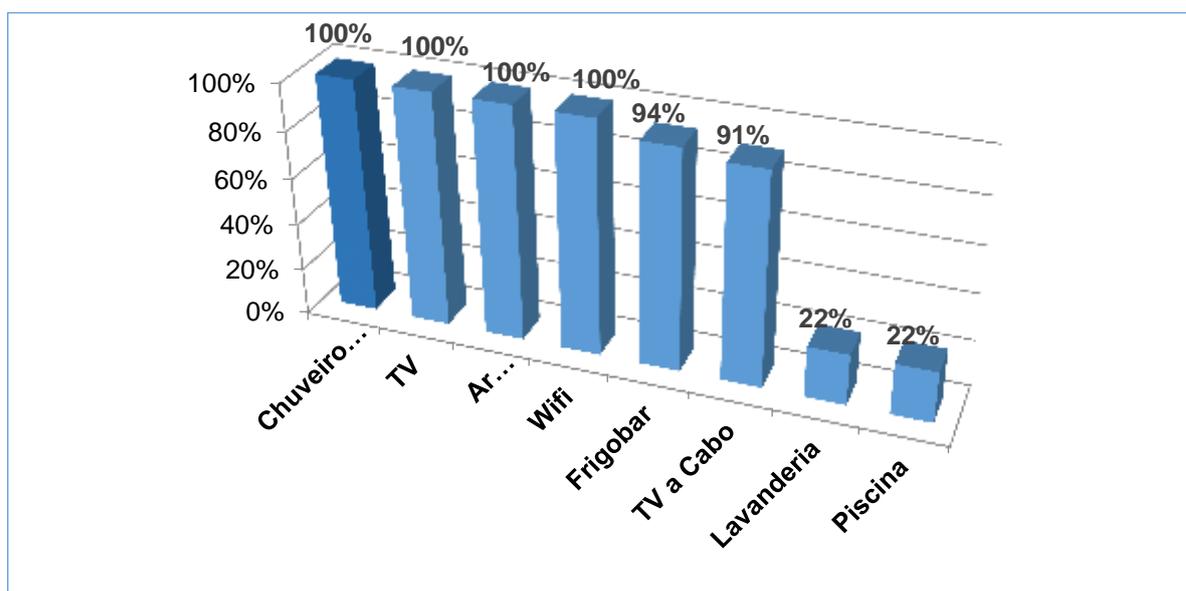
Gráfico 23: Valor das diárias dos equipamentos de hospedagem



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Quanto às facilidades e equipamentos oferecidos nas unidades habitacionais, os mais citados foram: chuveiro quente (100%), TV (100%), Ar condicionado (100%), Wifi (100%), frigobar (94%), TV a cabo (91%), lavanderia (22%) e piscina (22%).

Gráfico 24: Facilidades e equipamentos oferecidos nas unidades habitacionais



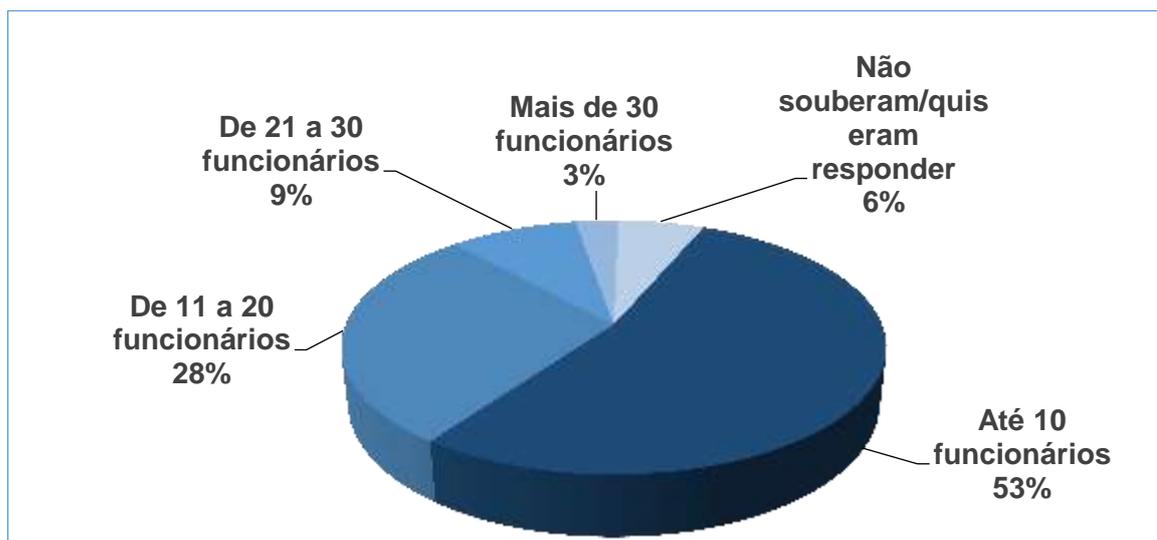
Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

A forma de pagamento mais aceita é o dinheiro (100%) e, em segundo lugar o cheque (95%). O pagamento com cartão de crédito ou débito, bem como faturamento ou pagamento por boleto é aceito em 25% dos estabelecimentos. Não houve reclamações a respeito do serviço das operadoras de cartão de crédito no Polo.

O tempo de permanência dos hóspedes varia de um a sete dias. Quanto ao período de alta temporada 50% dos estabelecimentos não quiseram/souberam informar, enquanto que 16% dos estabelecimentos afirmaram ser no mês de julho e 12,5% disseram que recebem mais turistas nos meses de fevereiro, março, maio e outubro. Outros meses citados foram junho e novembro (9%); janeiro, abril, setembro e dezembro (6%) e agosto (1%). Essas diferenças referem-se principalmente às ofertas dos produtos no Polo que são distintas e ocorrem em épocas diferentes como a temporada de Sol e Praia e a realização de Negócios e Eventos.

Quanto à quantidade de funcionários empregados, 53% dos estabelecimentos afirmaram possui até 10 empregados, seguidos por 28% dos estabelecimentos que se encontram na faixa de 11 a 20 empregados, 9% com 21 a 30 empregados e 3% que afirmam possui mais de 30 funcionários. Do total 6% não souberam/quiseram responder, conforme aponta o gráfico a seguir.

Gráfico 25: Quantidade de funcionários dos estabelecimentos de hospedagem do Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à qualificação dos funcionários 69% não quiseram/souberam responder, enquanto 21% afirmaram que os funcionários possuem cursos relacionados à hotelaria como garçons, camareiras e recepcionistas e 16% afirmaram que seus funcionários não possuem qualquer qualificação voltada para o turismo.

Em relação à oferta de UHs adaptadas aos Portadores de Necessidades Especiais, a pesquisa contabiliza que 31% estabelecimentos que afirmam possuir unidades adaptadas, enquanto que 37,5% disseram que não possuem e 25% disseram que possuem, mas que são consideradas insuficientes. O restante 6% não quiseram/souberam responder.

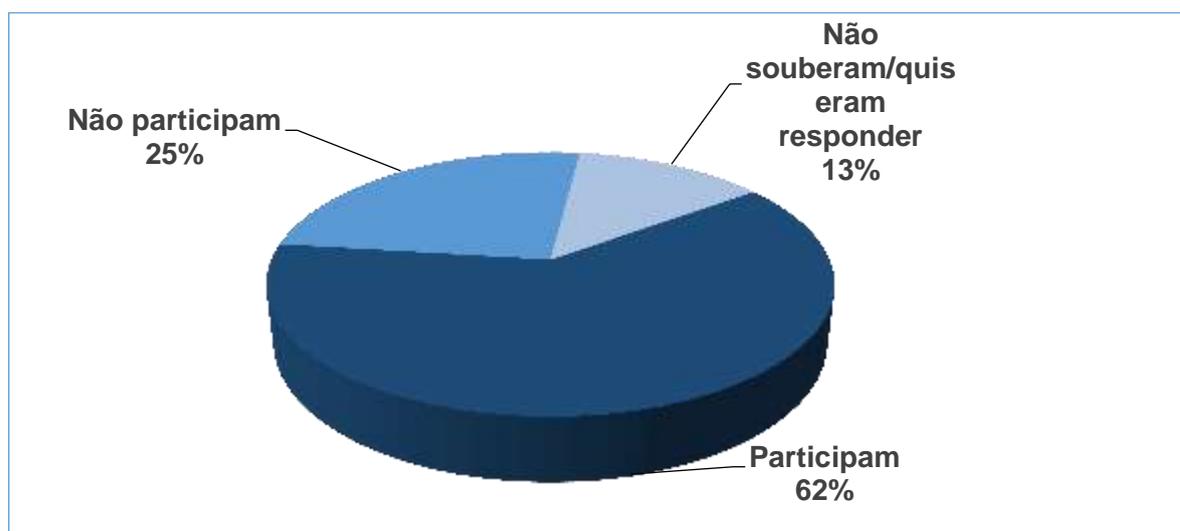
A porcentagem dos estabelecimentos que atuam de forma integrada com as agências de viagem é de 37,5%, enquanto 9% dos estabelecimentos disseram possuir parcerias com transportadoras turísticas e 3% com bares e restaurantes.

Não foram relatados, nas pesquisas, quaisquer conflitos oriundos dos demais agentes do trade turístico.

No que se refere aos incentivos locais para a realização de melhorias dos estabelecimentos, 100% dos entrevistados disseram que é inexistente.

No que diz respeito a estratégias de marketing, 62,5% dos entrevistados disseram participar de pacotes turísticos, seguido por 25% que não participam e 12,5% que não quiseram/souberam responder, conforme ilustra o gráfico a seguir.

Gráfico 26: Participação em estratégias de marketing



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Quanto ao acesso à internet 41% dos estabelecimentos possuem site ou blog para a divulgação do estabelecimento e para a realização de reservas online. Os outros estabelecimentos não possuem (50%) ou não quiseram/souberam responder (9%) Todos os estabelecimentos entrevistados afirmaram não participar de promoções diferenciadas como tarifas baixas ou pacotes especiais nos feriados.

No que diz respeito aos investimentos realizados nos últimos cinco anos, os mais citados foram: reformas gerais e troca de mobiliário e de outros equipamentos. Quanto aos investimentos previstos para os próximos anos, os mais citados indicam reformas e melhoria nos apartamentos. No que se refere ao faturamento médio mensal 100% dos estabelecimentos de hospedagem não quiseram/souberam responder.

É importante destacar o relato, pelos atores locais, a existência de significativo interesse de investidores pela área de hotelaria, principalmente na Capital. Não há, porém, informações consolidadas ou registros desse interesse, à exceção dos equipamentos hoteleiros em construção. Apesar da inexistência das informações oficiais, os atores locais afirmam que no período de alta temporada a ocupação hoteleira chega a 100% das unidades habitacionais.

Essa demanda e crescimento potencial é compatível com a segmentação principal que pressupõe oferta turística diversificada incluindo serviços e equipamentos voltados para o público alvo. Importa ressaltar que esses dois segmentos turísticos, já nas condições existentes, agregam significativo valor à economia dos municípios.

- **Equipamentos e Serviços de Alimentação**

Os serviços de alimentação, assim como os meios de hospedagem, são essenciais como componentes da oferta do turismo, não só para suprir necessidades básicas do turista, mas também como elemento atrativo relacionado à cultura local, traduzido pela culinária típica da região.

Embora não esteja disponível um referencial estatístico atualizado dos serviços de alimentação, através da inventariação ou cadastramento no programa do MTur/Cadastur, infere-se que a oferta, concentrada em Palmas, apresenta ainda grande oportunidade de expansão. Registra-se também uma alimentação diversificada que vai desde a oferta de estabelecimentos que operam em rede até restaurantes mais simples.

A culinária regional possui uma grande influência de culturas indígenas, paulista, portuguesa e mineira. A *Paella* de Tocantins é uma das comidas típicas da cidade de Palmas.

A tabela a seguir apresenta o quantitativo dos estabelecimentos de alimentação registrados no Cadastur e aqueles levantados por meio da pesquisa realizada nos meses de abril, maio e junho de 2014 pela Consultoria. As informações revelam uma diferença considerável entre os estabelecimentos cadastrados no Cadastur e àqueles existentes nos municípios do Polo.

Tabela 27: Total de Equipamentos de Alimentação Instalados nos Municípios Integrantes do Polo

| MUNICÍPIO | ALIMENTAÇÃO Cadastur | ALIMENTAÇÃO Levantamento (2014) |
|----------------------|----------------------|---------------------------------|
| Lajeado | 0 | 6 |
| Palmas | 24 | 121 |
| Paraíso do Tocantins | 3 | 26 |
| Porto Nacional | 0 | 20 |
| Total | 27 | 173 |

Fonte: Ministério do Turismo – Sistema Cadastur – Relatório de Listagem Padrão – 03 de julho de 2014 e levantamento realizado nos meses de Abril, Maio e Junho de 2014.

Verifica-se, por meio dos dados da tabela anterior, que somente 27 estabelecimentos realizaram registros no Cadastur, indicando uma informalidade de estabelecimentos de alimentação no Polo. Esta situação constitui um gargalo para o crescimento do turismo local, tendo várias consequências, dentre elas, a dificuldade na tomada de decisões e a formulação de ações voltadas para promoção de cursos de qualificação ou possibilidade de concretização de empréstimos para a melhoria dos equipamentos.

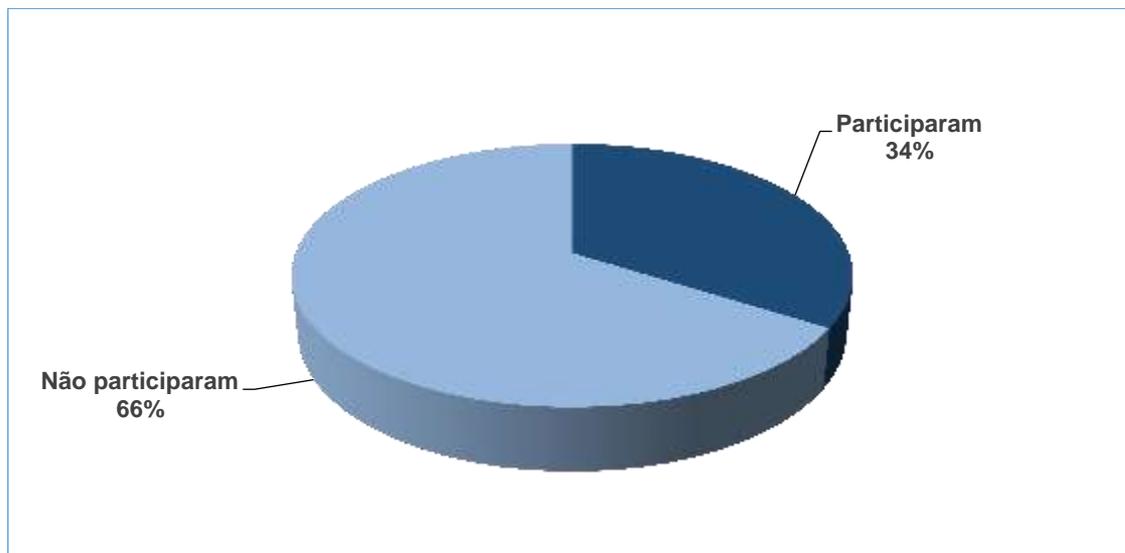
Ao todo são 173 equipamentos voltados para a alimentação, de acordo com o levantamento realizado pela Consultoria. Em Palmas estão instalados 121 unidades, dentre elas bares e restaurantes, *fast foods*, choperias e botecos, que oferecem pratos da cozinha regional, frutos do mar, cozinha naturalista, rodízio de churrasco, pizzarias, lanchonetes sorveterias e outros tipos de estabelecimentos.

Ressalta-se que os estabelecimentos instalados em Palmas tem possibilidade de atendimento aos turistas das várias faixas sociais e poder de consumo. Nos outros municípios observa-se uma reduzida quantidade de empreendimentos gastronômicos, sendo: Porto Nacional com 26 estabelecimentos, Paraíso do Tocantins apresenta 20 e Lajeado apenas 6 equipamentos. A baixa oferta de restaurantes nesses municípios representa, sobremaneira, um problema de atendimento adequado caso haja o esperado aumento da demanda turística no Polo.

Com o objetivo de fortalecer a identidade gastronômica local e o turismo na região a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Abrasel juntamente com a Agência Municipal de Turismo de Palmas e em parceria com o órgão oficial de turismo do Estado e demais parceiros, realiza no mês de agosto o Festival Gastronômico. O público estimado na sétima edição foi de cinco mil pessoas. Na 8ª edição (2014) foi estimado um público de 80 mil participantes e na 9ª edição (2015) foi estimado um público de 120 mil participantes. O Festival é considerado, um atrativo turístico para o Polo.

A análise qualitativa dos serviços e equipamentos de alimentação abrange as respostas de 59 empreendimentos localizados nos municípios do Polo de um total de 173 empreendimentos. Este total equivale a 34% dos serviços e equipamentos dessa natureza presentes no Polo. Ressalta-se, que em alguns estabelecimentos não foi possível estabelecer contato ou os atendentes não quiseram/não souberam responder às perguntas até o fechamento desse Produto. As perguntas elaboradas podem ser verificadas no fim desse documento, enquanto que a pesquisa completa será repassada à SEDEN junto à entrega do Produto Final.

Gráfico 27: Empreendimentos de gastronomia que participaram da pesquisa qualitativa realizada



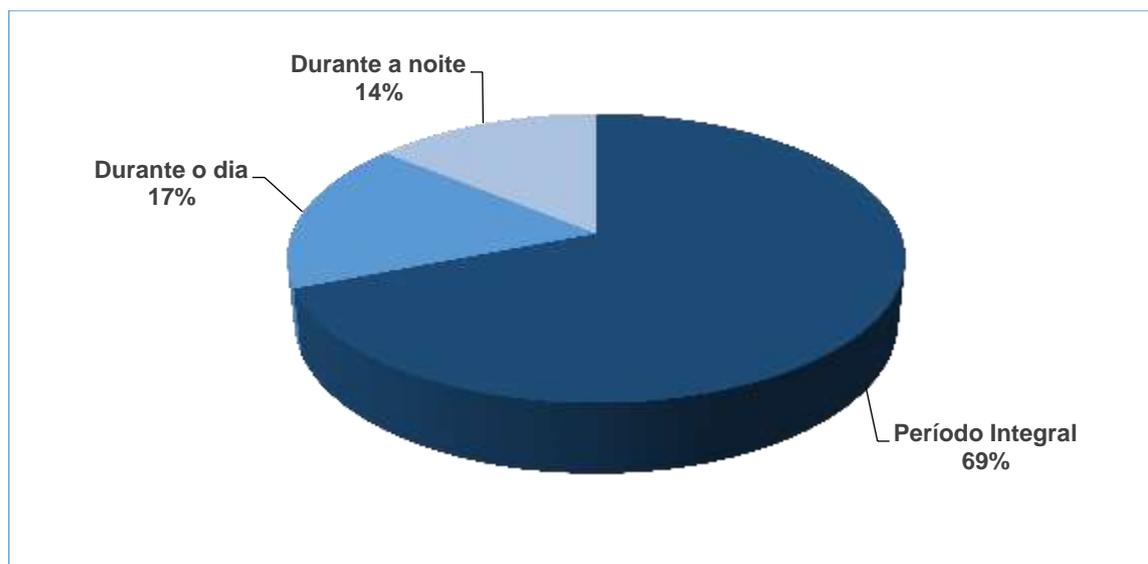
Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Das respostas obtidas apenas 25% indica possuir cadastro no sistema de informações do Cadastur. A afiliação à Abrasel foi confirmada por 26,9% das estabelecimentos.

Em relação à caracterização do negócio, 65,4% disseram funcionar como restaurante; 13,4% como bar; 11,5% como pizzeria e 1,9% como adega. Os outros 36,5% oferecem serviços como lanchonete, cafeteria, doceria, sorveteria, pastelaria, ou pamonharia. Importa acrescentar que a maioria dos estabelecimentos não possui serviço exclusivo, abrangendo mais de uma das categorias de serviços elencadas.

O horário de funcionamento de 69% dos equipamentos de alimentação refere-se ao período integral, enquanto 17% afirmaram limitar o funcionamento ao período diurno e 14% funcionam somente à noite. O gráfico a seguir demonstra esse resultado.

Gráfico 28: Período de funcionamento dos empreendimentos gastronômicos do Polo



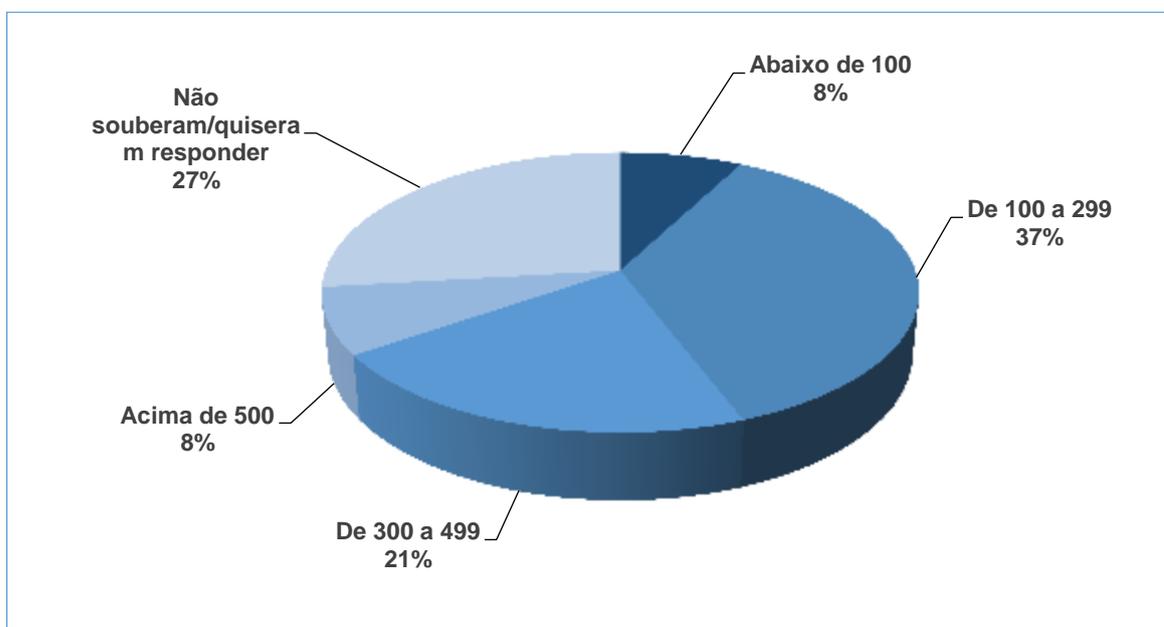
Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à categoria do serviço oferecido, 32,7% respondeu trabalhar com cozinha regional; 21,2% com cozinha nacional; 15,4% com churrascaria. As pizzarias e lanchonetes ficaram com 11% cada uma, enquanto 9,6% dos estabelecimentos correspondem a docerias e 5,8% trabalham com cozinha internacional. Outros serviços como pamonharia, pastelaria, tapiocaria, conveniência e panificadora foram respondidos por 12,5% dos estabelecimentos.

Quanto ao tipo de serviço oferecido, 71,2% responderam que trabalham com serviço à la carte; 50% com refeição à quilo; 7,7% com buffet ou no sistema de rodízio com preço fixo por pessoa e 5,7% trabalham apenas sob encomendas. Observa-se que os estabelecimentos oferecem mais de um serviço e o mais usual consiste na oferta do serviço à *la carte* e a refeição à quilo.

Com relação à quantidade de atendimento de pessoas por dia, 37% dos estabelecimentos afirmaram receber uma faixa de 100 a 299 pessoas, enquanto 21% recebem de 300 a 500 pessoas; 8% recebem abaixo de 100 pessoas e 8% recebem acima de 100 pessoas. Em relação a essa pergunta 27% dos estabelecimentos não quiseram/souberam responder. As informações referentes a esse tema são apresentadas no gráfico a seguir.

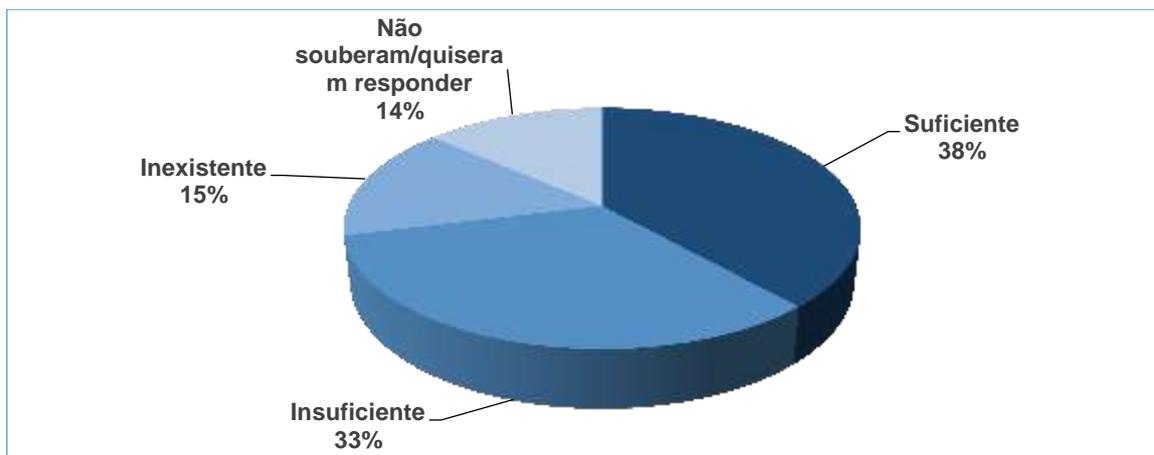
Gráfico 29: Quantidade de pessoas atendidas por dia nos equipamentos e serviços de alimentação



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Quanto a adaptação e facilidades disponíveis para Portadores de Necessidades Especiais 38% dos restaurantes afirmam possuir; 33% responderam que possuem, porém de forma insuficiente por se tratar apenas de rampas de acesso e banheiros adaptados a esse público; 15% disseram não possuir e 14% não quiseram/souberam responder. O gráfico a seguir aponta esses resultados.

Gráfico 30: Adaptações dos equipamentos e serviços de alimentação para atender aos portadores de necessidades especiais



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

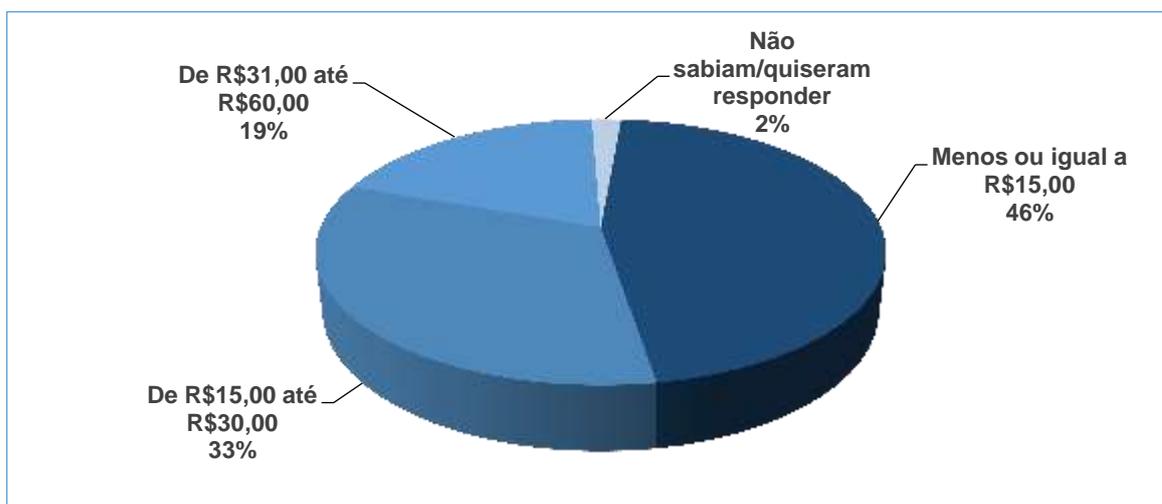
Dos imóveis que abrigam os estabelecimentos de alimentação 55,8% são alugados; 34,6% são próprios; 7,7% trabalham em regime de concessão e 1,9% não soube/quis responder.

Quanto ao tempo de funcionamento dos estabelecimentos a pesquisa aponta que 46,2% funcionam a mais de 10 anos, seguido por 26,9% com funcionamento entre 5 a 10 anos e 23,1% a menos de 5 anos. Dos estabelecimentos pesquisados 3,8% não souberam/quiseram responder.

Com relação à forma de pagamento, 1,9% dos estabelecimentos não soube/quis responder. O restante, 98%, aceita dinheiro e, desses 86,5% aceitam cartão de crédito. O pagamento com cheque não é aceito nos estabelecimentos.

Quanto ao nível de preços praticados, as informações coletadas indicam que o valor cobrado por pessoa é menor de R\$ 15,00 para 46% dos estabelecimentos; seguido por uma variação de R\$ 15,00 a R\$ 30,00 por pessoa para 33% dos estabelecimentos; e de R\$ 31,00 a R\$ 60,00 em 19% dos estabelecimentos. Nenhum estabelecimento relatou preço superior a R\$ 60,00 por pessoa. Nesse tópico 2% dos estabelecimentos não soube/quis responder.

Gráfico 31: Preço praticado pelos equipamentos e serviços de alimentação do Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Os períodos de alta temporada considerados pelos estabelecimentos correspondem a época de fim de ano (novembro, dezembro, janeiro e fevereiro) para 44,2% dos estabelecimentos e a temporada de praia (junho e julho) para 30,7% dos estabelecimentos. Outros períodos que obtiveram respostas consideráveis no que se refere a um maior fluxo de turistas refere-se às datas comemorativas (13,5%), início de mês (7,7%) e feriados (5,7%). A maioria dos estabelecimentos considerou mais de uma época com intenso fluxo turístico e 23% dos estabelecimentos não souberam/quiseram responder.

Quanto ao número de funcionários 50% dos estabelecimentos afirmaram possuir até 10 funcionários; 25% possuem de 11 a 20 funcionários; 12% possuem de 21 a 30 funcionários; 12% possuem acima de 30 funcionários e 2% não souberam/quiseram responder, de acordo com o gráfico que se segue.

Gráfico 32: Número de funcionários dos equipamentos e serviços de gastronomia do Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

A maioria dos funcionários possui curso ou treinamento realizado no próprio estabelecimento de acordo com a resposta de 28,8% deles. Em 25% dos estabelecimentos pesquisados foi informado que a qualificação dos funcionários são de cursos realizados no Sebrae ou Senac. Outras respostas relacionadas à qualificação dos empregados são: 19,3% alegam qualificação insuficiente; 17,3% dizem que o quadro de funcionários não possui qualificação; 3,8% informaram qualificação suficiente, porém não especificaram qual é a qualificação e 5,8% não quiseram/souberam responder.

No que diz respeito à comercialização do empreendimento, a divulgação verbal é utilizada por 63,5% dos estabelecimentos, seguida por 42,3% que utilizam a divulgação pela internet; 23,1% em mídia local e 21,2% divulgam os estabelecimentos por meio de folders, revista e outdoor. Somente 9,6% dos estabelecimentos não souberam/quiseram responder. Alguns estabelecimentos optaram por mais de um tipo de resposta.

Quanto à padronização e/ou certificação dos estabelecimentos, 59,6% afirmaram não possuir qualquer sistema de padronização; 21,2% informaram que possuem manual de qualidade; 5,8% possuem selo de qualidade; 3,8% disseram possuir outros selos certificados por nutricionistas ou consultorias de gestão e 9,6% não quiseram/souberam informar.

No que diz respeito aos investimentos realizados nos últimos cinco anos, 65,4% dos estabelecimentos indicam a realização de reformas em geral. Outras respostas referem-se à aquisição de equipamentos (30,8%) e previsão de investimentos futuros (42,3%). Do total, 11,5% não quiseram/souberam responder. Os estabelecimentos não quiseram/souberam responder a respeito do faturamento médio mensal.

Dos equipamentos de alimentação, 92,3% dos pesquisados informaram não participar de pacotes turísticos e o restante não soube/quis responder.

No que diz respeito à atuação de forma integrada com outros serviços, 90,4% dos estabelecimentos disseram que essa forma de atuação é inexistente, enquanto 1,9% disseram trabalhar em parcerias com outros serviços e 7,7% não quiseram/souberam responder.

Quanto ao incentivo à melhoria dos estabelecimentos ou da culinária, 61,5% dos estabelecimentos afirmaram que não existem incentivos locais para o crescimento ou visibilidade dos restaurantes; 19,2% disseram participar de festivais gastronômicos; 17,3% afirmaram receber apoio da Abrasel e 7,7% não quiseram/souberam responder.

Os eventos gastronômicos são uma tradição nos diversos municípios. No município de Palmas, por exemplo, na Avenida Palmas Brasil, voltada diretamente à culinária especializada, são realizados, com certa frequência, festivais e encontros gastronômicos. No entanto, segundo os funcionários do órgão gestor estadual, os investimentos públicos de apoio para a realização desses eventos vêm diminuindo ao longo dos anos, chegando a uma situação praticamente de inexistência.

A pesquisa qualitativa demonstra tímida adesão dos equipamento de alimentação em associações e/ou sistemas como Abrasel e Cadastur.

O resultado da pesquisa qualitativa também conclui pela necessidade de: investir em cursos de qualificação da gestão dos empreendimentos e de capacitação dos funcionários como, por exemplo, por instituições como ABRASEL e SENAC; incentivar o afiliação dos empreendimentos gastronômicos na ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) e no Cadastur; investir na qualidade dos serviços prestados, buscando trazer para o empreendimento certificações e selos de qualidade; e ampliar a capacidade dos empreendimentos com novas instalações, principalmente se considerada as projeções futuras do crescimento do turismo.

- **Equipamentos e Serviços de Agenciamento Turístico**

Os serviços de agenciamento turístico são prestados por estabelecimentos comerciais, organizados com o objetivo de ofertar, vender ou intermediar a venda e a reserva de transporte, hospedagem, alimentação e eventos para fins considerados turísticos. Tais serviços podem assumir a forma de excursões ou pacotes ou ser prestados individualmente.

A tabela a seguir apresenta a quantidade de agências de turismo registradas no sistema Cadastur e as agências de turismo levantadas pela consultoria nos meses de junho e julho de 2014.

Tabela 28: Total de Agencias de Viagens e Turismo Instalados nos Municípios Integrantes do Polo

| MUNICÍPIO | AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO | AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO |
|----------------------|------------------------------|------------------------------|
| | Cadastur | Levantamento (2014) |
| Lajeado | 0 | 0 |
| Palmas | 36 | 36 |
| Paraíso do Tocantins | 2 | 2 |
| Porto Nacional | 1 | 0 |
| Total | 39 | 38 |

Fonte: Ministério do Turismo – Sistema Cadastur – Relatório de Listagem Padrão – 03 de julho de 2014 e Levantamento realizado nos meses de Junho e Julho de 2014.

Os dados da tabela 28 indicam que no Sistema Cadastur há no total, 39 agências de viagem e turismo no Polo, enquanto que as informações levantadas nos meses de junho e de julho de 2014 contabilizaram 38 agências. Essa diferença refere-se à agência cadastrada no sistema Cadastur do município de Porto Nacional. Em contato com o estabelecimento foi informado pelos seus responsáveis que o mesmo ainda não funcionava na época do levantamento por se encontrar ainda em processo de organização, sem previsão para o início das suas atividades.

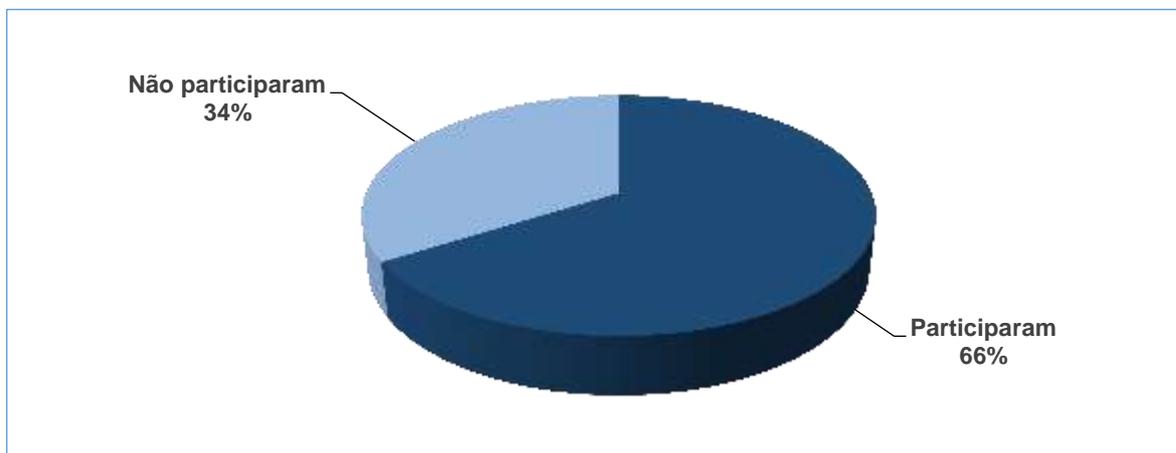
O levantamento realizado em 2014 identificou 36 agências de viagens e operadoras de turismo em Palmas e duas em Paraíso. Porto Nacional e Lajeado não possui esse equipamento. Verifica-se um reduzido número de agências de receptivo no Polo o que leva a uma baixa comercialização local de atividades complementares. Esta situação interfere no turismo da região no que se refere à sua potencialidade de exploração, não existindo a formatação de passeios ou de roteiros integrados para induzir maior permanência e gastos no destino.

A estruturação de roteiros turísticos é uma contribuição importante das agências de turismo. Nesse sentido, devem-se incentivar roteiros turísticos complementares, com integração de serviços que possam ser ofertados como novos produtos turísticos.

Tão importante quanto à elaboração dos roteiros turísticos consiste também a promoção e divulgação dos mesmos. Recomenda-se uma parceria com operadores turísticos nacionais para que os produtos turísticos do Polo sejam conhecidos e comercializados nacionalmente. Associativismo com o setor turístico e o poder público são essenciais para a participação dos agentes locais nas feiras comerciais de turismo, divulgando produtos e atrativos.

A análise dos serviços e equipamentos de agenciamento abrange as respostas de 25 equipamentos, que equivale a 66% dos serviços e equipamentos de agenciamento. O gráfico a seguir ilustra o exposto.

Gráfico 33: Número de equipamentos e serviços de Agenciamento Turístico que participaram da pesquisa

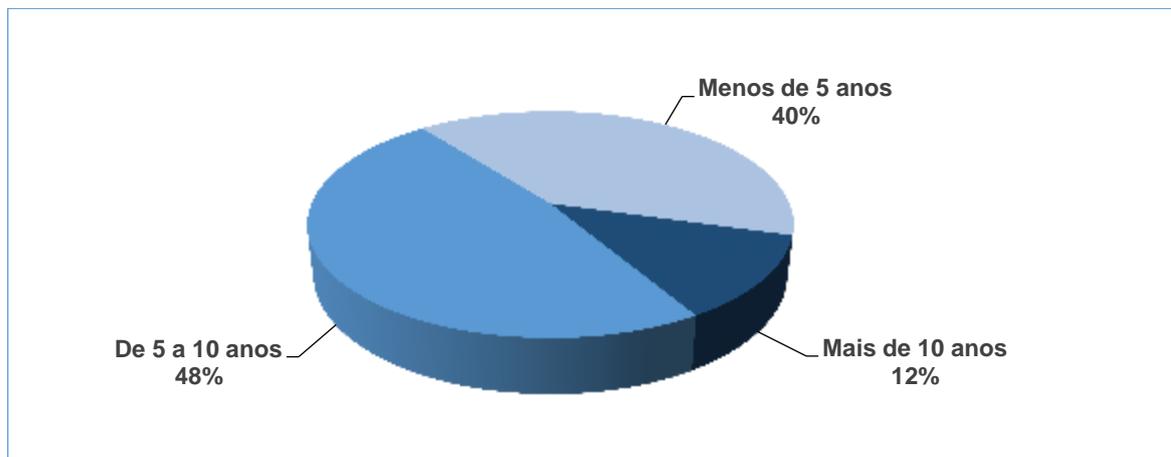


Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Todos os estabelecimentos entrevistados possuem registro no Cadastur. Desses 32% são registrados na Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV; 8% na Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura - ABETA e 8% nas Redes de Empresas de Turismo do Jalapão - REAJA.

Quanto ao tempo de funcionamento 48% dos estabelecimentos afirmaram que funcionam entre 5 a 10 anos, seguido por 40% que funcionam a menos de cinco anos e 12% que funcionam a mais de 10 anos. O gráfico a seguir ilustra essa informação.

Gráfico 34: Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de Agenciamento Turístico



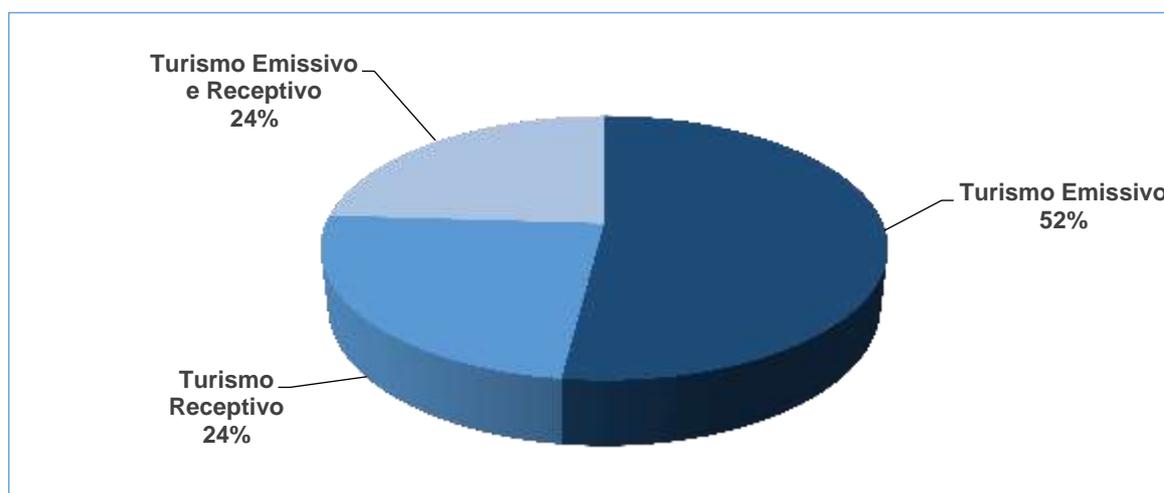
Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

A maioria dos imóveis onde as Agências de Viagens atuam é próprio, representando 60% do total de equipamentos. Os outros 40% restantes ocupam imóveis alugados.

Dos estabelecimentos pesquisados, 48% são agências de viagem e turismo, 40% são operadores turísticos e 20% são agências de viagens. Alguns estabelecimentos optaram por mais de um tipo de resposta.

Quanto à atuação, 52% das agências operam no turismo emissivo, 24% no turismo receptivo e 24% no turismo emissivo e no receptivo, conforme ilustra o gráfico a seguir.

Gráfico 35: Atuação das Agências de Turismo no Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Quanto aos serviços oferecidos, os que obtiveram mais citações de ocorrência da atividade foram: venda de pacotes (96%), reserva em hotéis (88%), city tour (88%), aluguel de veículos (84%), passeios em destinos do entorno (76%), emissão de passagens (56%), passeios de barco (52%), aquisição de seguro viagem (20%), outros serviços (canoagem, rapel e tirolesa – 4%).

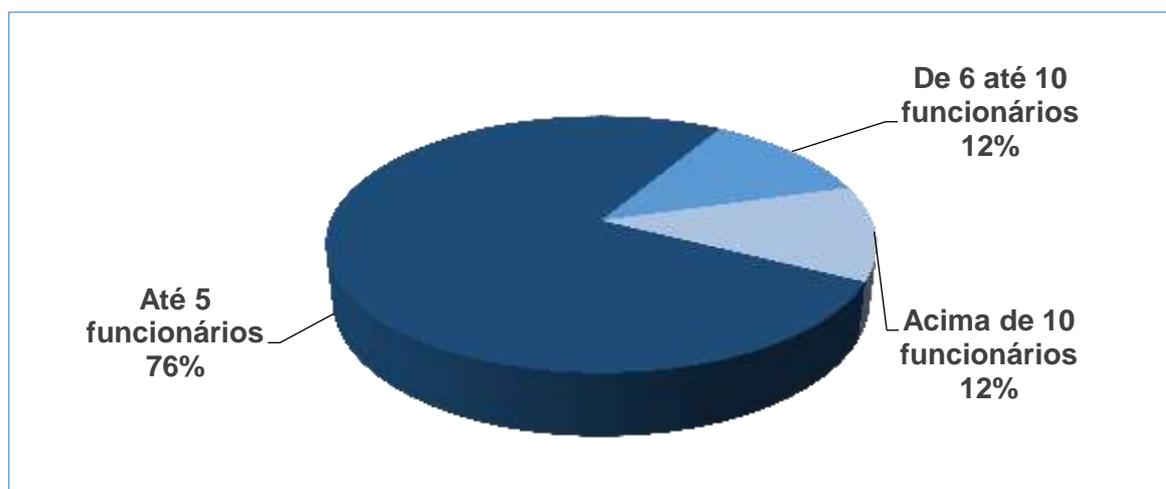
Quanto às formas de pagamento as mais citadas em relação à aceitação foram dinheiro (100%), cartão de crédito (100%), faturamento (60%), boleto (28%) e pagamento por vale seguro (8%). O pagamento em cheque não é aceito pelas agências.

Sobre o sistema de certificação 84% dos estabelecimentos responderam que não possuem, Dos que responderam, 4% disseram possuir sistema de certificação da ABETA e 4% não souberam/quiseram informar.

Os meios de divulgação mais utilizados foram: internet (92%), cartões de visita e folder (44%), mídia impressa (24%), boca a boca (12%), cartazes e *outdoor* (8%) e rádio e TV (4%).

Quanto à quantidade de funcionários empregados, 76% dos estabelecimentos afirmaram possuir até 5 empregados, seguidos por 12% dos estabelecimentos que se encontram na faixa de 6 a 10 empregados e 12% com mais de 10 funcionários, conforme ilustra o gráfico a seguir.

Gráfico 36: Número de funcionários dos equipamentos e serviços de Agenciamento Turístico



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à qualificação desses funcionários 92% afirmaram ser suficiente para as atividades desenvolvidas e 8% disseram que não é suficiente.

Quanto à atuação de forma integrada, 56% das agências responderam que trabalham em parceria com as transportadoras turísticas, 52% responderam trabalhar com outras agências de viagens, 36% tem parceria com bares ou restaurantes, 12% disseram que haver parcerias com outras operadoras de turismo e 20% não quiseram/souberam responder. Não foram relatados nas pesquisas quaisquer conflitos oriundos dos demais agentes do trade turístico.

No que se refere aos incentivos locais para a realização de melhorias dos estabelecimentos, 100% dos entrevistados disseram que é inexistente.

No que diz respeito aos investimentos realizados nos últimos cinco anos, os mais citados foram: aquisição de equipamentos (40%), aquisição de veículos (24%), reformas em geral (24%), divulgação e marketing (16%) e capacitação (8%). Ainda sobre os investimentos 12% das agências disseram que houve investimentos, mas não soube informar em que área e 24% das agências disseram que não investiram.

Quanto aos investimentos previstos para os próximos 5 anos, os mais citados foram: aquisição de equipamentos (24%), aquisição de veículos (24%), reformas (4%) e capacitação (4%). Dos estabelecimentos que responderam 32% afirmaram que não realizarão investimentos em equipamentos nos próximos 5 anos.

No que se refere ao faturamento médio mensal a média foi de R\$ 70.000,00 (setenta mil reais) onde o faturamento mais baixo foi de R\$ 3.000,00 reais mensais e o mais alto de R\$

500.000,00 reais mensais. Apenas 14% dos estabelecimentos não quiseram/souberam responder.

Os dados das pesquisas (quantitativa e qualitativa) revelam que os municípios do Polo, exceto Palmas, possuem uma quantidade de agências de turismo insuficiente. Um eventual aumento do fluxo de turistas para o Polo, seja de forma induzida ou espontânea, pode acarretar um colapso na prestação desses serviços nos municípios.

O resultado da pesquisa qualitativa também permite identificar que os empreendimentos participam de associações e estão cadastradas no Cadastur como forma de divulgar e de promover a atividade turística. No entanto, foram observados gargalos como a necessidade de investimento em certificação por meio da implantação de sistemas tais como selos de qualidade e de certificação de segurança, bem como ausência de previsões de intervenções nos empreendimentos existentes ou mesmo aquisição de novas instalações ou reformas principalmente se considerada as projeções futuras do crescimento do turismo.

- **Equipamentos e Serviços de Transportadora Turística**

De acordo com a Lei 11.771 de 17 de Setembro de 2008 que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, as transportadoras turísticas são representadas pelas empresas que prestam serviços de transporte turístico de superfície, caracterizado pelo deslocamento de pessoas em veículos e embarcações por vias terrestres e aquáticas, compreendendo modalidades de comercialização por meio de:

I - pacote de viagem: itinerário realizado em âmbito municipal, intermunicipal, interestadual ou internacional que incluam, além do transporte, outros serviços turísticos como hospedagem, visita a locais turísticos, alimentação e outros;

II - passeio local: itinerário realizado para visitação a locais de interesse turístico do município ou vizinhança, sem incluir pernoite;

III - traslado: percurso realizado entre as estações terminais de embarque e desembarque de passageiros, meios de hospedagem e locais onde se realizem congressos, convenções, feiras, exposições de negócios e respectivas programações sociais; e

IV - especial: ajustado diretamente por entidades civis associativas, sindicais, de classe, desportivas, educacionais, culturais, religiosas, recreativas e grupo de pessoas físicas e de pessoas jurídicas, sem objetivo de lucro, com transportadoras turísticas, em âmbito municipal, intermunicipal, interestadual e internacional.

Os equipamentos e serviços de transporte e locadoras de veículos, segundo os dados do Cadastur, bem como os equipamentos de transporte levantados nos meses de junho e julho de 2014 podem ser verificados por meio da tabela a seguir.

Tabela 29: Total de Equipamentos de Transporte Instalados nos Municípios Integrantes do Polo

| MUNICÍPIO | TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS Cadastur | TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS Levantamento (2014) |
|----------------------|-------------------------------------|--|
| Lajeado | 0 | 0 |
| Palmas | 1 | 15 |
| Paraíso do Tocantins | 0 | 0 |
| Porto Nacional | 0 | 1 |
| Total | 1 | 16 |

Fonte: Adtur – Polo Palmas, 2013.

Assim como ocorre nos demais estabelecimentos turísticos, a quantidade de transportadoras turísticas revela divergências entre aquelas registradas no sistema Cadastur e as que foram levantadas em campo nos meses de julho e julho de 2014.

Constata-se a pouca oferta de transporte turístico no Polo e a concentração de estabelecimentos em Palmas. Em Porto Nacional foi registrada somente uma agência, enquanto que em Lajeado e Paraíso do Tocantins esse serviço é inexistente.

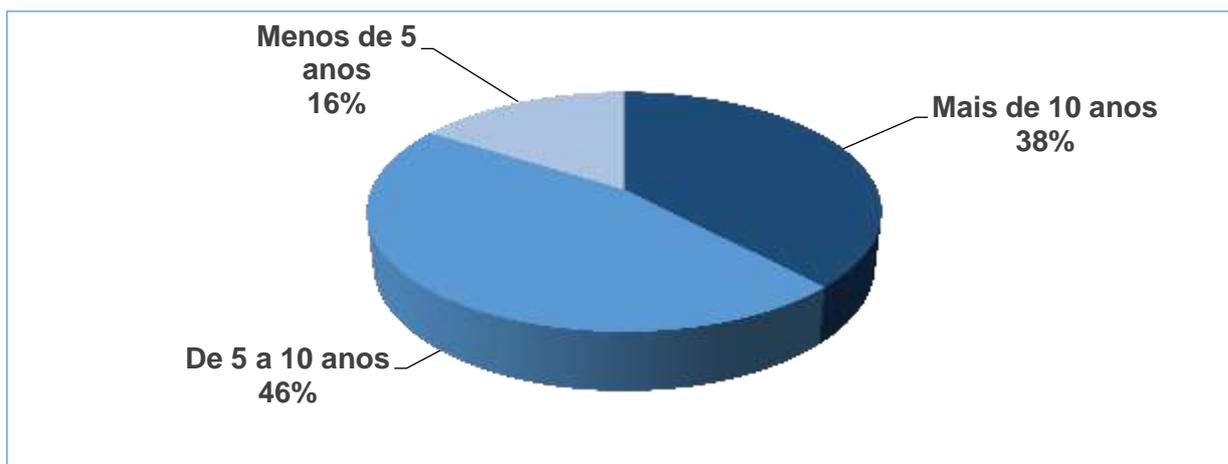
A baixa oferta destes serviços não incentiva a maior permanência e gasto médio do turista, uma vez que não há a possibilidade de conhecer outros atrativos e destinos no Polo. É, assim, fundamental que as transportadoras que trabalham este destino articulem-se para iniciar parcerias que viabilizem o transporte regular de passageiros e de turistas, tanto local como entre os municípios do Polo.

A análise qualitativa dos serviços e equipamentos de agenciamento abrange as respostas de 13 empreendimentos do segmento no Polo. Este total equivale a 81 % da amostra pretendida para serviços e equipamentos de transporte turístico.

Dos estabelecimentos entrevistados, apenas 53% possuem registro no Cadastur.

Quanto ao tempo de funcionamento 46% dos estabelecimentos afirmaram que operam seus estabelecimentos entre 5 a 10 anos, seguido por 38% que funcionam a mais de 10 anos e 16% a menos de 5 anos. O gráfico a seguir ilustra essa informação.

Gráfico 37: Tempo de funcionamento dos estabelecimentos de Locação de Veículos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

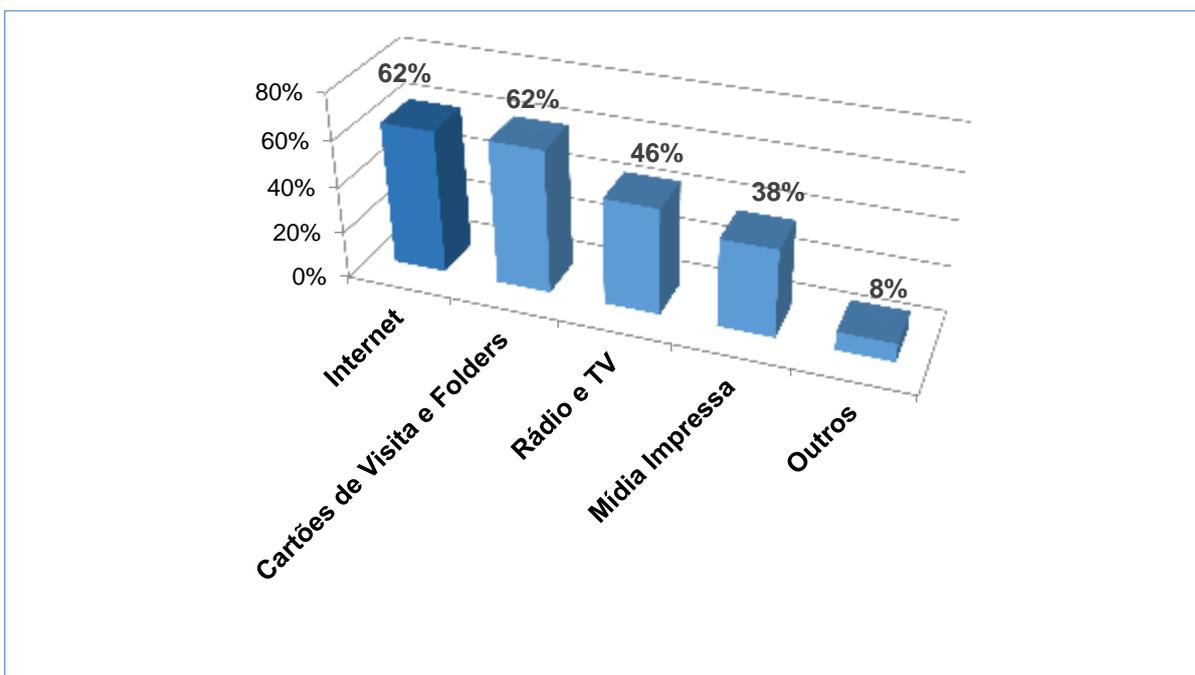
Os imóveis em sua maioria são alugados, representando 62% do total de equipamentos. Os outros 38% restantes ocupam imóveis próprios.

Quanto às formas de pagamento as mais citadas foram dinheiro (100%), cartão de crédito (69%), faturamento (46%) e cheque (15%).

Sobre o sistema de certificação 77% dos estabelecimentos responderam que não possuem. Dos que responderam, 8% disseram possuir sistema de certificação pela Embratur e 15% não souberam/quiseram informar.

Os meios de divulgação mais utilizados foram: internet (62%), cartões de visita e folder (62%), rádio e TV (46%), mídia impressa (38%) e outros (bonés, calendários e propaganda boca a boca – 8%).

Gráfico 38: Meios de divulgação mais utilizados pelos estabelecimentos de Locação de Veículos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Os períodos de alta temporada considerados pelos estabelecimentos correspondem ao mês de julho (85%) e de junho (54%). Outros meses que obtiveram respostas consideráveis no que se refere a um maior fluxo de turistas refere-se a maio (31%) e dezembro (31%). Ao contrário, os meses de menor procura referem-se a janeiro (85%), fevereiro (77%) e dezembro (23%).

O atendimento em língua estrangeira é inexistente para 62% dos estabelecimentos. Das línguas mais utilizadas pelos estabelecimentos que possuem esse diferencial, destaca-se o inglês (38%), espanhol (15%) e francês (8%).

Quanto à quantidade de funcionários empregados, 77% dos estabelecimentos afirmaram possui até 5 empregados, seguidos por 15% dos estabelecimentos que se encontram na faixa de 6 a 10 empregados e 8% com mais de 10 funcionários, conforme aponta o gráfico a seguir.

Gráfico 39: Número de funcionários dos equipamentos e serviços de Locação de Veículos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à qualificação desses funcionários 77% afirmaram ser suficiente para as atividades desenvolvidas e 23% disseram que não é suficiente, necessitando de cursos voltados à recepção dos turistas.

Das transportadoras que responderam à pesquisa 77% afirmaram que não participam de roteiros ou grupos de turismo. Quanto à atuação de forma integrada, 46% das transportadoras afirmaram que não possuem integração com outros estabelecimentos enquanto que 38% das transportadoras responderam que trabalham em parceria com as agências de viagens e 38% responderam trabalhar com outras transportadoras turísticas. Ressalta-se que as transportadoras optaram por mais de uma resposta. Não foram relatados nas pesquisas quaisquer conflitos oriundos dos demais agentes do trade turístico.

No que se refere aos incentivos locais para a realização de melhorias dos estabelecimentos, 69% dos entrevistados disseram que é inexistente.

Quanto à acessibilidade aos portadores de necessidade especiais 46% das transportadoras afirmaram não possuir; 31% disseram ser suficiente e 31% relataram que possuem.

No que diz respeito aos investimentos realizados nos últimos cinco anos, os mais citados foram: aquisição de veículos (69%) e aquisição de veículos adaptados (8%). Ainda sobre os investimentos 38% das agências disseram não estar previsto qualquer investimento e 23% não souberam/quiseram responder.

Quanto aos investimentos previstos para os próximos 5 anos, os mais citados foram: aquisição de veículos (38%), aquisição de veículos (24%), reformas (4%) e capacitação (4%). Dos estabelecimentos que responderam 32% afirmaram que não realizarão equipamentos nos próximos 5 anos.

No que se refere ao faturamento médio mensal a média foi de R\$ 137.000,00 (cento e trinta e sete mil reais) onde o faturamento mais baixo foi de R\$ 8.000,00 reais mensais e o mais alto de R\$ 500.000,00 reais mensais. Dos estabelecimentos que responderam à essa pergunta 54% deles não quiseram/souberam responder.

No que tange à pesquisa qualitativa é correto afirmar a necessidade de maiores investimentos tanto no que se refere à capacitação profissional e certificação do empreendimento por meio de selos de qualidade, quanto no que diz respeito à integração com outros serviços turísticos como uma forma de otimizar a atividade no Polo.

- **Locais de eventos**

Os serviços para organização de eventos analisados nesse tópico tratam da infraestrutura oferecida nos equipamentos para a realização de congressos, convenções, exposições, feiras, shows e outros.

O turismo de Negócios e Eventos refere-se ao portfólio principal do Polo e a capital corresponde ao município indutor e centralizador dessa segmentação. Considerando os eventos de maior porte, que atraem público tanto regional, quanto nacional e internacional, foram levantados dados desses locais, apontados nos quadros a seguir (Quadros 7 a 10).

Dos quadros apresentados a seguir convém ressaltar que Palmas contabilizou onze espaços destinados a eventos, seguido por Porto Nacional que somou cinco, Paraíso do Tocantins com três e, por fim, Lajeado que apresentou dois locais onde são realizados os eventos.

Nesses quadros é visível a vocação principal do Polo que, mesmo concentrada em Palmas, traz benefícios também para os outros municípios.

Quadro 7: Locais de eventos de Palmas

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|--------------------------------|---|--|--|---|--|---|
| Associação do Pessoal da CAIXA | (63) 3215-4068. | ALC-SO 55, CONJUNTO 1, LOTE 4 – RURAL - A sede da APCEF em Palmas está situada à beira do Lago, na região dos clubes. | Não informada | -Salão Grande: até 400 pessoas. -Salão pequeno: até 100 pessoas. -Aluguel do clube: variável até 50 pessoas; até 100 pessoas ou acima de 100 pessoas. | O clube funciona de terça-feira a domingo, das 8h às 18 horas. Nas terças e quintas-feiras o horário é estendido para as 22 horas para a prática de futebol. A infraestrutura conta com campos de futebol e uma praia que proporciona atividades de lazer e de contemplação. |  Fonte: http://www.apcefto.org.br/ |
| Auditório do IFTO | (63) 3236-4000 Fax: 3236-4009 | AE 310 SUL, Avenida LO 05, s/n Plano Diretor Sul CEP:77.021-090 | Cerca de 380 m ² | 240 lugares | Dentro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. |  Fonte: http://www.ifto.edu.br/ |
| Bosque dos Pinheiros | Informações na prefeitura e sobre a feira na Diretoria de Cultura da Secretaria Municipal da Educação e Cultura. (63) 3218-5145 | Localizada em frente ao Paço Municipal, da Quadra 502 Sul. | Cerca de 40.000 m ² de área verde com árvores e calçadas. | 30.000 pessoas | Possui ampla área verde e abriga a feira de artesanato da cidade. A feira popular possui barracas de gastronomia local, artesanato e brinquedos infantis. Funciona aos domingos, das 16h às 21h. |  Fonte: 65destinos.blogspot.com |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|---|---|--|---|---|--|---|
| Centro Agrotecnológico de Palmas | Informações Gerais: 3218.2112 3218-2136, ou pelo e-mail: agrotins@seagro.to.gov.br. | Rodovia TO – 050 - Km 23 - Estrada Vicinal Km 08 - Zona Rural - 77.000-000 às margens do Lago da UHE. Endereço para Correspondência: Secretaria da Agricultura, Pecuária e do Desenvolvimento Agrário. 112 Norte Av. NS 10 - 77006-166 | Área total 350 hectares, porem, as feiras são montadas em cerca de 60 hectares. | Variável de acordo com as unidades montadas. | Em 60 hectares são instaladas unidades demonstrativas de campo, área para dinâmicas, estandes, estacionamentos, praça de alimentação, vias de circulação, auditório e demais edificações de apoio. As condições de acesso e segurança precisam ser reforçadas. Dentre as obras que devem ser realizadas estão terraplanagem, drenagem, pavimentação, sinalização e cercamento. |  Fonte: www.redeto.com.br |
| Centro de Convenções Parque do Povo | Informações 3213-3360 (Assessoria) | 804 sul, Av lo 21, alameda 11, lote AI 9-A, 77023-030 | 4.000 m ² 10.000 m ² de área construída | Auditório grande: 700 pessoas Auditório: 400 lugares | O espaço multifuncional possui em suas instalações: camarotes, camarins, palco, dois mezaninos, dois auditórios. |  Fonte: http://diariotocantinese.com.br/ |
| Espaço Cultural de Palmas (José Gomes Sobrinho) | (63) 3218-5133 | Área verde da quadra 302 Sul , próximo à avenida Theotônio Segurado. | Cerca de 4.000 m ² | 10.000 pessoas Teatro 500 pessoas | Abriga: Teatro Fernando Montenegro, Centro de Cultural José Gomes Sobrinho; Biblioteca Jaime Câmara; Sala de Cinema Sinhozinho, Centro de Criatividade e Sede da Fundação Municipal de Cultura. |  Fonte: Technum consultoria |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|---|--|---|--|---|--|---|
| Espaço Popular Mário Bezerra Cavalcante | Secretaria (63) 2111-0203 / 0211 | 304 Sul Centro Rua So 5 Palmas, Tocantins Feira Sex. das 9h às 15h e sáb. das 7h às 12h. Grátis. | A área construída na feira era de 1.506m ² e com a ampliação passou a ser 4.076m ² . | Estacionamento para 200 carros. | A feira tem praça de hortifrutigranjeiros, depósitos de freezers, 120 boxes na praça de alimentação. 4 sanitários femininos, 4 sanitários masculinos, 1 sala de primeiros-socorros, 3 salas p/ administração, 1 sala de depósito, praça com fonte luminosa e painéis em mosaico. |  <p>Fonte: http://conexaoto.com.br/</p>  <p>Fonte: http://micheleandres.blogspot.com.br/</p> |
| Ginásio de Esportes Ayrton Senna | 63 32161075 ou Fundação do Esporte 3218-5636 | Av. Tocantins, - Taquaralto Palmas/TO | Cerca de 2600 m ² | 1453 assentos individuais nas arquibancadas | A Reforma realizada recentemente contemplou: - Troca de piso, instalações elétricas e hidráulicas. - Instalações de brise lateral, cabines próprias para rádio e TV e sonorização ambiente, de circuito de câmeras de segurança, equipamentos de prevenção e combate a incêndios. - Novos parquinhos e uma academia ao ar livre com adaptação para cadeirantes. |  <p>Fonte: http://www.mochileiro.tur.br/palmas-lazer.htm</p> |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|--|--|--|---|----------------|--|---|
| Praça dos Girassóis | Contato na Prefeitura de Palmas | No centro de Palmas, entre as avenidas NS Dois; NS Um e LO Um | Área Total de 10,8 km². | 30.000 pessoas | Localizada no centro de Palmas, é Sede dos três poderes, tem um complexo de edifícios oficiais e monumentos. Utilizada para a contemplação, descanso e realização de eventos. |  Fonte: Technum consultoria |
| Praça Vereador Tarcísio Machado da Fonseca - Taquaruçu | Contato na Prefeitura de Palmas | No centro de Taquaruçu. | Aproximadamente 6.000m² | 30.000 pessoas | Calçadas, bancos e área verde utilizada para caminhadas, descanso, contemplação e para a realização de eventos de pequeno e médio portes. |  Fonte: https://www.google.com.br/maps  Fonte: g1.globo.com |
| Praia da Graciosa | Contato na Prefeitura de Palmas e Agencia de Turismo 63 2111-2771 63 2111-2772 | Na beira do Lago de Palmas (Lago de UHE) junto à ponte da TO 080 | Aproximadamente 40.000m² com cerca de 7.000m² de areia. | 30.000 pessoas | Sua infraestrutura conta com banheiros, restaurantes, estacionamento, área para eventos, dentre outros. |  Fonte: 65destinos.blogspot.com |

Quadro 8: Locais de eventos de Porto Nacional

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|-----------------------------------|---|---|---|---------------------|--|--|
| Aeroclube | 063 3363-3234 Email aeroclubepn@b ol.com.br Website http://www.aero clubedeportonac ional.com.br/ | No aeroporto de Porto Nacional, acesso pela Av. Gabriel J de Almeida. 77500-000 Porto Nacional | Cerca de 700m ² de área coberta | 3.000 pessoas | Localizado junto ao aeroporto e a Vila Militar. |  Fonte http://www.aviacaogeraldotocantins.com.br/noticias04.html |
| Parque de Exposição Agropecuária. | Prefeitura de Porto Nacional (63) 3363-6000 Secretaria Municipal da Agricultura (63) 3363-5940 Sindicato Rural (63) 3363-5940 | Próximo ao Rio Francisquinha. | | 100.000 pessoas. | A Exposição, em geral, possui cerca de 65 expositores. |  Fonte: http://conexaoto.com.br/2009/05/10/cavalgada-marca-o-inicio-da-xxix-exposicao-agropecuaria-de-porto-nacional |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|---|---|---|--------------------------------|-----------------|--|---|
| Praça da Cultura (antiga pista de Kart) | Contato: Prefeitura municipal de Porto Nacional | Avenida Beira Rio | Cerca de 19.000 m ² | 100.000 pessoas | Na época do carnaval são montadas estrutura com palco e som em 24 mil m ² de área fechada. |  <p>Fonte: http://encantosdocerrado.com.br/n/9317</p>  <p>Fonte: http://www.portonacional.to.gov.br/</p> |
| Praia Porto Luzimangues. | Contato: Prefeitura municipal de Porto Nacional | Fica ao lado da ponte da amizade, no município de Porto Nacional. | Cerca de 3.000 m ² | 100.000 pessoas | Na temporada de praia o local recebe estrutura com palco, tendas e barracas de alimentação, além de área destinada a shows musicais. |   <p>Fonte: http://clicktocantins.com.br/?p=21289</p> |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|------------------|-----------------------|---|------------------------|---|--|---|
| Praia Porto Real | Secretaria de Turismo | Ilha na UHE de Lajeado do Rio Tocantins mais ao norte da sede do município. Para a população atravessar para a ilha a prefeitura disponibiliza, nos fins de semana do mês de julho, de balsas com capacidade para 100 pessoas. | 100.000 m ² | 100.000 pessoas Centro de convenções com capacidade para 800 pessoas | Conta com 6 barracas na ilha, 2 torres de salva vidas, 1 parquinho, pracinha, duchas banheiros femininos e masculinos. Possui também centro de convenções com banheiros, 2 camarins com banheiros, palco, rampa para deficientes, área de camping, trapiche com ancoradouro de barcos, sinalização. Na alta temporada (julho) são realizados vários eventos na praia (Shows com Bandas Regionais e Nacionais). Nesse período a prefeitura disponibiliza, gratuitamente, balsas para realizar a travessia dos turistas da ilha. |  Fonte: http://www.portonacional.to.gov.br/  Fonte: www.google.com.br/maps |

Quadro 9: Locais de eventos de Paraíso do Tocantins

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|---|---|--|--------------------------------|--|--|--|
| Parque de Exposições Agropecuária Newton José de Moraes | Sindicato Rural de Paraíso do Tocantins (63) 3602-1386 | Avenida Perimetral, 5, Paraíso do Tocantins - TO, 77600-000 Situado nas proximidades do Aeroporto da cidade, a cerca de dez minutos de carro ou ônibus do centro da cidade. | Cerca de 40.000 m ² | 30.000 pessoas Atrai 150 mil visitantes por evento. | Conta com parte da estrutura em alvenaria, recebendo reforço de estruturas pré-moldadas pra os eventos maiores (sanitários e barracas). Palco central para shows, com gramado. Possui uma média anual de 35 barracas entre expositores, alimentação e entretenimento, onde são expostos e vendidos produtos e bens agropecuários, realizados leilões de gado e shows de música sertaneja e regional, além de rodeios. |  Fonte: Technum |
| Praça Jaime Franklin Medeiros (Praça José Torres) | Contato pela Prefeitura Municipal de Paraíso Tocantins | Junto às ruas 13 de maio e Barão do Rio Branco. | Cerca de 4.000 m ² | 10.000 pessoas | A praça possui calçadas e bancos e os eventos ocorrem nas ruas que rodeiam a praça. No entorno há uma escola, uma rádio e o Palácio da Cultura. |  Fonte: Technum |

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|--|--|---|---|----------------|--|---|
| Centro de Vivência Ambiental / Serra do Estrondo | (63) 3904 1531 9281 5408 Responsabilidade da Secretaria Municipal de Ação Urbana e Meio Ambiente | Rua Marcos Noronha, Qd. 235 Lt. 13 Setor Serrano II CEP: 77.600-000 | O Centro é pequeno, cerca de 400 m ² , mas a área aberta na frente e ao redor, onde as pessoas podem ficar é grande. | 10.000 pessoas | No local funciona a Escola Ambiental Tamanduá Mirim que recebe estudantes, ambientalistas e interessados por assuntos relacionados à ecologia. Serve de ponto de apoio, para as grandes manifestações culturais e religiosas. Na Serra do Estrondo existe uma Unidade de Conservação - APA Serra do Estrondo – que possui córregos e ribeirões que chegam a formar mini cachoeiras. Possui também a Capelinha de Santa Cruz. |  <p>Fonte: http://www.panoramio.com/photo/5744500</p> |

Quadro 10: Locais de Eventos de Lajeado

| NOME | TELEFONE | ENDEREÇO | ÁREA | CAPACIDADE | FACILIDADES E OUTRAS CARACTERÍSTICAS | FOTOS |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------|----------------|---|---|
| Balneário Ilha Verde | - | Localizado no centro da cidade, | Cerca de 2.500 m ² | 10.000 pessoas | O local é equipado com quadras de futebol, banheiros, palco para apresentações, posto de saúde, bares e estacionamento para aproximadamente 50 carros. Trata-se de uma área propícia para banho, encontro social, esportes e atividades culturais. |  Fonte: Technum Consultoria SS |
| Praça Honorata Maria da Conceição | Contato na Paróquia Nossa Senhora Mãe da Divina Providência (63) 3519-1230 | Avenida Sebastião de Sales Monteiro, s/n Centro - Lajeado - TO CEP: 77645-000 Fica junto às ruas Justiniano Monteiro e Marcelino Caldeira | Cerca de 5.000 m ² | 3.000 pessoas | Consistem em uma praça gramada com alguns caminhos cimentados e Fica ao lado da Paróquia Nossa Senhora Mãe da Divina Providência |  Fonte: https://www.google.com.br/maps/place/Avenida+Sebastião+Sales+Monteiro/ |

Fonte: Informações da Adtur, Palmas Convention Visitors Bureau, das Secretarias de Turismo, Acipa, Sebrae-TO e dos sites <http://www.arquidiocesedepalmas.org.br/>, <http://cenariotocantins.com.br/principal/wp-content/uploads/2013/01/Calendario-2013-de-feiras-e-exposi%C3%A7%C3%B5es.pdf> e <http://portal.palmas.to.gov.br/servico/57>

- **Centros de atendimento ao turista**

Os centros de atendimento ao turista - CAT prestam importante papel no desenvolvimento do turismo no momento em que recebe e orienta o visitante, quanto à ocorrência de eventos, disponibilidade de atrativos e de equipamentos da área turística. Nesse contexto, o CAT deve estar localizado em uma área onde há grande fluxo de turistas e de fácil acesso. Além disso, é premente que no CAT haja disponibilidade de mídia impressa como cartazes, mapas e folderes.

No município de Palmas há três Centros de Atendimento ao Turista, estando localizados: um no Aeroporto (funcionamento de 10 às 16 horas, diariamente), um no Centro de Palmas (funcionamento de 8 às 18 horas de segunda à sexta) e o terceiro em Taquaruçu (funcionamento de 9 às 17 horas de terça à domingo). Nesses, há disponibilidade de materiais de apoio, distribuídos gratuitamente, como: mapas de orientação turística, folheteria sobre os atrativos principais, guias, prospectos de shows e passeios, porém referindo-se a cada município do Estado e não ao Polo. A visita realizada em campo constatou a necessidade de revitalizar os CATS adotando equipamentos modernos e mobiliário adequado.

Em Lajeado há Centro de Atendimento ao Turista, porém sem material informativo para o turista. Os demais municípios do Polo não possuem equipamentos formalizados de recepção e informação ao turista.

Verifica-se que nos centros de atendimento ao turista não há um banco de dados atualizado para que os turistas possam saber sobre a gastronomia local, a hospedagem, transportes, entretenimentos, atrações turísticas, dentre outros serviços, além de informações direcionadas aos eventos que estejam ocorrendo nos municípios.

Figura 55: Centros de Atendimento ao Turista



Posto de Informações Turísticas localizado no aeroporto

CAT de Palmas

Centro de Informações turísticas de Lajeado

Centro de Informações turísticas de Lajeado

Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

2.2 Infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados na área turística

O desenvolvimento do turismo no Polo demanda a existência de uma infraestrutura capaz de atender à população residente e à população flutuante. Vale ressaltar que os destinos do Polo não são exclusivamente voltados para as atividades turísticas e, por isso, justifica-se investimentos em infraestrutura tendo como base o não só o desenvolvimento turístico, mas também o desenvolvimento social e integrado.

Dentro dessa análise cabe também verificar a capacidade atual da infraestrutura instalada e as necessidades futuras advindas pelo incremento do turismo. A seguir, apresenta-se uma análise específica de cada um dos componentes de infraestrutura e serviços básicos necessários para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável no Polo.

2.2.1 Rede de Acesso ao Polo – Sistemas de Transportes

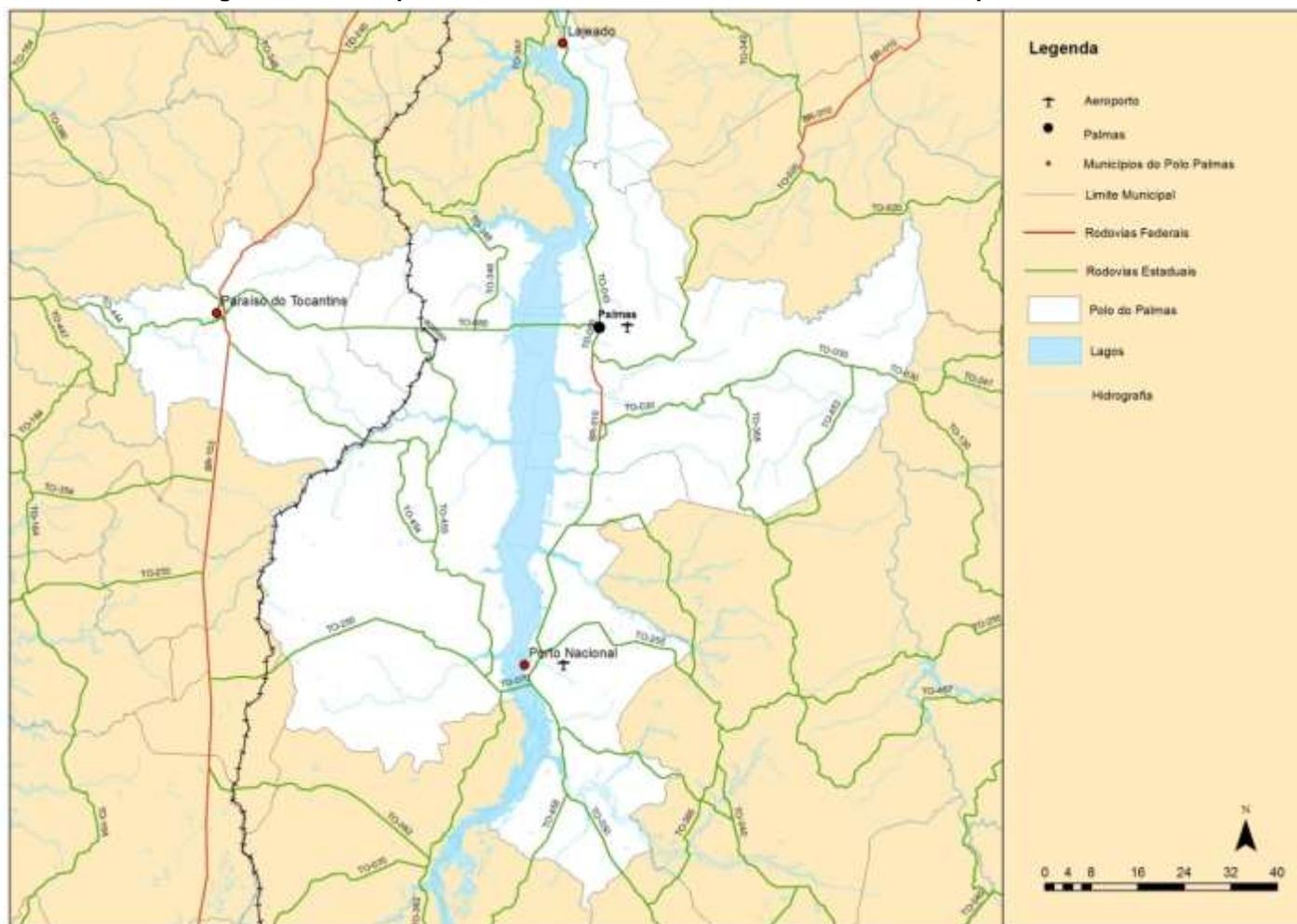
A malha rodoviária do estado do Tocantins possui ao todo 13.530,21 km de rodovias federais, estaduais e municipais, sendo que 5.643,63 km estão pavimentadas, segundo dados disponíveis na Agência Tocantinense de Notícias (abril de 2013).

O acesso aeroviário ao Polo de Palmas é realizado pela Capital, principal portão de entrada para os turistas que se locomovem por via aérea com destino ao estado do Tocantins. Para os municípios de Lajeado, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional o acesso é realizado predominantemente por rodovias. No entanto, a proximidade entre os municípios do Polo facilitam os deslocamentos turísticos, bem como a aplicação de políticas públicas tendo em vista o desenvolvimento integrado do turismo.

As rodovias estaduais, federais e municipais, de forma geral, são pavimentadas e possuem trechos sinalizados e com grande fluxo de caminhões, principalmente. Este fato se deve pelas rodovias federais que passam pelo Polo e interligam diferentes regiões com a Rodovia Belém-Brasília e a Rodovia Transbrasiliana.

O mapa a seguir ilustra a rede de acesso ao Polo com o sistema rodoviário do estado do Tocantins, as pistas de pouso e aeroportos, a ferrovia e a hidrografia.

Figura 56: Mapa Rede Viária de Acesso ao Polo – Sistemas de Transportes do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no site www.seplan.to.gov.br; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

Em termos de localização, o Polo Palmas é uma região de fácil acesso, uma vez que a Capital possui posição privilegiada, funcionando como um elo entre a região Norte e o restante do País.

Mesmo apresentando uma riqueza fluvial, o sistema hidroviário é utilizado, basicamente para o lazer da população e turistas.

• Sistema Rodoviário de Transportes

As principais rodovias federais de acesso a Palmas são a BR-153, que passa por Paraíso do Tocantins (60 km de Palmas) e é conhecida por rodovia Belém-Brasília e a rodovia BR-010 que vem do estado de Goiás, passa por Palmas segue para o Norte até o Maranhão.

A BR-153 possui intenso fluxo de veículos e consiste na principal ligação da região Norte do Brasil com a porção geoeconômica Centro-Sul do país. É considerada uma das principais rodovias de integração nacional do Brasil dado o seu posicionamento geográfico estratégico. De acordo com o Mapa Multimodal de 2009 do Departamento de Estradas e Rodagens – DNIT, a rodovia possui pavimentação adequada, em alguns trechos possui buracos e fissuras no pavimento e a sinalização, horizontal e vertical, está adequada.

A BR-010, no estado do Tocantins, possui diversos trechos sem asfalto ou ainda por construir. Possui fluxo intenso no trecho que passa por Natividade e Palmas, de acordo com o site institucional do DNIT. Além disso, a BR-010 permite a integração entre a ferrovia Norte-Sul e a hidrovia Araguaia-Tocantins, atendendo à produção agrícola do estado do Tocantins e do Oeste da Bahia, considerado um dos mais promissores centros de produção de grãos do país.

As demais Rodovias Federais do Estado são a BR-226, a BR-230 chamada Rodovia Transamazônica, a BR-235 e a BR-242. No geral, as condições físicas das rodovias existentes são boas, ainda que necessitem de algumas melhorias.

As rodovias estaduais do Tocantins são administradas pelo Departamento de Estradas de Rodagem do estado do Tocantins – Dertins. A seguir, são sintetizadas as principais vias estaduais de acesso interno aos municípios do Polo Palmas.

Quadro 11: Rodovias e Distâncias

| TRECHO | RODOVIAS E DISTÂNCIAS |
|-----------------------------|-----------------------|
| Palmas/Lajeado | TO-010 (50 Km) |
| Palmas/Paraíso do Tocantins | TO-080 (63 Km). |
| Palmas/Porto Nacional | TO-050 (52 Km) |

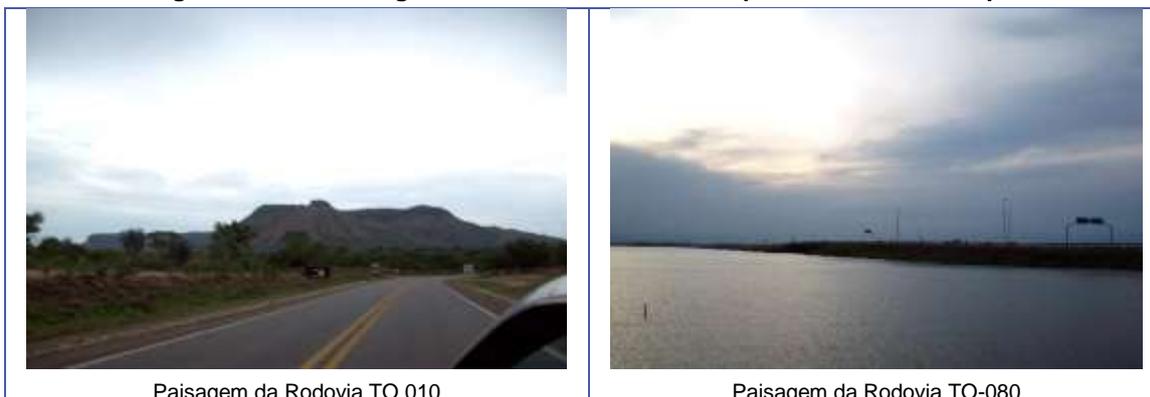
Fonte: Mapa Rodoviário do Tocantins, 2009 e SEINFRA. Elaboração: Technum Consultoria SS, 2013.

A análise do quadro anterior (quadro 11) permite verificar a grande proximidade geográfica entre os municípios do Polo, facilitando o fluxo da população e de turistas. A partir deste quadro foi também realizada uma análise da rede rodoviária estadual de forma sintética, resumindo a condição de trafegabilidade e pavimentação, associada a uma sinalização indicativa e turística e às condições adversas encontradas ao longo das vias.

A rodovia TO-010 exerce importante papel interligando os municípios do Norte com os municípios do Sul do Estado. Possui fluxo intenso de veículos e precária sinalização turística e indicativa, o que causa grande quantidade de acidentes no local. No percurso pode-se observar uma bela paisagem formada pelo o Lago do Lajeado e pela Serra do Carmo. Conclui-se que o percurso possui potencial para o incremento de atrativos turísticos no Polo com a criação de mirantes de contemplação e descanso.

As imagens a seguir referem-se à beleza cênica formada pelo lago e a serra na TO-010.

Figura 57: Paisagem das Rodovias Estaduais que Cortam os Municípios



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A TO-080 no trecho Palmas/Paraíso do Tocantins possui pavimentação asfáltica e, apesar de estar em condições de trafegabilidade, exige atenção do motorista, em especial no que se refere ao limite de velocidade e sinalização turística e indicativa.

As condições da TO-050 no trecho Palmas/Porto Nacional são adequadas, com ocorrência de alguns trechos com irregularidade no asfalto e com ausência de sinalização indicativa e turística, verificadas por meio das imagens a seguir.

Figura 58: Condições da Rodovia TO-050



Fonte: <http://noticias.uol.com.br>, 2013.

Nesse contexto, as vias estaduais encontram-se em bom estado de conservação, com pistas pavimentadas, apresentando sinais de desgaste em alguns trechos. O maior problema identificado está relacionado à sinalização indicativa, tanto rodoviária, quanto turística, exceto em Palmas que possui sinalização adequada e turística em estado regular. Nos outros municípios a sinalização indicativa encontra-se bastante deteriorada – as placas já apresentam avarias significativas e deveriam ser substituídas para uma melhor compreensão dos que chegam da capital por meio destas rodovias.

O desenvolvimento dos atrativos e, por consequência, do turismo, fica condicionado às condições das vias e da sinalização como uma forma de proporcionar segurança e conforto ao turista durante seu deslocamento, além do suporte das sedes dos municípios a eles vinculados. O DNIT disponibiliza em seu sítio as condições das principais rodovias federais e suas interseções com as rodovias estaduais. Portanto, o turista pode consultá-lo antes de viajar a determinadas localidades.

Nos municípios as vias locais são pavimentadas e estão em bom estado de conservação, conforme apontam as figuras a seguir.

Figura 59: Vias Locais de Lajeado, Paraíso do Tocantins, Palmas e Porto Nacional



Município de Lajeado

Município de Lajeado

Município de Paraíso do Tocantins

Município de Paraíso do Tocantins

Município de Palmas

Município de Palmas

Município de Porto Nacional

Município de Porto Nacional

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Desta análise importa ressaltar que as rodovias cumprem bem seu papel de acesso e de ligação do Polo. Porém, o aumento do fluxo de turistas requer estruturações neste modal, principalmente no que diz respeito à sinalização.

Os municípios do Polo possuem terminais rodoviários, com sanitários; lanchonetes, assentos e iluminação nas áreas de embarque e desembarque. O Terminal Rodoviário de Palmas possui melhor infraestrutura em relação aos demais terminais apresentando lojas de produtos nacionais e importados, salão de beleza, cyber café, guarda volumes, salas de atendimento da Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT e da Agência Tocantinense de Regulação, Controle e Fiscalização dos Serviços Públicos – ATR, além de caixas eletrônicos do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal.

Figura 60: Terminais Rodoviários



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Ainda dentro do contexto de mobilidade convém destacar o transporte urbano como um meio de acesso aos atrativos e aos municípios do Polo. Convém ressaltar que esse modal, apesar de originalmente projetado para atender a população local, é de grande utilidade para os turistas e corresponde um indicador de desenvolvimento da infraestrutura da cidade.

Em Palmas existem linhas de ônibus regulares para as capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Pará, Minas Gerais, dentre outras e também para os municípios vizinhos que operam por meio de empresas como Transbrasiliana, Expresso União, Gontijo, São Geraldo, Real Expresso, Rápido Marajó, Tocantinense. A capital conta também com serviço de taxi e de moto táxi.

Para os turistas o município de Palmas possui linha regular de ônibus urbano que atende os atrativos como: praias, parques, feiras, praças, centro de convenções, dentre outros. A linha opera diariamente e na alta temporada são disponibilizadas mais linhas e horários.

O serviço de transporte urbano em Porto Nacional é adequado. Os veículos possuem ar condicionado e encontra-se em estado adequado de conservação, de acordo com levantamentos realizados em campo. O percurso Palmas/ Porto Nacional é realizado diariamente em 11 horários que se inicia às 6 horas da manhã e termina às 21 horas. Durante a semana o fluxo de passageiros é intenso e, nos fins de semana são poucas linhas que operam nesse percurso. O transporte interestadual é também realizado em Porto Nacional com destino para o Maranhão, São Paulo, Goiás e Distrito Federal. A cidade ainda dispõe de serviço de táxi e moto táxi, e em época de alta temporada são disponibilizados barcos para a travessia e acesso às praias fluviais.

A qualidade do serviço de transporte urbano em Lajeado é precária, conforme informações obtidas nas reuniões realizadas em campo. No entanto, o município

possui ônibus que circulam por toda a região. O percurso Palmas/Lajeado é realizado diariamente, porém com horários reduzidos. Em Paraíso do Tocantins o serviço de transporte urbano foi apontado como precário. Assim, o percurso Paraíso do Tocantins/Palmas opera com frequência, porém em horários reduzidos.

De forma geral os municípios do Polo possuem oferta de transporte público rodoviário para o deslocamento da população e dos turistas. No entanto, operam com pouca frequência e linhas. Observou-se, por meio do levantamento em campo, que somente Palmas possui uma linha regular que atenda aos atrativos turísticos. Sendo assim, para o desenvolvimento do turismo, a pesquisa realizada em campo revela a necessidade de planejamento e reestruturação do sistema de transporte rodoviário (ônibus de passageiros) para adequação de horários e legalização do uso deste modal para o turismo por meio da criação de roteiros complementares e integrados ao segmento de Negócios e Eventos, facilitando o deslocamento dos turistas no Polo.

• Sistema Aeroportuário

No Polo, existem dois aeroportos. Um localizado em Palmas, que é o principal, e o outro, em Porto Nacional.

O de Palmas, chamado Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues, possui 12.300 m² de área construída e capacidade para 370 mil passageiros/ano de acordo com os dados disponíveis na Infraero.

As imagens a seguir ilustram o Aeroporto de Palmas.

Figura 61: Aeroporto de Palmas



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

No seu interior o Aeroporto abriga praça de alimentação para 200 pessoas, espaço cultural, 25 lojas no conceito de Aeroshopping, 12 balcões de check-in e terraço panorâmico. As companhias aéreas que operam são a Tam, Gol, Trip, Azul, Sete e Passaredo e os destinos podem ser verificados por meio da tabela a seguir.

Quadro 12: Destinos do Aeroporto de Palmas

| COMPANHIAS | DESTINOS |
|------------|---|
| AZUL | Campinas, Goiânia e Florianópolis. |
| GOL | Brasília, Goiânia e São Paulo-Congonhas. |
| PASSAREDO | Goiânia, Uberlândia e Araguaína. |
| SETE | Altamira, Araguaína, Brasília, Belém, Goiânia, Gurupi, Macapá, Marabá, Minaçu, Monte Dourado/Projeto Jari/Almeirim, Redenção e São Félix do Araguaia. |
| TAM | Brasília e São Paulo-Congonhas. |
| TRIP | Belo Horizonte e Goiânia. |

Fonte: Adaptado do sítio da Infraero, <http://www.infraero.gov.br/> acessado em novembro de 2013.

Verifica-se um pequeno número de ligações, o que dificulta a acessibilidade por este portão de entrada e também sua conectividade com outros destinos turísticos regionais, nacionais ou mesmo internacionais. Apesar da disponibilidade de voos às diversas localidades, muitos são feitos com escala. Observa-se, no entanto uma tendência à abertura de novas linhas diretas, tais como os voos previstos para início no segundo semestre de 2015 ligando Palmas à Belo Horizonte e à São Paulo. O aeroporto não é internacional, operando apenas com voos domésticos e a partir de um pequeno número de cidades.

O aeroporto conta com completa infraestrutura que inclui: torre de controle e instalações para o Grupamento de Navegação Aérea; seção Contra Incêndio, com abrigo para viaturas, refeitório e salas de treinamento; terminais de combustíveis para abastecimento de aeronaves; portão com controle de acesso eletrônico, guaritas, estacionamento e edificações de proteção ao voo, além de um acesso viário de mais de quatro quilômetros que liga o aeroporto à Avenida Teotônio Segurado, que é uma das duas principais avenidas da capital tocantinense.

Por meio da tabela seguinte, pode-se verificar a série histórica, desde 2008, da quantidade de aeronaves e de passageiros que transitaram no Aeroporto. A tabela revela que houve um aumento tanto de aeronaves, quanto de passageiros. O lugar que o Estado ocupava em 2009 passou de 42° para 36° em 2013, o que pode demonstrar um crescimento do fluxo de turistas. No entanto, ao realizar a comparação da quantidade de passageiros desembarcados no ano de 2012 em relação à 2013 verifica-se que houve um queda de 3%.

Tabela 30: Série Histórica do Aeroporto de Palmas

| ANO | AERONAVES | PASSAGEIROS | % | RANKING |
|------|-----------|----------------|--------------|------------|
| 2008 | 12.104 | 259.362 | 11% | -- |
| 2009 | 11.603 | 298.484 | 15% | 42° |
| 2010 | 17.161 | 389.217 | 31% | -- |
| 2011 | 15.948 | 503.408 | 29,4% | 37° |
| 2012 | 14.334 | 579.395 | 15,1% | 35° |
| 2013 | | 563 488 | -3% | 36° |

Fonte: Adaptado do site da Infraero, <http://www.infraero.gov.br/> acessado em novembro de 2013.

A capacidade do aeroporto, de acordo com a Infraero, é de 370 mil passageiros/ano. Nota-se, portanto, que a partir de 2010 a quantidade de passageiros/ano vem sendo extrapolada. Em 2012 chegou a exceder em 56% acima do estabelecido. De acordo com informações do órgão gestor estadual do turismo, não há conhecimento de previsão de obras para de ampliação do aeroporto.

O outro aeroporto do Polo é o de Porto Nacional que foi o primeiro aeroporto a ser construído no Estado pelo Brigadeiro Lysias Augusto Rodrigues. Inaugurado no ano de 1940, possui a pista de pouso com 1.692 metros de comprimento e aeroclube. Antigamente o aeroporto operava com voos das empresas Varig, Cruzeiro/Sindicato Condor, Panair do Brasil, Aerovias Brasil, Correio Aéreo Nacional, VOTEC, TAM, VASP e PENTA.

Atualmente o aeroporto não é utilizado para embarque e desembarque, funcionando somente o aeroclube. Todavia, o aeroporto reúne condições operacionais para ser alternativa em operações de pousos e decolagens com destino e ou saindo da capital, principalmente nos casos em que o aeroporto de Palmas esteja sem condições de operar.

- **Sistema Ferroviário**

A ferrovia que passa pelo Polo de Palmas corresponde à Ferrovia Norte-Sul - FNS, ferrovia brasileira que além do estado do Tocantins, passa também nos estados de Goiás, Maranhão, Minas Gerias e São Paulo. A Ferrovia Norte-Sul foi projetada para promover a integração nacional, minimizar custos de transporte e interligar as regiões brasileiras, por meio das suas conexões com ferrovias novas e existentes. A ferrovia não contempla o transporte de passageiros, mas fazem parte dos planos do governo federal.

A construção da FNS foi iniciada por trechos onde o traçado inicial previa a construção de 1.550 km, passando pelos estados do Maranhão, Tocantins e Goiás (trecho Açailândia/MA a Anápolis/GO). Em setembro de 2008, por meio da Lei nº 11.772, foram incorporados a esse traçado os trechos de Barcarena/PA a Açailândia/MA e de Ouro Verde/GO a Panorama/SP.

De acordo com o sítio da Valec Engenharia, Construções e Ferrovias S.A iniciou-se no ano de 2006, o processo de licitação para contratar a subconcessão do subtrecho da Ferrovia Norte Sul de Açailândia/MA a Palmas/TO, com extensão de 719 km. Em 2007, a Vale S.A. arrematou, a subconcessão para exploração comercial por um período de trinta anos. Hoje, essa subconcessionária é responsável pela conservação, manutenção, monitoração, operação, melhoramentos e adequação desse trecho ferroviário.

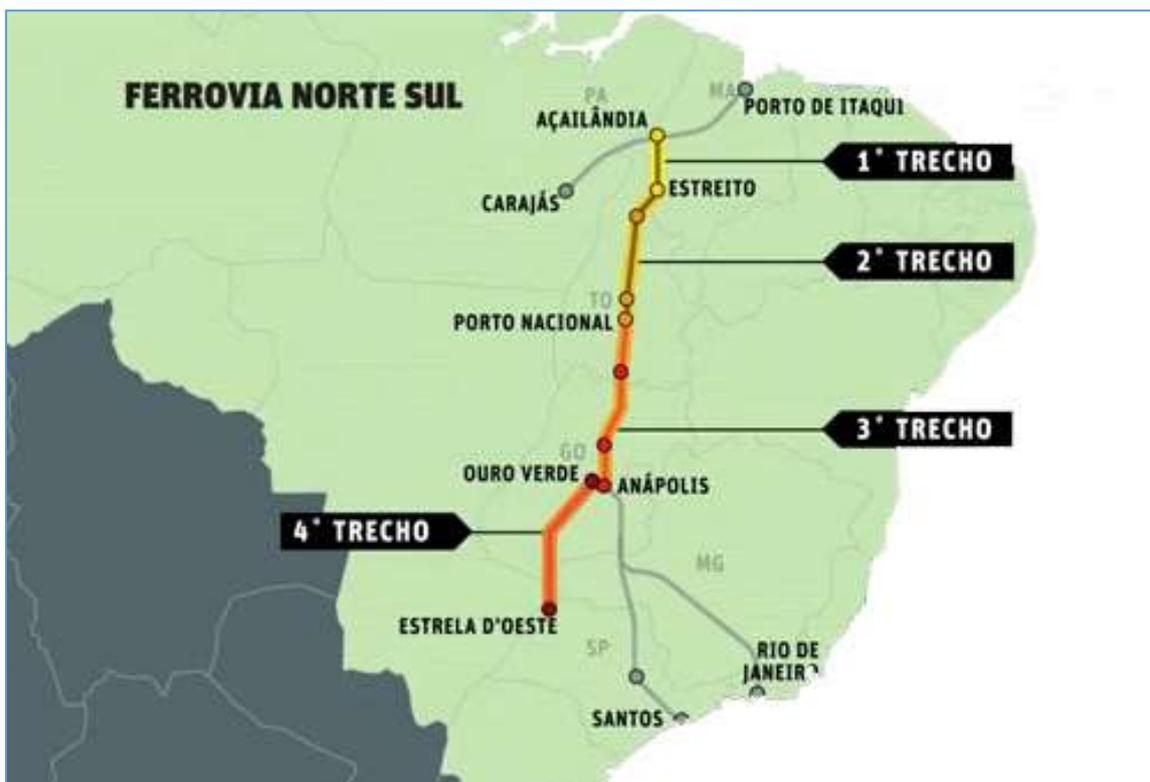
No Tocantins a ferrovia possui 724 Km de extensão e passa pelos municípios de Porto Nacional, Fátima, Brejinho de Nazaré, Santa Rita do Tocantins, Crixás, Aliança do Tocantins, Gurupi, Cariri do Tocantins, Figueirópolis, Alvorada e Talismã. Nos municípios de Paraíso do Tocantins, Poeiras e Peixe não haverá área percorrida, porém serão fortemente influenciados pela ferrovia.

Os segmentos: Aguiarnópolis–Araguaína, Araguaína-Colinas do Tocantins e Colinas do Tocantins–Palmas, Guaraí e Palmas/Porto Nacional já estão operando. O trecho entre Açailândia/MA e o Pátio de Guaraí/TO, também está em operação comercial pela Vale do Rio Doce.

O trecho entre Palmas e Anápolis/GO foi inaugurado em maio de 2014. Já o trecho entre Ouro Verde/GO e Estrela D'Oeste/SP, têm previsão para julho de 2014.

A figura a seguir aponta os trechos da ferrovia no estado do Tocantins que é basicamente utilizada para o transporte de produtos agrícolas.

Figura 62: Mapa da Ferrovia Norte-Sul



Fonte: www.planetaferrovia.com, 2013.

A ferrovia não passa por todos os municípios do polo, porém, de uma maneira geral, beneficia a região. Pode-se inferir que o traçado ferroviário não assume função estruturadora, do ponto de vista do desenvolvimento do turismo. Essa função cabe, principalmente, ao sistema rodoviário que perpassa toda a extensão do Polo.

• Sistema Hidroviário

A hidrografia do estado do Tocantins é delimitada a Oeste pelo Rio Araguaia, a Leste pelo Rio Tocantins. O Projeto de Desenvolvimento Integrado da Bacia do Araguaia/Tocantins - Prodiat, dividiu a hidrografia do Estado em duas sub-bacias, a saber:

- 1ª Sub-bacia do Rio Araguaia: formada pelo Rio Araguaia e seus afluentes, tendo um terço de seu volume no Estado.
- 2ª Sub-bacia do Rio Tocantins: formada pelo Rio Tocantins e seus afluentes, ocupando dois terços de seu volume aproximadamente no Estado.

Além dos rios, a hidrografia envolve um conjunto de recursos hídricos como as bacias hidrográficas, lagos, lagoas, usinas hidrelétricas, barragens, entre outros.

Importa acrescentar que o sistema hidroviário do Polo é utilizado basicamente para o lazer por meio da realização das atividades como banho, pesca e esportes. Nesta malha hidroviária encontram-se cursos navegáveis, formando sistemas de porte significativo para o a criação e exploração de roteiros turísticos.

2.2.2 Abastecimento de água

O abastecimento de água no Tocantins é de responsabilidade da Odebrecht Ambiental/Saneatins, empresa que opera os municípios do Estado, inclusive a capital Palmas.

Os principais mananciais utilizados para o abastecimento público são os rios Tocantins, Araguaia, Javaés, Formoso, Palma e Sono. De acordo com o Atlas Brasil - Abastecimento Urbano de Água, elaborado pela Agência Nacional de Águas – ANA, em 2010, os mananciais são de pequeno porte, sem garantia hídrica e, em função da proximidade das áreas urbanas, estão sujeitos à poluição.

Quanto ao tipo de sistema, a maioria das sedes urbanas do Estado utilizam os sistemas isolados, ou seja, um sistema de abastecimento que atende somente uma sede municipal.

As formas de abastecimento de água nos municípios do Polo, para os domicílios particulares permanentes, conforme o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, podem ser verificadas por meio da tabela a seguir.

Tabela 31: Formas de Abastecimento de Água em Domicílios Particulares Permanentes

| MUNICÍPIOS | REDE GERAL DE DISTRIBUIÇÃO | | POÇO OU NASCENTE NA PROPRIEDADE/ALDEIA | | POÇO NASCENTE FORA DA PROPRIEDADE/ALDEIA | | OUTROS | | TOTAL GERAL |
|-----------------------------|----------------------------|--------------|--|-------------|--|-------------|------------|-------------|---------------|
| | Nº. | % | Nº. | % | Nº. | % | Nº. | % | |
| Lajeado | 546 | 68,16 | 190 | 23,72 | 27 | 3,37 | 38 | 4,74 | 801 |
| Palmas | 65.604 | 95,54 | 2.506 | 3,65 | 339 | 0,49 | 220 | 0,32 | 68.669 |
| Paraíso do Tocantins | 11.649 | 86,87 | 1.685 | 12,57 | 52 | 0,39 | 24 | 0,18 | 13.410 |
| Porto Nacional | 11.336 | 82,49 | 1.617 | 11,77 | 508 | 3,70 | 282 | 2,05 | 13.743 |
| Total Polo de Palmas | 89.135 | 92,25 | 5.998 | 6,21 | 926 | 0,96 | 564 | 0,58 | 96.623 |

Fonte: IBGE, Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Elaboração: Technum Consultoria SS – 2013.

*Domicílio Particular Permanente: domicílio construído para servir exclusivamente à habitação.

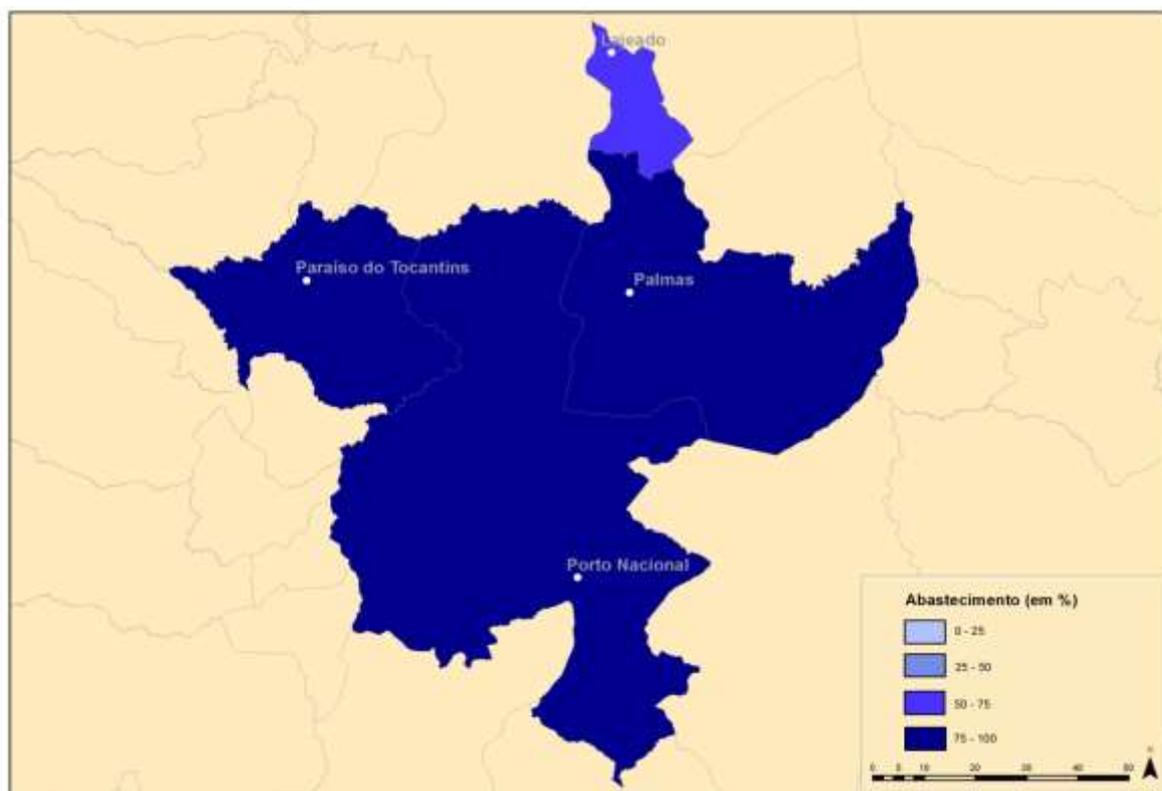
Os dados de abastecimento de água no conjunto dos municípios do Polo apontam que há uma universalização do sistema, chegando a atingir 92 % dos domicílios. Ao serem analisados em separado, nota-se que este índice cai para 68% em Lajeado, evidenciando uma precariedade na distribuição deste município.

Encontram-se em um mesmo patamar os municípios de Palmas, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional, com índices de atendimento variando entre 82% e 95%.

De maneira geral, nos municípios de Lajeado, Palmas e Paraíso do Tocantins, quanto à regularidade do abastecimento de água, pode-se constatar o bom atendimento dessa necessidade, fato positivo para a atividade turística no Polo. No entanto, no município de Lajeado é importante propor ações para a ampliação da rede de distribuição, considerando o cenário atual e os cenários futuros de desenvolvimento do turismo.

O abastecimento de água no Polo é ilustrado em um mapa síntese com divisão do nível de atendimento dos domicílios, por rede geral de distribuição, em quatro faixas, a saber: 0 a 25%; 25 a 50%; 50 a 75% e 75 a 100%, conforme apresentado a seguir.

Figura 63: Abastecimento de Água do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no site www.seplan.to.gov.br, conforme Censo de 2010 do IBGE; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

Atendendo o que prevê o Decreto n. 5.440/05, da Presidência da República, a Odebrecht Ambiental/Saneatins disponibiliza em seu site institucional (www.odebrechtambiental.com/tocantins) o relatório mensal de qualidade de água. Nesse material são divulgados os resultados das análises bacteriológicas e físico-químicas da água distribuída.

As tabelas a seguir apontam a qualidade da água nos quatro municípios do Polo Palmas.

Tabela 32: Qualidade da água do município de Palmas – Janeiro a Dezembro de 2013

| PALMAS | | | | | | |
|--------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Janeiro/13 | Nº de análises realizadas | 549 | 38 | 549 | 0 | 133 |
| | Nº de análises em conformidade* | 549 | 38 | 549 | 0 | 132 |
| Fevereiro/13 | Nº de análises realizadas | 604 | 36 | 604 | 0 | 89 |
| | Nº de análises em conformidade* | 604 | 36 | 604 | 0 | 89 |
| Março/13 | Nº de análises realizadas | 581 | 66 | 581 | 0 | 135 |
| | Nº de análises em conformidade* | 581 | 66 | 581 | 0 | 135 |
| Abril/13 | Nº de análises realizadas | 601 | 26 | 601 | 0 | 92 |
| | Nº de análises em | 600 | 26 | 601 | 0 | 91 |

| PALMAS | | | | | | |
|-------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| | conformidade* | | | | | |
| Maio/13 | Nº de análises realizadas | 579 | 40 | 579 | 0 | 94 |
| | Nº de análises em conformidade* | 579 | 40 | 579 | 0 | 94 |
| Junho/13 | Nº de análises realizadas | 574 | 40 | 574 | 0 | 94 |
| | Nº de análises em conformidade* | 574 | 40 | 574 | 0 | 94 |
| Julho/13 | Nº de análises realizadas | 528 | 40 | 528 | 0 | 94 |
| | Nº de análises em conformidade* | 528 | 40 | 528 | 0 | 94 |
| Agosto/13 | Nº de análises realizadas | 95 | 40 | 95 | 0 | 95 |
| | Nº de análises em conformidade* | 95 | 40 | 95 | 0 | 95 |
| Setembro/13 | Nº de análises realizadas | 94 | 40 | 94 | 0 | 94 |
| | Nº de análises em conformidade* | 94 | 40 | 94 | 0 | 94 |
| Outubro/13 | Nº de análises realizadas | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |
| | Nº de análises em conformidade* | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |
| Novembro/13 | Nº de análises realizadas | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |
| | Nº de análises em conformidade* | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |
| Dezembro/13 | Nº de análises realizadas | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |
| | Nº de análises em conformidade* | 90 | 36 | 90 | 0 | 90 |

* Ausência em 100 ml em 95% das amostras examinadas no mês.

Fonte: <http://www.fozsaneatins.com.br>, acesso em fevereiro de 2014.

Tabela 33: Qualidade da água do município de Paraíso do Tocantins – Janeiro a Dezembro de 2013

| PARAÍSO DO TOCANTINS | | | | | | |
|----------------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Janeiro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 14 | 64 | 0 | 64 |
| Fevereiro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Março/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |

| PARAÍSO DO TOCANTINS | | | | | | |
|----------------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Abril/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Maio/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Junho/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Julho/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Agosto/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Setembro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Outubro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Novembro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| Dezembro/13 | Nº de análises realizadas | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |
| | Nº de análises em conformidade* | 64 | 15 | 64 | 0 | 64 |

* Ausência em 100 ml em 95% das amostras examinadas no mês.

Fonte: <http://www.fozsaneatins.com.br>, acesso em fevereiro de 2014.

Tabela 34: Qualidade da água do município de Lajeado – Janeiro a Dezembro de 2013

| LAJEADO | | | | | | |
|--------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Janeiro/13 | Nº de análises realizadas | 0 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| | Nº de análises em conformidade* | 0 | 9 | 10 | 0 | 10 |
| Fevereiro/13 | Nº de análises realizadas | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| | Nº de análises em conformidade* | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| Março/13 | Nº de análises realizadas | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| | Nº de análises em conformidade* | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |

166

| LAJEADO | | | | | | |
|----------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Abril/13 | Nº de análises realizadas | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| | Nº de análises em conformidade* | 10 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| Maio/13 | Nº de análises realizadas | 0 | 10 | 10 | 0 | 10 |
| | Nº de análises em conformidade* | 0 | 9 | 10 | 0 | 10 |

* Ausência em 100 ml em 95% das amostras examinadas no mês.

Fonte: <http://www.fozsaneatins.com.br>, acesso em fevereiro de 2014.

Tabela 35: Qualidade da água do município de Porto Nacional – Janeiro a Dezembro de 2013

| PORTO NACIONAL | | | | | | |
|----------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| Janeiro/13 | Nº de análises realizadas | 55 | 10 | 55 | 0 | 55 |
| | Nº de análises em conformidade* | 55 | 10 | 55 | 0 | 55 |
| Fevereiro/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Março/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Abril/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Maio/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Junho/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Julho/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Agosto/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |

| PORTO NACIONAL | | | | | | |
|----------------|---------------------------------|----------|-----|-------------|-------|-------------------|
| MÊS/ANO | PARÂMETROS | TURBIDEZ | COR | CLORO LIVRE | FLÚOR | COLIFORMES TOTAIS |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Setembro/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Outubro/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Novembro/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| Dezembro/13 | Nº de análises realizadas | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |
| | Nº de análises em conformidade* | 51 | 10 | 51 | 0 | 51 |

* Ausência em 100 ml em 95% das amostras examinadas no mês.

Fonte: <http://www.fozsaneatins.com.br>, acesso em fevereiro de 2014.

Os termos apontados na tabela são assim definidos pela Odebrecht Ambiental/Saneatins:

- análises realizadas: número de amostras de água coletadas e analisadas no sistema de abastecimento público pela companhia de saneamento;
- análises em conformidade: número de amostras de água coletadas e analisadas no sistema de abastecimento público pela companhia de saneamento que estão em conformidade;
- turbidez: refere-se ao grau de transparência da água;
- cor: característica que mede o grau de coloração da água;
- cloro livre: indica a quantidade de cloro presente na rede de distribuição, adicionado no processo de desinfecção da água;
- flúor: adicionado à água para prevenção de cárie dentária;
- coliformes totais: indicam presença de bactérias na água e não necessariamente representam problemas para a saúde. Sistemas onde são realizadas 40 ou mais análises por mês devem apresentar ausência de contaminação em 95% das amostras analisadas. Sistemas onde são analisadas menos de 40 amostras por mês, apenas uma amostra poderá apresentar contaminação.

Da análise das informações apontadas observa-se que, de forma geral, os municípios do Polo apresentam boa qualidade de água para consumo humano, ocorrendo algumas alterações em Palmas em abril de 2013 no total de coliformes, em Paraíso do Tocantins no mês de janeiro de 2013 e em Lajeado também nos meses de janeiro e maio de 2013 nas características referentes à cor. Importa acrescentar que os dados disponíveis no site para o município de Lajeado restringem aos meses de janeiro à maio de 2013.

As informações obtidas nas visitas realizadas em campo revelam que os municípios do Polo não possuem estações de reutilização de água e também não foram registradas ocorrências de racionamento de água.

2.2.3 Sistema de Esgotamento Sanitário

A gestão e operação do sistema de esgotamento sanitário, no que diz respeito à coleta, tratamento e destino do esgoto no estado do Tocantins, são de responsabilidade da Odebrecht Ambiental/Saneatins.

O tipo de esgotamento sanitário para os banheiros dos domicílios particulares permanentes nos municípios do Polo, de acordo com o Censo 2010, está especificado a seguir.

Tabela 36: Tipo de Esgotamento Sanitário de Banheiros Exclusivos de Domicílios Particulares Permanentes

| MUNICÍPIOS | REDE GERAL DE ESGOTO / PLUVIAL* / FOSSA SÉPTICA** | | OUTROS*** | | TOTAL GERAL |
|--------------------------|---|--------------|---------------|--------------|---------------|
| | Nº. | % | Nº. | % | |
| Lajeado | 305 | 42,96 | 405 | 57,04 | 710 |
| Palmas | 45.119 | 69,71 | 19.603 | 30,29 | 64.722 |
| Paraíso do Tocantins | 2.613 | 20,07 | 10.406 | 79,93 | 13.019 |
| Porto Nacional | 8.854 | 67,81 | 4.204 | 32,19 | 13.058 |
| Total Polo Palmas | 56.891 | 62,17 | 34.618 | 37,83 | 91.509 |

Fonte: IBGE, Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Elaboração: Technum Consultoria – 2013.

*Rede geral de esgoto ou pluvial refere-se à canalização das águas servidas e dos dejetos, proveniente do banheiro ou sanitário, ligada a um sistema de coleta que os conduza a um desaguadouro geral da área, região ou município, mesmo que o sistema não disponha de estação de tratamento.

**A fossa séptica refere-se a canalização do banheiro ou sanitário ligada a uma fossa séptica onde a matéria é esgotada para uma fossa próxima e passa por um processo de tratamento ou decantação, sendo ou não a parte líquida conduzida em seguida para um desaguadouro geral da área, região ou município.

***Outro: refere-se banheiro ou sanitário ligado a uma fossa rústica (fossa negra, poço, buraco, etc.), diretamente a uma vala a céu aberto, rio, lago ou mar, ou quando o escoadouro não se enquadra em quaisquer dos tipos descritos anteriormente.

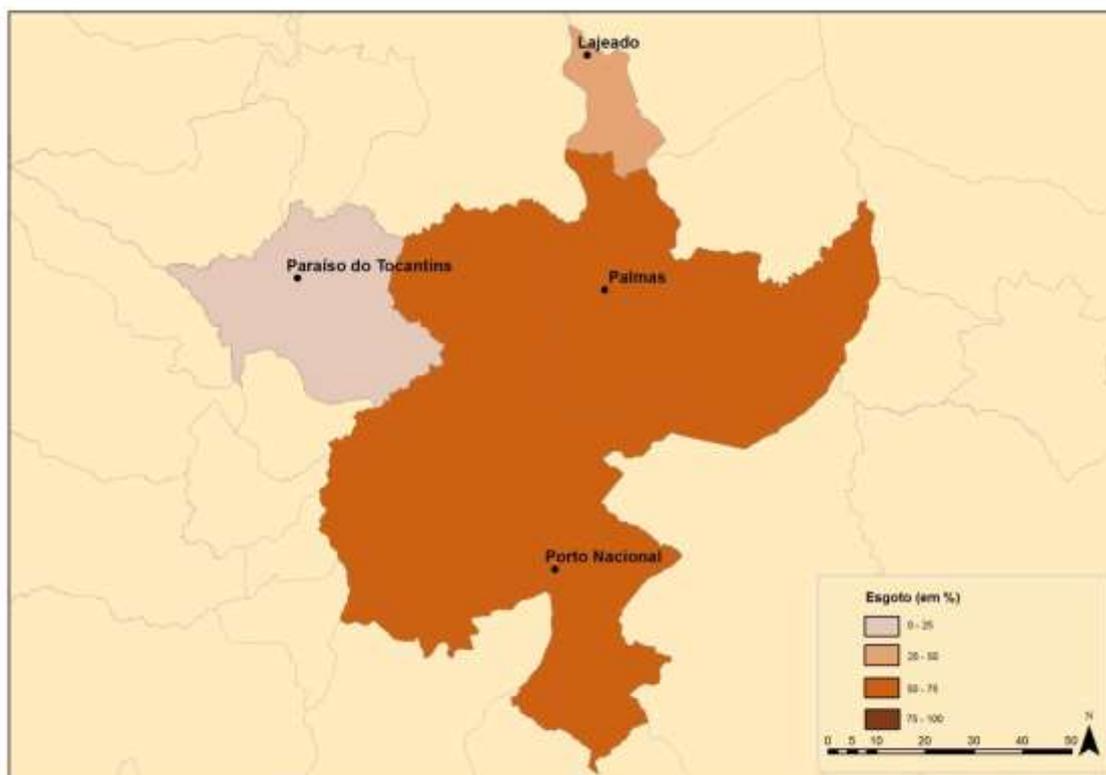
Os dados da tabela apontam que 62% dos domicílios do Polo possuem rede de esgoto, enquanto que os outros 38% despejam os esgotos em fossa rudimentar, que escoam diretamente em vala a céu aberto ou rio, poluindo os recursos hídricos, facilitando a proliferação de doenças que atingem, principalmente, as comunidades com menor poder aquisitivos.

Quando analisados em separado, evidencia-se também a precariedade do atendimento dos serviços de esgotamento nos municípios, ressaltando a utilização de fossa rústica para o destino final dos esgotos. Em Paraíso do Tocantins 80% dos domicílios particulares permanentes utilizam fossas rústicas ou rudimentares para o despejo de esgotos. Já em Lajeado 57% dos domicílios estão na mesma situação.

Somente Porto Nacional e Palmas apresentam índice um pouco mais elevado, embora denotando também situação crítica. Ressalta-se que, em municípios turísticos, os serviços de saneamento sempre são impactados com sobrecarga dos sistemas e em especial o esgotamento sanitário em períodos de alta temporada.

Ilustrando o esgotamento sanitário no Polo o mapa a seguir sintetiza as informações referentes aos domicílios servidos por rede geral de distribuição em quatro faixas de atendimento: 0 a 25%; 25 a 50%; 50 a 75% e 75 a 100.

Figura 64: Esgotamento Sanitário do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no sítio www.seplan.to.gov.br, conforme Censo de 2010 do IBGE; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

Vale acrescentar que a coleta e o tratamento adequado de esgotos são medidas de garantia da qualidade de vida da população no momento em que representam notável redução de custos no sistema de saúde e também contribui para a preservação do meio ambiente. Além disso, sua carência pode impactar negativamente áreas como educação, trabalho, economia, biodiversidade e turismo.

2.2.4 Limpeza Urbana

O sistema de limpeza urbana nos municípios do Polo compreende, além da limpeza e manutenção de áreas públicas, a coleta de resíduos sólidos. De maneira geral, esses serviços atendem à população urbana dos municípios, sendo a administração pública municipal responsável pelo gerenciamento e execução dos serviços.

A tabela a seguir aponta a coleta de lixo nos municípios do Polo.

Tabela 37: Destino do Lixo dos Domicílios Particulares Permanentes Segundo Resultados Preliminares do Censo Demográfico 2010

| MUNICÍPIOS | COLETADO DIRETAMENTE POR SERVIÇO DE LIMPEZA* | | COLETADO EM CAÇAMBA DE SERVIÇO DE LIMPEZA** | | TOTAL DE LIXO COLETADO (COLETADO DIRETAMENTE + COLETADO EM CAÇAMBA) | | OUTROS*** | | TOTAL GERAL |
|--------------------------|--|--------------|---|-------------|---|--------------|--------------|-------------|---------------|
| | Nº. | % | Nº. | % | Nº. | % | Nº. | % | |
| Lajeado | 627 | 78,28 | 5 | 0,62 | 632 | 78,90 | 169 | 21,10 | 801 |
| Palmas | 64.395 | 93,76 | 2.217 | 3,23 | 66.612 | 96,99 | 2.067 | 3,01 | 68.679 |
| Paraíso do Tocantins | 12.182 | 90,84 | 522 | 3,89 | 12.704 | 94,74 | 706 | 5,26 | 13.410 |
| Porto Nacional | 10.892 | 79,23 | 645 | 4,69 | 11.537 | 83,92 | 2.211 | 16,08 | 13.748 |
| Total Polo Palmas | 88.096 | 91,16 | 3.389 | 3,51 | 91.485 | 94,67 | 5.153 | 5,33 | 96.638 |

Fonte: IBGE, Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Elaboração: Technum Consultoria – 2013.

*Lixo coletado diretamente por serviço de limpeza - serviço de empresa pública ou privada.

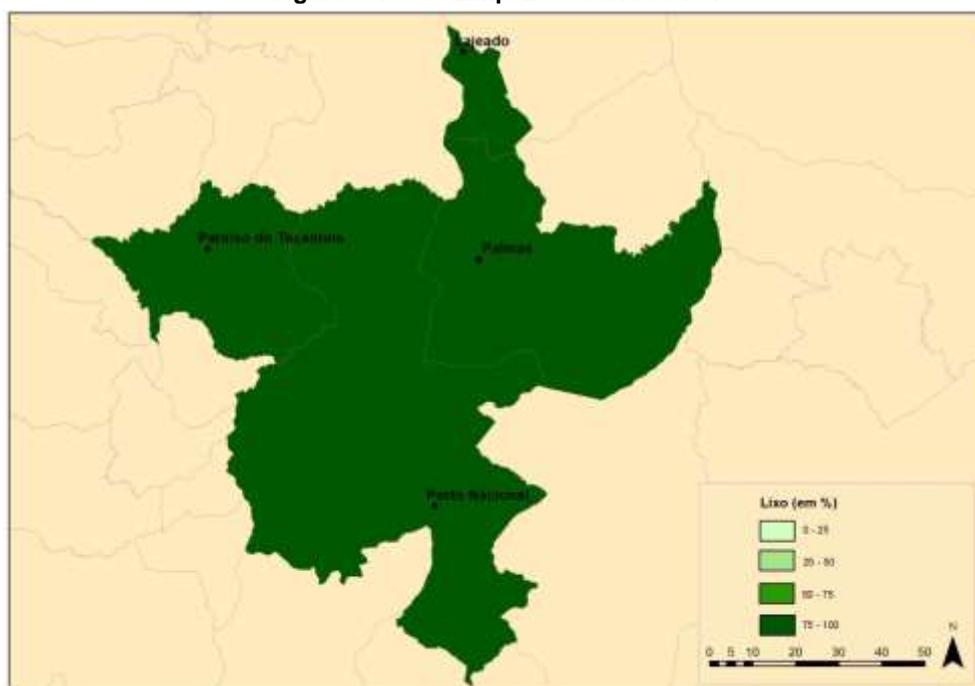
**Lixo coletado em caçamba de serviço de limpeza - lixo do domicílio depositado em caçamba, tanque ou depósito, fora do domicílio, para depois ser coletado por serviço de empresa pública ou privada.

***Outros - lixo do domicílio é queimado ou enterrado no terreno ou propriedade onde se localiza o domicílio ou jogado em terreno baldio, logradouro, rio, lago ou mar.

Os municípios do Polo são atendidos por 90% de coleta de resíduos sólidos. O atendimento por serviço de limpeza em Lajeado e em Porto Nacional encontra-se em estado regular, variando de 78% a 79% quando analisados em separado.

Para ilustrar a limpeza urbana no Polo foi confeccionado um mapa onde foram divididos em quatro faixas de 0 a 25%; 25 a 50%; 50 a 75% e 75 a 100%, dos domicílios atendidos com coleta diária por serviços de limpeza, conforme a seguir, todos os municípios estão na faixa de 50 a 75% de domicílios atendidos.

Figura 65: Limpeza Urbana do Polo



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no sítio www.seplan.to.gov.br, conforme Censo de 2010 do IBGE; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

De acordo com as informações coletadas na visita em campo, a frequência da coleta do lixo nos municípios do Polo varia de 3 a 7 vezes na semana. O material coletado é transportado para áreas a céu aberto, denominadas lixões. Essas áreas não possuem tratamento adequado como impermeabilização do solo, drenagem do chorume ou cercamento. A disposição final dos resíduos sólidos é realizada sem qualquer controle ou preocupação quanto à poluição do ar, solo e recursos hídricos, tornando-se um fator preocupante.

É importante destacar que a construção de aterros sanitários controlados é somente uma das partes do problema que se deve solucionar. Recomenda-se também a elaboração de um plano integrado de gestão de resíduos sólidos para o Polo que contemplem ações e etapas de redução, separação, reutilização, reciclagem, acondicionamento, coleta seletiva, compostagem e destinação adequada dos resíduos. Deve-se também implantar um processo de educação da população residente e dos turistas para a adoção de hábitos e comportamentos que tragam qualidade dos ambientes ocupados e visitados.

2.2.5 Rede de Drenagem Pluvial

O quadro da drenagem pluvial que se configura nas áreas urbanas da grande maioria dos municípios do Polo é de carência e de falta de manutenção, apesar das vias centrais da sede dos municípios, por via de regra, contarem com elementos como meios fios, sarjetas, valas, calhas, bueiros com tampões e bocas de lobo que, ainda de forma precária, configuram um sistema de drenagem, conforme observado em campo e ilustrado nas fotos figura 66.

Convém ressaltar que inexistem cadastros ou informações sistematizadas sobre redes subterrâneas em funcionamento nos municípios.

A capital, Palmas, possui um sistema de drenagem projetado e, em parte, implantado. Os problemas verificados são, na maioria dos casos, relacionados ao lançamento de esgoto na rede de drenagem, o que acaba por comprometer todo o sistema.

Torna-se necessário prover as áreas urbanizadas dos municípios do Polo, principalmente as vias de acesso, de infraestrutura adequada para o saneamento ambiental, incluindo a drenagem pluvial, dentro dos padrões requeridos para um território ambientalmente frágil, que tem como vocação o desenvolvimento turístico em bases sustentáveis.

Figura 66: Exemplos de drenagem nos Municípios de Paraíso do Tocantins, Porto Nacional e Palmas



Município de Paraíso do Tocantins

Município de Porto Nacional



Município de Porto Nacional

Município de Palmas

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

2.2.6 Sistema de Comunicação

Conforme observado em campo e informado pelas prefeituras, os municípios que compõem o Polo são atendidos por serviço de telefonia fixa e móvel. Com o crescimento da economia regional por meio da atividade turística do segmento de Negócios e Eventos, observa-se um bom nível de atendimento aos turistas na área de comunicação.

Nos municípios do Polo existem agências de correios, emissoras de rádio, canais de televisão com transmissão de sinais por meio de torres e antenas parabólicas, jornais de circulação nacional e o acesso à internet, por meio de banda larga.

Em Porto Nacional há o projeto da Cidade Digital que visa a implantação de infraestrutura e capacitação de servidor municipal para a criação de um serviço público básico e gratuito de acesso à informação e comunicação, via internet em banda larga sem fio com o objetivo de viabilizar ações da prefeitura municipal no que diz respeito à inclusão social, prestação de serviços à comunidade e apoio às atividades turísticas.

Foram identificadas as seguintes redes bancárias para o Polo: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bradesco e Itaú. No Polo o serviço de comunicação tem influenciado positivamente a atividade turística, visto que há disponibilidade dos meios de comunicação.

2.2.7 Energia Elétrica

A empresa responsável pelo fornecimento de energia elétrica aos municípios do Polo é a Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins – Energisa. Além de atuar no segmento de distribuição de energia, a Energisa também gera energia a partir de Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCH) localizadas no interior do Estado. Todavia, grande parte da energia consumida pelo sistema da Energisa, é fornecida pelas subestações localizadas em Miracema do Tocantins, em Porto Franco (MA) e em Imperatriz (MA), além da Usina Hidrelétrica de Peixe Angical e da subestação da CELG localizada em Porangatu (GO).

O número de atendimento dos domicílios no Polo pode ser verificado abaixo.

Tabela 38: Distribuição de Energia Elétrica em Domicílios Particulares Permanentes

| MUNICÍPIOS | FORNECIMENTO POR COMPANHIA DISTRIBUIDORA | | FORNECIMENTO POR OUTRA FONTE | | SEM FORNECIMENTO | | TOTAL GERAL |
|--------------------------|--|--------------|------------------------------|-------------|------------------|-------------|---------------|
| | Nº. | % | Nº. | % | Nº. | % | |
| Lajeado | 782 | 97,63 | 0 | 0,00 | 19 | 2,37 | 801 |
| Palmas | 68.284 | 99,42 | 173 | 0,25 | 222 | 0,32 | 68.679 |
| Paraíso do Tocantins | 13.315 | 99,29 | 13 | 0,10 | 82 | 0,61 | 13.410 |
| Porto Nacional | 13.448 | 97,82 | 41 | 0,30 | 259 | 1,88 | 13.748 |
| Total Polo Palmas | 95.829 | 99,16 | 227 | 0,23 | 582 | 0,60 | 96.638 |

Fonte: IBGE, Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Elaboração: Technum Consultoria – 2013.

O fornecimento de energia elétrica atende a praticamente 100% dos domicílios do Polo.

Em Porto Nacional, município de valor histórico e cultural, há previsão, de acordo com informações da prefeitura municipal, de instalação de fiação subterrânea para a rede elétrica, telefônica e lógica nas áreas que abrigam o conjunto arquitetônico formado pela igreja, casarões e edifícios tombados pelo patrimônio histórico, de forma a diminuir a interferência de tais instalações e ressaltar a beleza das edificações, dinamizando o turismo e fortalecendo a cultura local.

Figura 67: Postes de Energia Elétrica no Centro Histórico de Porto Nacional

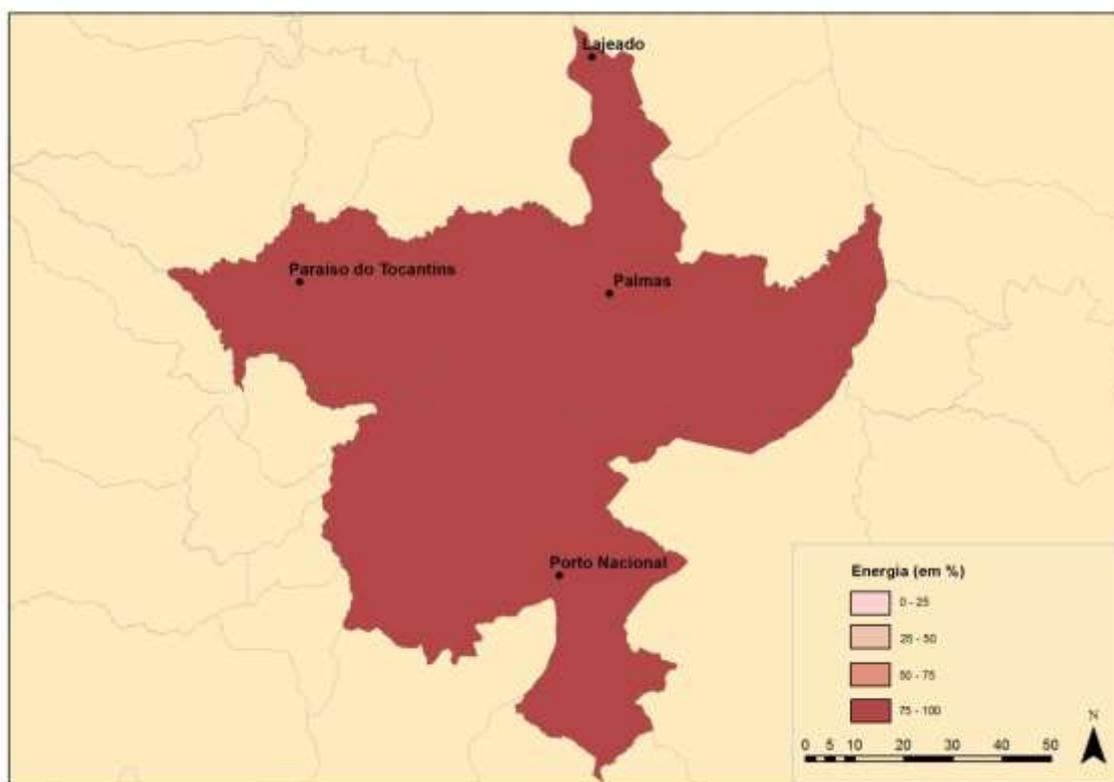


Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Não há indicativos da necessidade de ampliação da capacidade instalada, mesmo com a previsão de ampliação da demanda turística. As eventuais sobrecargas que ocorrem no sistema de geração, transmissão e distribuição são problemas que ocorrem na época das chuvas, conforme foi informado pela prefeitura.

Com o intuito de ilustrar a fornecimento de energia elétrica no Polo o mapa a seguir apresenta as informações, referentes aos domicílios servidos pelo fornecimento de energia por companhia distribuidora, em quatro faixas de atendimento: 0 a 25%; 25 a 50%; 50 a 75% e 75 a 100% .

Figura 68: Fornecimento de Energia Elétrica – Polo Palmas, 2013.



Fonte: Bases vetoriais disponíveis no sítio www.seplan.to.gov.br, conforme Censo de 2010 do IBGE; adaptado pela Technum Consultoria, 2014.

2.2.8 Serviços de Saúde

A capital possui rica rede hospitalar e é considerada referência no contexto de saúde para os estados do Maranhão e Pará. Os estabelecimentos de saúde do Polo são sintetizados na tabela a seguir.

Tabela 39: Estabelecimentos de Saúde dos Municípios do Polo

| MUNICÍPIO | ESTABELECIMENTO DE SAÚDE PÚBLICO | ESTABELECIMENTO DE SAÚDE PRIVADO |
|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Lajeado | 2 | - |
| Palmas | 61 | 83 |
| Paraiso do Tocantins | 11 | 10 |
| Porto Nacional | 19 | 13 |
| Total Polo Palmas | 93 | 106 |

Fonte: IBGE, Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Elaboração: Technum Consultoria – 2013.

O Polo oferece unidades nos dois níveis de atendimento, porém, a oferta é relativa. Há um desequilíbrio na distribuição dos estabelecimentos dentro do território do Polo, sendo a sua porção central, Palmas, melhor provida, seguida de Paraíso do Tocantins e Porto Nacional. O município de Lajeado é pouco provido de estrutura, de maior porte, em saúde. Contudo, mesmo com a necessidade de investimentos neste setor, o serviço de saúde no Polo não é um fator limitante à atividade turística.

2.2.9 Segurança

No que diz respeito à segurança é importante ressaltar que, segundo informações levantadas em campo, não há disponibilização de registro com ocorrências específicas para os turistas ou que se estenda ao Polo como um todo, o que dificulta uma análise mais profunda do tema.

A polícia, seja ela civil ou militar, está presente em todos os municípios do Polo tendo o maior contingente concentrado em Palmas e o menor em Lajeado. O Corpo de Bombeiros está presente em três municípios do Polo, com exceção de Lajeado, como pode ser conferido na tabela a seguir.

Tabela 40: Equipamentos de Segurança dos Municípios Polo

| MUNICÍPIOS | DELEGACIA | BOMBEIROS | TOTAL GERAL |
|--------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Lajeado | 1 | - | 1 |
| Palmas | 29 | 1 | 30 |
| Paraíso do Tocantins | 11 | 1 | 12 |
| Porto Nacional | 8 | 1 | 9 |
| Total Polo Palmas | 49 | 3 | 52 |

Fonte: Levantamento dos equipamentos para PDITS: Adtur – 2013.

O contingente de bombeiros é de 268 efetivos em Palmas, 28 bombeiros em Paraíso do Tocantins e 34 em Porto Nacional. Em relação às delegacias não foi possível obter um quadro detalhado a respeito do efetivo. Sabe-se, pelas entrevistas realizadas em campo, que o quadro mínimo aceitável, composto por delegado, policiais e escrivão, não está devidamente preenchido.

Não foram observados problemas graves de segurança nos municípios, embora o relatado indique que o contingente é muito pequeno. A estrutura do corpo de bombeiros é insuficiente, principalmente em função do número elevado de queimadas que ocorrem na região.

Não sendo do escopo direto do PDITS, não há como alocar recursos para segurança pública, no entanto é possível indicar ações para a melhoria deste sistema. Uma delas, no âmbito do fortalecimento institucional, seria a criação da Companhia de Polícia Turística e a estruturação de um grupo de prevenção de queimadas. Devem, ainda, ser previstas ações para o tratamento da causa dos problemas de segurança, principalmente as indutoras de melhorias no âmbito social, tais como aquelas relacionadas a formação profissional, ações com reflexo imediato na geração de emprego e renda ou na qualidade dos espaços urbanos.

O que se espera é que esse conjunto de ações tenham reflexos positivos na vida da população, criando um ambiente de qualidade à população e ao turista.

2.3 Quadro Institucional da área turística

A análise do quadro institucional vigente para a gestão do turismo no Polo Palmas no âmbito do PDITS é condição necessária para o estabelecimento de estratégias e ações de desenvolvimento integrado do turismo sustentável. Os investimentos em infraestrutura não darão a resposta esperada se, paralelamente, a gestão do turismo não for recriada e fortalecida, envolvendo os atores da administração pública e da iniciativa privada, bem como a sociedade local.

O escopo da análise não se limita, assim, à organização e às condições de atuação do setor público, seja na instância federal, estadual ou municipal. Governo e sociedade têm funções e papéis a assumir para a consolidação da política pública setorial integrada para a área, sendo necessário, para tanto, a adoção de um modelo participativo e inovador de gestão, que conte com os recursos organizacionais, administrativos, legais e tecnológicos requeridos e com equipes qualificadas e competentes, sejam elas formadas por gestores e técnicos da administração pública, ou por líderes, formadores de opinião, empresários, entidades não governamentais e especialistas, enquanto atores sociais. Partindo desses princípios, e considerando o turismo como matéria intersetorial, interdisciplinar e intergovernamental, os temas a seguir são tratados conforme a sua pertinência.

2.3.1 Órgãos e Instituições que Atuam na Gestão do Turismo

O estado do Tocantins vem desenvolvendo e adotando o modelo de gestão participativa das políticas públicas setoriais. A organização do Estado para fins de planejamento das políticas públicas estaduais, estabelecendo a criação dos Polos, dentre eles o Polo Palmas, contribuiu para definir e agregar os diferentes atores.

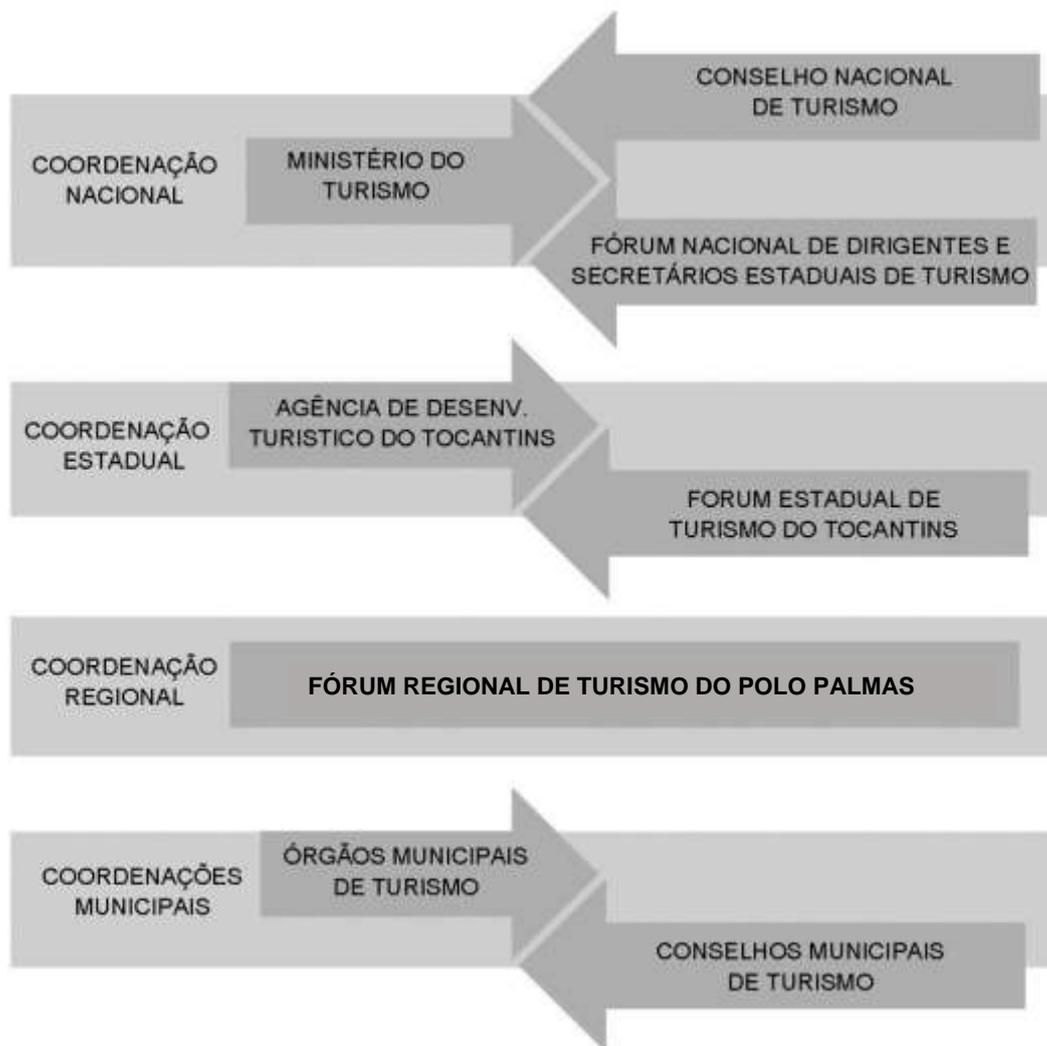
Conforme o Plano Nacional do Turismo 2013-2016, o modelo de gestão descentralizada integra as diversas instâncias da gestão pública e da iniciativa privada por meio da criação de ambientes de reflexão, discussão e definição das diretrizes gerais para o desenvolvimento da atividade nas diversas escalas territoriais e de gestão do País.

Na ponta, onde a atividade turística se realiza, estão as instâncias de representação municipal. Conforme disposto pelo Ministério do Turismo, ainda no Plano Nacional de Turismo 2013-2016, os municípios são incentivados a criar os conselhos municipais de turismo e organizarem-se em instâncias de representação regional, pública e privada, possibilitando a criação de ambientes de discussão e reflexão adequados às respectivas escalas territoriais, complementando, assim, o sistema nacional de gestão do turismo.¹

Na esfera municipal, a gestão do turismo deve pautar-se pela integração entre os diversos setores locais, formulação de estratégias para o desenvolvimento do município, bem como planejar e executar as ações locais em parceria com a esfera estadual e federal.

¹ Idem, p. 44

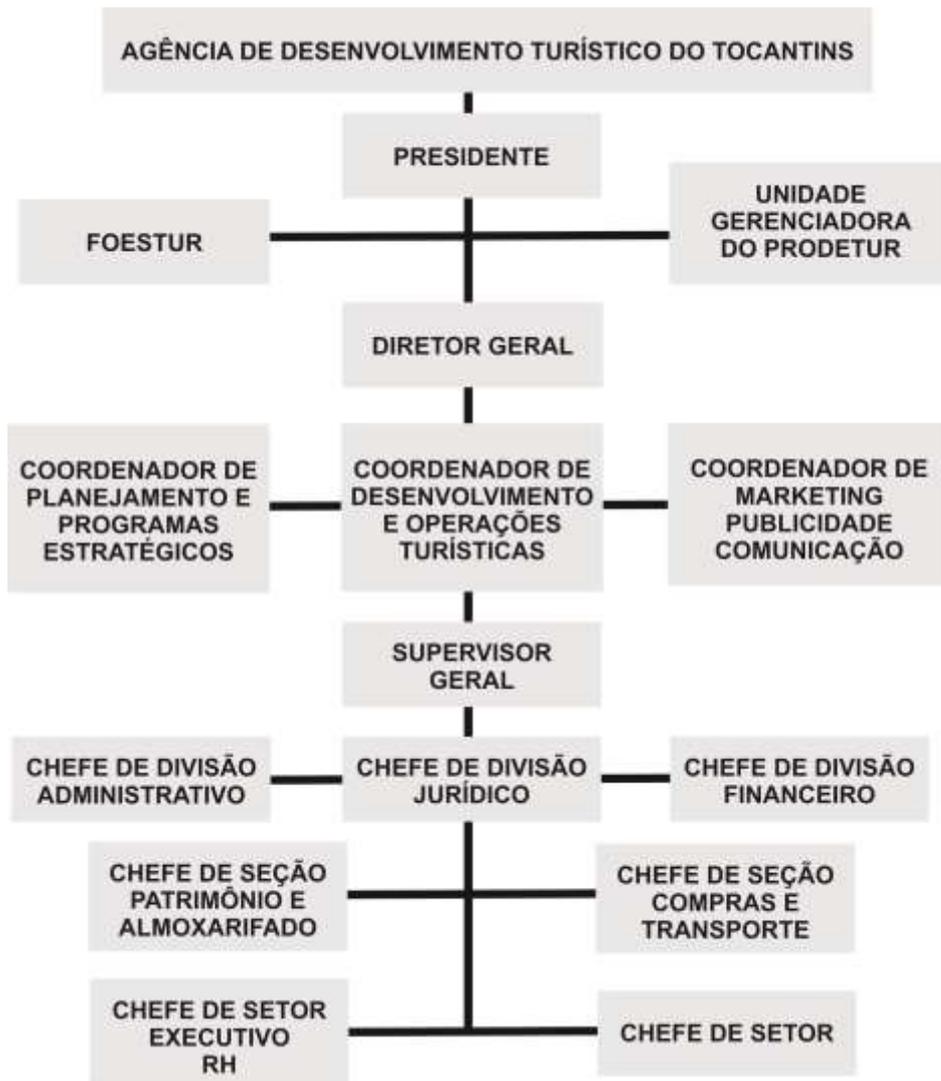
Figura 69: Gestão Descentralizada do Turismo – Estrutura de Coordenação, conforme definido pela Política Nacional do Turismo 2013 – 2016, aplicada para o Estado do Tocantins



Fonte: MTur, Política Nacional do Turismo, adaptado para Tocantins pela Technum Consultoria, sítio do MTur (http://www.turismo.gov.br/turismo/conselhos/gestao_descentralizada), 2013.

A gestão do turismo no Tocantins, na esfera da administração pública estadual, à época de elaboração do Diagnóstico deste PDITS, estava a cargo da Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins – Adtur que apresentava a ordem de estrutura conforme organograma a seguir.

Figura 70: Organograma do Órgão de Turismo do Estado do Tocantins



Fonte: Adtur, 2014.

Os cargos com seus respectivos servidores eram os apresentados a seguir.

Quadro 13: Número de Cargos e respectivos ocupantes da Adtur

| ESTRUTURA | | |
|-----------|--|---------------|
| ORD. | CARGO | SÍMBOLO/NÍVEL |
| 1 | Presidente | - |
| 2 | Diretor | CDE VI |
| 3 | Coordenador (3 ocupantes) | CDE-V |
| 4 | Supervisor (1 ocupante) | CDE-IV |
| 5 | Chefe de Divisão (3 ocupantes) | CDE-III |
| 6 | Chefe de Seção (2 ocupantes) | CDE-II |
| 7 | Chefe do Setor Executivo (2 ocupantes) | CDE-I |
| 8 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-11 |
| 9 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-12 |

| ESTRUTURA | | |
|---|---|----------------------|
| ORD. | CARGO | SÍMBOLO/NÍVEL |
| 10 | Cargo de Assessoramento Direto (4 ocupantes) | FAS-10 |
| 11 | Cargo de Assessoramento Direto (2 ocupantes) | FAS-8 |
| 12 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-7 |
| 13 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-4 |
| 14 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-1 |
| FUNÇÃO DE CONFIANÇA DE ASSESSORAMENTO (Efetivos) | | |
| 15 | Função de Confiança de Assessoramento (2 ocupantes) | FCA-12 |
| 16 | Função de Confiança de Assessoramento (2 ocupantes) | FCA-10 |
| 17 | Função de Confiança de Assessoramento (2 ocupantes) | FCA-09 |
| 18 | Função de Confiança de Assessoramento (4 ocupantes) | FCA-8 |
| CONTRATOS | | |
| 19 | Auxiliar de Serviços Gerais (5 ocupantes) | - |
| REDISTRIBUIDO DA SECAD PARA ADTUR | | |
| 20 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-12 |
| 21 | Cargo de Assessoramento Direto | FAS-7 |
| EFETIVOS | | |
| 22 | Pedagoga | - |
| 23 | Contadora | - |
| 24 | Analista em Turismo | - |
| 25 | Socióloga | - |
| 26 | Analista em Turismo | - |
| 27 | Assistente Administrativo | - |
| 28 | Analista em Turismo | - |
| 29 | Assistente Administrativo | - |
| 30 | Auxiliar de Serviços Gerais | - |
| 31 | Motorista | - |
| CARGO DA LEI DE COMUNICAÇÃO | | |
| 32 | Assessor de comunicação | DAS - 10 |

Fonte: Adtur, 2014.

Conforme o sítio eletrônico da própria Adtur (<http://turismo.to.gov.br/>), a Agência tinha como missão “tornar a atividade turística um importante instrumento de desenvolvimento econômico para o Estado por meio da elaboração e gestão de políticas públicas que promovam o turismo como atividade sustentável”.

Suas competências, conforme mesma referência, envolviam as seguintes ações:

I - desenvolver, de forma sustentável, o turismo no Estado, através de suas regiões turísticas, proporcionando condições às prefeituras e comunidades locais, de realizarem ações estratégicas do plano estadual de turismo;

II - executar a política estadual de incentivo ao turismo, visando ordenar, regulamentar, normatizar e incentivar investimentos no setor;

III - proporcionar o crescimento e fortalecimento do turismo, visando aumentar a geração de renda, o mercado de trabalho e a melhoria das condições de vida da população;

IV - incentivar a participação da comunidade no processo de desenvolvimento, valorização e conservação do patrimônio natural, cultural e científico da região;

V - fomentar o desenvolvimento do turismo no Estado, promovendo eventos nas regiões turísticas, com divulgação em nível local, regional, nacional e internacional, de acordo com a vocação turística de cada município;

VI - planejar e desenvolver programas e projetos em conjunto com organismos públicos e privados, com objetivo de desenvolver empreendimentos turísticos no Estado;

VII- capacitar e apoiar os municípios para gestão dos serviços de turismo, de acordo com as suas potencialidades e estruturas;

VIII- participar de projetos e programas turísticos coordenados pelo governo federal e promover o intercâmbio com os demais órgãos de turismo municipais, estaduais, nacionais e internacionais;

IX - pesquisar e captar fontes de recursos junto ao governo federal, e demais organismos internacionais, públicos ou privados, para fomentar as atividades turísticas no Estado;

X - gerir os recursos financeiros públicos destinados ao turismo;

XI - promover:

a) a integração das políticas de turismo com as demais políticas estaduais, em especial as relativas ao meio ambiente;

b) os produtos e roteiros da participação em eventos regionais, nacionais e internacionais;

XII - manter banco de dados de atividades turísticas, para divulgar e promover novos empreendimentos;

XIII- garantir padrões internacionais de qualidade na prestação de serviços turísticos, e contribuir para o aprimoramento da qualidade dos serviços ofertados no Estado, tornando-os compatíveis com as características do mercado e os investimentos em turismo;

XIV- planejar, coordenar e acompanhar a política e ações de ecoturismo.

A partir de janeiro de 2015 a Adtur foi substituída pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo - SEDETUR. A Medida Provisória nº 22, de 30 de abril de 2015, publicada na mesma data no Diário Oficial nº 4.365, dispõe sobre a nova organização da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo.

O Anexo I da medida provisória trás o quadro da reestruturação do Estado do Tocantins. Conforme linhas de 27 a 29, a SEDETUR incorporou a Adtur, a Secretaria de Minas e Energia e a Secretaria de Promoção e Atração de Investimentos do Estado.

A referida Medida Provisória, além das funções, incorporou acervos, pessoal e recursos dos órgãos extintos, conforme o § 2º do seu art. 5º:

Art. 5º [...]

[...]

§2º Os acervos, sistemas, pessoal, patrimônio, créditos orçamentários e demais recursos necessários à execução do serviço, observada a legislação orçamentária vigente, são automaticamente incorporados pelos órgãos ou entidades que sucederem ou substituírem os referidos no caput deste artigo, considerando-se extintos os correspondentes cargos de Secretário de Estado, de dirigente de entidade autárquica e fundacional ou de direção, chefia e assessoramento integrantes da estrutura organizacional dos órgãos, entidades ou unidades administrativas extintos, incorporados ou transformados.

Os cargos com seus respectivos servidores ficaram da seguinte forma.

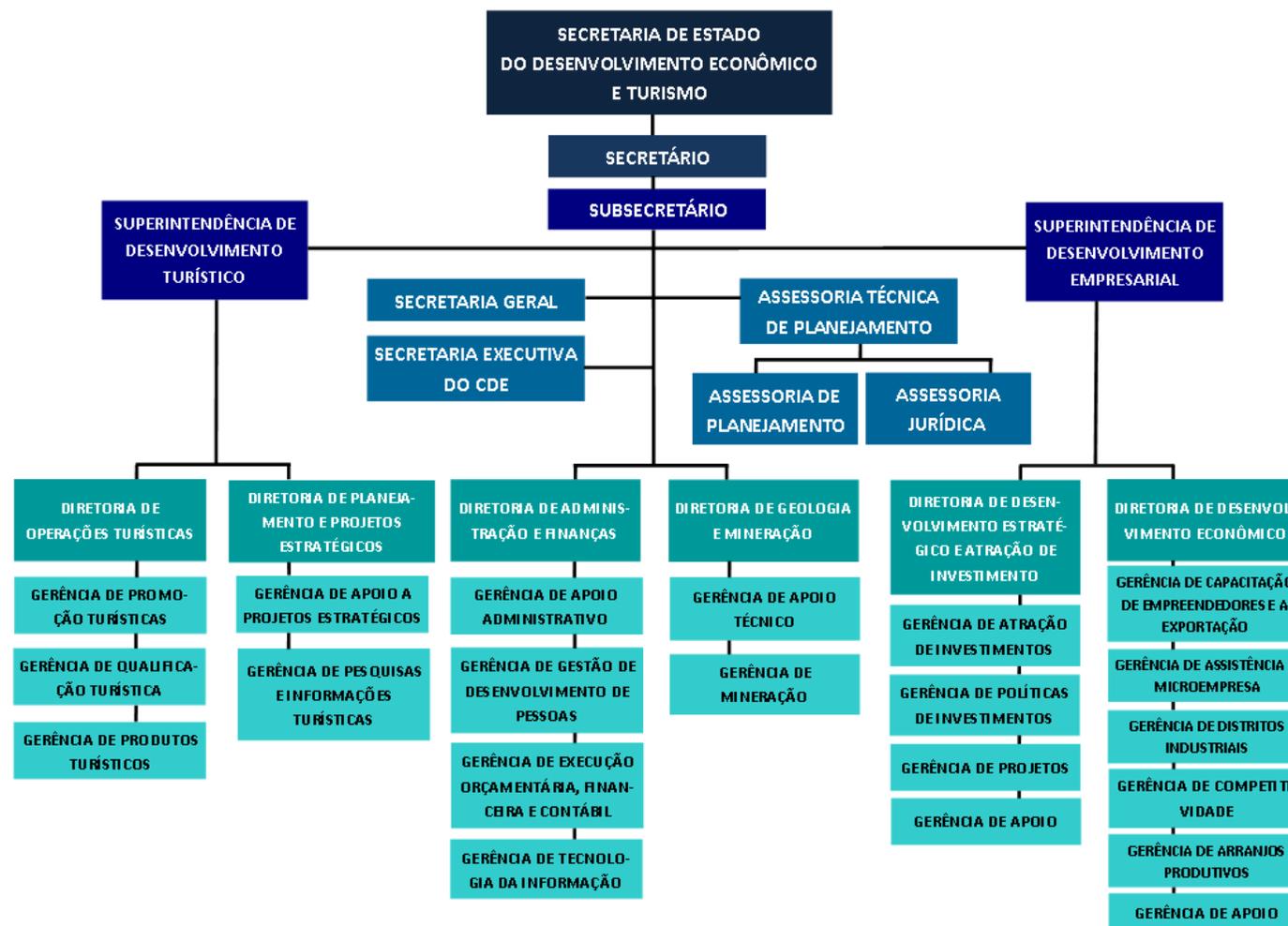
Quadro 14: Número de Cargos e respectivos ocupantes - SEDETUR

| ESTRUTURA | | |
|--|--|----------------------|
| ORD. | CARGO | SÍMBOLO/NÍVEL |
| 1 | Gabinete do Secretário | DAS-1 1 |
| 2 | Gabinete do Subsecretário | DAS-2 1 |
| 3 | Secretaria - Geral | DAI-1 1 |
| SECRETARIA EXECUTIVA DO CONSELHO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO | | |
| Assessoria Técnica e de Planejamento | | DAS-4 1 |
| a) | Assessoria Jurídica | DAI-1 1 |
| b) | Assessoria de Planejamento | DAI-1 1 |
| Diretoria de Administração e Finanças | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Apoio Administrativo | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Execução Orçamentária, Financeira e Contábil | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Tecnologia da Informação | DAI-1 1 |
| Diretoria de Geologia e Mineração | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Apoio Técnico | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Mineração | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO | | |
| Diretoria de Operações Turísticas | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência Promoção Turística | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Qualificação Turística | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Produtos Turísticos | DAI-1 1 |
| Diretoria de Planejamento e Projetos Estratégicos | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência Apoio a Projetos Estratégicos | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Pesquisas e Informações Turísticas | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO | | |
| Diretoria de Desenvolvimento Econômico | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Capacitação de Empreendedores e à Exportação | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Assistência à Microempresa | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Distritos Industriais | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Competitividade | DAI-1 1 |
| e) | Gerência de Arranjos Produtivos | DAI-1 1 |
| f) | Gerência de Apoio. | DAI-1 1 |
| Diretoria de Desenvolvimento Estratégico e Atração de Investimentos | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Atração de Investimentos | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Políticas de Desenvolvimento | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Projetos | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Apoio | DAI-1 1 |

Fonte: Medida Provisória no 22, de 30 de abril de 2015.

Atualmente o órgão, para todas as áreas de atuação, conta com 108 (cento e oito) servidores. A estrutura da nova gestão é apresentada no organograma a seguir.

Figura 71: Organograma da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo



Fonte: SEDETUR, 2015.

No ano de 2016 a Medida Provisória Nº 6, de 26 de fevereiro de 2016, altera a Lei 2.986, de 13 de julho de 2015 e incorpora à Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo a Secretaria da Cultura e a Agência Tocantinense de Ciência, Tecnologia e Inovação, denominando Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura.

Os cargos com seus respectivos servidores ficaram da seguinte forma.

Quadro 15: Número de Cargos e respectivos ocupantes - SEDEN

| ESTRUTURA | | |
|--|--|----------------------|
| ORD. | CARGO | SÍMBOLO/NÍVEL |
| 1 | Gabinete do Secretário | DAS-1 1 |
| 2 | Gabinete do Subsecretário | DAS-2 1 |
| 3 | Secretaria - Geral | DAI-1 1 |
| SECRETARIA EXECUTIVA DO CONSELHO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO | | |
| Assessoria Técnica e de Planejamento | | DAS-4 1 |
| a) | Assessoria Jurídica | DAI-1 1 |
| b) | Assessoria de Planejamento | DAI-1 1 |
| Diretoria de Administração e Finanças | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Apoio Administrativo | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Execução Orçamentária, Financeira e Contábil | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Tecnologia da Informação | DAI-1 1 |
| Diretoria de Geologia e Mineração | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Apoio Técnico | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Mineração | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO | | |
| Diretoria de Operações Turísticas | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência Promoção Turística | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Qualificação Turística | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Produtos Turísticos | DAI-1 1 |
| Diretoria de Planejamento e Projetos Estratégicos | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência Apoio a Projetos Estratégicos | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Pesquisas e Informações Turísticas | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO | | |
| Diretoria de Desenvolvimento Econômico | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Capacitação de Empreendedores e à Exportação | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Assistência à Microempresa | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Distritos Industriais | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Competitividade | DAI-1 1 |
| e) | Gerência de Arranjos Produtivos | DAI-1 1 |
| f) | Gerência de Apoio. | DAI-1 1 |
| Diretoria de Desenvolvimento Estratégico e Atração de Investimentos | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Atração de Investimentos | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Políticas de Desenvolvimento | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Projetos | DAI-1 1 |

| ESTRUTURA | | |
|---|--|---------------|
| ORD. | CARGO | SÍMBOLO/NÍVEL |
| d) | Gerência de Apoio | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO | | |
| Diretoria de Amparo à Pesquisa | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Fomento Científico | DAI-1 1 |
| b) | Gerência Captação e Acompanhamento de Projetos | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Difusão Tecnológica | DAI-1 1 |
| d) | Gerência de Pesquisa e Inovação | DAI-1 1 |
| SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA CULTURA BÁSICA | | |
| Diretoria de Ação Cultural | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Formação Artística | DAI-1 1 |
| b) | Gerência de Incentivo e Difusão Cultural | DAI-1 1 |
| c) | Gerência de Eventos Culturais | DAI-1 1 |
| Diretoria de Patrimônio Histórico e Artístico | | DAS-4 1 |
| a) | Gerência de Unidades Culturais | DAI-1 1 |
| b) | Gerência do Patrimônio Material e Imaterial | DAI-1 1 |

Fonte: Medida Provisória Nº 6, de 26 de fevereiro de 2016.

Nos municípios do Polo Palmas a gestão do turismo na esfera da administração pública municipal está a cargo da Agência Municipal de Turismo em Palmas e das Secretarias de Turismo nos outros municípios, conforme o quadro a seguir.

Quadro 16: Órgãos municipais responsáveis pela gestão do turismo – Polo de Palmas.

| MUNICÍPIOS | ANO 2011 |
|----------------------|---|
| Lajeado | Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo |
| Palmas | Agência Municipal de Turismo |
| Paraíso do Tocantins | Secretaria Municipal de Turismo |
| Porto Nacional | Secretaria Municipal de Turismo |

Fonte: Secretarias de Turismo dos municípios de Lajeado, Palmas, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional - 2014

Cada um dos órgãos citados conta com uma estrutura diferente. Lajeado e Paraíso do Tocantins contam apenas com o responsável pelo órgão, ou seja o próprio Secretário. Em Porto Nacional, além do cargo do Secretário a organização conta com uma Diretoria e três Coordenações. Palmas dispõe de um quadro mais amplo, contando com: presidência, com assessoria técnica e chefe de gabinete; assessoria técnica e planejamento, com chefia do núcleo setorial de informática, da divisão de recursos humanos; da divisão de finanças; e da divisão de serviços gerais; diretor de promoção turística e chefia de marketing; diretoria de estruturação turística e respectiva gerência, além de chefia de divisão de atendimento dos CAT de Taquaruçu e do Centro e chefia da divisão de ordenamento turístico; e diretoria de eventos com sua gerência de organização de eventos.

A seguir são apresentados os respectivos organogramas.

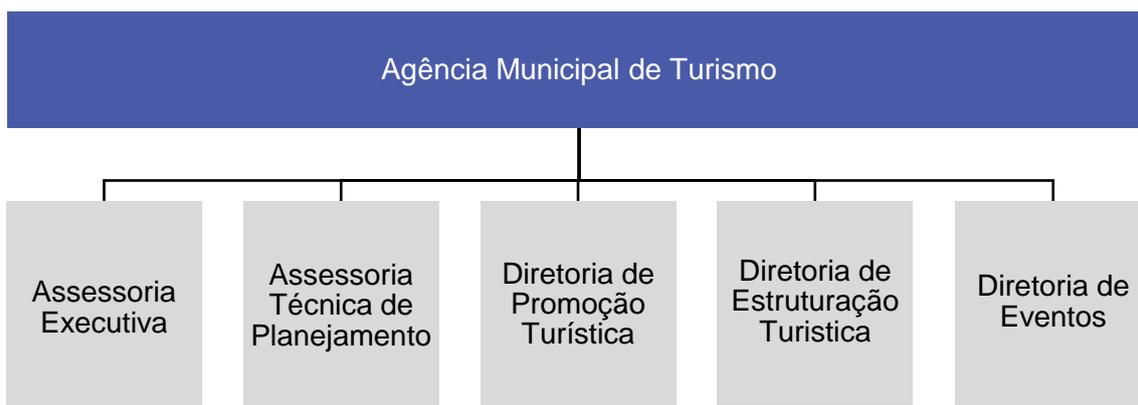
Figura 72: Organograma dos Órgãos de Turismo do Município de Lajeado



| QUADRO TÉCNICO | |
|----------------|-----------------------|
| ORD. | CARGO |
| 1 | Secretária de Turismo |

Fonte: Informação fornecida pela prefeitura e compilada pela Technum Consultoria - 2013.

Figura 73: Organograma do Órgão de Turismo do Município de Palmas



| QUADRO TÉCNICO |
|--|
| CARGO |
| PRESIDENTE DA AGENCIA MUNICIPAL DE TURISMO |
| Assessor Técnico II |
| Assistente de Gabinete I |
| CHEFE DA ASSESSORIA TÉCNICA E DE PLANEJAMENTO |
| Chefe do Núcleo Setorial de Informática |
| Chefe da Divisão de Recursos Humanos |
| Chefe da Divisão de Finanças |
| Chefe da Divisão de Serviços Gerais |
| DIRETOR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA |

| QUADRO TÉCNICO | |
|---|--|
| CARGO | |
| Chefe da Divisão de Marketing | |
| DIRETORA DE ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA | |
| Gerente de Estruturação Turística | |
| Chefe da Divisão de Atendimento do Centro de Atendimento ao Turista - Taquaruçu | |
| Chefe da Divisão de Atendimento do Centro de Atendimento ao Turista - Centro | |
| Chefe da Divisão de Ordenamento Turístico | |
| DIRETOR DE EVENTOS | |
| Gerente de Organização de Eventos | |

Fonte: Informação fornecida pela prefeitura e compilada pela Technum Consultoria - 2013.

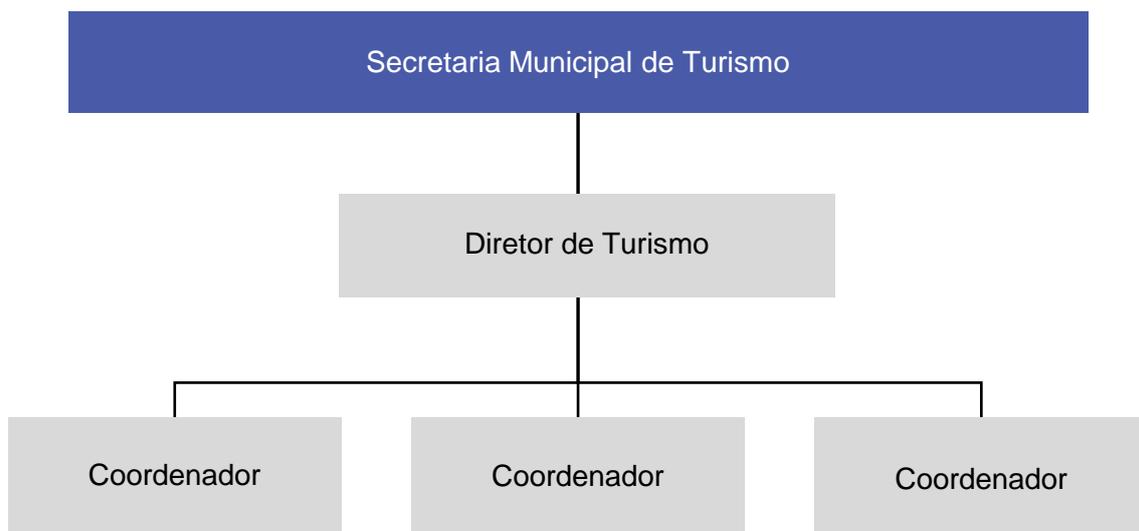
Figura 74: Organograma do Órgão de Turismo do Município de Paraíso do Tocantins



| QUADRO TÉCNICO | |
|----------------|-----------------------|
| ORD. | CARGO |
| 1 | Secretária de Turismo |

Fonte: Informação fornecida pela prefeitura e compilada pela Technum Consultoria - 2013.

Figura 75: Organograma do Órgão de Turismo do Município de Porto Nacional



| QUADRO TÉCNICO | |
|----------------|--------------------------------------|
| ORD. | CARGO |
| 1 | Secretário Municipal de Turismo |
| 2 | Diretor de Turismo |
| 3 | Coordenador de Turismo (3 ocupantes) |

Fonte: Informação fornecida pela prefeitura e compilada pela Technum Consultoria - 2013.

Conforme informações fornecidas pelas prefeituras, os municípios do Polo possuem estrutura organizacional com atribuições específicas para o turismo apresentando em seu quadro diretorias ou coordenadorias. No entanto, foi constatada, nos quatro municípios, a precariedade de dados que contenham levantamentos quantitativos e qualitativos acerca da gestão ou da movimentação turística. Estes dados são importantes para a avaliação de resultados, proposições de ações e desenvolvimento de melhorias no turismo.

A maioria dos cargos das Secretarias é regida pela forma estatutária, o que representa um fato positivo uma vez que traz a estabilidade funcional. As administrações municipais parecem não estar muito atentas a importância do treinamento e capacitação do quadro de pessoal. É premente a necessidade da promoção da capacitação da gestão pública, em todos os níveis.

Ainda sobre a capacitação, vale acrescentar a discussão a respeito da preparação da população para o turismo. Os municípios informaram que instituições como o SEBRAE e SENAC disponibilizam cursos de capacitação para a população, como hotelaria, alimentação, formação de condutores e guias de turismo. Esses cursos acontecem, principalmente, próximos ao período de alta temporada, porém observa-se um desinteresse e uma falta de mobilização da população para a profissionalização.

Os Conselhos Municipais de Turismo desse Polo estão desativados. A principal causa apontada é a indicação de que consideram a atuação sobre a atividade turística ainda pouco expressiva. Com a ausência das reuniões a comunidade não tem trabalhado nas questões turísticas e a atividade turísticas nos municípios acaba por ficar prejudicados com esta falta de foco no seu desenvolvimento. Portanto, considera-se importante a atuação dos conselhos municipais pois trazem impactos positivos para o turismo e, em uma escala maior, promovem a sua conexão com as outras áreas turísticas do Polo.

Verifica-se também falta de articulação do trade turístico com os órgãos municipais em busca do desenvolvimento integrado do turismo, da formatação de produtos, roteiros e calendário de eventos otimizando a busca de recursos, financeiros e humanos, que viabilizem o desenvolvimento pretendido. A participação do trade turístico no desenvolvimento do turismo é de extrema importância para a ampliação dos benefícios da atividade turística. O fortalecimento dessas entidades colabora para a manutenção de um nível adequado na prestação de serviços, na inovação da oferta e na diversificação de opções de serviços aos turistas e tem como resultados o aumento da permanência turística no destino, além de auxiliar na atração de um perfil de turista diferenciado, ampliando assim as receitas da atividade no Polo.

Como destaque da análise do ambiente institucional realizada, ressalta-se que, na esfera municipal, encontram-se municípios enfraquecidos e com capacidade para a gestão do turismo ainda muito limitada. Esta realidade é constatada por vários motivos, dentre eles: a ausência de dados sistematizados; a inexistência ou falta de capacitação dos gestores de meio ambiente e turismo; a fragilidade do ambiente de

gestão e em relação ao empreendedorismo; e o envolvimento da sociedade local ainda incipiente.

No que diz respeito ao planejamento turístico o maior entrave é a ausência de dados. Seria de extrema importância a estruturação, no menor prazo possível, e a implantação de um sistema destinado a fornecer dados sobre o turismo e o turista.

2.3.2 Impactos e limitações das Políticas Públicas

No intuito de identificar os impactos e limitações das políticas públicas e a capacidade de gestão pública sobre o desenvolvimento do turismo dos municípios e do Polo Palmas, são investigados:

- capacidade dos municípios para a captação de recursos;
- adequabilidade da estrutura administrativa de turismo, e;
- capacitação para a gestão do turismo.

Pode-se afirmar que no turismo, as possibilidades de **captação de recursos**, além do orçamento público, podem ser feitas com o apoio de entidades não governamentais, como: ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens; ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis; CBC&VB - Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux, dentre outras. A captação exige a elaboração de projetos e pleito aos atores envolvidos em financiamentos, ou mesmo a fundo perdido, específicos para o setor turísticos. No entanto, a visita realizada em campo constatou que essas organizações não estão estruturadas ou não são representativas no âmbito municipal.

Outras estruturas que poderiam facilitar o acesso aos recursos seriam as organizações governamentais, como fundações e institutos públicos voltadas à promoção do desenvolvimento turístico. No entanto, a operação dessas estruturas é ainda dificultada pela falta de outros mecanismo e instrumentos necessários, tais como o Fundo Municipal de Turismo.

Os recursos mais utilizados continuam sendo os de procedência federal, tendo como fonte principal o MTur. O quadro a seguir retrata o desempenho do Polo na conquista de recursos para alavancar suas atividades de desenvolvimento e fortalecimento do turismo.

Tabela 41: Demonstrativo dos recursos do Ministério de Turismo aplicados nos municípios do Polo nos anos de 2011, 2012 e 2013

| MUNICÍPIOS | ANO 2011 VALOR (R\$) | ANO 2012 VALOR (R\$) | ANO 2013 VALOR (R\$) | TOTAL ANOS 2011,2012 E 2013 |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| Lajeado | 16.038,75 | 3.042,00 | 4.212,00 | 23.292,75 |
| Palmas | - | 2.422.744,08 | - | 2.422.744,08 |
| Paraíso do Tocantins | - | 170.625,00 | - | 170.625,00 |
| Porto Nacional | 295.181,25 | 526.997,25 | 239.179,20 | 1.058.357,70 |

Fonte: Portal da Transparência (BRASIL, 2013).

Pelas informações da Tabela 41 anterior, pode-se inferir que os municípios de Palmas e de Paraíso do Tocantins não arrecadaram recursos nos anos de 2011 e 2013 para a promoção de melhorias turísticas. No entanto, o valor de recursos disponibilizado para Palmas em 2012 foi vultoso. Lajeado e Porto Nacional tiveram recursos do MTur para projetos de infraestrutura turística nos anos de 2011, 2012 e 2013.

Além de outras razões, os seguintes fatores contribuem para a dificuldade de captação de recursos:

- falta de planejamento e desconhecimento da realidade do turismo local;
- ausência de informações organizadas;
- pessoal sem a qualificação necessária à elaboração de projetos e capacidade de administração para acompanhamento, fiscalização e prestação de contas;
- quantidade de pessoal insuficiente para atuar em ações relativas à política do turismo;
- falta de agilidade da administração pública; e
- desconhecimento de outras fontes de recursos para subsidiar as atividades do turismo.

Esses fatores são reversíveis, desde que haja uma estratégia para captar recursos oriundos de outras fontes, que vai desde a capacitação dos agentes públicos até a organização de informações para esse fim, passando pelo conhecimento da política instalada e das necessidades locais.

Sobre a **capacidade da estrutura administrativa do turismo**, pode-se observar, conforme já exposto neste documento, que os municípios do Polo possuem secretarias de turismo. Considera-se que a existência de uma secretaria voltada para o turismo é o primeiro passo para a gestão da atividade. Caberia a ela ser o órgão técnico, o articulador político e o mobilizador da cadeia produtiva, coordenando ações e projetos para o município e, em uma instância maior, para o Polo.

Observa-se, no entanto, pelo exposto no item 2.3.1 que as Secretarias de Lajeado e de Paraíso contam com pessoal extremamente reduzido, o que dificulta a ação efetiva dos gestores. Mesmo nos municípios onde há maior estrutura, houve relato de carência do corpo técnico. São poucos profissionais para as diversas funções exigidas e, além disso, muitos funcionários não possuem formação superior em turismo. A deficiência decorre, muitas vezes, da limitação dos recursos financeiros ou da pouca prioridade dada ao setor do turismo.

É evidente, como já exposto neste documento, que o Polo tem baixa **capacidade para a gestão do turismo** – quer seja no âmbito público, como privado. Dentre outras carências destaca-se a ausência de instituições de ensino direcionadas ao turismo. Além disso, os cursos promovidos por algumas instituições, como por exemplo o SEBRAE, são realizados de forma esporádica.

Um dos principais entraves relacionados à gestão do setor, refere-se a falta de informações sistematizadas que permitam subsidiar o planejamento e realizar o monitoramento da atividade.

Além das pesquisas relacionadas ao turismo seria importante incentivar a pesquisa científica no Polo, notadamente aquelas que envolvessem as instituições de ensino superior. Nesse sentido, programas relacionados a investigação de diversos aspectos no Polo, por meio de pesquisas científicas, poderiam tornar-se ferramentas de suporte ao conhecimento e desenvolvimento dos aspectos relacionados às questões socioeconômicas, turísticas e ambientais. Ações voltadas dessa natureza poderiam despertar para a inovação do setor produtivo.

Os levantamentos realizados em campo permitiram constatar a forte necessidade de ações em gestão para o turismo, dentre elas:

- promoção de cursos de capacitação que envolva os municípios integrantes do Polo;
- habilitação de profissionais para a prestação de contas e elaboração de projetos e para o atendimento ao turista;

- sensibilização para o cadastramento dos empreendimentos turísticos do Polo, e para o correto preenchimento das Fichas Nacionais de Registro de Hospedes - FNRH e para a emissão periódica de Boletins de ocupação Hoteleira nos meios de hospedagem ;
- incentivo à adoção de boas práticas operacionais por meio de mecanismo de certificação e de selos de qualidade, dentre outros.

O resultado dessas ações poderia inferir diretamente na melhoria do sistema de gestão do turismo, tornando-o objetivo e eficaz para a sua prática.

Nas esferas federal e estadual há uma visão mais integrada e consolidada do turismo uma vez que as políticas de turismo vêm ocupando espaço no âmbito do planejamento e gestão. A organização pauta pela criação de um sistema formado por planos, programas, leis e instituições que concebem políticas para o turismo nas diversas escalas territoriais e de gestão do País que serão elencados a seguir.

- o **Plano Nacional de Turismo** passou a ser um macroprograma que reúne um conjunto de programas com ações específicas para o desenvolvimento do turismo brasileiro.
- o documento **65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional**, marco da política nacional do turismo, que traz subsídios para o desenvolvimento da atividade turística de forma sustentável para os próximos anos.
- em 2010 o Conselho Nacional do Turismo lançou o documento intitulado **Turismo no Brasil 2011-2014**, trazendo o diagnóstico do turismo no País e metas para os próximos anos, com foco nos dois grandes eventos que serão sediados no Brasil: a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

No âmbito estadual há uma percepção da importância do turismo e busca de estruturação do setor, ainda que seja necessária a superação dos entraves decorrentes da descontinuidade administrativa. Importa acrescentar que o modelo de gestão do turismo desejado deve ter como princípio a integração de ação em todas as esferas - federal, estadual e municipal -, trazendo um desenvolvimento sustentável do turismo.

2.3.3 Organização e Coordenação do Processo de Planejamento Turístico

O planejamento turístico representa uma ferramenta importante de análise sistemática da atividade turística uma vez que ele pretende demonstrar como ela está ocorrendo e como deveria ocorrer, definindo a forma de atuação mais eficaz para se chegar ao futuro desejado.

O Ministério do Turismo oferece, aos estados e municípios, diretrizes e instrumentos norteadores da atividade turística. Merece destaque a Lei Geral do Turismo e o Plano Nacional do Turismo. Esses instrumentos vêm mobilizando estruturas regionais públicas da área para um processo de debates participativos que buscam o desenvolvimento do turismo pela organização de roteiros e de produtos domésticos estabelecidos no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

A Lei Geral do Turismo – LGT dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, definindo as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, disciplinando a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos.

Em 2003 foi lançado o Plano Nacional de Turismo – PNT pelo MTur. O Plano se baseia nos seguintes pressupostos: (i) parceria e gestão descentralizada; (ii) distribuição de renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística; (iii) diversificação dos mercados, produtos e destinos turísticos; (iv) inovação dos arranjos produtivos; (v) visão estratégica por meio de planejamento integrado; (vi) incremento do turismo interno; e (vii) desenvolvimento do turismo sustentável.

As ações pertencentes ao PNT consistem em importantes instrumentos indutores do desenvolvimento turístico e de inclusão social. Para os alcances dos resultados até 2016 foram fixados os seguintes objetivos:

- preparar o turismo brasileiro para os megaeventos: consiste na preparação da cadeia produtiva do turismo para receber os turistas internacionais e nacionais durante o período dos eventos.
- incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros: refere-se ao esforço em aumentar a chegada de turistas estrangeiros no Brasil, bem como aumentar seus gastos. Ao mesmo tempo incentivar o turista brasileiro que vai ao exterior a viajar mais pelo Brasil. Além disso, esse objetivo busca também incorporar a perspectiva da internacionalização de empresas turísticas nacionais, tornando possível a absorção de parte dos gastos dos brasileiros no exterior;
- incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil: busca-se o fomento do mercado interno oferecendo um número maior de produtos de qualidade; o aumento das viagens domésticas; a promoção das regiões brasileiras, por meio da diversidade cultural e natural, contribuindo para a diminuição das desigualdades regionais; e o fortalecimento do segmento de negócios e eventos ligados direta e indiretamente à cadeia produtiva do turismo;
- melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro: para isso foram definidos 65 destinos turísticos no Brasil, sobre os quais vem sendo aplicada, desde 2007, a metodologia que permite avaliar o índice de competitividade de cada um deles.

Dos objetivos propostos as metas a serem cumpridas até 2016 consistem em aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros ao país; aumentar para US\$10,8 bilhões a receita com o turismo internacional; aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas; elevar para 70 pontos o índice médio de competitividade turística nacional e aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo.

O Mtur possui outros programas e macroprogramas, estruturados pelo PNT, que expressam suas linhas de atuação e que podem ser verificados no quadro a seguir.

Quadro 17: Macro programas e programas do Ministério do Turismo

| MACROPROGRAMAS | PROGRAMAS |
|---------------------------------|--|
| Planejamento e Gestão | Implementação e Descentralização da Política Nacional de Turismo |
| | Avaliação e Monitoramento do Plano Nacional de Turismo |
| | Relações Internacionais |
| Informação e Estudos Turísticos | Informações e Estudos Turísticos |
| | Sistemas de Informação do Turismo |
| | Programa de Competitividade do Turismo Brasileiro |

| MACROPROGRAMAS | PROGRAMAS |
|---|--|
| Logística de Transportes | Programa de Ampliação da Malha Aérea Internacional |
| | Programa de Integração da América do Sul |
| | Programa de Integração Modal nas Regiões Turísticas |
| Regionalização do Turismo | Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil |
| | Programa de Planejamento e Gestão da Regionalização |
| | Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos |
| | Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo |
| | Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo - PRODETUR |
| Fomento à Iniciativa Privada | Fomento à Iniciativa Privada |
| | Programa de Atração de Investimentos |
| | Programa de Financiamento para o Turismo |
| | Linhas de Crédito para o Turismo |
| Infraestrutura Pública | Articulação Interministerial para Infraestrutura de Apoio ao Turismo |
| | Programa de Apoio à Infraestrutura Turística |
| Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos | Programa de Normatização do Turismo |
| | Programa de Certificação do Turismo |
| | Programa de Qualificação Profissional |
| Promoção e Apoio à Comercialização | Programa de Promoção Nacional do Turismo Brasileiro |
| | Programa de Apoio à Comercialização Nacional |
| | Programa de Promoção Internacional do Turismo Brasileiro |
| | Programa de Apoio à Comercialização Internacional |
| | Programa Turismo Sustentável & Infância |

Fonte: Ministério do Turismo - 2014

Desses macroprogramas e programas merece destaque, no âmbito da elaboração do PDITS para o Polo, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, bem como o Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur.

- **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**

O Programa de Regionalização do Turismo, estruturado pelo PNT 2013-2016, tem como objetivo geral apoiar a gestão, estruturação e promoção do turismo no País, de forma regionalizada e descentralizada. Para alcançar os resultados desejados no processo de regionalização do turismo o programa tem como premissas: a abordagem territorial, integração e participação social, a inclusão, a descentralização, sustentabilidade, inovação e a competitividade.

A qualificação do programa é realizada a partir das proposições advindas de discussões realizadas no âmbito do Sistema Nacional de Turismo, das equipes técnicas do Ministério do Turismo, das avaliações oriundas das instâncias de

governança, da Rede Nacional de Regionalização e, por último, da consulta pública. Sua implementação orienta-se pela cooperação e parcerias dos agentes públicos e privados nas esferas federal, estadual e municipal.

São os eixos de atuação do Programa de Regionalização do Turismo que proporcionam o desenvolvimento e produção das atividades, bens e serviços turísticos nas regiões e municípios. Possibilitam também a integração e convergência das ações e esforços do Ministério do Turismo – Secretarias, Diretorias, Coordenações – às demandas dos Estados, regiões e municípios turísticos. Nesse sentido, os oito eixos do plano orientam as ações a serem alcançadas. São eles: gestão descentralizada do turismo; planejamento e posicionamento de mercado; qualificação profissional, dos serviços e da produção associada; empreendedorismo, captação e promoção de investimento; infraestrutura turística; informação ao turista; promoção e apoio à comercialização e monitoramento.

O modelo de financiamento das ações dos Programas conta com três fontes distintas de recursos: o financiamento internacional obtido junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, recursos de contrapartida federal, Ministério do Turismo e a contrapartida estadual.

Para o estado do Tocantins o PRT objetivou o ordenamento da atividade turística, focalizando o desenvolvimento das regiões turísticas. Foram eleitas quatro regiões prioritárias, são elas: Encantos do Jalapão, Lagos e Praias do Cantão, Serras e Lago e Serras Gerais.

- **PRODETUR Nacional - Programa de Desenvolvimento do Turismo**

O Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo busca organizar intervenções públicas para o desenvolvimento da atividade turística, por meio de ações voltadas para o planejamento de regiões turísticas e tendo em vista a obtenção de crédito de financiamento externo. Nesse contexto surge o Prodetur Nacional com o objetivo de fortalecer a Política Nacional de Turismo e consolidar a gestão turística de modo democrático e sustentável, alinhando investimentos regionais, estaduais e municipais ao modelo de desenvolvimento turístico nacional, a fim de promover a geração de emprego e renda, em especial para a população local.

No contexto do Estado, o planejamento do turismo está apoiado na estratégia de desenvolvimento sustentável elencada pelo Governo do Tocantins. A visão do fortalecimento da economia, aliada à inclusão social e a valorização do meio ambiente tem no setor turístico um de seus mais fortes pilares de sustentação.

Assim, além de outras ações voltadas ao incremento dessa atividade, tem-se a busca do planejamento integrado e da captação de recursos. Um dos maiores programas utilizados refere-se ao Prodetur Nacional Tocantins, que vem ao encontro da política estadual uma vez que busca promover a inclusão social com o aumento da geração de renda das comunidades locais e a conservação ambiental por meio da atividade turística planejada.

Para a captação de recursos junto ao financiador externo, foram selecionadas três áreas turísticas do Estado – Polo do Jalapão, Polo do Cantão e Polo Palmas - para ser incluída no Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins, para o qual estão sendo elaborados este PDITS.

Outros planos e programas de turismo atualmente em desenvolvimento ou que já foram realizados e constituem bases para o desenvolvimento do turismo no Estado são:

- Projeto de Fortalecimento Institucional: executado com apoio financeiro e técnico do MTur e a contrapartida do Estado para a aquisição de equipamentos

de informática, transporte terrestre e aquático e ações de qualificação profissional.

- Projeto Executivo de Sinalização Turística: executado com recursos do Governo do Estado e que será implantado com recursos do PDITS.
- Estudo de Competitividade de Destinos Indutores do Desenvolvimento do Turismo Regional: realizado pelo MTur e Fundação Getúlio Vargas – FGV. Em Tocantins essa pesquisa é realizada para Palmas e Mateiros, considerados destinos indutores do turismo.
- Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal - PROECOTUR: financiado pelo Governo Brasileiro e pelo BID o programa objetivou fomentar o desenvolvimento do turismo sustentável na Amazônia Brasileira, com ênfase no Ecoturismo, maximizando os benefícios econômicos, sociais e ambientais advindos da atividade turística por meio de ações que busquem a conservação de recursos, bem como a geração de emprego e renda. No Estado do Tocantins os Polos do Cantão e do Jalapão foram beneficiados com ações do PROECOTUR. A Gestão do Programa foi atribuída a Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente (SEPLAN), órgão responsável na época pelas questões preponderantes ao Ecoturismo no Estado.

Concretizando a intenção de busca de recursos para o turismo, tem-se a Carta Consulta apresentada à Comissão de Financiamentos Externos – COFIEEX.

Ainda no que diz respeito à organização e coordenação do planejamento do turismo o Polo conta com estudos relacionados ao turismo, meio ambiente, geografia, dentre outros cursos afins produzidos por entidades de ensino superior. Têm-se, a título de exemplo, produções da Universidade Federal de Goiás, do Instituto Chico Mendes e Universidade Federal do Tocantins.

Em nível municipal, o planejamento e a coordenação de ações tem sido feito, ainda de que de maneira incipiente, com apoio do federal ou de entidades de âmbito nacional.

Os municípios do Polo tem usufruído de programas oferecidos pelo Ministério do Turismo, como o Cadastur e o Programa de Normatização do Turismo. Contam também com o apoio do SENAC que oferece cursos de hotelaria e de formação de condutores ambientais.

Entende-se assim que há certa organização e coordenação pelo setor público, ainda que tímida. A maior carência, no entanto, encontra-se na falta de participação do setor privado nessa gestão. Como exposto ao longo deste documento há necessidade de maior articulação e integração da esfera pública com a iniciativa privada. Somente decisões políticas negociadas com os cidadãos e com a iniciativa privada são capazes de trazer para o Polo perspectivas para o planejamento estratégico. É necessário, sobretudo, a definição do modelo integrado de gestão, além da priorização de ações e investimentos, planos operacionais e processos de avaliação para melhoria constante do desempenho do Polo e de seus municípios.

2.3.4 Legislação

Os instrumentos legais de âmbito federal e estadual que sustentam a Gestão do Turismo encontram-se relacionados no quadro 18 a seguir. Importa ressaltar que tais instrumentos são importantes na medida em subsidiam o ordenamento, a promoção e o uso equilibrado dos espaços turísticos, de forma a garantir o turismo sustentável.

Quadro 18: Instrumentos Legais e de Gestão dos Municípios do Polo

LEGISLAÇÃO TURÍSTICA

- Lei n.º 2.820, de 30 de dezembro de 2013: Dispõe sobre a Política de Turismo Sustentável do Estado do Tocantins;
- Lei n.º 11.771, de 17 de setembro de 2008: dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, institui o Sistema Nacional de Turismo – SNT;
- Lei 8.623/93: valida o exercício da profissão de Guia de Turismo;
- Deliberação Normativa 416/00 – EMBRATUR: regulamenta o Cadastro das empresas turísticas;
- Deliberação Normativa 161/85 – EMBRATUR: Dispõe sobre o regulamento comercial entre as Agências de Turismo e seus usuários para operação de viagens e excursões turísticas;
- Deliberação Normativa 246/88: disciplina o registro e classificação de empresas de transporte turístico;
- Decreto 84.934: Agências de Turismo;
- Decreto 84.910/80: Regulamentação dos Meios de Hospedagem;
- Decreto 87.348/82: Regulamentação do Transporte Turístico;
- Decreto 136/84: Serviços de Agências de Turismo;
- Decreto 89.707/84: Organização de congressos, convenções, seminários ou eventos congêneres;
- Decreto 5.406/05: Regulamentação do cadastro obrigatório para fins de fiscalização das sociedades empresariais, das sociedades simples e dos empresários individuais que prestam serviços turísticos remunerados;
- Lei nº 10.257/01 – Estatuto das Cidades;
- Lei nº 6.815/80 – Decreto nº 86.715/81 e Lei nº 12.134/09 – Visto de Ingresso no País;
- Lei nº 9.610/98 – Lei de Direitos Autorais;
- Resoluções para eventos da área da saúde.

LEGISLAÇÃO AMBIENTAL

- Lei nº 12.651/2012 – Código Florestal Brasileiro;
- Constituição da República Federativa do Brasil 1988 - Capítulo VI – Do Meio Ambiente;
- Lei nº 11.284/2006 – Gestão de Florestas;
- Decreto Federal s/n, de 27 de setembro de 2001 – Cria a Estação Ecológica Serra Geral do Tocantins;
- Decreto Federal nº 4.297/2002 - Define que o Zoneamento Econômico-Ecológico - ZEE é um instrumento da Política Nacional do Meio Ambiente;
- Lei Estadual nº 29, de 21 de abril de 1989 – Cria o Instituto Natureza do Tocantins – Naturatins;
- Lei Estadual nº 906, de 20 de maio de 1997 – Cria a Área de Proteção Ambiental – APA Serra do Lajeado;
- Lei Estadual nº 2.656, de 6 de dezembro de 2012 - Tocantins instrumentalizou o processo de gestão territorial, legalizando a incorporação das diretrizes contidas no Plano de ZEE nas etapas de elaboração de projetos e licenciamento ambiental, executado pelo Instituto Natureza do Tocantins – Naturatins;
- Decreto-lei nº 1.224, de 11 de maio de 2001 – Cria o Parque Estadual do Lajeado;
- Lei nº 1098, de 20 de outubro de 1999 – Cria a APA do Lago de Palmas;
- O Parque Nacional do Araguaia foi criado durante a gestão do presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, em 31 de dezembro de 1959.

Fonte: Turismo de Negócios e Eventos: Orientações Básicas – Mtur 2010.

Em âmbito local são poucos os instrumentos efetivos que dão suporte à concretização de objetivos e ações referentes ao turismo. Dentre eles, merece destaque o Plano

Diretor Municipal, que objetiva ordenar o território e estabelecer as bases para garantir o desenvolvimento socioeconômico e a qualidade de vida de seus habitantes.

O Plano Diretor Municipal regula o uso do espaço urbano e rural, de forma a melhorar a qualidade de vida da população em geral. Para o desenvolvimento do turismo, normalmente esses Planos destacam:

- o planejamento das ações da administração pública;
- como desenvolver o turismo como solução para enfrentar os problemas advindos da falta de crescimento econômico;
- a análise das interfaces do turismo com as dimensões do desenvolvimento político, social, econômico, espacial, administrativo e financeiro;
- a busca do desenvolvimento da atividade como indutor das condições do bem estar da população local; e
- a distribuição da atividade no município por meio dos parâmetros de uso, propiciando a ocupação equilibrada do território municipal.

Apesar dos municípios do Polo Palmas possuírem Planos Diretores Municipais, em nenhum deles está sendo efetivamente implementado. Ressalta-se que, no caso de Paraíso do Tocantins, há necessidade de revisão do Plano, uma vez que já se passaram mais de dez anos de sua elaboração. No caso de Palmas, o tratamento do turismo é contemplado pela inserção de locais onde são incentivadas a atividade, no entanto o Plano em geral é confuso e de difícil aplicação, também merecendo revisão. Em relação aos outros dois municípios, há menção do turismo, porém sem tratamento adequado à visão do planejamento eficaz e integrado.

Quadro 19: Listagem dos Municípios do Polo que Possuem o Plano Diretor Municipal

| | LAJEADO | PALMAS | PARAÍSO DO TOCANTINS | PORTO NACIONAL |
|--------------------------------|--------------|-------------|----------------------|----------------|
| Plano Diretor Municipal | Em aprovação | Sim 2007 | Sim 2004 | Sim 2007 |

Fonte: Informação coletada nos municípios – Technum Consultoria 2013

Nas visitas realizadas em campo, observou-se o relato dos atores locais em relação à ineficiência das legislações e instrumentos que tratam da gestão do turismo. Foi observada ainda a necessidade de um trabalho de melhoria e de reestruturação dos órgãos para uma adequada capacidade de gestão e de fiscalização.

Não foram identificadas outras base legais voltadas ao estabelecimento de diretrizes para a intervenção no espaço urbano, inserindo o turismo como atividade de apoio para a promoção da qualidade de vida nas cidades do Polo. O tema é de pouca abrangência nas demais leis, tais como: Lei Orgânica, Lei do Parcelamento do Solo, Lei Zoneamento, Legislação voltada para Área Interesse Especial/ Social, Código de Obras ou Código de Posturas.

Diante do exposto, afere-se que a legislação ambiental, turística e urbanística ainda é incipiente nos municípios do Polo. Assim, há a necessidade de se criar instrumentos legais para incentivar, regular e fiscalizar o turismo e o meio ambiente de forma sustentável tanto para os municípios, quanto para o Polo. Além disso, os municípios devem adotar outros mecanismos específicos para a realidade de cada um.

O desenvolvimento do PDITS aparece, nesse contexto, como uma oportunidade de abertura à ações que fomentem o gerenciamento sustentável da atividade turística no Polo, por meio da criação dos instrumentos legais necessários ao seu planejamento, controle e monitoramento.

2.3.5 Quadro dos Incentivos para o Investimento Turístico

Os recursos para as linhas de crédito são, de acordo com o sítio do governo do Tocantins, do Fundo Constitucional de Financiamento do Norte (FNO), Fundo de Investimento da Amazônia (Finam), do Governo do Tocantins e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

O FNO foi criado pelo Governo Federal, em 1989, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento econômico e social da Região Norte. Os beneficiários são ligados aos setores Rural, Industrial, Infraestrutura, Agroindustrial, Turismo, Comércio e Serviços e os recursos visam à implantação, à ampliação, à modernização e à realocização de empreendimentos produtivos.

Já o Finam corresponde ao fundo disponibilizado pela antiga Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia – Sudam, mas que hoje é administrado pelo Departamento Financeiro de Recuperação de Projetos – DFRP, ligado à Secretaria Executiva do Ministério da Integração Nacional. Atualmente, o Finam não inclui outros projetos que não os de suas obrigações com processos anteriores (<http://www.sudam.gov.br/acessoainformacao/543>, acesso em: 22 de janeiro de 2014).

As linhas de crédito do FNO e do FINAM são operadas pelo Banco da Amazônia e contam com condições especiais de prazo, abrangência, carência e juros, conforme informado no sítio do governo.

O BNDES oferece financiamento para a área de turismo a partir do apoio ao Complexo Turístico Nacional, abrangendo empreendimentos de infraestrutura e serviço turístico (http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atualizacao/Comercio_Servicos_e_Turismo/, acesso em: 22 de janeiro de 2014).

Segundo o sítio do governo do estado, as linhas de crédito disponíveis no Tocantins têm estimulado, em geral, os empreendedores nas atividades industriais, comerciais e agropecuárias. O governo estadual tem programas de incentivo fiscais, que beneficiam em especial com a redução ou isenção do ICMS e criou mecanismos próprios que subsidiam a arrecadação desse imposto, como a Agência de Fomento do Tocantins – Fomen-TO, o Prosperar (Programa de Incentivo ao Desenvolvimento Econômico do Estado do Tocantins) e o Proindústria (Programa de Industrialização Direcionada). O Prosperar foi criado no ano de 2002 e objetiva a implantação ou expansão de indústrias, comércio atacadista ou empresas da área do turismo. Os benefícios são o financiamento de 75% do ICMS; a isenção do ICMS para empresas credenciadas pelo órgão estadual de turismo; e a redução de 50% do valor do ICMS incidente sobre o consumo de energia elétrica e sobre os serviços de comunicação. Os benefícios são em favor de empresa credenciada pelo órgão estadual de turismo. O Proindústria, por sua vez, tem como objetivo promover a implantação e expansão de indústrias, também com isenção e redução de ICMS.

Por iniciativa do governo estadual, foi criada uma linha de crédito especial para empreendimentos turísticos que visa a fortalecer o setor de turismo. Os financiamentos oferecidos variam de cinco a quinhentos mil reais, podendo ser pagos em até 48 vezes. As taxas de juros variam conforme o tipo de capital pedido, abrangendo desde grandes empresários, até micro e pequenos empreendedores. Essa linha de crédito será administrada pelo órgão estadual da gestão do turismo, em conjunto com a Fomen-TO. (Disponível em http://conexaoto.com.br/2014/01/20/governo-lanca-linha-de-credito-que-beneficiara-toda-a-cadeia-turistica-do-tocantins_, acesso em: 22 de janeiro de 2014).

Quadro 20: Incentivos Disponíveis para o Turismo no estado do Tocantins

| LINHA DE CRÉDITO |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • FNO; • Finam; • BNDES; • Prosperar; • Proindústria; • Órgão responsável pela gestão estadual do turismo. |

Fonte: Adtur, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

Além disso, segundo a Sedetur (2015), gestão do turismo na época, o município de Palmas possui investimentos previstos que são voltados para o Turismo nos próximos anos.

Quadro 21: Investimentos previstos e em andamento voltados para o Turismo em Palmas

| EIXOS | PALMAS |
|--|---|
| O FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | Criação do Grupo Gestor Estruturante para o desenvolvimento do Projeto de Estruturação Turística GTUR/SEBRAE; Reestruturação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR. Aquisição de veículo tipo Camionete para atender especificamente as ações ligadas ao turismo. (Já adquirido) |
| A DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS E A FORMATAÇÃO DE ROTEIROS INTEGRADOS | Projeto SEBRAE / AGETUR – Diagnóstico de Taquaruçu. |
| A FORMAÇÃO DA IMAGEM/IDENTIDADE DO POLO | Realização de missões tecnológicas (benchmarking); Apoio a produção local (Artesanato, produção de produtos caseiros polpas de frutas/frutos/castanhas); Plano de Promoção/ Marketing do destino turístico. |
| A INFRAESTRUTURA BÁSICA E OS SERVIÇOS PÚBLICOS | Implantação de Sinalização Turística e indicativa nos atrativos de Taquaruçu. Conclusão da Praia das Arnos; |
| OS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS | Revitalização dos Centros de Atendimento aos Turistas; Conclusão da Implantação da Praia das Arno's; Qualificação PRONATEC; Revitalização da Avenida Palmas Brasil. Revitalização da Praia da Graciosa; Revitalização da Praia do Prata. |
| A GESTÃO DE ÁREAS AMBIENTAIS FRÁGEIS | Elaboração de Diagnóstico Ecoturístico de Taquaruçu contendo: Mapeamento Georreferenciado dos atrativos naturais e seus acessos, atualização das descrições das características físicas, nível de dificuldade de trilha de acesso, elaborar capacidade de carga dos atrativos, do fluxo de pessoas e a construção de destinos turísticos para orientar o desenvolvimento das potencialidades do Distrito. Elaboração de Estudos Técnicos para amparar a criação de Unidades de Conservação. |

Fonte: Sedetur, adaptado por Technum Consultoria SS, 2015.

2.4 Aspectos socioambientais na área turística

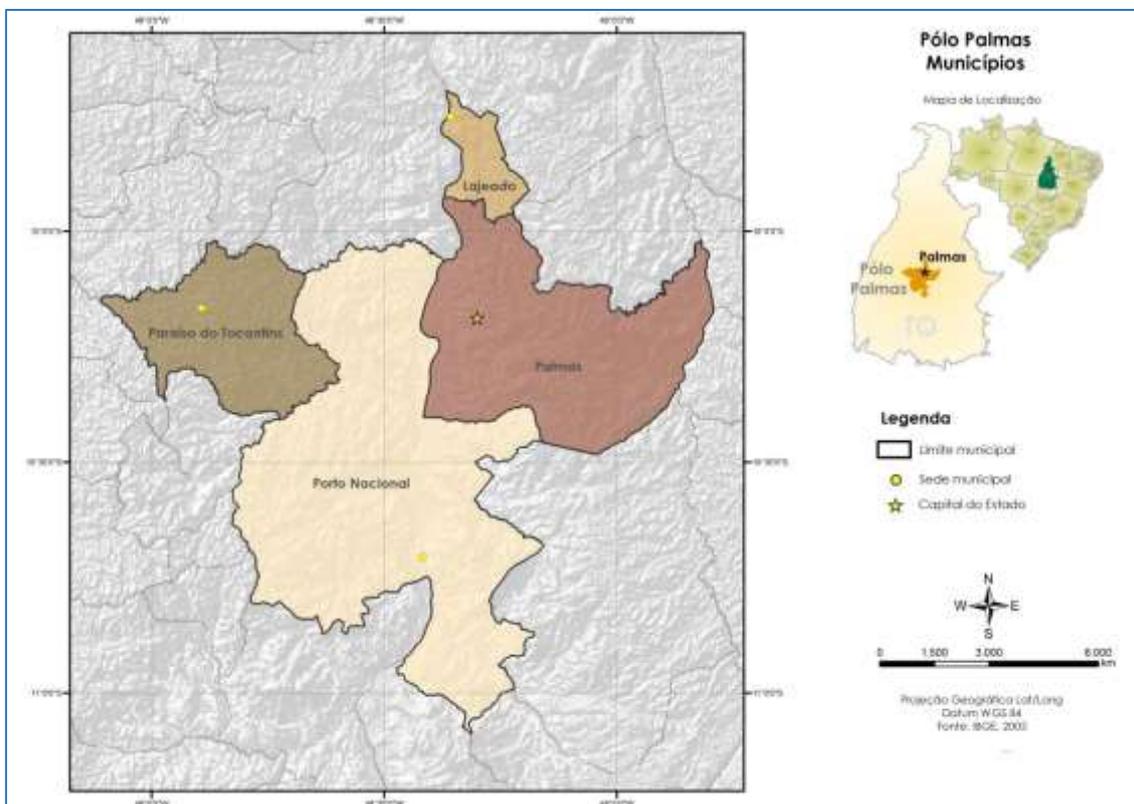
2.4.1 Qualidade dos Recursos e os Seus Usos Potenciais

A análise ambiental tem como objetivo avaliar os recursos naturais diretamente relacionados com o desenvolvimento da atividade turística da região, abordando

principalmente os aspectos relacionados à qualidade dos recursos e seus usos potenciais no que diz respeito à atividade turística.

O Polo Palmas é formado por quatro municípios: Lajeado, Palmas, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional (figura 76).

Figura 76: Municípios do Polo Palmas.

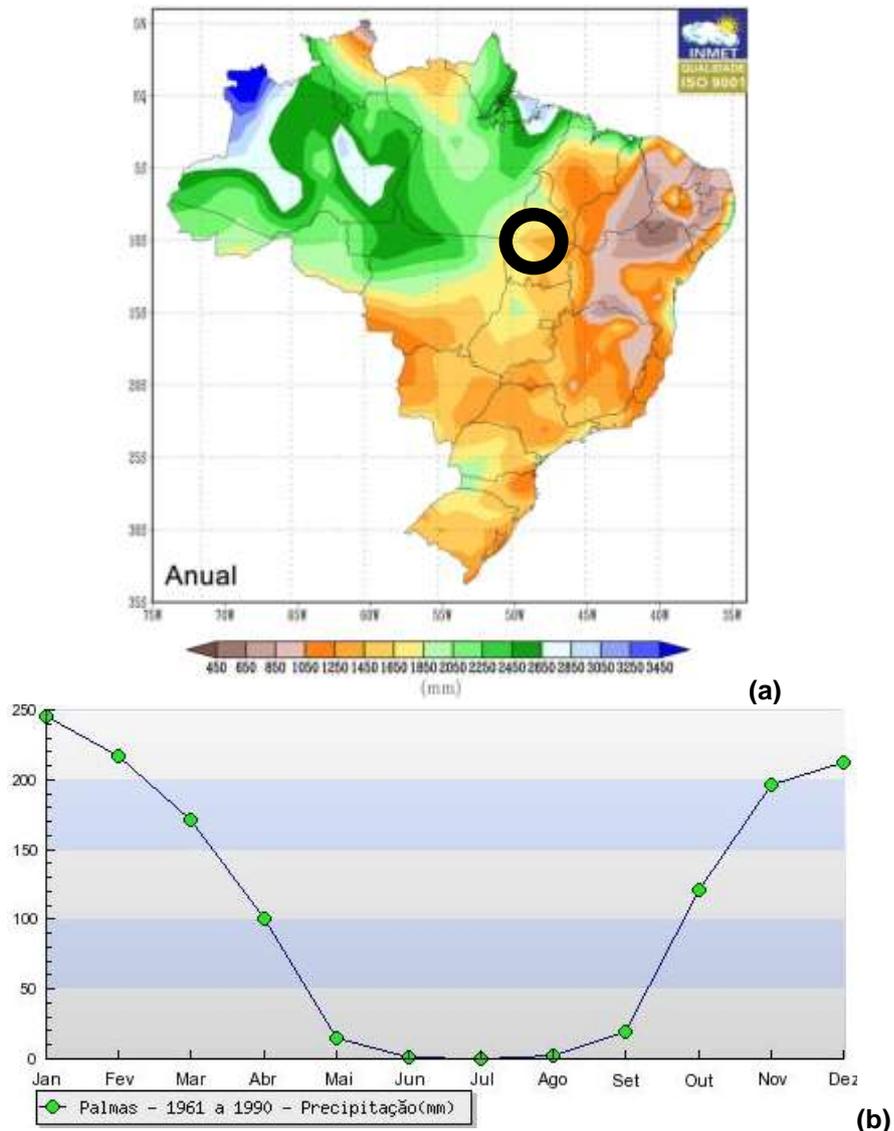


Fonte: IBGE, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

2.4.2 Clima

De acordo com as normais climatológicas do INMET (2014), a precipitação média anual varia entre 1250 e 1850 mm (figura 77a). A variação acontece principalmente entre os meses de verão, quando ocorrem os maiores índices, e o inverno, que chega a 0mm, de acordo com dados da estação localizada em Palmas (figura 77b).

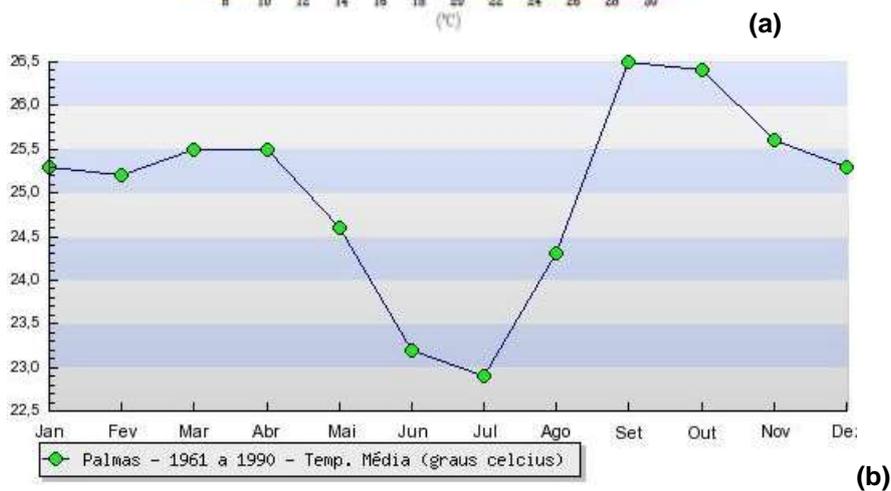
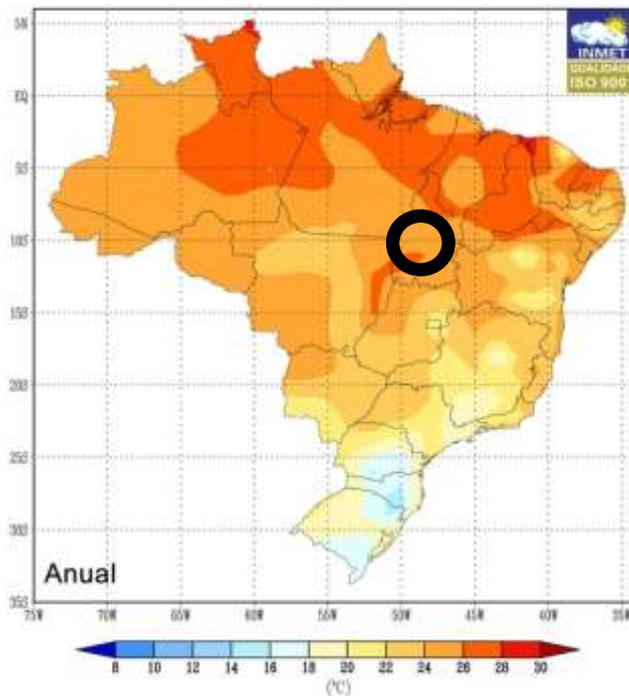
Figura 77: Precipitação média da região de estudo. Média de um período de 30 anos (1961-1990). (a) Mapa de distribuição espacial da precipitação média e (b) Gráfico da precipitação média na estação meteorológica localizada em Palmas.



Fonte: Instituto Nacional de Meteorologia – INMET, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

A temperatura média encontra-se em torno de 24 e 26°C (figura 78a). Os meses mais quentes acontecem principalmente na primavera/verão, entre setembro e abril, com os meses com temperaturas mais amenas concentrados no outono/inverno, entre maio e agosto, de acordo com dados da estação localizada em Palmas (figura 78b).

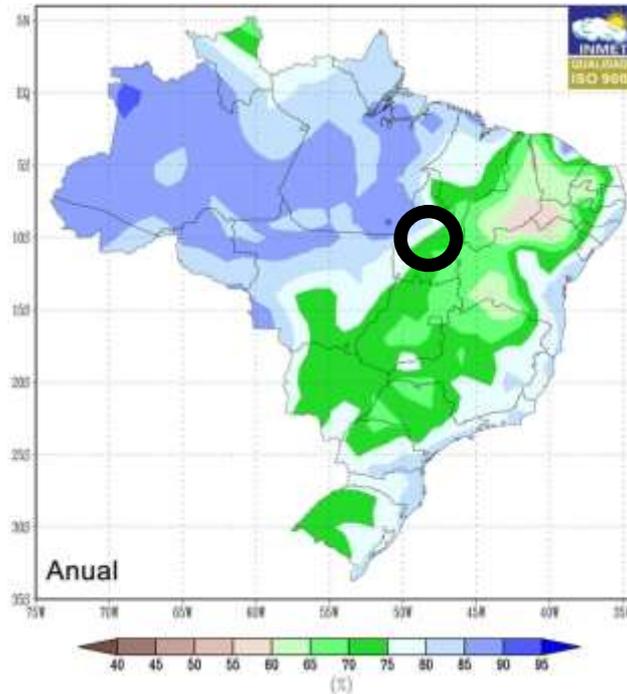
Figura 78: Temperatura média da região de estudo. Média de um período de 30 anos (1961-1990). (a) Mapa de distribuição espacial da temperatura média e (b) Gráfico da temperatura média na estação meteorológica localizada em Palmas.



Fonte: Instituto Nacional de Meteorologia – INMET, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à umidade relativa do ar média anual (INMET, 2014), a umidade média varie entre 70 e 75% (figura 79).

Figura 79: Umidade Relativa do Ar na Região do Polo



Fonte: Instituto Nacional de Meteorologia – INMET, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

O quadro a seguir mostra uma avaliação dos pontos fortes dos controles climáticos no que diz respeito às atividades turísticas

Quadro 22: Pontos Fortes/Usos Potenciais dos Controles Climáticos Relacionados às Atividades Turísticas

| CONTROLE AMBIENTAL | PONTOS FORTES/USOS POTENCIAIS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA |
|--------------------|---|
| Precipitação | Baixa taxa de precipitação durante a alta temporada de turismo do meio do ano (inverno) |
| Temperatura | Altas temperaturas ao longo de todo o ano |
| Umidade | Umidade média ao longo do ano apresenta-se amena |

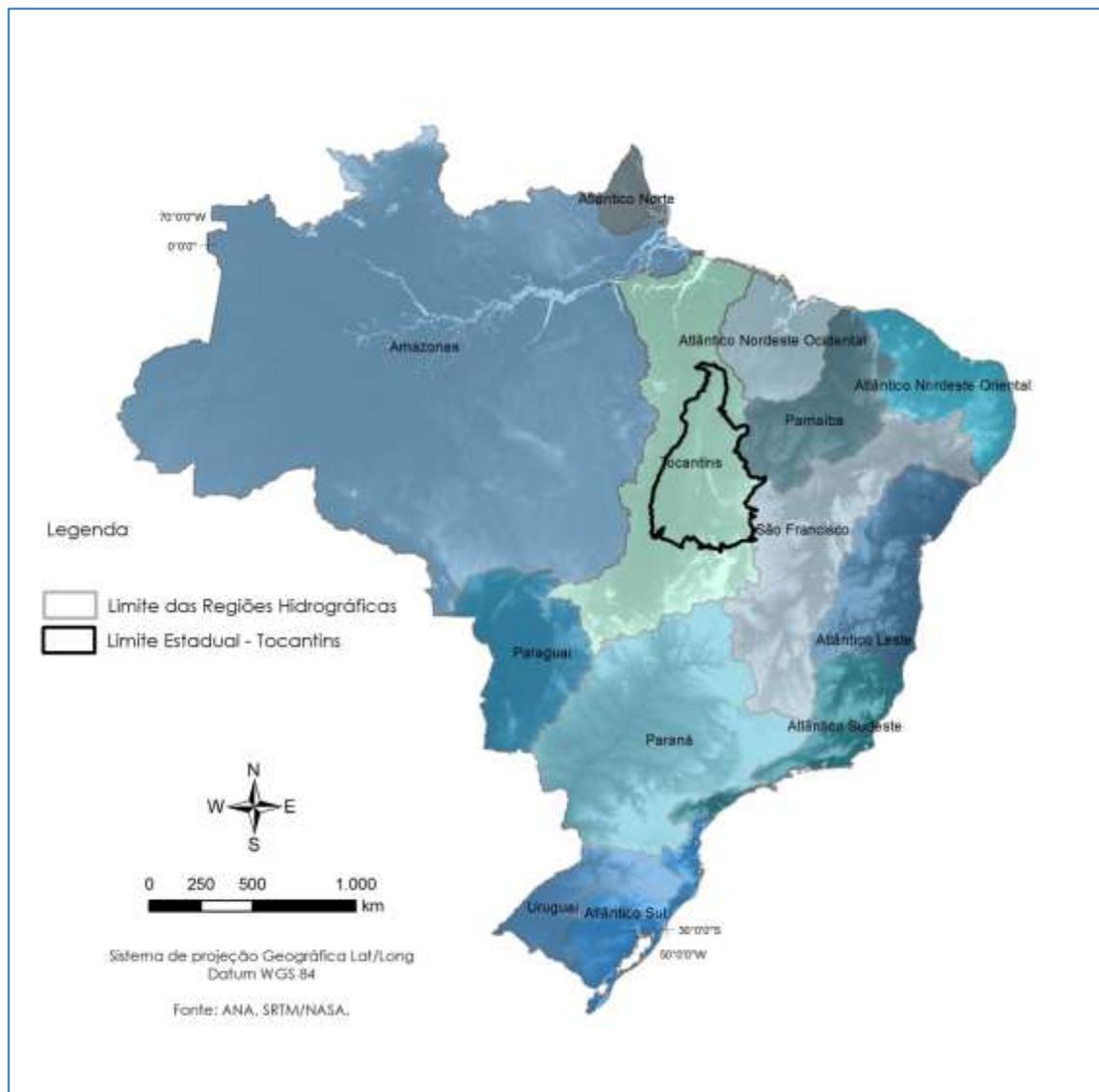
Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Dado o exposto, as condições climáticas favorecem as atividades turísticas.

2.4.3 Recursos Hídricos

A região do Polo encontra-se inteiramente inserida na Bacia Hidrográfica do Rio Tocantins (figura 80).

Figura 80: Localização da Bacia Hidrográfica do Rio Tocantins.



Fonte: Agência Nacional de Águas – ANA, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

De acordo com a Agência Nacional de Águas - ANA (2014), a Região Hidrográfica do Tocantins-Araguaia apresenta grande potencialidade para a agricultura irrigada, especialmente para o cultivo de frutíferas, de arroz e outros grãos (milho e soja). Atualmente, a necessidade de uso de água para irrigação corresponde a 62% da demanda total da região e se concentra na sub-bacia do Araguaia devido ao cultivo de arroz por inundação. A área irrigável (por inundação e outros métodos) é estimada em 230.197 hectares.

A Região Hidrográfica do Tocantins-Araguaia possui uma área de 918.822 km² (11% do território nacional) e abrange os estados de Goiás (21%), Tocantins (30%), Pará (30%), Maranhão (4%), Mato Grosso (15%) e o Distrito Federal (0,1%). Sua configuração é alongada, com sentido Sul-Norte, seguindo a direção predominante dos cursos d'água principais, os rios Tocantins e Araguaia, que se unem na parte setentrional da região, a partir de onde é denominado rio Tocantins, que segue até desaguar na Baía da Ilha de Marajó.

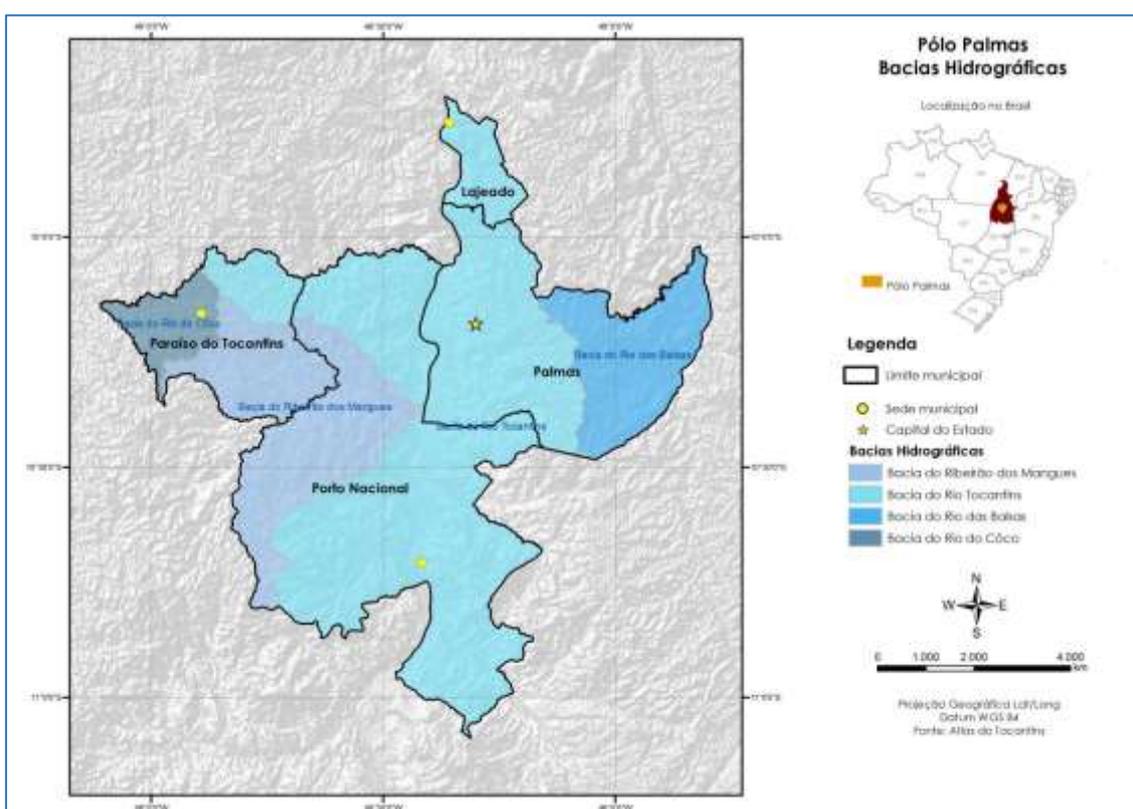
Em 2010, cerca de 8,6 milhões de pessoas viviam na região hidrográfica (4,5% da população nacional), sendo 76% em áreas urbanas. A densidade demográfica era de 9,3 hab./km², bem menor que a densidade demográfica do país (22,4 hab./km²).

Na Região Hidrográfica do Tocantins-Araguaia estão presentes os biomas Floresta Amazônica, ao norte e noroeste, e Cerrado nas demais áreas. O desmatamento da região se intensificou a partir da década de 70, com a construção da rodovia Belém-Brasília, da hidrelétrica de Tucuruí e da expansão das atividades agropecuárias e de mineração. Atualmente, o desmatamento se deve principalmente à atividade de indústrias madeireiras nos estados do Pará e Maranhão.

No que diz respeito aos indicadores de saneamento básico, de acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2010), o nível de abastecimento de água apresenta realidades bastante variadas e a média regional de atendimento da população por rede de esgoto é de apenas 18% e, do percentual de esgoto coletado, apenas 6% é tratado.

Em relação às sub-bacias hidrográficas, a região do Polo Palmas está inserida em quatro bacias: do Ribeirão dos Mangues, do Rio Tocantins, do Rio das Balsas e do Rio do Coco (figura 81).

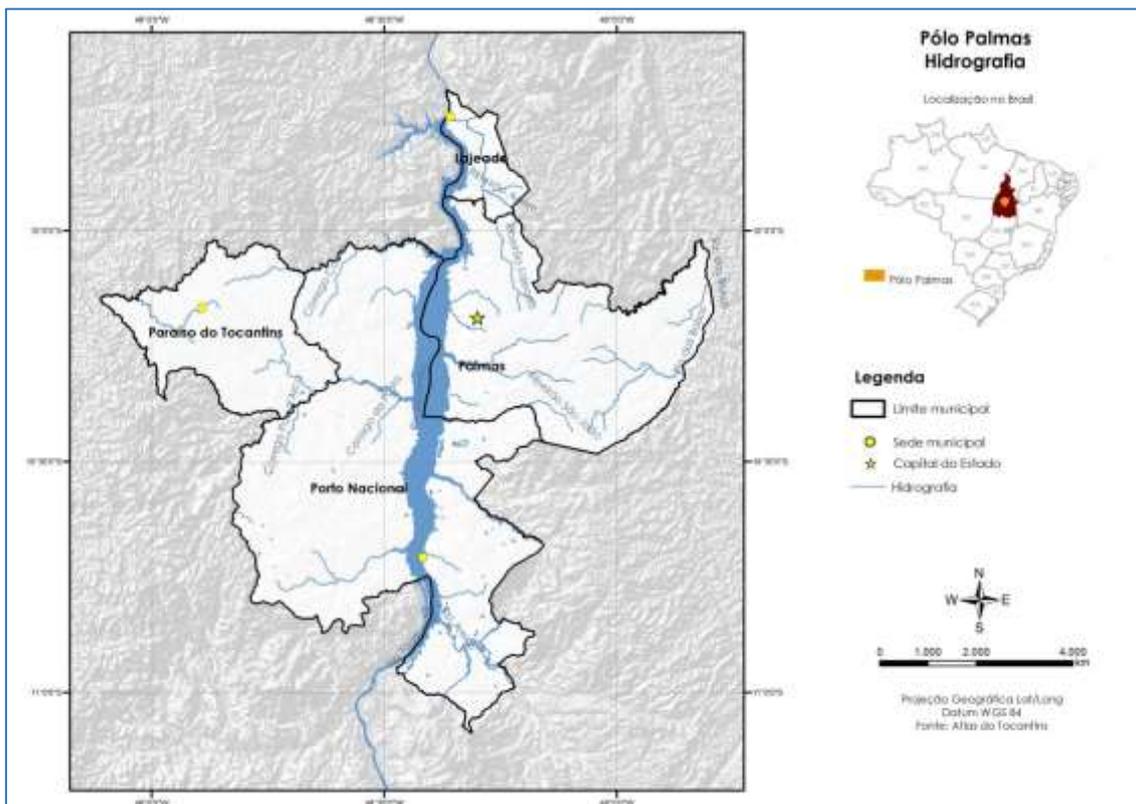
Figura 81: Bacias Hidrográficas do Polo



Fonte: Atlas do Tocantins, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

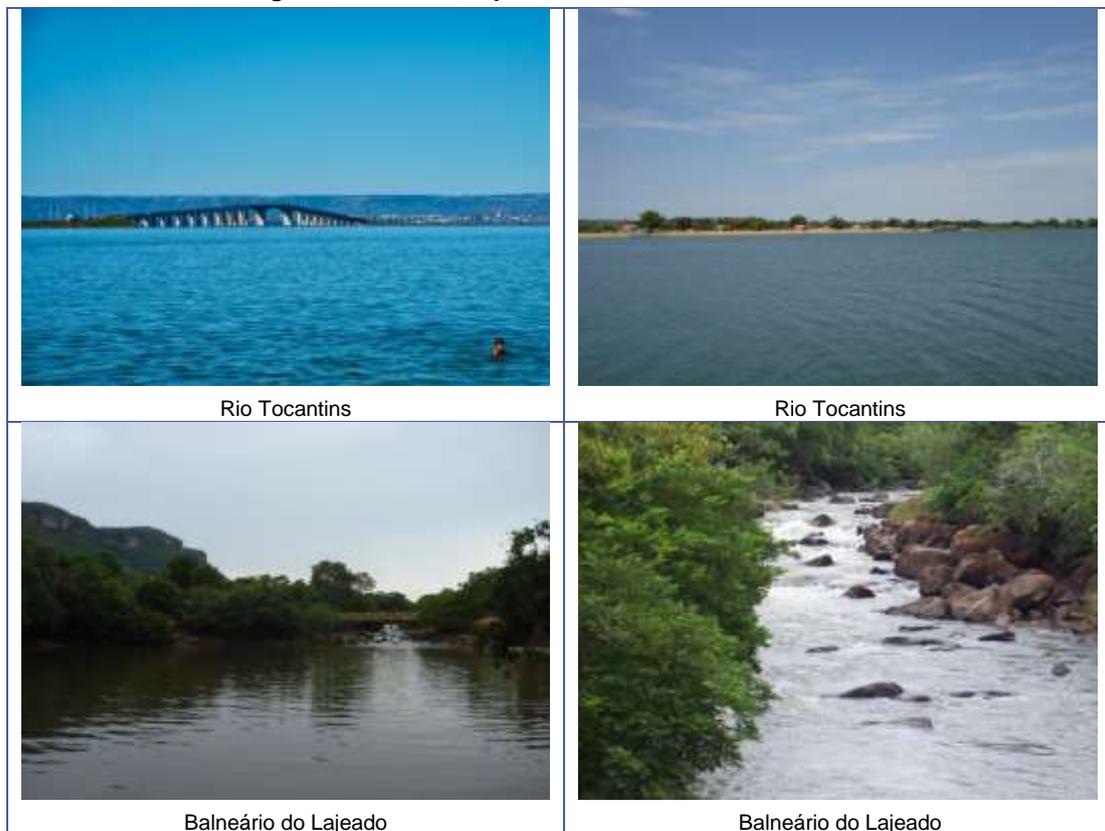
De acordo com Atlas do Estado do Tocantins (2012), a área de estudo é drenada por rios perenes e intermitentes (figura 82). Entre os principais rios encontrados estão o rio Tocantins, além de rios de menor porte, como os rios Areias e Lajeado, entre outros, ilustrados na figura 83.

Figura 82: Rede de Drenagem do Polo



Fonte: Atlas do Tocantins, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

Figura 83: Exemplos de Rios Localizados no Polo





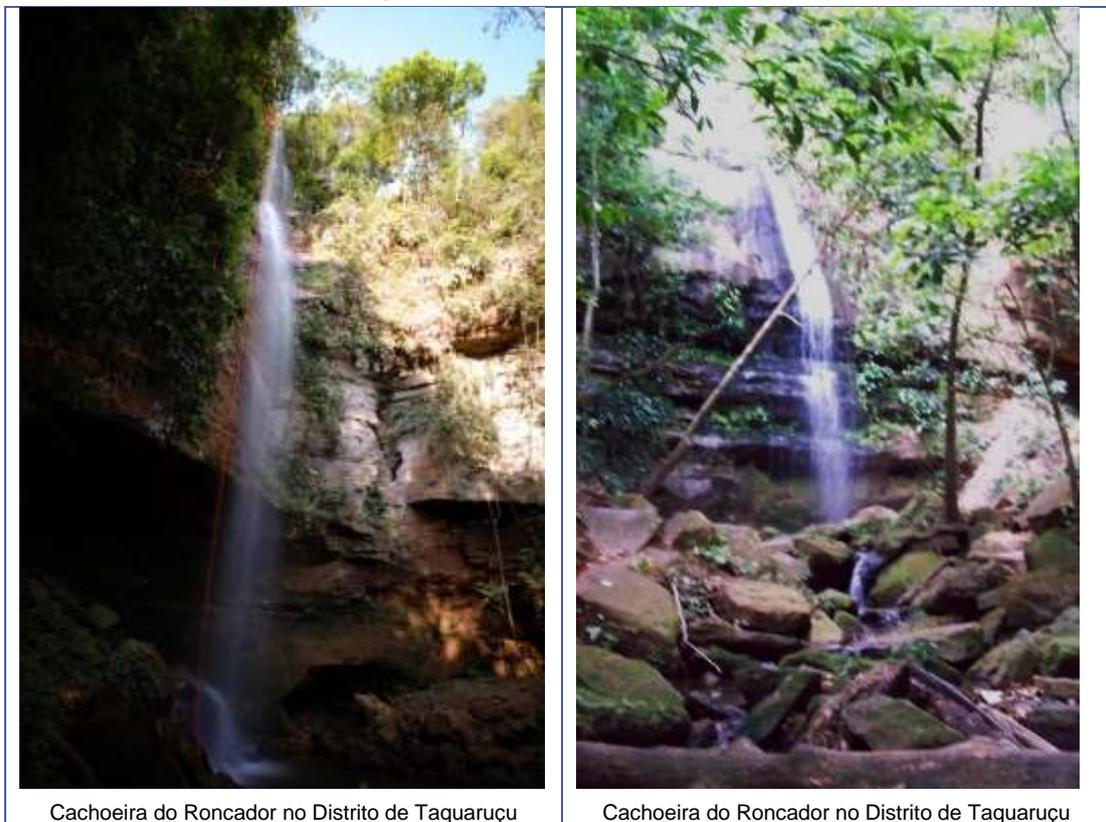
Lago de Palmas

Lago de Palmas

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Além dos cursos d'água, na região podem ser encontradas áreas alagadas e cachoeiras (figura 84).

Figura 84: Cachoeiras no Polo



Cachoeira do Roncador no Distrito de Taquaruçu

Cachoeira do Roncador no Distrito de Taquaruçu

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Em função da configuração do relevo e a presença do rio Tocantins, na região do Polo existe ainda a Usina Hidrelétrica Luís Eduardo Magalhães ou Usina Hidrelétrica de Lajeado (figura 85), localizada no Rio Tocantins, entre os municípios de Miracema do Tocantins e Lajeado.

A UHE Luís Eduardo Magalhães fica localizada a uma distância de 26 km de Palmas, sendo que o lago da usina abrange os municípios de Miracema do Tocantins, Lajeado, Palmas, Porto Nacional, Brejinho de Nazaré e Ipueiras.

Figura 85: UHE Lajeado



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

O quadro a seguir apresenta uma avaliação dos pontos fortes da rede hidrográfica no que diz respeito às atividades turísticas.

Quadro 23: Pontos Fortes/Usos Potenciais da Rede Hidrográfica Relacionados às Atividades Turísticas.

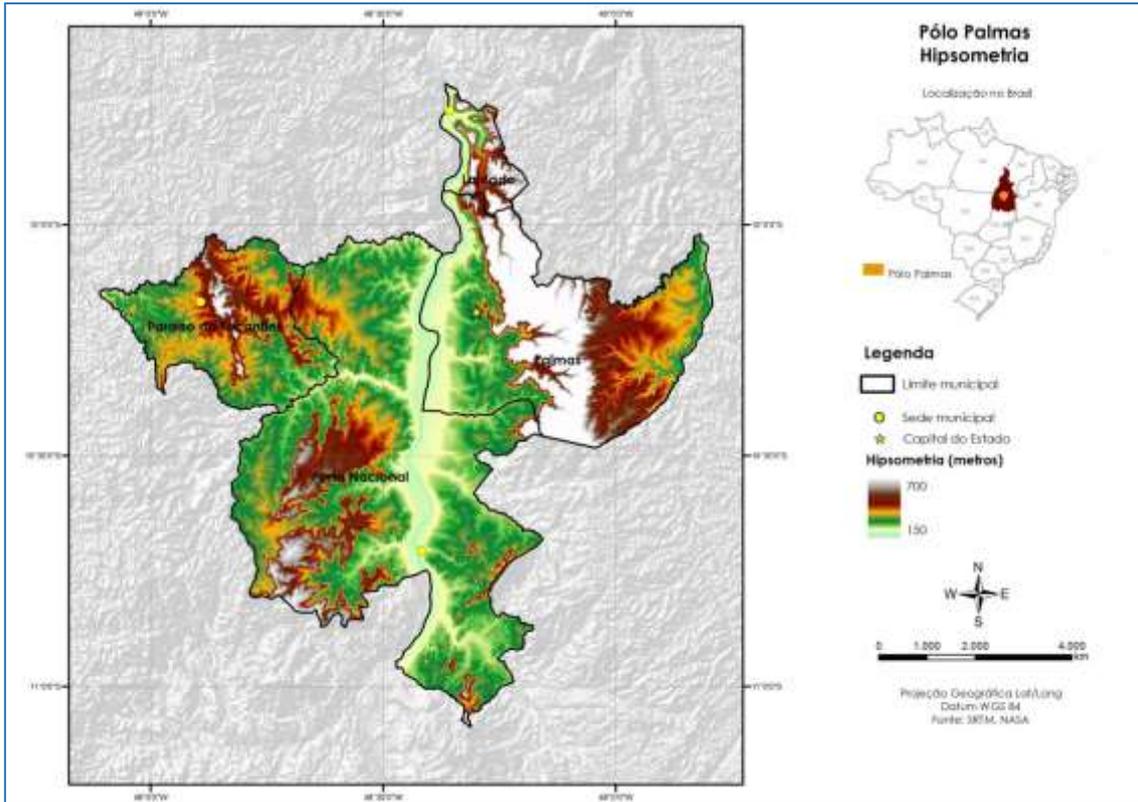
| CONTROLE AMBIENTAL | PONTOS FORTES/USOS POTENCIAIS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA |
|---------------------------|---|
| Rede de drenagem | O Rio Tocantins é um grande atrativo turístico, possibilitando diversas atividades |
| Bacias hidrográficas | A localização do Polo, inserido em diversas bacias hidrográficas diferentes, possibilita maior quantidade de água disponível, além de minimizar os problemas na qualidade e quantidade de água distribuída para a população e o turismo devido à variabilidade de fontes (bacias) |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

2.4.4 Relevo

As altitudes no Polo variam de 150 metros em relação ao nível do mar, no vale do rio Tocantins, até aproximadamente 700 metros em relação ao nível do mar, representadas pela Serra do Lajeado (figuras 86 e 87). Além disso, a porção oeste e extremo leste do Polo é caracterizada por relevo mais movimentado.

Figura 86: Mapa Hipsométrico do Polo



Fonte: Missão Topográfica Radar Shuttle – SRTM, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

Figura 87: Serra do Lajeado





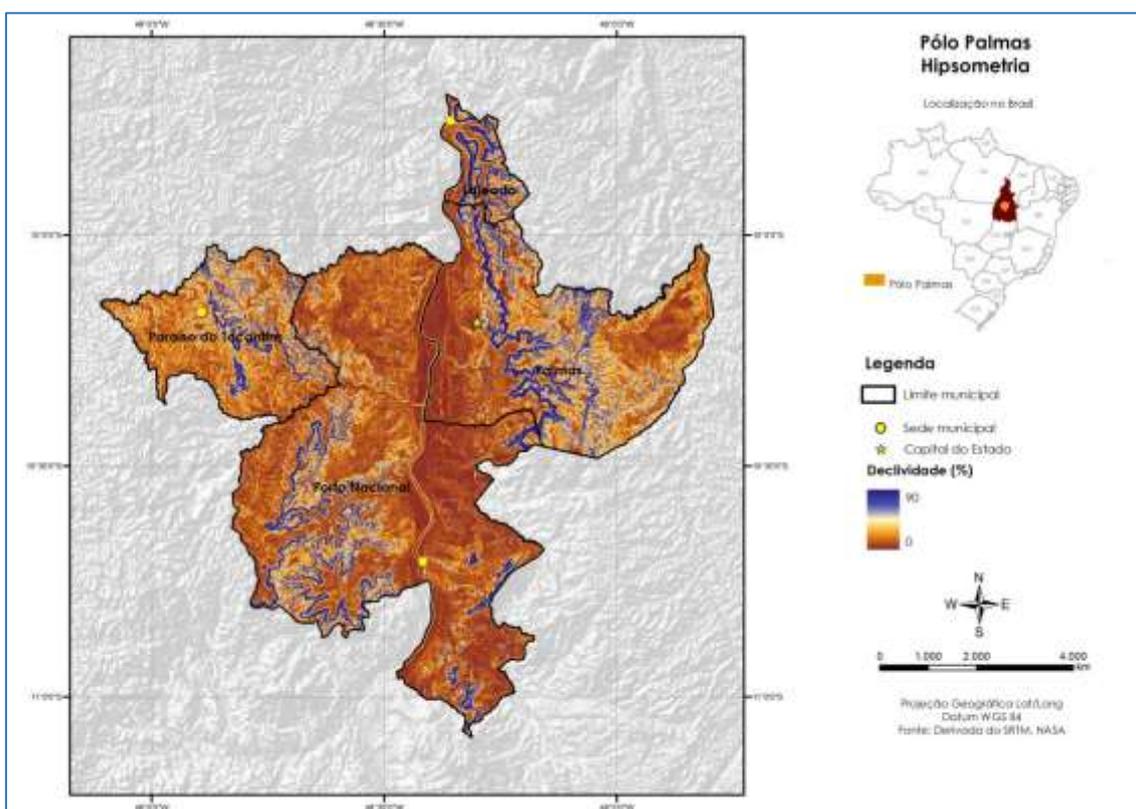
Serra do Lajeado

Serra do Lajeado

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

A declividade da área varia de 0 a 90% (figura 88). As maiores declividades encontram-se na borda da Serra do Lajeado e no extremo oeste da região, que apresenta áreas planas próximas ao vale do rio Tocantins.

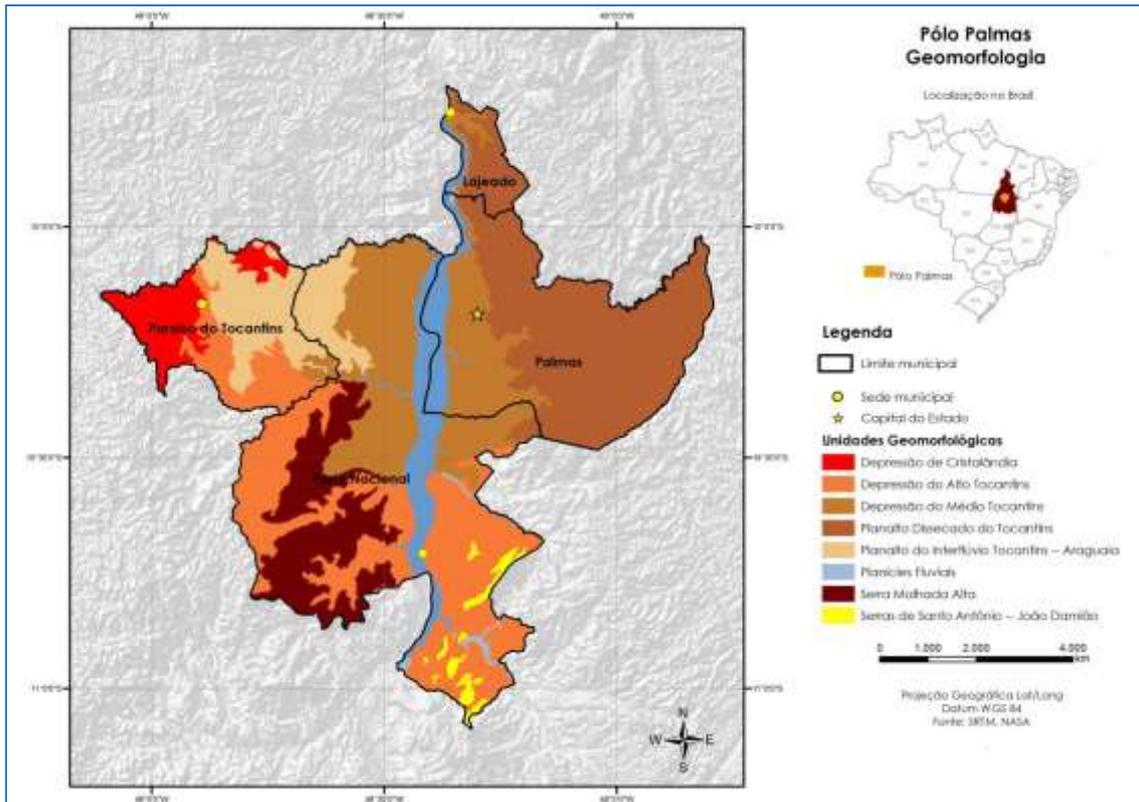
Figura 88: Mapa de Declividade do Polo



Fonte: Missão Topográfica Radar Shuttle – SRTM, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

No que diz respeito à geomorfologia, pode-se observar na figura 89 as principais unidades encontradas.

Figura 89: Mapa Geomorfológico do Polo



Fonte: Missão Topográfica Radar Shuttle – SRTM, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

O quadro a seguir faz uma avaliação dos pontos fortes do relevo no que diz respeito às atividades turísticas.

Quadro 24: Pontos Fortes dos Controles Hipsométricos e Geomorfológicos Relacionados às Atividades Turísticas

| CONTROLE AMBIENTAL | PONTOS FORTES/USOS POTENCIAIS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA |
|--------------------|--|
| Hipsometria | A diferença de altitude torna-se um atrativo para os turistas que tem o objetivo de contemplação, como o vale do rio Tocantins e a Serra do Lajeado. |
| Geomorfologia | A geomorfologia corrobora a hipsometria, contribuindo para atrações relacionadas à beleza cênica. |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

2.4.5 Unidades de Conservação e Áreas Protegidas

No Polo Palmas encontram-se as seguintes Unidades de Conservação e áreas protegidas (figura 90):

- Parque Estadual do Lajeado;
- Área de Proteção Ambiental Estadual Serra do Lajeado;
- Área de Proteção Ambiental – APA Lago de Palmas;
- Reserva Sítio Ecológico Monte Santo;
- Reserva Particular do Patrimônio Natural Bela Vista.

sustentado do seu potencial turístico. O parque é a única unidade de conservação de uso indireto e proteção restrita da região.

Área de Proteção Ambiental Estadual – APA Serra do Lajeado

A área de Preservação Ambiental - APA da Serra do Lajeado, incluindo a área propriamente dita do Parque Estadual da Serra do Lajeado, encontra-se bastante antrópica, com indícios de desmatamentos, inclusive queimadas, que são voltadas para a atividade de pecuária. Há, ainda, introdução de espécies vegetais exóticas. É necessário, portanto, proteção adequada a todos os componentes que ali se encontram, para que não haja migração, perturbação ou desaparecimento nativo, mantendo a integridade da paisagem.

Área de Proteção Ambiental – APA Lago de Palmas

Com a construção da UHE Luís Eduardo Magalhães (Lajeado), surgiu um reservatório que se estende por aproximadamente 170 km, entre as cidades de Lajeado e Ipueiras, apresentando um espelho de 630 km², e um volume de 5,52 km³ na cota 212 m (horizontal). O reservatório tem uma forma geral alongada, apresentando larguras da ordem de 2 km logo a montante da barragem, que crescem para 7 km em frente a Palmas e que variam bastante em função da vazão, a montante de Porto Nacional (INVESTCO, 2003).

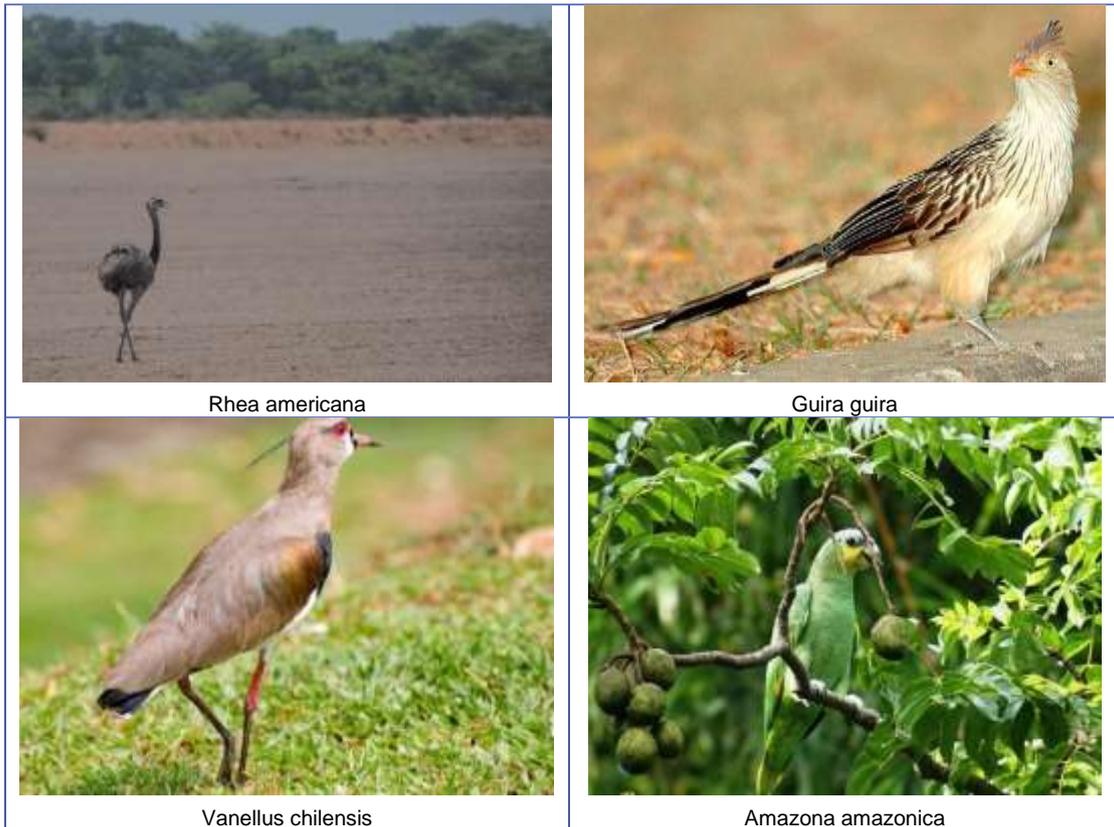
Com isso, foi criada a Unidade de Conservação APA Lago de Palmas (Área de Preservação Ambiental do Lago de Palmas) criada em 20 de outubro do 1999 sob a Lei n° 1098, contendo uma gleba de terras com 5 0,370 ha. (cinquenta mil trezentos e setenta hectares), situada no Município de Porto Nacional, com finalidades: proteger a fauna e a flora, o solo, a qualidade da água, de forma a garantir o aproveitamento equilibrado, sustentável e compatível com a conservação dos ecossistemas (Naturatins, 1999).

2.4.6 Fauna

A fauna da região é caracterizada por animais típicos do Cerrado. Durante a visita de campo efetuada pela equipe técnica, foram avistados diversos animais, como várias espécies de pássaros (figura 91) e outros.

Figura 91: Pássaros Encontrados na Região.



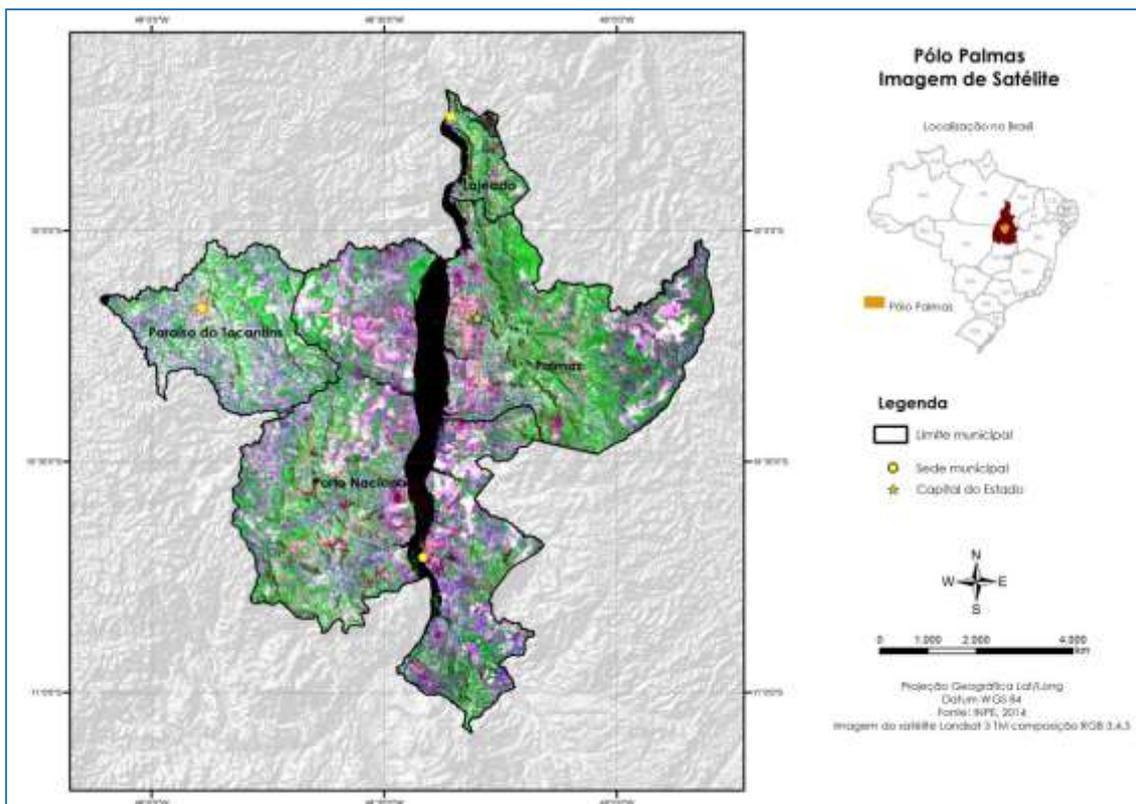


Fonte: Technum Consultoria SS, <http://vicentecrispino.blogspot.com>, Diego Singh em www.educadores.diaadia.pr.gov.br, <http://animais.culturamix.com>, Geya Besse em www.universodosviajantes.com, 2013.

2.4.7 Cobertura e Uso do Solo

A imagem de satélite mostra que o Polo Palmas apresenta grande parte de seu território antropizado, especialmente nas margens do rio Tocantins e nas proximidades das sedes municipais (figura 92).

Figura 92: Imagem de Satélite do Polo

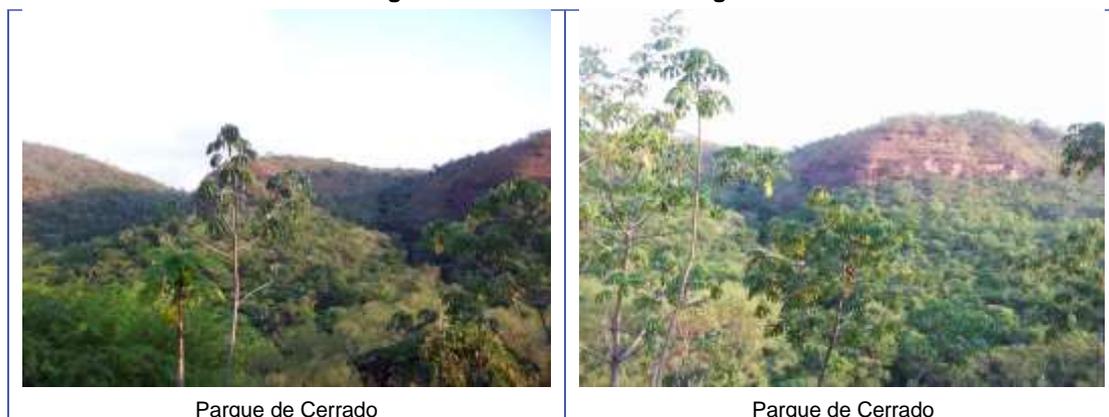


Fonte: Missão Topográfica Radar Shuttle – SRTM, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

Segundo o Mapa de Biomas do Brasil e o Mapa de Vegetação do Brasil (IBGE, 2007), a vegetação predominante no Estado é o Cerrado, cobrindo 91% do seu território. O restante (9%) é constituído pela floresta de transição amazônica, ao norte do estado. Nas margens dos Rios Araguaia e Tocantins, são encontrados pequenos trechos de Mata Atlântica.

O Cerrado (figura 93) é um bioma de grande biodiversidade, configurando-se como um grande mosaico de paisagens naturais, dominado por diferentes fisionomias. Apresenta fitofisionomias como o Cerradão, Cerrado Stricto sensu, mata de galeria, campo sujo, campo rupestre, campo limpo, parque de cerrado e vereda.

Figura 93: Cerrado na Região





Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

É importante ressaltar que as fitofisionomias encontradas na região são todas protegidas por leis federais e outros instrumentos, como:

- Constituição Federal de 1988, artigo 225;
- Lei Federal nº 9.605/98, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente;
- Código Florestal – LEI Nº 12.651, de 25 de maio de 2012;
- Outros.

Atualmente, os principais usos do solo encontrados na região do Polo Palmas são a agricultura e pecuária (figura 94), além de núcleos urbanos como a capital Palmas (figura 95) e demais localidades (figura 96).

Figura 94: Agricultura e Pecuária.



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Figura 95: Grandes Centros Urbanos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

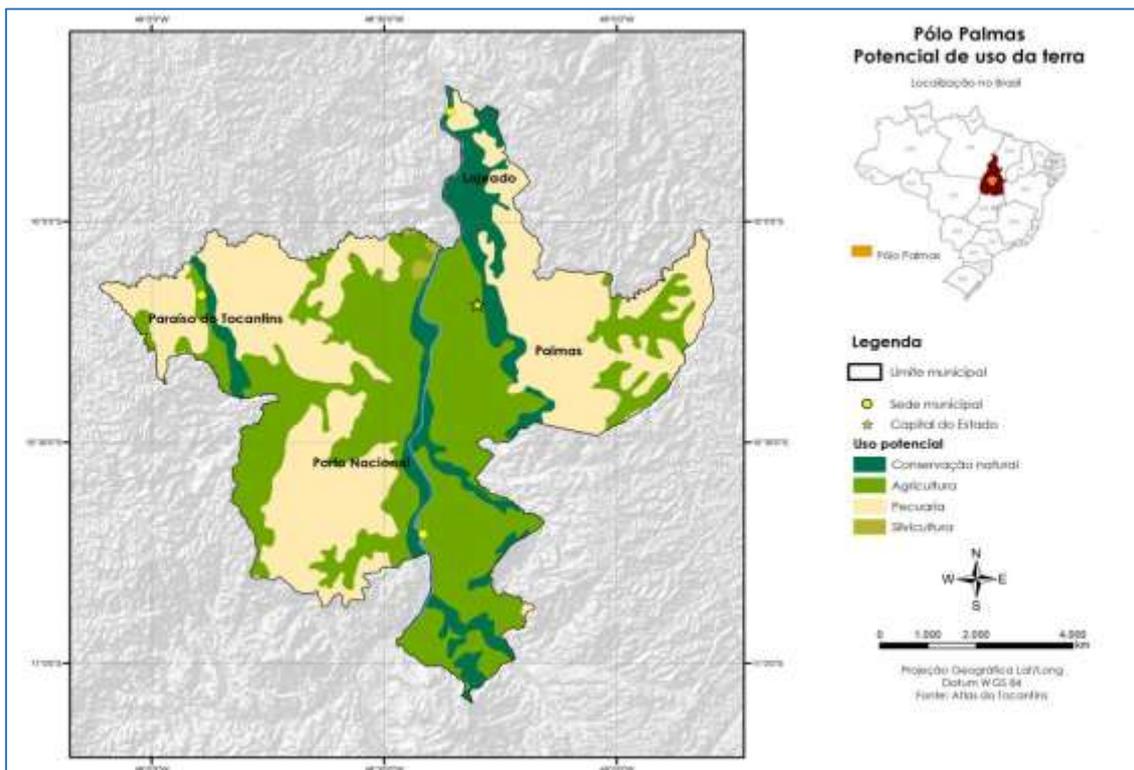
Figura 96: Pequenas Localidades no Polo



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

De acordo com Atlas do Estado do Tocantins (2012), considerando características como a configuração do relevo, solos, clima e hidrografia, os principais usos do solo/atividades econômicas potenciais para a região são a pecuária, agricultura e conservação ambiental, além de pequena área a norte destinada à silvicultura (figura 97).

Figura 97: Usos do Solo Potenciais na Região do Polo



Fonte: Atlas do Tocantins, adaptado por Technum Consultoria SS, 2014.

O quadro a seguir faz uma avaliação dos pontos fortes das características fitofisionômicas no que diz respeito às atividades turísticas.

Quadro 25: Pontos Fortes/Usos Potenciais da Vegetação Relacionados às Atividades Turísticas

| CONTROLE AMBIENTAL | PONTOS FORTES/USOS POTENCIAIS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA |
|--------------------|--|
| Vegetação | A vegetação é um importante recurso, uma vez que têm grande potencial para atividades de ecoturismo (como trilhas), além de serem essenciais para a manutenção da beleza cênica. |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

2.4.8 Identificação e Avaliação dos Impactos no Meio Ambiente que já tenham sido causados por Atividades Turísticas

O Polo ainda necessita de infraestrutura adequada para o recebimento de turistas. Isso se reflete nos impactos no meio ambiente causados por essas atividades. Entre os problemas encontrados podem-se citar as queimadas e a pesca e a caça predatórias inclusive dentro das unidades de conservação. Além disso, observa-se ausência de campanhas voltadas a educação ambiental, sensibilizando os atores envolvidos no processo turístico como comunidade, trade turístico, poder público e turista para promover um turismo sustentável.

Todos os municípios do Polo apresentam problemas em comum, principalmente relacionados aos fatores que degradam o meio ambiente com potencial de afetar as atividades turísticas, como:

- destinação incorreta dos resíduos sólidos;

- queima de lixo a céu aberto;
- despejo de esgoto *in natura* nos cursos d'água;
- supressão da vegetação nativa;
- ocupações irregulares;
- expansão da agricultura;
- queimadas.

As queimadas são constantes nas regiões próximas ao Polo, principalmente na época da seca, causando impactos ao meio ambiente. Ações de fiscalização e monitoramento são medidas necessárias a serem estruturadas pelos municípios do Polo, para o combate às queimadas.

No que diz respeito à relação entre as fragilidades ambientais e o desenvolvimento das atividades turísticas, algumas observações são feitas e estão apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 26: Riscos Ambientais em Relação às Atividades Turísticas

| CONTROLE AMBIENTAL | RISCOS EM RELAÇÃO ÀS ATIVIDADES TURÍSTICAS |
|---------------------------|--|
| Clima | As atividades turísticas, que são atividades localizadas, não afetam diretamente os aspectos climáticos (que são fenômenos regionais). |
| Recursos Hídricos | Possibilidade de aumento no volume de esgoto <i>in natura</i> lançado nos cursos d'água devido ao aumento do número de turistas (tanto em casas de veraneio e hotéis, como nos atrativos turísticos). Possibilidade de problemas com abastecimento de água caso o número de usuários aumente consideravelmente e ultrapasse a capacidade de carga do sistema. |
| Relevo | As atividades turísticas, quando mal planejadas, podem causar prejuízos ambientais em paisagens frágeis, como, por exemplo, o aumento dos processos erosivos pela exposição do solo. |
| Cobertura vegetal | A cobertura vegetal sofre alguns impactos causados por atividades turísticas, principalmente pela retirada da vegetação nativa para a exploração descontrolada, notadamente pela abertura de trilhas, e para a construção civil (casas de veraneio, hotéis, pousadas, restaurantes etc.), dentre outros. |
| Uso do solo | A falta de ações de fiscalização no uso e ocupação do solo pode oferecer riscos às atividades turísticas com a degradação dos recursos naturais e conseqüente perda dos valores cênicos |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Devido a distância entre os municípios, os órgãos de fiscalização e controle também necessitam de reestruturação em relação à logística local, necessitando, por exemplo, da ampliação da frota utilizada para o transporte nas ações de monitoramento e controle desses fatores que degradam o meio ambiente.

Para o Polo de Palmas, considera-se até o momento não há impactos significativos decorrentes das atividades turísticas.

2.4.9 Fatores de Degradação

Nas últimas décadas, a ocupação humana transformaram a paisagem do Cerrado em ilhas inseridas numa matriz de agroecossistemas, que provoca grandes perdas de biodiversidade.

Na região do Polo Palmas podem ser observadas, como visto no item cobertura e uso do solo, principalmente a expansão das áreas com características urbanas, poluição (figura 98), atividades agrícolas, e com elas o manejo inadequado do solo, como uso de fogo (figura 99) e exposição do solo às intempéries da natureza, ocasionando processos erosivos (figura 100) e assoreamento, além de poluição dos corpos hídricos.

Observa-se também falta de sensibilização da população para uma gestão ambiental sustentável no desenvolvimento do turismo sustentável.

Figura 98: Poluição



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Figura 99: Queimadas



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Figura 100: Processos Erosivos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

2.4.10 Necessidade de Reabilitação dos Sistemas Ambientais

A deficiência de ações estratégicas de planejamento e ordenamento territorial contribui para o surgimento de conflitos e impactos socioambientais.

No quadro 27 a seguir é apresentada a síntese dos principais conflitos, os impactos negativos e as ações que podem ser efetivadas para minimização dos mesmos.

Quadro 27: Síntese dos Principais Conflitos, Impactos Negativos e as Ações para Minimização.

| PROBLEMAS/CONFLITOS | IMPACTOS/EFEITOS | AÇÕES |
|--|---|--|
| Disposição inadequada de lixo | Empobrecimento da paisagem; Diminuição da visitação; Risco de contaminação; | Campanhas de sensibilização; Distribuição de lixeiras; Recolhimento regular dos resíduos gerados; |
| Ausência de aterros sanitários | Contaminação do solo; Empobrecimento da paisagem; Proliferação de insetos e doenças; | Elaboração de Planos de gestão de resíduos sólidos; |
| Ausência de um sistema disposição adequada, coleta, destinação e tratamento do lixo | Contaminação dos recursos hídricos; Perda do valor cênico da paisagem; Diminuição da visitação; | Implantação de coleta de lixo, do tipo seletiva, gerando renda para a comunidade; Disposição de lixeiras seletivas; Ações de Educação Ambiental; Local adequado para disposição final destes resíduos; Realização de obras de saneamento básico; |
| Ocupações irregulares | Degradação ambiental; Uso e ocupação desordenados; Contaminação do lençol freático; Risco de deficiência no abastecimento Pressão imobiliária; Desordenamento urbano; Clandestinidade no fornecimento de água e energia elétrica; | Regularização das ocupações existentes; Fiscalização e autuação de novas invasões; Ações de recuperação das áreas mais atingidas com a ocupação irregular; Construção de rede de esgoto; Fiscalização quanto ao licenciamento ambiental para construção; |
| Construções em APPs | Prejuízos à qualidade da paisagem (perda do atrativo turístico); Poluição da água Restrição de acesso à área pública | Ações de fiscalização; Ações de revitalização; Remoção e recuperação ambiental |
| Falta de saneamento básico; | Contaminação dos recursos hídricos; Prejuízos na reprodução natural de peixes; Perda de potencialidade turística; | Obras de saneamento; Tratamento de esgoto; Fiscalização por órgãos estaduais de Meio Ambiente; |

| PROBLEMAS/CONFLITOS | IMPACTOS/EFEITOS | AÇÕES |
|---|---|---|
| Abastecimento irregular de água; água de má qualidade. | Entraves na realização de atividades de turísticas; Má qualidade de vida da população local; | Melhorias nas condições de abastecimento; Utilização de outras fontes de recursos hídricos; |
| Falta de pavimentação nas vias de acesso a povoados | Dificuldades de locomoção por parte da população local; Interferência no desenvolvimento do fluxo turístico; | Melhoria dos acessos; |
| Falta de conscientização Ambiental por parte da população; | Depreciação dos recursos naturais. | Atividades mais efetivas de sensibilização ambiental; |
| Uso de agrotóxicos nos áreas de cultivo; | Mortandade de peixes e outros animais; Contaminação da água; Queda na produtividade pesqueira; | Efetivação em ações de fiscalização; Utilização de produtos biodegradáveis; |
| Erosão | Assoreamento do rio e canais de maré; | Controle de erosão; Fiscalização |
| Assoreamento dos rios; | Redução do potencial pesqueiro; Dificuldades no atracamento e deslocamento de embarcações; | Ações de revitalização; |
| Poluição dos rios; | Redução do potencial pesqueiro; Contaminação da água, peixes e população; Prejuízos no potencial paisagístico; Emperramento das atividades turísticas; | Campanhas de sensibilização; Realização de obras de saneamento; Fiscalização efetiva; |
| Destruição dos ecossistemas locais. | Perda das feições paisagísticas Redução da biodiversidade (supressão da vegetação); Degradação dos recursos naturais | Elaboração de Projeto de reordenamento da ocupação; Cumprimento efetivo da legislação ambiental. |
| Apropriação dos recursos naturais de forma predatória. | Modificação da paisagem natural. | Cumprimento efetivo da legislação ambiental. Sistema de fiscalização eficiente. |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

2.4.11 Gestão Ambiental Pública

Entre os órgãos públicos presentes no Estado relacionados à gestão do meio ambiente encontram-se os seguintes:

2.4.11.1. Órgãos e Instituições Públicas Presentes na Área

A. Superintendência do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - Ibama

O Ibama possui sede na capital do estado, Palmas, e tem como principais atribuições exercer o poder de polícia ambiental; executar ações das políticas nacionais de meio ambiente, referentes às atribuições federais, relativas ao licenciamento ambiental, ao controle da qualidade ambiental, à autorização de uso dos recursos naturais e à fiscalização, monitoramento e controle ambiental; e executar as ações supletivas de competência da União de conformidade com a legislação ambiental vigente.” (NR). Conforme Lei nº 11.516, de 28 de agosto de 2007.

Cabe ao Ibama propor e editar normas e padrões de qualidade ambiental; o zoneamento e a avaliação de impactos ambientais; o licenciamento ambiental, nas atribuições federais; a implementação do Cadastro Técnico Federal; a fiscalização ambiental e a aplicação de penalidades administrativas; a geração e disseminação de informações relativas ao meio ambiente; o monitoramento ambiental, principalmente no que diz respeito à prevenção e controle de desmatamentos, queimadas e incêndios florestais; o apoio às emergências ambientais; a execução de programas de educação ambiental; a elaboração do sistema de informação e o estabelecimento de critérios para a gestão do uso dos recursos faunísticos, pesqueiros e florestais; dentre outros.

Para o desempenho de suas funções, o Ibama poderá atuar em articulação com os órgãos e entidades da administração pública federal, direta e indireta, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios integrantes do Sisnama e com a sociedade civil organizada, para a consecução de seus objetivos, em consonância com as diretrizes da política nacional de meio ambiente.

B. Secretaria do Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável - Semades

Criada em Janeiro de 2011, a Secretaria do Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semades) sucedeu a Secretaria de Recursos Hídricos e Meio Ambiente, ganhando nova estrutura e novas diretrizes, tornando-se a responsável pela gestão das políticas ambientais do Estado, assim como pela gestão e planejamento dos recursos hídricos. Além disso, a Semades é o principal suporte para funcionamento de dois importantes conselhos do Tocantins: o Conselho Estadual do Meio Ambiente (Coema) e o Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CERH). Outra ponta de atuação da Semades é na busca de recursos e parcerias para desenvolvimento dos projetos da área ambiental do Estado.

Em 1º de março de 2012 foram transferidas para a Semades, através da Medida Provisória nº 3, as competências da Secretaria da Agricultura, da Pecuária e do Desenvolvimento Agrário referentes à gestão de energia limpas. E conseqüentemente a estrutura operacional da Secretaria do Meio Ambiente foi redefinida.

A Semades passou a contar com três diretorias gerais e uma superintendência:

- a) Diretoria Geral de Meio Ambiente e Florestas,
- b) Diretoria Geral de Planejamento e Gestão de Recursos Hídricos,
- c) Diretoria Geral de Fundos Ambientais e Captação de Recursos e
- d) Superintendência de Produção de Energias Limpas.

Com a nova gestão, em 2015, a Semades foi substituída pela Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEMARH. Conforme a Medida Provisória n.º 1, de 02 de janeiro de 2015, publicada no Diário Oficial n.º 4.288, conta com a seguinte estrutura operacional:

- Assessoria Técnica e Planejamento;
- Diretoria de Administração e Finanças;
- Diretoria de Regulamentação e Impacto Ambiental;
- Diretoria de Fiscalização e Monitoramento Ambiental;
- Diretoria de Desenvolvimento Sustentável;
- Diretoria de Recursos Hídricos; e
- Unidades Descentralizadas.

C. Instituto Natureza do Tocantins - Naturatins

Em 21 de abril de 1989, por meio da Lei nº 29, foi criada a Fundação Natureza do Tocantins - NATURATINS, com o objetivo de promover o estudo a pesquisa e a experimentação no campo da proteção e controle ambiental e da utilização racional dos recursos ambientais. No terceiro governo do Estado, por meio da edição da Lei Estadual nº. 858, de 26 de julho de 1996, foi criado o Instituto Natureza do Tocantins, autarquia que substituiu a Fundação e que tem por competência:

- execução da política ambiental do Estado;
- monitoramento e o controle ambiental;
- fiscalização do cumprimento da legislação ambiental;
- prestação do serviço correlatos que lhe sejam atribuídos resultante de convênios, acordos e contratos.

O Instituto conta com 15 unidades regionais distribuídas no Estado e ainda é responsável pela gestão das Unidades de Conservação de Proteção Integral e de Uso Sustentável do Estado.

Responsável pela execução de políticas públicas voltadas para a preservação e conservação dos recursos naturais, o Naturatins busca o seu aproveitamento de forma a assegurar sua disponibilidade para a atual e futura geração. Dentre a sua atuação, o órgão também tem a preocupação de promover ações voltadas para o bem estar socioambiental, por meio de projetos voltados para o manejo sustentável dos recursos naturais geradores de renda familiar.

2.4.11.2. Capacidade Institucional dos Municípios para a Gestão Ambiental

O quadro a seguir indica a capacidade institucional dos municípios para a gestão ambiental em cada um dos Polos. Compete às Secretarias de Meio Ambiente formular, coordenar e executar ações para a preservação, conservação e uso racional do meio ambiente, bem como conservar praças, manter e fiscalizar serviços de limpeza pública, implementar campanhas de educação ambiental, desenvolver ações integradas com as outras Secretarias Municipais, dentre outras atividades que devem ser elaboradas de acordo com as características singulares de cada município.

Quadro 28: Capacidade Institucional dos Municípios para a Gestão Ambiental do Polo

| MUNICÍPIO | ÓRGÃO RESPONSÁVEL |
|----------------------|--|
| Lajeado | Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo |
| Palmas | Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano |
| Paraíso do Tocantins | Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo |
| Porto Nacional | Secretaria Municipal de Habitação e Meio Ambiente |

Fonte: Adtur, adaptado por Technum Consultoria SS, 2013.

A visita realizada em campo permitiu constatar que o campo de atuação das Secretarias de Meio Ambiente ainda é limitado por vários fatores. Alguns deles são:

- o tratamento da questão ambiental de forma isolada e sem conexão com as demais áreas ou não considerar o meio ambiente como um parâmetro básico do planejamento e das políticas de desenvolvimento, principalmente àquelas voltadas ao turismo;
- a falta de articulação das esferas municipais, estaduais e federais no que diz respeito à questão ambiental e o turismo sustentável;
- a descontinuidade dos programas de educação e de conscientização da comunidade para o turismo. Esse trabalho é de grande importância uma vez que a comunidade consciente exige fiscalização, reforçando a ação do órgão ambiental;
- a falta de capacitação técnica e operacional dos órgãos ambientais, que têm seu poder de ação enfraquecido por seu quadro de recursos humanos insuficientes ou com pouca especialização; e
- a necessidade de formulação de ações voltadas a fiscalização e monitoramento ambiental, tanto no que diz respeito ao desenvolvimento da atividade turística, quanto no que se refere ao controle e prevenção de queimadas.

Dado ao exposto faz-se necessário aliar às políticas ambientais o desenvolvimento do turismo no intuito de avaliar o seu impacto sobre o meio ambiente, considerando o potencial turístico existente, encontrando desta forma soluções que visem estimular a preservação ambiental e o turismo sustentável da atividade.

2.4.11.3. Gestão Ambiental nas Empresas Privadas

Esse item trata dos programas de certificação ambiental das empresas turísticas da área turística, consolidados ou em implementação.

Não foram encontrados dados a respeito da gestão ambiental nas empresas privadas no Estado de Tocantins.

2.4.11.4. Instrumentos de Planejamento e Controle Territorial

O Zoneamento Econômico-Ecológico - ZEE é um instrumento da Política Nacional do Meio Ambiente, regulamentado pelo Decreto Federal nº 4.297/2002, que visa, prioritariamente, viabilizar o desenvolvimento sustentável a partir da compatibilização do desenvolvimento socioeconômico com a conservação ambiental. Este instrumento de gestão territorial tem

por finalidade orientar o planejamento, a adequação e a implementação das políticas públicas destinadas a fomentar o desenvolvimento socioeconômico de longo prazo.

O ZEE do Estado do Tocantins foi formulado de forma a subsidiar a conservação da biodiversidade e dos recursos hídricos, e promover a recuperação da capacidade ambiental, sem prejuízo ao uso econômico dos recursos naturais.

Com a aprovação da Lei nº 2.656, de 6 de dezembro de 2012, Tocantins instrumentalizou o processo de gestão territorial, legalizando a incorporação das diretrizes contidas no Plano de ZEE nas etapas de elaboração de projetos e licenciamento ambiental, executado pelo Instituto Natureza do Tocantins - Naturatins, bem como no planejamento e implementação das políticas públicas dos órgãos estaduais. Além disso, com a aprovação do documento, Tocantins tornou-se elegível na obtenção de recursos federais que estão atrelados à existência e aprovação do ZEE em nível estadual, como os recursos vinculados à regularização fundiária.

Foram definidas as zonas e respectivas subzonas do ordenamento territorial e direcionamento das políticas públicas no Tocantins, cujas definições foram feitas com base em dados biofísicos e socioeconômicos, e posteriormente discutidas e acordadas com atores locais por meio de oficinas participativas, entrevistas com gestores municipais, e consultas públicas.

Apesar de aprovado e instituído por lei, atualmente o mesmo foi elaborado apenas para a região norte do Estado, não abrangendo ainda a área dos Polos estudados no presente trabalho.

Além da definição das ZEE para o Estado do Tocantins, diversos projetos foram desenvolvidos, aliando a preservação das riquezas naturais ao desenvolvimento do turismo. O Naturatins desempenha um importante papel neste processo. É responsável por alguns projetos que merecem destaque, sendo estes o GEF Cerrado Sustentável do Tocantins e o Plano Plurianual - PPA 2012-2015, cujo objetivo é de consolidar a educação para sustentabilidade como colaboradora de uma nova racionalidade ambiental, sob a ótica da educação formal, não formal e da comunicação social, que leva em conta o tripé social, econômico e ambiental.

O Plano Diretor Municipal é outro instrumento de grande valia na gestão ambiental, pois define as zonas e os respectivos usos permitidos para cada uma delas. É necessário que os municípios tenham a gestão fortalecida, com quadro de funcionários e secretarias que consigam fazer valer o que está definido na lei do plano diretor. No Polo somente os municípios de Palmas e Porto Nacional possuem Plano Diretor.

2.4.11.5. Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da Área

O turismo é uma atividade que possui importante papel social e econômico na comunidade onde se insere uma vez que o seu desenvolvimento contribui para o aumento da qualidade de vida da população, seja pela geração de emprego e renda ou pelo resgate de aspectos relevantes ao patrimônio e diversidade natural e cultural da área e da população. Portanto, ao adotar medidas que incluam as comunidades no processo de planejamento e gestão do turismo, tem-se como resultado o desenvolvimento e o aperfeiçoamento da atividade na área turística.

A pesquisa realizada em campo em Outubro de 2013 buscou verificar como acontece a participação da sociedade civil organizada, o setor privado e outros segmentos de interesse no turismo junto aos tomadores de decisão, especialmente os órgãos públicos que promovem a gestão do turismo direta ou indiretamente (secretarias de meio ambiente e conselhos, dentre outros).

O observado, assim como em relação aos demais temas, é a falta de dados sistematizados sobre essa questão. Sendo assim, a avaliação teve como base as percepções obtidas nas reuniões participativas ou nas reuniões específicas, realizadas nas secretarias. Verificou-se que os grupos formados para promover o desenvolvimento da atividade turística juntamente com os órgãos municipais encontram-se desgastados, desacreditados e, em sua grande maioria, inativos. As organizações instituídas ou conselhos formados não atuam de forma integrada e, por vezes, suas ações são determinadas a partir de objetivos governamentais, conforme observado em campo.

Além disso, o cenário municipal encontra-se fragilizado devido principalmente à carência de recursos humanos e orçamentários dirigidos ao desenvolvimento de atividades de planejamento e gestão. Sendo assim, a realização de processos participativos são tarefas relegadas a segundo plano e não são incorporadas no momento da formulação de políticas ou projetos de interesse social, turístico, ambiental ou econômico.

As reuniões realizadas em campo foram também oportunidades importantes para constatar o nível de interesse e participação da comunidade e sua interação com os gestores públicos. A baixa participação dos interessados revela diversas situações como a falta de comprometimento das próprias organizações, que também se dá por motivos de ausência de pessoal qualificado e/ ou disponível para essas atividades ou a um distanciamento das organizações com os processos de tomadas de decisão, tanto pela falta de exercício regular de participação, quanto pela falta de articulação política dos gestores, ou mesmo de competência para liderar e estimular a participação.

Embora exista uma grande desarticulação entre os diferentes grupos de interesse, pode-se verificar o desejo de que o desenvolvimento ocorra de forma sustentável e competitiva, reconhecendo e valorizando as potencialidades e limitações dos municípios do Polo. Contudo, não se pode afirmar que os investimentos propostos no plano de desenvolvimento turístico possam ter sucesso sem a realização de investimentos efetivos na mobilização da sociedade e na construção de órgãos colegiados que viabilizem e deem sustentação para uma gestão de qualidade do patrimônio ambiental e turístico do Polo.

Tornam-se necessárias ações de fortalecimento institucional que busquem assegurar, com relação a suas entidades, a coerência de princípios e de organização, o efetivo funcionamento e a atuação integrada das diversas entidades, tanto no âmbito de cada município quanto na totalidade do Polo.

Portanto, ações de fortalecimento institucional são necessárias para promover a participação efetiva dos atores envolvidos no processo de planejamento do turismo no Polo. Essa medida visa assegurar a coerência de princípios e de organização, o efetivo funcionamento e a atuação integrada das diversas entidades, tanto no âmbito de cada município quanto na totalidade do Polo.

2.5 Consolidação do Diagnóstico Estratégico

O presente item consolida os principais pontos da situação atual e das expectativas de desenvolvimento do turismo do Polo, estabelecendo um diagnóstico estratégico que busca subsidiar a tomada de decisão deste PDITS.

Nesse sentido, o diagnóstico estratégico inicia-se pela apresentação das considerações acerca dos segmentos turísticos, identificação das áreas críticas de intervenção, posição da área em relação ao mercado turístico e estruturação da matriz SWOT.

Esse conteúdo foi objeto de discussão em Oficina Pública, realizada em maio de 2015 no município de Palmas, com a participação de gestores/técnicos de órgãos públicos estaduais e municipais e de representantes do segmento empresarial e de organizações do terceiro setor no campo do turismo. A apresentação completa da oficina pública encontra-se no Volume III deste documento.

A. Segmentação, Produtos e Atrativos Turísticos

Conforme o Mtur (2012), a segmentação deve apoiar a forma de organização do turismo para o planejamento, a gestão e o mercado. No caso do Polo Palmas, busca-se identificar o segmento consolidado principal, entendendo-o como aquele que já motiva fluxos, gera permanência e/ou gasto turístico na área. Além disso, tem-se por base os atrativos capazes de provocar o deslocamento de pessoas. Segundo Mário Carlos Beni (2001), são esses atrativos que caracterizam o local e a área turística e integram o “marco geográfico ecológico cultural de um lugar”.

Frente ao disposto nos itens anteriores deste documento, considera-se que o segmento consolidado principal, no Polo Palmas, é o Turismo de Negócios e Eventos.

Os produtos do Polo, de modo geral, são definidos com base na oferta específica relacionada às características e vocações locais. Neste caso, os produtos principais são os eventos e festividades culturais, realizados de forma ampla no território, notadamente nos locais onde concentram-se os atrativos relacionados à segmentação principal capaz de motivar importantes fluxos.

Além disso, importa identificar os recursos disponíveis, culturais ou naturais, uma vez que esses podem se tornar roteiros turísticos ou atrativos complementares aos eventos, estruturados a partir de implantação ou melhoria de equipamentos que atendam aos turistas.

Essa organização facilita o desenvolvimento turístico, pois no momento em que os atrativos do segmento principal são associados a outros complementares, aliados ao conjunto de bens e serviços, como transporte, alimentação e/ou hospedagem, há possibilidade futura de que os atrativos complementares cheguem à formatação de novos produtos turísticos, comercializados de forma independente.

Tendo por base informações anteriormente apresentadas, referentes à demanda e à oferta no Polo, foram organizados os atrativos e atividades segundo os segmentos principais e complementares, conforme a seguir exposto.

Segmento Principal - Turismo de Negócios e Eventos.

- **atividades**

- missões empresariais;
- visitas técnicas;
- viagens corporativas;
- reuniões de negócios;
- feiras;
- convenções;
- congressos, seminários, workshops, conferências e cursos.

- **atrativos**

- eventos de caráter nacional ou internacional, sendo os mais expressivos Agrotins, Fenepalmas, Fecoarte, ExpoBrasil, Jogos Mundiais dos Povos Indígenas e feira literária;
- eventos regionais e locais, tais como a feira do Bosque, feira de Tecnologia, festival gastronômico de Taquaruçú, vaquejada, exposições agropecuárias, festas religiosas, aniversários das cidades;
- oportunidade de negócios;

- polo comercial e de serviços.
- **recursos passíveis de exploração, na forma de atrativos ou produtos complementares e integrados:**
 - lago de Palmas;
 - patrimônio cultural de Palmas e Porto Nacional;
 - cachoeiras de Taquaruçu;
 - serras do Lajeado e do Estrondo;
 - UHE Luis Eduardo Magalhães;
 - rios e lagos da região (pesca).

Como exposto, alguns atrativos e recursos possuem grande potencial de expansão podendo até mesmo serem consolidados em produtos. Sob o enfoque da sustentabilidade, indicam ter forte impacto na economia local. Frente a esse quadro, notadamente pela possibilidade de crescimento, devem ser estruturados e promovidos visando à comercialização integrada às atividades principais do segmento de negócios e eventos.

Segmentos Complementares

Os segmentos complementares identificados no Polo Palmas são: Ecoturismo; Turismo de Sol e Praia; Turismo Cultural, Turismo de Pesca e Turismo de Aventura. Em relação a cada segmento complementar destacam-se:

▪ **Segmento Ecoturismo**

- **atividades**
 - observação de Fauna (aves, mamíferos, cetáceos, insetos, répteis, anfíbios e peixes);
 - observação de Flora;
 - observação de formações geológicas;
 - visitas a cavernas (Espeleoturismo);
 - caminhadas;
 - trilhas interpretativas;
 - safáris fotográficos e atividades de pesca esportiva.
- **atrativos**
 - cachoeiras de Taquaruçu;
 - mirante da serra do Lajeado;
 - Parque Estadual do Lajeado;
 - praias fluviais, sendo as principais as da Graciosa, do Prata, das Arnos, do Caju, dos Buritis, de Porto Real;
 - balneários Belcar e Ilha Verde;
 - áreas verdes e praças urbanas, sendo as principais as do parque Cesamar, praça do Girassol, praça do Bosque, Orquidário de Palmas.
- **recursos**
 - lago de Palmas;
 - serras do Lajeado e de Taquaruçu;

- sítio arqueológico e pinturas rupestres – Lajeado;
- UHE de Lajeado;
- morros localizados em Porto Nacional, sendo os principais o do Zaca, Gaiola e Por do Sol, e morros localizados em Lajeado, notadamente o do Segredo e do Leão;
- serra do Estrondo;
- fauna e flora local (safari fotográfico e observação de pássaros).

▪ **Segmento Sol e Praia**

• **atividades**

- recreação de contato primário com a água;
- *surf*;
- *kitesurf*;
- *windsurf*;
- mergulho;
- atividades com equipamentos náuticos (caiaque, lancha, passeios de barco e etc.);
- atividades esportivas e recreacionais (banhos de sol, caminhadas, frescoball e etc.).

• **atrativos**

- cachoeiras de Taquaruçu, Lajeado e de Porto Nacional;
- praias fluviais, sendo as principais as da Graciosa, do Prata, das Arnos, do Caju, dos Buritis, de Porto Real;
- balneários Belcar e Ilha Verde.

• **recursos**

- lago de palmas;
- praias, rios, cachoeiras e ilhas;
- Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres (Lajeado);
- UHE de Lajeado.

▪ **Segmento Turismo Cultural**

• **atividades**

- visita a sítios históricos e arqueológicos;
- visitas a espaços e eventos religiosos;
- visita a monumentos e celebrações cívicas;
- visita a museus e casas de cultura;
- visitas gastronômicas;
- passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares;

- passeios para cinemas;
- teatros.
- **atrativos**
 - Praça dos Girassóis (Palmas);
 - Palacinho da Cultura (Palmas);
 - feiras e espaços de gastronomia de Palmas;
 - patrimônio histórico de Porto Nacional;
 - festas regionais (carnaval, religiosas, festivais);
 - artesanato.
- **Segmento Turismo de Pesca**
 - **atividades**
 - operação e agenciamento turístico;
 - serviços de transporte;
 - meios de hospedagem;
 - serviços de alimentação;
 - recepção e condução;
 - eventos;
 - material para pesca;
 - outras atividades complementares que existam em função do turismo de pesca – oficinas de reparos de embarcações, estaleiros, entre outros. recreação de contato primário coma água;
 - **atrativos**
 - rios e lagos do Polo (circuitos de pesca).
 - **recursos**
 - UHE de Lajeado;
 - rios e lagos do Polo.
- **Segmento Turismo de Aventura**
 - **atividades**
 - cachoeirismo;
 - paraplayer / asa delta;
 - caminhadas / enduro a pé;
 - escalada;
 - tirolesa;
 - montanhismo / rapel;
 - cicloturismo.

- **atrativos**

- cachoeiras de Taquaruçu, Lajeado e de Porto Nacional;
- praias fluviais, sendo as principais as da Graciosa, do Prata, das Arnos, do Caju, dos Buritis, de Porto Real.

- **recursos**

- lago de palmas;
- praias, rios, cachoeiras e ilhas;
- Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres (Lajeado);
- UHE de Lajeado;
- serras do Lajeado e de Taquaruçu;
- sítio arqueológico e pinturas rupestres – Lajeado;
- morros localizados em Porto Nacional, sendo os principais o do Zaca, Gaiola e Por do Sol, e morros localizados em Lajeado, notadamente o do Segredo e do Leão;
- serra do Estrondo.

A partir do Cenário apresentado, conclui-se pela oportunidade de fortalecimento da atratividade do Polo Palmas, enquanto destino turístico de negócio e eventos, pela formatação de produtos complementares que possibilitem a comercialização integrada. Para melhor entendimento da questão, os quadros a seguir sintetizam os produtos ou atrativos, existentes e potenciais, conforme os municípios que compõe o Polo.

Quadro 29: Produtos ou Atrativos Turísticos, existentes e potenciais, por segmentação – municípios do Polo Palmas

| SEGMENTOS | PRODUTOS OU ATRATIVOS - existentes e potenciais | | | | |
|--------------------|---|--|--|--|---|
| | PALMAS | PORTO NACIONAL | PARAÍSO | LAJEADO | |
| PRINCIPAL | | | | | |
| NEGÓCIOS E EVENTOS | EXISTENTES | <p>Negócios próprios da região; Feiras diversas, destaque para: Fenepalmas, Agrotins, Flit – Feira Literária Internacional do Tocantins, Fecoarte;</p> <p>Eventos Esportivos, destaque: Jogos Mundiais dos Povos Indígenas;</p> <p>Eventos Religiosos, destaque: Capital da Fé – Palmas, Congressos Adorai, Liberação Profética;</p> <p>Eventos Científicos.</p> | <p>Eventos Culturais, destaque para: Festejos Religiosos, Semana da Cultura, e Carnaval;</p> <p>Eventos e feiras, destaque: Exposição Agropecuária; Vaquejada.</p> | <p>Eventos Religiosos, destaque para : Encenação da Paixão de Cristo;</p> <p>Feira Agropecuária, destaque: ExpoBrasil.</p> | <p>Eventos locais de caráter cultural</p> |
| | POTENCIAIS | Criação de circuitos diversificados, com atividades complementares e ações compartilhadas entre os município, para comercialização integrada junto a cada um dos eventos ou ofertado para os turistas de negócio. | | | |

| SEGMENTOS | PRODUTOS OU ATRATIVOS - existentes e potenciais | | | |
|-----------------------|---|---|---------|--|
| | PALMAS | PORTO NACIONAL | PARAÍSO | LAJEADO |
| COMPLEMENTARES | | | | |
| ECOTURISMO | EXISTENTES | <p>Serras e entorno, destaque: Serra do Lajeado e Taquaruçu; Parque Estadual do Lajeado - Caminhadas, banhos de cachoeiras, contemplação em mirantes e, interpretação ambiental, observação da fauna;</p> <p>Águas Centrais, destaque: atividades náuticas; balneários, contemplação do Pôr do Sol nas praias fluviais e na Ponte da Amizade e da Integração;</p> <p>Áreas Verdes Urbanas, destaque: Parque Cesamar; Praça do Girassol e praça do Bosque; Orquidário de Palmas;</p> <p>Atividades Culturais e Gastronomia Típica, destaque: feiras gastronômicas e restaurantes especializados; apresentações - Teatro Fernanda Montenegro.</p> | - | <p>Serra do Estrondo - trilhas de <i>mountain bike</i>.</p> <p>Serra e entorno, destaque: Serra do Lajeado; Morro do Segredo; e Morro do Leão.</p> |

| SEGMENTOS | | PRODUTOS OU ATRATIVOS - existentes e potenciais | | | |
|------------------|------------|--|--|---------|--|
| | | PALMAS | PORTO NACIONAL | PARAÍSO | LAJEADO |
| | POTENCIAIS | Criação de circuitos específicos, com atividades integradas, incluindo outros produtos como: Safari Fotográfico e Birdwatch. Incorporação de outros recursos naturais para exploração de atividades de ecoturismo, tais como a Serra do Estrondo, no município de Paraíso do Tocantins. | | | |
| TURISMO CULTURAL | EXISTENTES | <p>Gastronomia;</p> <p>Patrimônio Histórico- Cultural, destaque: Museu Palacinho, teatros e Complexo Cultural Praça dos Girassóis, Espaço Cultural; Feiras e espaços de Gastronomia Regional.</p> <p>Integração Cultural, destaque: Carnaval da Paz; Carnaval da Serra e Movimento Pela Vida - Taquaruçu, MUTUN.</p> <p>Diversão e entretenimento, destaque: Bares, casas de shows, cervejarias, cinemas, feiras, luau na praia, festivais gastronômicos.</p> <p>Feiras e Espaços de Artesanatos, destaque: indígena; com cristais, com fibra de Buriti, Capim Dourado, Madeira e Argila - pinturas rupestres, souvenir.</p> | <p>Patrimônios Histórico-Cultural, destaque: centro histórico, cadeia pública, Museu, Seminário, Catedral, Casarão Rosa, Comsaúde, Casa Francisco Ayres, Casa dos Coronéis;</p> <p>Gastronomia - Feira do Pontal, pratos típicos;</p> <p>Artesanato - trabalhos em madeira, telas, souvenir.</p> | - | <p>Artesanato;</p> <p>Sítios Arqueológicos;</p> <p>Gastronomia típica;</p> <p>Cultura local, destaque: festejo Nossa Senhora Mãe da Divina Providência; carnaval, aniversário da Cidade, cavalgada ecológica, festa junina, semana dos Evangélicos</p> |

| SEGMENTOS | | PRODUTOS OU ATRATIVOS - existentes e potenciais | | | |
|------------------------|------------|---|--|---------|--|
| | | PALMAS | PORTO NACIONAL | PARAÍSO | LAJEADO |
| | POTENCIAIS | Fortalecimento dos atrativos, com incorporação de serviços de apoio à atividade turística, e comercialização integrada na forma de circuitos diversificados. | | | |
| TURISMO DE SOL E PRAIA | EXISTENTES | <p>Praias e Ilhas, destaque para: Praia da Graciosa, Praia da Arnos, Praia do Prata, Praia do Caju, Praia do Buriti, Ilha do Canela - banhos, contemplação, gastronomia, atividades esportivas.</p> <p>Lagos - banhos, prática de esportes aquáticos como remo, stand up paddle, caiaques, canoagem e natação.</p> <p>Atividades recreativas em clubes, balneários e parques aquáticos.</p> | <p>Praias com destaque para: Praia de Porto Real Praia Porto Luzimangues;</p> <p>Balneários.</p> | - | <p>Praias e Rios, destaque: Praia do Sorriso, Praia da Draga e Praia do Funil); Balneário Ilha Verde (LajeVerão); UHE Luís Eduardo Magalhães / UHE Lajeado.</p> |

| SEGMENTOS | | PRODUTOS OU ATRATIVOS - existentes e potenciais | | | |
|---------------------|--|--|----------------|---------|---|
| | | PALMAS | PORTO NACIONAL | PARAÍSO | LAJEADO |
| | POTENCIAIS | Fortalecimento dos atrativos, com incorporação de serviços de apoio à atividade turística, e comercialização integrada na forma de circuitos diversificados. | | | |
| POTENCIAIS | | | | | |
| TURISMO DE AVENTURA | Circuito de Esportes Radicais – Palmas/ Taquaruçu: envolvendo atividades diversas como: paraglider, asa-delta, escalada, rapel, enduro a pé, tirolesa, cicloturismo, rally de motos. | - | - | - | Circuito de Esportes Radicais, envolvendo atividades diversas como: paraglider, asa-delta, escalada, rapel, enduro a pé, tirolesa, cicloturismo, boiacross. |
| TURISMO DE PESCA | Circuito de Pesca Esportiva no Lago da UHE Luiz Eduardo Magalhães. | Circuito Torneios de Pesca (Tucunaré Azul) | - | - | Circuito de Pesca |

Observação: atualmente há a existência dos atrativos de forma pontual, sem uma estruturação na forma de produtos, com serviços integrados. Após a estruturação dos produtos, há ainda a possibilidade de definição e comercialização de circuitos integrados, quando cabíveis.

Fonte: Sedetur (2015) adaptado por Technum Consultoria SS.

B. Identificação dos Principais Pontos Críticos de Intervenção

Os principais gargalos para o desenvolvimento do turismo sustentável no Polo Palmas estão a seguir registrados e foram extraídos e sumarizados a partir do Diagnóstico. A identificação dos problemas existentes constituem subsídios essenciais para a formulação das estratégias e do plano de ação.

Para fins de melhor entendimento, os pontos críticos são agrupados em questões relacionadas a: (i) o fortalecimento institucional, (ii) a diversificação de produtos e a formatação de roteiros integrados, (iii) a formação da imagem/identidade do Polo, (iv) a infraestrutura básica e os serviços públicos, (v) os equipamentos e serviços turísticos e, por fim, para a gestão de áreas ambientais frágeis que a área apresenta.

Fortalecimento Institucional

A ausência de um sistema de informações gerenciais que contemple dados e informações sobre o mercado turístico, o perfil da demanda, os gastos turísticos, as preferências dos turistas, o produto interno bruto do setor turístico e sobre o impacto econômico do turismo, dentre outros, constitui um gargalo crítico para a gestão eficaz do turismo. O sistema de informações turísticas é ferramenta básica para o planejamento e para o processo de tomada de decisões estratégicas.

Outro ponto crítico que se apresenta no Polo consiste na organização político-institucional e da atividade turística. Verifica-se, portanto:

- desarticulação das instâncias gestoras do turismo,
- incipiência de mecanismos de mobilização e participação comunitária na gestão territorial,
- insuficiência de quadros de profissionais especializados e capacitados para atuação no setor,
- ausência de especialistas habilitados para a elaboração e gestão de projetos e para captação de recursos e
- carência de recursos orçamentários para a promoção da atividade turística.

Constata-se também:

- falta de sensibilização da população local em relação o turismo, sem reconhecê-lo como atividade econômica importante para o desenvolvimento da região e para a geração de emprego e renda;
- capacitação dos profissionais para ocupação de postos de trabalho no mercado do turismo é incipiente para promover a melhoria da qualidade dos serviços turísticos e para o atendimento adequado ao turista.

Esta posição requer o fortalecimento das relações entre o poder público, iniciativa privada e sociedade civil.

Diversificação do Produto Turístico e Formatação de Produtos Turísticos Integrados

A análise dos atrativos turísticos dos municípios do Polo permitiu identificar a diversidade natural, cultural e histórica existente na região, possibilitando a formatação de novos produtos, mas, ao mesmo tempo, permitiu constatar a ausência da oferta de roteiros complementares. Essa situação gera a baixa permanência do turista na região, a redução do gasto turístico e, em razão da modalidade forte ser a de Negócios e Eventos, o turista chega e sai, sem interagir com roteiros integrados dos outros segmentos turísticos como o Ecoturismo, o turismo de Sol e Praia ou o turismo Cultural.

Outros pontos críticos podem ser verificados a seguir:

- concentração de infraestrutura turística na Capital;
- pouco incentivo à produção artesanal;
- sinalização turística e indicativa precária;
- concorrência com outras regiões que possuem produtos mais qualificados e consolidados, dentre outros;

Marketing

Não há uma imagem/identidade associada ao Polo, o que denota a necessidade de adoção de estratégias e ações de marketing turístico consolidadas em um Plano elaborado de acordo com as características do Polo e adequado para atendimento de cenários futuros, direcionado aos produtos prioritários e mercados-meta identificados. Além disso, o diagnóstico permite constatar a falta de integração para a comercialização do produto.

Infraestrutura Básica e Turística

Dentre as carências de infraestrutura e serviços destacam-se, principalmente, aquelas relacionadas ao acesso aos atrativos, devido à precária sinalização indicativa e turística, surgindo dessa forma a necessidade de estruturação e implantação de ações para essa melhoria.

Apesar da cidade de Palmas apresentar boa oferta de hospedagem, a demanda é muito grande causando déficit em alguns períodos do ano. Nos outros municípios do Polo a infraestrutura é precária.

Além disso, convém registrar a ausência de um sistema de tratamento de lixo e poluição do meio ambiente.

Fragilidade Ambiental

O patrimônio natural do Polo é formado por cachoeiras, praias de rio, rios, lago, grutas, reservas e áreas de preservação ambiental. Estas áreas são atrativas para os turistas e contribuem para o fortalecimento dos segmentos de Ecoturismo, Sol e Praia e Náutico, complementando, naturalmente, o Turismo de Negócios e Eventos. Neste sentido, a gestão ambiental deve ser tratada de forma cuidadosa, e um dos desafios consiste em conciliar a exploração dos atrativos e a capacidade dos órgãos de fiscalização para orientar e fiscalizar estes estabelecimentos.

C. Posição atual da área no mercado turístico versus seu posicionamento potencial

Diante das análises realizadas e da delimitação dos segmentos e produtos turísticos consolidados e potenciais, é visualizada a condição instalada e a reflexão a respeito da posição atual do Polo Palmas no mercado turístico e sobre o que é necessário empreender para que seja alcançado o potencial pleno de desenvolvimento sustentável do turismo.

A consolidação do turismo no Polo de Palmas, influenciada, inclusive, por investimentos de peso em infraestrutura básica e em equipamentos públicos, realizados desde a criação do estado do Tocantins e da cidade de Palmas, cuja ressonância no setor privado provocou a instalação de equipamentos hoteleiros, de alimentação, de agenciamento de viagens, dentre outros.

Por outro lado, é evidente o potencial do Polo quanto aos produtos disponíveis, sejam eles naturais, culturais ou outros, com perspectivas positivas para competir com os destinos, principalmente por sua riqueza, diversidade e singularidade. Entretanto, dois fatores influenciam no rumo ao desenvolvimento sustentável:

- a centralização do fluxo turístico em Palmas, cuja rede hoteleira detém praticamente todo o fluxo turístico e os pernoites gerados pela permanência do turista na Capital,

em detrimento dos demais municípios do Polo Palmas, que não contam com unidades de hospedagem em quantidade e qualidade;

- a concentração da oferta turística comercializada em Palmas, que tem restrição de roteiros, bem como acesso a esses atrativos turísticos com duração de apenas um dia, sem mobilizar a economia local.

Desta forma, o potencial pleno do Polo só será alcançado com investimentos continuados, planejados com rigor e monitorados quanto aos resultados alcançados. Todos os componentes de investimento típicos do Prodetur, por exemplo, encaixam-se perfeitamente nas necessidades do Polo, ou seja, formatação do produto turístico, a adoção de estratégias eficazes de comercialização, o fortalecimento da gestão, a implantação e melhoria da infraestrutura básica e dos serviços públicos e as ações socioambientais.

Outra mudança essencial e de grande impacto para que o Polo possa despontar em todo o seu potencial diz respeito à imagem, identidade da área turística. Ainda que o Polo Palmas, tenha sido instituído não se percebe os efeitos de um processo de planejamento turístico refletindo na formatação de produtos e roteiros integrados, que potencializem toda a diversidade dos municípios e também entre os outros Polos do Tocantins. O mesmo se dá na promoção, na divulgação e na comercialização do turismo, quando se percebe iniciativas que privilegiam a imagem-identidade do estado do Tocantins ou isoladamente este ou aquele município ou um roteiro ou evento específico como é o caso do Jalapão. O Polo Palmas não possui uma imagem consolidada no turismo nacional como segmento de Negócios e Eventos; e muito menos como imagem de Ecoturismo, turismo de Sol e Praia ou turismo Cultural.

Em síntese, o Polo Palmas, como fruto de investimentos e resultado de um processo contínuo de desenvolvimento, poderá alcançar as condições necessárias para competir, com vantagem, com outros destinos turísticos. Para tanto deve:

- ser reconhecido como produto turístico de qualidade, diversificado, capaz de satisfazer os segmentos-meta;
- dar ênfase à riqueza e diversidade natural e histórico-cultural que o caracteriza;
- confirmar Palmas como a capital com maior oportunidade de turismo de negócios da região (Norte do Tocantins; sudeste do Pará, noroeste do Maranhão, noroeste do Piauí e oeste da Bahia) e, ao mesmo tempo, valorizar e explorar os segmentos potenciais existentes tanto de Palmas quanto dos demais municípios, promovendo a integração e afirmando a complementaridade entre os seus principais segmentos turísticos e respectivos produtos.

Em uma análise geral de competitividade atual, apoiada nas dimensões do estudo dos 65 Destinos Indutores do Turismo Regional, disponível na Tabela 42 a seguir, observa-se que os **pontos de destaque** do Polo de Palmas são os **aspectos ambientais** e a **infraestrutura geral**, ambos acima das médias encontradas nas demais capitais e na totalidade dos 65 destinos indutores. Tratam-se de duas importantes dimensões, com referência à disponibilidade de recurso natural de destacada qualidade e estado de conservação, além de constatação da efetivação de investimentos em ações de alto custo de implantação.

Os **pontos fortes** são constituídos pelo **acesso, economia local e capacidade empresariais**, que embora abaixo da média das capitais ainda se encontram acima da média dos destinos indutores. Representam uma potencialidade, para desenvolvimento do turismo, notadamente pela facilidade da chegada do turista ao Polo e pelas características locais que dão suporte à possibilidade de investimentos e possibilitam trabalhar com um arranjo da cadeia produtiva em maior extensão e integração.

Os **pontos fracos** são representados pelos **aspectos sociais, serviços e equipamentos turísticos e aspectos culturais**, todos com médias abaixo das demais capitais e em

relação aos 65 destinos estudados. Tratam-se de dimensões que alicerçam o desenvolvimento do turismo, constituindo-se na base da oferta turística e condição de sustentabilidade da atividade pela relação com a população local.

Situações de alerta são encontradas nas dimensões relacionadas à **gestão**, envolvendo a **cooperação regional**, às **políticas públicas**, além do **marketing e promoção dos destinos** e nas **condições dos atrativos turísticos** propriamente ditos. Significam um forte entrave ao desenvolvimento sustentável, incidindo diretamente na capacidade de planejamento e de estabelecimento de diretrizes a serem seguidas. Enfraquecem, sobremaneira, a competitividade enquanto área turística integrada e impactam na busca de mercados mais específicos, pela falta de direcionamento e efetividade de ações de captação. Além disso, impedem a consolidação da atividade turística, pela dificuldade no fortalecimento da segmentação e na proposição de ações coordenadas para a estruturação de produtos.

Por fim, o **ponto mais crítico** encontra-se no **monitoramento**. A falta de informações levantadas por metodologias concisas e a ausência de práticas de sistematização de organização de dados, dificultam o entendimento do estágio de desenvolvimento turístico atual e desejado. Sem conhecimento do ponto de partida, é difícil a previsão do ponto de chegada e não há também como avaliar se os rumos assumidos são adequados ou se há necessidade de correção. Torna-se assim imprescindível a melhoria dessa dimensão, cujo estágio atual representa uma ameaça que pode, inclusive, comprometer o bem mais valioso do Polo, que são os recursos naturais, merecedores de nota de destaque na avaliação da competitividade realizada nos 65 destinos indutores.

A tabela a seguir sintetiza os principais pontos resultantes da análise da Competitividade do Polo, tendo por base Palmas, as capitais brasileiras e o universo dos 65 destinos indutores alvo do estudo do MTur e da FGV.

Tabela 42: Análise das dimensões consideradas no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores – Palmas, Capitais e Brasil (2011)

| CONSIDERAÇÕES EM RELAÇÃO ÀS DIMENSÕES | SITUAÇÃO COMPARATIVA | |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| | MÉDIA DEMAIS CAPITAIS | MÉDIA 65 DESTINOS INDUTORES |
| Pontos de destaque | | |
| Aspectos ambientais | + de 10% | + de 20% |
| Infraestrutura geral | equivalente | + de 10% |
| Pontos fortes | | |
| Acesso | - 12% | + 5% |
| Economia local | - 12% | + 2% |
| Capacidade empresarial | - 16% | + 20% |
| Pontos fracos | | |
| Aspectos sociais | - 20% | - 12% |
| Serviços e equipamentos turísticos | - 23% | - 5% |
| Aspectos culturais | - 25% | - 14% |
| Situação de alerta | | |
| Cooperação regional | -26% | -39% |
| Políticas Públicas | -38% | -32% |
| Marketing e Promoção dos destinos | -39% | -33% |
| Atrativos turísticos | -39% | -40% |
| Ponto Crítico | | |
| Monitoramento | -45% | -34% |

Fonte: MTur, Sessenta e Cinco Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional no Brasil, 2008 a 2011. Adaptado pela Technum Consultoria

D. Estruturação da matriz SWOT do Cenário Atual

A partir do conhecimento da realidade dos municípios do Polo, consolidada no diagnóstico, a análise da realidade atual da área abrangida foi realizada a partir dos princípios metodológicos da matriz SWOT - *Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats* ou Forças / Oportunidades / Fragilidades / Ameaças. Foram consideradas as forças e fragilidades pertinentes ao cenário atual, reconhecidas como fatores internos inerentes ao Polo, bem como as oportunidades e ameaças, reconhecidas como fatores externos, que impactam desenvolvimento do turismo no território.

A análise procedida foi feita pelo cruzamento dessas variáveis, considerando o modelo expresso na figura a seguir:

Figura 101: Metodologia de Análise SWOT

| | | AMBIENTE INTERNO | |
|------------------|---------------|--|--|
| | | FORÇAS | FRAGILIDADES |
| AMBIENTE EXTERNO | OPORTUNIDADES | <p>CAPITALIZAÇÃO/DESENVOLVIMENTO</p> <p>FORÇAS x OPORTUNIDADES</p> <p>Desenvolvimento. Resultado mais rápido - consolidação do desenvolvimento. Campos mais acessíveis. Ambiente preparado – sinal aberto.</p> <p>PRIORIDADE 1</p> | <p>CRESCIMENTO</p> <p>FRAGILIDADES x OPORTUNIDADES</p> <p>Eliminar ou minimizar os pontos fracos, para aproveitar as oportunidades. Intervenções para não perder as oportunidades presentes.</p> <p>PRIORIDADE 2</p> |
| | AMEAÇAS | <p>MANUTENÇÃO</p> <p>FORÇAS x AMEAÇAS</p> <p>Monitorar ameaças. Exercer o controle sobre a situação. Manter ou aperfeiçoar as forças. Gestão do ambiente interno.</p> <p>PRIORIDADE 3</p> | <p>SOBREVIVÊNCIA</p> <p>FRAGILIDADES x AMEAÇAS</p> <p>Eliminar ou minimizar, ao máximo, as fragilidades e monitorar as ameaças. PERIGO! INTERVIR COM URGÊNCIA!</p> <p>PRIORIDADE 4</p> |

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

Quadrante 1: diante de um dado de realidade que representa Força identificada no ambiente interno, reconhecida como fator impulsor, em cruzamento com uma Oportunidade detectada no ambiente externo, tem-se a indicação de agir em função de capitalizar o que está acessível, obtendo assim respostas rápidas rumo ao DESENVOLVIMENTO;

Quadrante 2: igualmente, diante de um dado da realidade que representa Força identificada no ambiente interno, reconhecida como fator impulsor, agora em cruzamento com uma Ameaça detectada no ambiente externo, tem-se a indicação de agir no sentido de manter as forças e de monitorar as ameaças, tendo como resultante a MANUTENÇÃO. Esta ação requer uma postura proativa e assertiva, na medida em que os atores do ambiente interno não podem interferir diretamente para superação das ameaças, que estão fora de seu controle;

Quadrante 3: Neste caso, diante de um dado da realidade interna, que representa uma Fragilidade – uma barreira ao desenvolvimento, em cruzamento com uma Oportunidade, tem-se a indicação de ações que levem à reversão da fragilidade, de forma a não desperdiçar a Oportunidade apresentada pelo ambiente externo. Assim, ter-se-á como resultante o CRESCIMENTO, ainda que este possa vir de forma lenta, dependendo das dificuldades a serem enfrentadas para eliminação ou minimização da fragilidade em tela;

Quadrante 4: Neste caso, diante de um dado da realidade interna, que representa também uma Fragilidade - uma barreira ao desenvolvimento em cruzamento com uma Ameaça detectada no ambiente externo, tem-se a indicação clara de intervenções urgentes, prioritárias, para eliminar ou minimizar a fragilidade interna e, desta forma, com forças repostas, poder SOBREVIVER às ameaças externas.

Para a avaliação procedida a partir da Matriz SWOT foram estabelecidos cinco pontos focos de análise:

- **Produto Turístico** - relaciona-se diretamente com a motivação de viajar a um destino turístico. Tem como base os atrativos que originam o deslocamento do turista a um espaço geográfico determinado e inclui os equipamentos e serviços necessários para satisfazer a motivação de viagem e possibilitar o consumo turístico.
- **Comercialização** - contempla as ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos.

- **Fortalecimento Institucional** - engloba ações orientadas a fortalecer as instituições do Polo Turístico, por meio de mecanismos de gestão e coordenação no âmbito federal, estadual e local e do setor privado, e de apoio da gestão turística estadual e municipal.
- **Infraestrutura e Serviços Básicos** - integra investimentos de infraestrutura e serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele e para satisfazer as necessidades básicas do turista durante a sua estada, quanto a serviços de saneamento, energia, telecomunicações, saúde, segurança e transporte.
- **Gestão Socioambiental** - engloba a proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar.

A análise a seguir apresentada refere-se a Leitura Técnica da Consultoria, bem como a Leitura Comunitária. A leitura técnica está baseada na visão dos técnicos envolvidos, a partir dos insumos coletados na realidade, das Prefeituras e/ou Secretarias dos municípios do Polo. A leitura comunitária refere-se à análise, discussão e coleta de contribuições realizadas tanto nas reuniões específicas quanto na Oficina de fechamento do Diagnóstico onde participaram os atores locais de maior relevância no setor. No quadro a seguir (Quadro 30) é apresentada a síntese da Matriz SWOT elaborada.

Quadro 30: Forças, Fragilidades, Oportunidades e Ameaças Levantadas no Polo

| Produto Turístico | |
|--|--|
| Relaciona-se diretamente com a motivação de viajar a um destino turístico. Tem como base os atrativos que originam o deslocamento do turista a um espaço geográfico determinado e inclui os equipamentos e serviços necessários para satisfazer a motivação de viagem e possibilitar o consumo turístico. | |
| <p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de atrativos naturais e culturais (itens 2.1.1 e 2.1.3); • Artesanato local (Lajeado) com identidade e qualidade (item 2.1.3); • Balneabilidade das praias de rios (item 2.3.1); • Patrimônio cultural material e imaterial reconhecido (item 2.3.1); • Hotéis de rede, formatados para o turismo de negócios de pequeno e médio porte (item 2.3.2); • Palmas como capital do Estado (itens 2.2); • Competitividade de Palmas potencializada como um dos destinos indutores do turismo indicados pelo MTUR (item 2.1.1.6); • Existência de fluxo de turistas em segmentos específicos – Ecoturismo, Pesca, Eventos e Lazer (item 2.1); • Espaços para Eventos com capacidade elevada na recepção de públicos (item 2.1); • Grande beleza natural da Rodovia TO-010 (item 2.2 e 2.3); • Presença de Equipamentos e Serviços Turísticos no Polo (item 2.3); • Diversidades de Eventos Culturais - Existência de eventos internacionais (item 2.3); | <p>Fragilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de visão integrada e intercomplementar dos produtos turísticos (item 2.2); • Falta de planejamento integrado de eventos turísticos nos municípios (item 2.3); • Concentração de infraestrutura turística e de serviços em Palmas (item 2.3); • Carência de roteiros turísticos complementares (item 2.1.3); • Fragilidade dos Centros de Atendimento ao Turista quanto à infraestrutura, equipamentos, informação e gestão (item 2.1.3); • Descontinuidade dos serviços e produtos oferecidos (item 2.1.3,2.3); • Pouco incentivo à produção e à comercialização do artesanato local (item 2.3); • Insuficiência e pouca qualidade dos serviços de hospedagem, alimentação e agenciamento turístico nos municípios, exceto Palmas (item 2.1.3); • Deficiência da sinalização turística (item 2.2). |

Produto Turístico

Relaciona-se diretamente com a motivação de viajar a um destino turístico. Tem como base os atrativos que originam o deslocamento do turista a um espaço geográfico determinado e inclui os equipamentos e serviços necessários para satisfazer a motivação de viagem e possibilitar o consumo turístico.

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Presença de Eventos gastronômicos (item 2.3.1)• Oferta de Patrimônio Cultural (item 2.3.1) ;• Grandes eventos Nacionais e internacionais (item 2.3.1); | |
| Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Investimento de cadeias hoteleiras e de serviços de alimentação no Polo (item 2.1.3);• Estabilidade climática favorecendo os segmentos principais (item 2.4);• Consolidada como destino turístico de negócios na região (Norte do Tocantins, sudeste do Pará, noroeste do Maranhão, noroeste do Piauí e oeste da Bahia – item 1.0);• Crescimento das oportunidades de realização de eventos de grande porte no Polo (item 1.0);• Potencial para o desenvolvimento de segmentos complementares (item 2.1);• Desenvolvimento de Roteiros Turísticos complementares e integrados (item 2.1). | Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Concorrência de outras regiões com produtos mais qualificados e consolidados (item 2.1) ;• Fragilidade dos recursos ambientais de uso turístico (item 2.1, 2.1.3, 2.4). |

Comercialização

Contempla as ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos.

| | |
|---|--|
| Forças <ul style="list-style-type: none">• Custo acessível dos produtos e serviços turísticos se comparado a outras áreas (item 2.1.1.4);• Proximidade dos municípios do Polo facilitando a implantação de roteiros integrados e a comercialização de produtos e atrativos de forma conjunta (2.2.1). | Fragilidades <ul style="list-style-type: none">• Falta de integração para comercialização do destino Polo Palmas (2.1.1.6);• Falta de integração entre o empresariado para comercialização dos produtos turísticos (item 2.1.1.6, 2.3);• Inexistência de diretrizes de marketing específico para o Polo (item 2.1.2.2);• Fragilidade da identidade/imagem do Polo (item 2.1.2.2);• Pouco incentivo à produção e comercialização ao artesanato/gastronomia local (item 2.3);• Falta de informações turísticas (item 2.1.3.2). |
| Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Comercialização do turismo facilitada pela definição, pelo MTur, de Palmas como destino indutor do turismo no país (item 2.1.2.6).• Roteiros integrados com parceria com outros locais ou Estados. | Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Competição com destinos próximos (item 2.1.2.6). |

Infraestrutura e Serviços Básicos

Integra investimentos de infraestrutura e serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele e para satisfazer as necessidades básicas do turista durante a sua estada, quanto a serviços de saneamento, energia, telecomunicações, saúde, segurança e transporte.

| | |
|---|--|
| Forças <ul style="list-style-type: none">• Aeroporto de Palmas com voos nacionais e aeroporto de Porto Nacional com voos regulares (item 2.2.1.2);• Capital do Estado localizada no Polo (itens 2.1.1., 2.1.2.5, 2.1.3);• Malha viária estadual em boas condições de circulação (2.2.1.1);• Fornecimento de energia elétrica satisfatória (item 2.2.7);• Posicionamento geográfico estratégico na margem da BR-153 (Belém/Brasília – item 2.2.1.1);• Logística das modais (hidrovia, ferrovia, rodovias) (item 2.2);• Grande oferta de produtos e serviços de apoio e complementares ao Turismo (oficinas, farmácias, hospitais) (item 2.2). | Fragilidades <ul style="list-style-type: none">• Sinalização básica e turística precária (item 2.2.1.1);• Ausência de sistema de tratamento e deposição adequada dos resíduos sólidos (item 2.2.4);• Concentração de infraestrutura em Palmas (item 2.1.3.1).• Baixa utilização da capacidade hidroviária (aproveitar os recursos hídricos) que liga os municípios |
| Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Oportunidade de ampliação dos voos (2.2.1.2).• Logística modais – ferrovia / rodovia / hidrovia (item 2.2). | Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Poluição do meio ambiente (itens 2.2.4, 2.4.2);• Infraestrutura aeroportuária e malha aérea pouco diversificada (2.2.1.2). |

Fortalecimento Institucional

Engloba ações orientadas a fortalecer as instituições do Polo turístico, mecanismos de gestão e coordenação no âmbito federal, estadual e local e do setor privado, e de apoio da gestão turística estadual e municipal.

| | |
|---|--|
| Forças <ul style="list-style-type: none">• Proximidade entre os municípios favorecendo a integração e a aplicação de políticas públicas (item 2.2.1);• Existência das Secretarias Municipais de Turismo (item 2.3.1);• Existência de órgãos voltados à capacitação (item 2.3.1). | Fragilidades <ul style="list-style-type: none">• Ausência de um sistema de informações gerenciais (itens 2.1.1 e 2.2);• Falta de integração e articulação intermunicipal e do trade (item 2.1.1.6, 2.3.1);• Inatividade dos Conselhos Municipais de Turismo (item 2.3.1);• Ausência ou precariedade de Instrumentos de Gestão municipais e regionais (item 2.3.4);• Inexistência de Planos específicos voltados ao turismo (item 2.3.4);• Instrumentos de gestão ineficientes (item 2.3.4);• Ausência da participação da sociedade no desenvolvimento turístico (item 2.3.1);• Insuficiência e descontinuidade de programas de qualificação (item 2.3);• Falta de apoio municípios/empresários (falta de conhecimento e ação dos gestores municipais com os empreendedores) (item 2.3);• Baixo incentivo às autoridades de Lajeado (item |
|---|--|

Fortalecimento Institucional

Engloba ações orientadas a fortalecer as instituições do Polo turístico, mecanismos de gestão e coordenação no âmbito federal, estadual e local e do setor privado, e de apoio da gestão turística estadual e municipal.

| | |
|---|--|
| | <p>2.3) ;</p> <ul style="list-style-type: none">• Insuficiência de projetos de extensão das universidades, faculdades, instituições de ensino (item 2.3);• Falta de integração das instituições dos ensinos superiores para as demandas do Estado (item 2.3);• Falta de profissionais qualificados para o mercado do turismo (item 2.3.1). |
| Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Recursos de Programas de Governo Federal e Estadual para investimento em fortalecimento (item 2.3.5);• Incentivo de programas federais e estaduais para gestão integrada do território (item 2.3.5).• Fronteira Integração – Matopiba• Programa Fronteira Agrícola (oportunidade) | Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Descontinuidade de políticas públicas nos municípios (item 2.3);• Dependência de ações e políticas estaduais e federais (item 2.3);• Não inclusão da população local no movimento de desenvolvimento turístico dos municípios por força da atuação de agentes externos de maior poder econômico (item 2.3). |

Gestão Ambiental

Engloba a proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar.

| | |
|---|--|
| Forças <ul style="list-style-type: none">• Existência de projetos voltados para a preservação ambiental (itens 2.4.3, 2.4.5);• Diversidade do meio ambiente (itens 2.1.1, 2.1.1.6 e 2.2.1). | Fragilidades <ul style="list-style-type: none">• Falta de sensibilização da população e dos turistas referente às questões voltadas à preservação ambiental e turismo sustentável (itens 2.4.2 e 2.4.2.1);• Falta de priorização por parte da gestão pública para a preservação ambiental e controle de queimadas e incêndios florestais (item 2.4.3.2);• Meio ambiente frágil – queimadas existentes (item 2.4.2). |
| Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Presença de Unidades de Conservação Federal, Estadual e Municipal (item 2.4.1.4). | Ameaças <ul style="list-style-type: none">• Ausência de fiscalização e monitoramento ambiental (item 2.4.2);• Queimadas (item 2.4.2). |

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

A partir de todos esses insumos foi validada a área turística, conforme apresentado no capítulo a seguir, bem como sintetizados as informações referentes aos principais pontos do diagnóstico, separados em temas de maior relevância.

3. VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

3.1 Validação da Área - Hierarquização dos atrativos turísticos

3.1.1. Importância dos Atrativos Turísticos

Este item trata da hierarquização dos atrativos identificados como turísticos ou com potencial para desenvolvimento turístico. A metodologia utilizada teve como base o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil Módulo Operacional 7: Roteirização Turística, criado pelo Ministério do Turismo no ano de 2007. Essa metodologia busca avaliar os atrativos de acordo com o seu potencial de atratividade, bem como os aspectos complementares relacionados ao seu grau de uso atual, a representatividade, o estado de conservação, a infraestrutura e a acessibilidade.

- **Avaliação do Potencial de Atratividade**

Para a avaliação do potencial de atratividade foi considerado a peculiaridade e o interesse que o atrativo pode despertar nos turistas. A ordem quantitativa desta análise pode ser verificada por meio do quadro a seguir. Importa acrescentar que os atrativos serão hierarquizados na ordem de zero (ausência de méritos suficientes para atrair o turista) a 3 (alto potencial de atratividade).

Existe uma relação direta entre distância percorrida e atratividade, de acordo com Lemos. O autor cita que quanto maior for a distância percorrida para o acesso ao atrativo, mais potencial de atratividade o mesmo deve possuir. Dessa forma a avaliação do potencial de atratividade turística é necessária uma vez que nem sempre um atrativo turístico atende os padrões de qualidade exigidos pelos turistas nacionais ou internacionais, algumas vezes por razões como acesso e infraestrutura de apoio atendem apenas ao turista local que na maioria das vezes possuem pouco tempo para lazer e se deslocam por meio de transportes locais, segundo Lemos.²

Quadro 31: Critérios para Avaliação do Potencial de Atratividade

| HIERARQUIA | CARACTERÍSTICAS |
|-----------------------------|---|
| 3 (alto) | Atrativos turísticos excepcionais e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capazes de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais. |
| 2 (médio) | Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este. |
| 1 (baixo) | Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes do próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas ou capazes de motivar fluxos turísticos regionais e locais, atuais e potenciais. |
| 0 (sem méritos suficientes) | Atrativos sem méritos suficientes, mas que são parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular. |

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

² (LEMOS, L.A. Turismo e as informações de mercado: o enfoque na demanda. In: CASTROGIOVANNI, A.C; GASTA.S (Orgs.). **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre: Dos Autores Editora, 1999).

- **Avaliação de Aspectos Complementares**

Nesta análise foram considerados aspectos referentes ao grau de uso atual do atrativo, bem como sua representatividade, estado de conservação da paisagem circundante, infraestrutura existente e condições de acesso, conforme aponta o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil Módulo Operacional 7: Roteirização Turística e são descritos a seguir:

- **grau de uso atual:** refere-se ao fluxo turístico do atrativo. Essa dimensão analisa a situação efetiva do fluxo turístico em cada atrativo considerando que quanto maior o grau de uso, maior a utilização turística efetiva. Deve-se considerar, no entanto, maior atenção do poder público nesses atrativos porque é comum que as áreas naturais que apresentem fluxo turístico intenso são as mais degradadas pelo alto nível de utilização.
- **representatividade:** relaciona-se à singularidade ou raridade do atrativo. O atrativo é classificado como singular ou raro no momento em que suas características se diferem dos outros atrativos. Essa dimensão cita que a singularidade do atrativo corresponde ao valor atribuído ao mesmo pelo fato dele ser considerado único e, quanto mais singular, mais passível do atrativo gerar atração.
- **estado de conservação da paisagem circundante:** relaciona-se à área circunvizinha ao atrativo, verificado por meio de visita *in loco*. O estado de conservação do atrativo refere-se à sua qualidade enquanto recurso natural. Assim, quanto mais conservado, mais importante para determinadas atividades de turismo como, por exemplo, o Ecoturismo e turismo Sol e Praia. Essa dimensão pode auxiliar na identificação dos atrativos que se encontram em processo de degradação, servindo de alerta para intervenções mitigadoras dos impactos negativos.
- **infraestrutura:** refere-se às observações *in loco* das instalações, equipamentos ou serviços que se vinculam ou interferem na atividade turística do atrativo. Essa dimensão pretende analisar a infraestrutura instalada no atrativo levando-se em consideração elementos como banheiros públicos, estacionamento, serviço de alimentação e de comunicação, dentre outros. Os atrativos que possuem alto grau de interesse, mas em condições precárias para a recepção dos turistas são prioritários para a elaboração e execução de ações que busquem melhoria na infraestrutura.
- **acesso:** diz respeito às condições das vias existentes para o acesso ao atrativo. A facilidade de acesso, a localização geográfica e a sinalização indicativa e turística correspondem a elementos determinantes para a acessibilidade de um atrativo. Esses itens podem facilitar ou prejudicar a utilização do atrativo, bem como na percepção do turista em relação ao mesmo. Ou seja, uma localidade mesmo possuindo infraestrutura turística ou sendo considerado atrativo potencial, pode ter sua comercialização inviabilizada devido a dificuldade de acesso. Portanto, quanto mais acessível o atrativo, maior a sua possibilidade de integração a roteiros turísticos.

Dado ao exposto, o quadro a seguir (Quadro 32) apresenta a matriz utilizada para a hierarquização dos atrativos tendo em vista a validação da seleção da área turística.

Quadro 32: Matriz de hierarquização dos atrativos turísticos

| CRITÉRIOS | CLASSIFICAÇÃO | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|---|---------------------------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 |
| (a) Potencial de atratividade | Sem méritos suficientes | Baixo | Médio | Alto |
| (b) Grau de uso atual | Fluxo turístico insignificante | Pequeno fluxo | Média intensidade e fluxo | Grande fluxo |
| (c) Representatividade | Nenhuma | Elemento bastante comum | Pequeno grupo de elementos similares | Elemento singular, raro |
| (d) Estado de conservação da paisagem circundante | Estado de conservação péssimo. | Estado de conservação regular | Bom estado de conservação | Ótimo estado de conservação |
| (e) Infraestrutura | Inexistente | Existente, mas em estado precário | Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias | Existente e em ótimas condições |
| (f) Acesso | Inexistente | Em estado precário | Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias | Em ótimas condições |

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

Nos itens **potencial de atratividade e representatividade** será atribuído peso 2 (dois), uma vez que estes são considerados mais significativos em comparação com os demais itens avaliados, conforme aponta o Módulo Operacional 7 do Programa de Regionalização do Turismo. A soma dos pontos obtidos define-se o dos atrativos analisados, portanto, quanto maior o número de pontos do atrativo, maior a sua importância relativa.

A partir das informações contidas no Diagnóstico Estratégico, foi definida a lista de atrativos considerados **relevantes e potenciais** para o desenvolvimento do turismo, conforme apresentado no quadro a seguir. Importa acrescentar que a escolha dos atrativos a serem avaliados se deu por meio da leitura técnica juntamente com o órgão de turismo do Estado.

Quadro 33: Atrativos Turísticos do Polo Palmas Considerados para Hierarquização

| NEGÓCIOS E EVENTOS | ATRATIVOS NATURAIS | ATRATIVOS CULTURAIS |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Adorai- Encontro de cura e libertação; • Agrotins – Pecuária e Agricultura; • Aniversario de Palmas; • Arraial da Capital; • Carnaval – Distrito de Taquaruçu; • Expoagro / Exponacional; • Exposição Agropecuária de Paraíso do Tocantins – ExpoBrasil; • Fecoarte - Feira do Folclore, Artesanato e Comidas Típicas do Tocantins; • Festival Gastronômico de Taquaruçu; • Feira 304 sul (Espaço Popular Mário bezerra Cavalcante); • Feira do Bosque; • Festival Gastronômico de Taquaruçu. | <ul style="list-style-type: none"> • Balneário Belcar; • Balneário Ilha Verde; • Complexo de Taquaruçu; • Lago da UHE do Lajeado; • Praia da Graciosa; • Praia de Porto Nacional; • Praia do Buriti; • Praia do Caju; • Praia do Prata; • Praia dos Arnos; • Serra do Estrondo; • Serra do Lajeado. | <ul style="list-style-type: none"> • Artesanato de Lajeado; • Centro Histórico de Porto Nacional; • Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho; • Palacinho da Cultura; • Parque Cesamar; • Praça dos Girassóis; • Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres – Lajeado. |

Fonte: Technum Consultoria, 2013..

Tomando-se como referência os atrativos do quadro anterior (Quadro 33), tem-se a tabela de hierarquização representada a seguir que possui a finalidade de expor a pontuação de cada atrativo que somados obtiveram, cada um deles, resultado entre 0 e 24 pontos. Importa acrescentar que quanto maior o número de pontos do atrativo, maior a sua relevância e a sua necessidade de investimentos para garantir ao turista melhor experiência na área.

Tabela 43: Hierarquização de Atrativos do Polo Palmas

| TIPOS DE ATRATIVO | ATRATIVO | POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (N X 2) | GRAU DE USO ATUAL | REPRESENTATIVIDADE (N X 2) | ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM CIRCUNDANTE | INFRAESTRUTURA | ACESSO | TOTAL |
|--------------------|---|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|---|----------------|--------|-------|
| Negócios e Eventos | Adorai- Encontro de cura e libertação | 0 x 2 = 0 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| | Agrotins – Pecuária e Agricultura | 2 x 2 = 4 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| | Aniversario de Palmas | 1 x 2 = 2 | 1 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| | Arraial da Capital | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| | Carnaval – Distrito de Taquaruçu | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 x 2 = 4 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| | Expoagro / Exponacional | 2 x 2 = 4 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| | Exposição Agropecuária de Paraíso do Tocantins - ExpoBrasil | 2 x 2 = 4 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 14 |

| TIPOS DE ATRATIVO | ATRATIVO | POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (N X 2) | GRAU DE USO ATUAL | REPRESENTATIVIDADE (N X 2) | ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM CIRCUNDANTE | INFRAESTRUTURA | ACESSO | TOTAL |
|-------------------|---|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|---|----------------|--------|-------|
| | Fecoarte - Feira do Folclore, Artesanato e Comidas Típicas do Tocantins | 1 x 2 = 2 | 2 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| | Festival Gastronômico de Taquaruçu | 1 x 2 = 2 | 2 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 3 | 13 |
| | Feira 304 sul (Espaço Popular Mário bezerra Cavalcante) | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| | Feira do Bosque | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |

| TIPOS DE ATRATIVO | ATRATIVO | POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (N X 2) | GRAU DE USO ATUAL | REPRESENTATIVIDADE (N X 2) | ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM CIRCUNDANTE | INFRAESTRUTURA | ACESSO | TOTAL |
|--------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|---|----------------|--------|-------|
| Atrativos Naturais | Balneário Belcar | 1 x 2 = 2 | 1 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 10 |
| | Balneário Ilha Verde | 1 x 2 = 2 | 2 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 3 | 12 |
| | Complexo de Cachoeiras de Taquaruçu | 2 x 2 = 4 | 2 | 2 x 2 = 4 | 2 | 2 | 3 | 17 |
| | Lago da UHE do Lajeado | 1 x 2 = 2 | 3 | 2 x 2 = 4 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| | Praia da Graciosa | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 3 | 13 |
| | Praia de Porto Nacional | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| | Praia do Buriti | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 12 |
| | Praia do Caju | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 12 |
| | Praia do Prata | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 12 |
| | Praia dos Arnos | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 3 | 13 |
| | Serra do Estrondo. | 0 x 2 = 0 | 0 | 0 x 2 = 0 | 1 | 0 | 2 | 3 |
| | Serra do Lajeado | 1 x 2 = 2 | 1 | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 | 2 | 11 |

| TIPOS DE ATRATIVO | ATRATIVO | POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (N X 2) | GRAU DE USO ATUAL | REPRESENTATIVIDADE (N X 2) | ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM CIRCUNDANTE | INFRAESTRUTURA | ACESSO | TOTAL |
|---------------------|---|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|---|----------------|--------|-------|
| Atrativos Culturais | Artesanato de Lajeado | 1 x 2 = 2 | 0 | 2 x 2 = 4 | 2 | 1 | 2 | 11 |
| | Centro Histórico de Porto Nacional | 2 x 2 = 4 | 2 | 3 x 2 = 6 | 3 | 2 | 3 | 20 |
| | Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho | 1 x 2 = 2 | 1 | 1 x 2 = 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| | Palacinho da Cultura | 1 x 2 = 2 | 2 | 1 x 2 = 2 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| | Parque Cesamar | 1 x 2 = 2 | 3 | 1 x 2 = 2 | 1 | 2 | 2 | 12 |
| | Praça dos Girassóis | 2 x 2 = 4 | 3 | 2 x 2 = 4 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| | Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres – Lajeado | 1 x 2 = 2 | 0 | 3 x 2 = 6 | 1 | 0 | 0 | 9 |

Fonte: Technum Consultoria, 2013.

A avaliação das informações contidas na tabela 44 corrobora a afirmação potencialidade turística do Polo, uma vez que se confirma a presença de atrativos existentes ou potenciais para o desenvolvimento do turismo, envolvendo diversidade de oferta para os segmentos de: Negócios e Eventos; de Sol e Praia; Cultural; e Ecoturismo. A maioria dos atrativos foi avaliada com (i) média atratividade; (ii) grande fluxo turístico; (iii) inserido em um pequeno grupo de elementos similares; (iv) paisagem circundante em bom estado de conservação; (v) infraestrutura existente, porém necessitando de melhorias; e (vi) acesso existente, mas necessitando de melhorias. Dessa forma, o desenvolvimento do turismo no Polo requer melhorias principalmente na infraestrutura e nos acessos.

Considerando os critérios que definem a mensuração qualitativa dos atrativos, pode-se estabelecer o ranking dos atrativos do Polo. Tal mensuração possui a finalidade de determinar prioridades para a implementação de políticas e ações voltadas para a melhoria dos atrativos turísticos e também para auxiliar a estruturação de roteiros permitindo, portanto, uma melhor experiência turística. Assim, após tomar por base os dados especificados nos quadros e tabelas anteriores instituiu-se a classificação dos atrativos, apresentadas a seguir.

Tabela 44: Ranking dos Atrativos do Polo Palmas

| ATRATIVO | TOTAL | RANKING |
|---|-------|---------|
| Centro Histórico de Porto Nacional | 20 | 1 |
| Praça dos Girassóis | 19 | 2 |
| Complexo de Cachoeiras de Taquaruçu | 17 | 3 |
| Lago da UHE do Lajeado | 16 | 4 |
| Agrotins – Pecuária e Agricultura | 15 | 5 |
| Carnaval – Distrito de Taquaruçu | 15 | |
| Exposição Agropecuária de Paraíso do Tocantins - ExpoBrasil | 14 | 6 |
| Palacinho da Cultura | 14 | |
| Arraial da Capital | 13 | 7 |
| Festival Gastronômico de Taquaruçu | 13 | |
| Feira 304 sul (Espaço Popular Mário bezerra Cavalcante) | 13 | |
| Feira do Bosque | 13 | |
| Praia da Graciosa | 13 | |
| Praia dos Arnos | 13 | |
| Praia de Porto Nacional | 13 | |
| Fecoarte - Feira do Folclore, Artesanato e Comidas Típicas do Tocantins | 12 | 8 |
| Balneário Ilha Verde | 12 | |
| Praia do Buriti | 12 | |
| Praia do Caju | 12 | |
| Praia do Prata | 12 | |
| Parque Cesamar | 12 | |
| Adorai- encontro de cura e libertação | 11 | 9 |
| Aniversario de Palmas | 11 | |
| Serra do Lajeado | 11 | |
| Artesanato de Lajeado | 11 | |
| Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho | 11 | |
| Balneário Belcar | 10 | 10 |
| Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres – Lajeado | 9 | 11 |
| Serra do Estrondo. | 3 | 12 |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

Da análise das tabelas 43 e 44 conclui-se que o Centro Histórico de Porto Nacional, ilustrado na figura 102 a seguir, assume grande importância na região e que motiva fluxos nacionais e internacionais desde que em conjunto com outros atrativos que estejam localizados próximos a ele. A avaliação do Centro Histórico permite constatar que além da pontuação elevada para a atratividade, a representatividade traz para o destino um elemento considerado singular devido suas características históricas. Além disso, o atrativo também apresenta excelentes condições na paisagem circundante e nos acessos. A infraestrutura existente é adequada, necessitando de pequenas intervenções e melhorias e o centro histórico recebe um pequeno fluxo de turistas. Portanto, a criação de roteiros integrados se faz necessário para otimizar o turismo no destino no intuito de aumentar o fluxo turístico e de motivar os turistas uma vez no destino.

Figura 102: Centro Histórico do Município de Porto Nacional



Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Em segundo lugar com 19 pontos tem-se a **Praça dos Girassóis de Tocantins**, ilustrada a seguir. A praça atrai um grande fluxo de turistas, além de possuir potencial de atratividade capaz de motivar fluxos desde que em conjunto com outros atrativos. A representatividade da praça encontra-se em uma dimensão de elemento singular, dada à sua dimensão e quantidade de equipamentos presentes em seu espaço. Por fim, a praça apresenta estado de conservação e acessos considerados ótimos, enquanto que a infraestrutura é existente, necessitando de pequenas intervenções tendo em vista a conservação do espaço.

Figura 103: Praça dos Girassóis de Palmas



Palácio Araguaia

Monumento dos Pioneiros

Monumento Dezoito do Forte de Copacabana

Avenida Teotônio Segurado

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Com 17 pontos destaca-se o Complexo de Cachoeiras de Taquaruçu em terceiro lugar, seguido pelo Lago da UHE do Lajeado com 16 pontos e classificado em quarto lugar. O Complexo de Cachoeiras de Taquaruçu foi considerado elemento similar que possui acesso em ótimas condições e estado da conservação da paisagem e infraestrutura necessitando de melhorias. A atratividade das cachoeiras do Taquaruçu foram classificadas em nível médio, dada a quantidade de cachoeiras existentes na região, enquanto que a atratividade do Lago da UHE de Lajeado foi baixa uma vez que necessita de maior intervenção e divulgação do destino para os turistas. As figuras a seguir referem-se ao Lago da UHE (figura 104).

Figura 104: Usina Hidrelétrica do Município de Lajeado



Usina Hidrelétrica de Lajeado

Usina Hidrelétrica de Lajeado



Ponte Rodoviária que liga Maranhão ao Tocantins

Área da Usina utilizada para pesca

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Em quinto lugar, com 15 pontos, ficou a Feira de Agricultura e Pecuária Agrotins e o Carnaval de Taquaruçu. Na avaliação desses atrativos merece destaque o grau de uso atual que movimenta um grande fluxo de turistas devido a importância dos eventos. Com 14 pontos, ocupando o sexto lugar no ranking destacam-se, a ExpoBrasil de Paraíso do Tocantins e o Palacinho da Cultura que motivam fluxos médios e altos de turistas e apresentam boas condições de infraestrutura e de acessos.

Os eventos Arraial da Capital, Festival Gastronômico de Taquaruçu, Feira da 304 Sul e Feira do Bosque e os atrativos naturais Praia de Porto Nacional, Praia da Graciosa e das Arnos (figuras 105) ficaram em sétimo lugar no ranking, somando 13 pontos cada um. Esses atrativos movimentam um fluxo considerável de turistas (médio e grande, de acordo com a tabela de hierarquização), baixo potencial de atratividade e de representatividade. Importa acrescentar que a infraestrutura e os acessos necessitam de intervenções, enquanto que o estado de conservação da paisagem circundante das praias foi considerado péssimo.

Figura 105: Praia da Graciosa e Praia das Arnos de Palmas e Praia de Porto Nacional



Estrutura Turística da Praia da Graciosa

Estrutura Turística da Praia das Arnos



Estrutura Turística da Praia das Arnos

Praia de Porto Nacional

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Em oitavo e nono lugares, apresentando necessidade de intervenções na paisagem circundante, em infraestrutura ou nos acessos têm-se os seguintes atrativos: Fecoarte, Balneário Ilha Verde, Praia do Buriti, Praia do Caju, Praia do Prata, Parque Cesamar, Adorai, Aniversario de Palmas, Serra do Lajeado, Artesanato de Lajeado e o Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho. As figuras seguintes ilustram o Balneário Ilha Verde, as Praias de Tocantins e de Porto Nacional e o Parque Cesamar.

Figura 106: Balneário Ilha Verde, Parque Cesamar e Praias de Palmas



Balneário Ilha Verde

Parque Cesamar

Parque Cesamar

Praia de Palmas

Fonte: Technum Consultoria SS, 2013.

Ainda pouco explorados e ocupando a décima, décima primeira e décima segunda posições tem-se, respectivamente o Balneário Belcar, os Sítios Arqueológicos e Pinturas Rupestres

de Lajeado e a Serra do Estrondo que atraem um baixo fluxo de turistas devido às condições de infraestrutura e acessos existentes.

A hierarquização dos atrativos turísticos existentes no Polo permite concluir pela importância e significado dos mesmos, ao tempo em que alguns deles caracterizam a área turística como capaz de motivar fluxos turísticos. Necessita, no entanto, de ações que busquem a melhoria e qualidade dos atrativos bem como da criação de roteiros integrados, diversificando a oferta e propiciando a revitalização dos mesmos. Esses fatores contribuem para a maximização dos impactos positivos da atividade, ampliando os benefícios econômicos do turismo para todos os atores envolvidos nesse processo. Vale acrescentar que os esforços devem ser direcionados para a consolidação de uma identidade comum ao Polo, baseada em seus aspectos naturais. Cabe, ainda, ressaltar, a necessidade de investimentos diversos, que deverão compor o Plano de Ação deste PDITS, para o desenvolvimento do turismo no Polo.

3.1.2. Acessibilidade e Conectividade

Do ponto de vista conceitual, a acessibilidade turística refere-se à facilidade que o turista tem para chegar ao destino pretendido e, por isso as infraestruturas rodoviárias, hidroviárias, aéreas e ferroviárias, bem como a variedade de rotas, preços, condições de velocidade, dentre outros aspectos, afetam essa condição, conforme aponta Giménez³.

Da análise da malha viária, conclui-se que as rodovias de acesso ao Polo são pavimentadas e se encontram em boas condições de trafegabilidade. Os principais portões de entrada para Palmas são a BR-153, rodovia federal também chamada de Belém-Brasília que consiste na principal ligação da região Norte do Brasil com a porção geoeconômica Centro-Sul do país e a BR-010 que se integra com a ferrovia norte-sul. As principais rodovias estaduais que liga Palmas aos outros municípios e que correspondem aos eixos articuladores que interligam atrativos e destinos turísticos do Polo correspondem a TO-010, TO-080, TO-070.

O acesso aéreo é realizado pelo Aeroporto Brigadeiro Lysias Rodrigues localizado em Palmas. O diagnóstico da área revela que há um número restrito de voos com destino a Palmas o que interfere na acessibilidade ao destino e na conectividade com outros destinos turísticos regionais, nacionais ou internacionais. O aeroporto não é internacional, operando apenas com voos domésticos e a partir de um pequeno número de cidades.

Para o turista que desembarca na capital estão disponíveis serviços relativos à locação de veículos, transporte por vans e taxi. O transporte urbano de passageiros por ônibus é considerado de boa qualidade. Inexistem linhas regulares de ônibus de turismo na capital. O acesso de turistas aos outros municípios que compõem o Polo é atendido por agências de turismo ou por meio de veículos próprios ou alugados; a qualidade incipiente do transporte intermunicipal não viabiliza o seu uso turístico.

Na malha hidroviária destacam-se cursos navegáveis, formando sistemas que possuem portes significativos para o a criação e exploração de roteiros turísticos. No entanto, o sistema hidroviário é utilizado basicamente para o lazer dos turistas e da população. A ferrovia Norte-Sul – FN, que passa pelo Polo de Palmas, não corresponde a uma malha de acesso turístico ao Polo. No entanto, a ferrovia foi projetada para promover a integração nacional, minimizar custos de transporte e interligar as regiões brasileiras, por meio das suas conexões com ferrovias novas e existentes, correspondendo a um eixo articulador em potencial para o turismo. Importa acrescentar que há planos para a utilização da ferrovia para fins turísticos.

³ Giménez, Josep-Francesc Vall .Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis.

Sobre a conectividade pode-se defini-la como a facilidade de locomoção do turista já no destino. Os aspectos relacionados a este conceito referem-se à agilidade de acesso entre os atrativos, sinalização, dentre outros, de acordo com Giménez⁴. A conectividade possui impacto significativo no desenvolvimento dos destinos e atrativos do Polo. Observa-se na área turística que as distâncias entre os atrativos são relativamente curtas, viabilizando a locomoção dos turistas e a adoção de roteiros turísticos temáticos e integrados.

A sinalização indicativa e turística nos municípios que compõem o Polo é precária, exceto em Palmas que possui sinalização indicativa adequada e turística em estado regular. Nos outros municípios a sinalização indicativa encontra-se bastante deteriorada dificultando o percurso de forma segura e eficiente.

No que diz respeito à conectividade do Polo com as áreas adjacentes, consideradas as cidades localizadas ao redor dos quatro municípios do Polo Palmas, ao centro do Estado, pode-se afirmar que essas, não possuem relevância para serem agregadas ao Polo, dada a pouca presença de atrativos que remetem ao segmento de Negócios e Eventos. No entanto, devido à presença da capital, Palmas, nesse Polo, pode-se considerá-lo como o principal centro receptivo do Estado e também capaz de direcionar o fluxo turístico para outros municípios do Estado.

O diagnóstico da área revelou que o Polo possui potencialidade para se tornar destino turístico indutor de fluxo dada a presença da capital. Com base na análise da acessibilidade e da conectividade, pode-se concluir que a infraestrutura de acessibilidade ao Polo necessita de maiores investimentos, principalmente no acesso aéreo tendo em vista o aumento da demanda turística no cenário de crescimento adotado por este plano. No contexto da acessibilidade interna ao Polo, a infraestrutura rodoviária existente se mostra suficiente para o aumento previsto das demandas; no entanto, as rodovias existentes demandam intervenções estruturais visando à sua recuperação, em que se inclui a sinalização turística.

3.1.3. Nível de Uso Atual e Potencial da Área Turística

De acordo com o diagnóstico realizado para esse Plano, os segmentos da área são o turismo de Negócios e Eventos, o Ecoturismo, o Turismo de Sol e Praia e o Turismo Cultural. Embora inexistam séries históricas relativas à capacidade de carga ou à saturação dos atrativos turísticos, a análise técnica da área permite afirmar que a pressão exercida pelo turismo não representou impacto significativo, a ponto de provocar a deterioração notável das características naturais ou culturais.

O diagnóstico revelou que os equipamentos de hospedagem em Palmas encontram-se em constante crescimento, apresentando inclusive espaços com capacidade para sediar eventos de pequeno e médio porte, complementando os serviços do Centro de Convenções e centralizando a recepção dos turistas do segmento de Negócios e Eventos. Houve também crescimento dos serviços turísticos e da infraestrutura urbana de apoio ao turista como uma forma a suprir a demanda turística atual na capital. Nos outros municípios que compõem o Polo os serviços de hospedagem e de alimentação são satisfatórios, necessitando apenas de maiores investimentos na qualificação profissional voltada para o turista e para o turismo.

O segmento de Negócios e Eventos não oferece riscos de saturação ou impacto negativo na área, em médio prazo. Pelo contrário, tem sido oportunidade crescente de desenvolvimento, com sua demanda atendida pelos eventos de pequenos e médios portes. O incremento do turismo de Negócios e Eventos com vista à expansão da oferta de instalações apropriadas

³ Giménez, Josep-Francesc Valls. Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis

para iniciativas de grande porte exige planejamento e medidas preventivas, entretanto sem outras especificidades além das requeridas pelos demais segmentos.

Para os segmentos turísticos de Sol e Praia e de Ecoturismo, a análise do uso atual e potencial dos recursos naturais aponta para a inexistência de saturação dos recursos naturais. A capacidade de carga dos atrativos, mesmo considerando as épocas de temporada não se encontra esgotada, seja do ponto de vista ambiental ou da qualidade da experiência turística. Os impactos negativos sofridos nas áreas naturais podem ser observados mais pelo atendimento dos serviços de saneamento básico, em especial a deposição de esgoto e de lixo e da infraestrutura de apoio turístico incipiente do que propriamente pelo fluxo de turistas. A expansão e a melhoria desses serviços são medidas essenciais para fazer face ao desenvolvimento sustentável do turismo. Nesse sentido, considerando o crescimento do fluxo turístico e os investimentos previstos para a próxima década, no âmbito do PDITS, medidas preventivas diversas são exigidas, dentre as quais o reforço do controle urbano, dos serviços de saneamento básicos.

Também no segmento complementar do ecoturismo a capacidade de carga e a saturação dos equipamentos não são ainda observados. No entanto todos os cuidados são necessários neste particular para que se possa assumir o incremento da atividade turística, principalmente no que concerne a áreas preservadas e ambientalmente frágeis. A exigência de estudos de impacto ambiental para qualquer empreendimento e a obediência a planos de manejo de áreas preservadas são medidas essenciais.

O turismo cultural vem aumentando a sua visibilidade e atração calcado no patrimônio histórico de Porto Nacional e em Lajeado, bem como na diversidade cultural manifestada pelos monumentos da capital. Como os demais segmentos, também este apresenta larga possibilidade de expansão, sem que, por isto, seja necessariamente, extrapolada a carga permitida a saturação do ambiente. Entretanto, também exige planejamento e medidas preventivas, por se tratar de patrimônio histórico tombado e de edificações que exigem manutenção continuada. Vistos como conjuntos a serem preservados, tais atrativos demandam ainda medidas coerentes de gestão urbana.

A consolidação do Polo Palmas a partir de roteiros turísticos integrados e a conexão da área com os demais polos turísticos do Estado são pontos estratégicos imprescindíveis o aumento da permanência e gasto turístico e, conseqüentemente para o crescimento do turismo.

3.1.4. Aspectos Físicos da Área Turística

As condições físicas do Polo são favoráveis ao turismo e impulsoras do seu desenvolvimento, haja vista a diversidade natural de atrativos formados pelos rios, praias, cachoeiras, parques e fauna e flora, além das condições climáticas, relevo e hidrografia existente, que propiciam as atividades turísticas durante todo o ano, sem períodos efetivamente impróprios à sua prática. Portanto, a heterogeneidade do território proporciona aos turistas e visitantes, maior variedade de atrações, ampliando a oferta turística no Polo.

O clima do Polo é caracterizado por apresentar altas temperaturas durante o ano todo e baixa taxa de precipitação no período que compreende a alta temporada (meses de julho a setembro). A pequena oscilação da temperatura anual, o baixo índice pluviométrico e a pouca variação da umidade possibilitam o desenvolvimento de atividades aquáticas durante todo o ano, configurando-se como indicativo favorável aos segmentos turístico de Sol e Praia e de Ecoturismo. As figuras seguintes ilustram essas atividades.

Figura 107: Atividades do Segmento de Sol e Praia e de Ecoturismo



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

A hidrografia típica da área turística em estudo possibilita o uso das águas para banhos e atividades de lazer. Além disso, a rede de drenagem existente também possibilita o uso das águas para o abastecimento dos municípios, fazendo com que a região seja mais desenvolvida e bem estruturada. O Rio Tocantins é um grande atrativo turístico, possibilitando diversas atividades, conforme aponta a figura a seguir.

Figura 108: O Rio Tocantins como atrativo turístico



Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

O relevo traz vantagens para o desenvolvimento de atividades turísticas na região, uma vez que as diferenças de altitude possibilita atividades relacionadas a contemplação da paisagem pelos turistas. Podem-se citar algumas feições de relevo existentes na região que representam grande potencial para exploração turística: a Serra do Lajeado, os Sítios Arqueológicos de Lajeado, a Serra do Estrondo e o Vale do Rio Tocantins. As figuras a seguir apresentam algumas dessas feições.

Figura 109: Relevo existente com potencial turístico



Serra do Lajeado



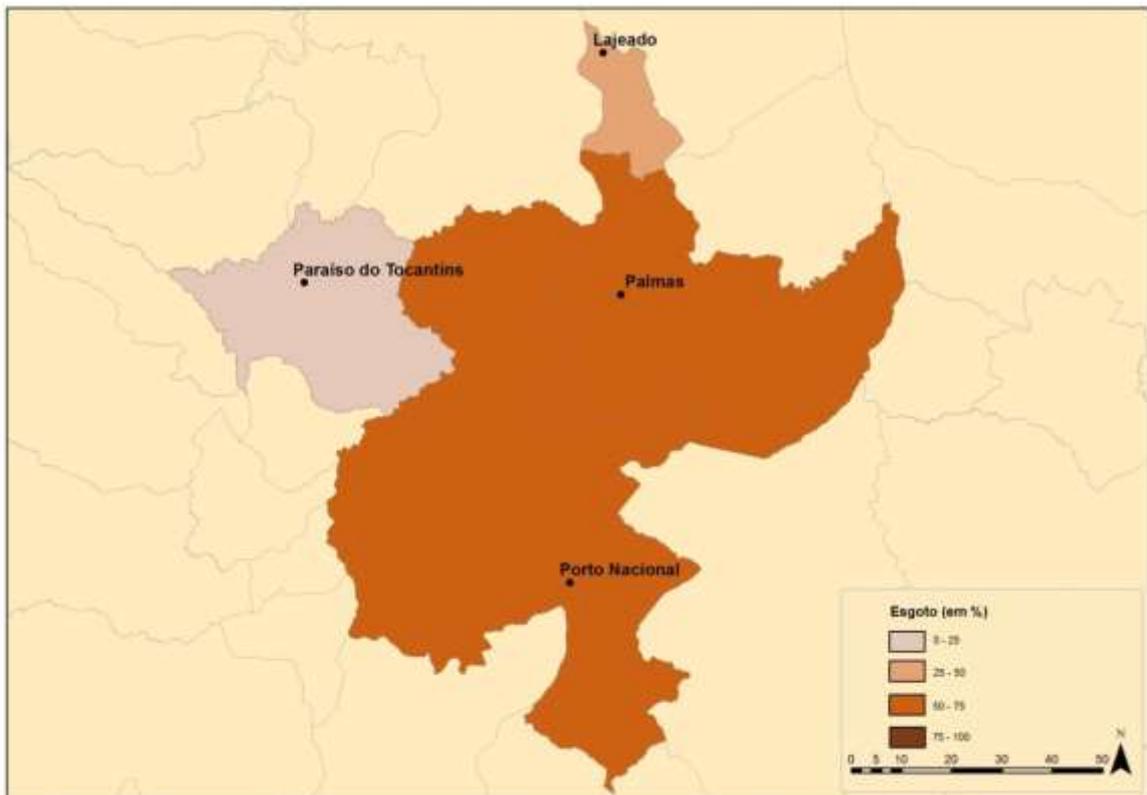
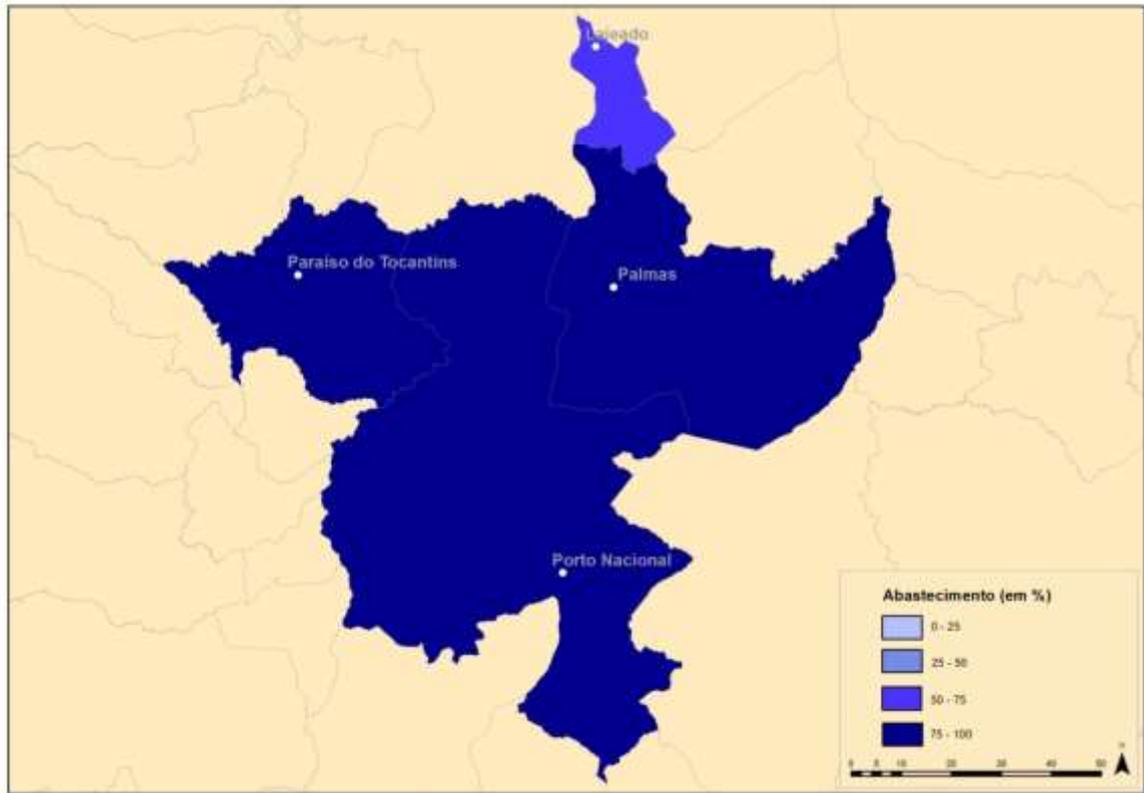
Pinturas Rupestres

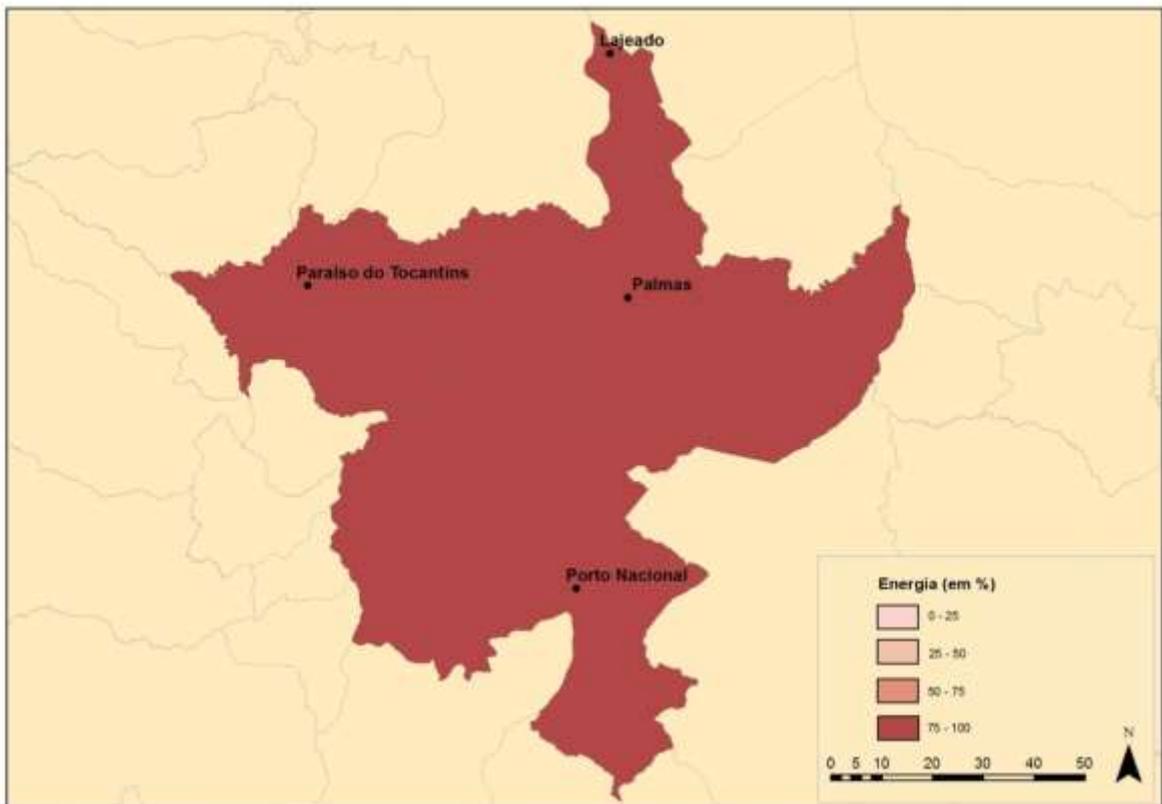
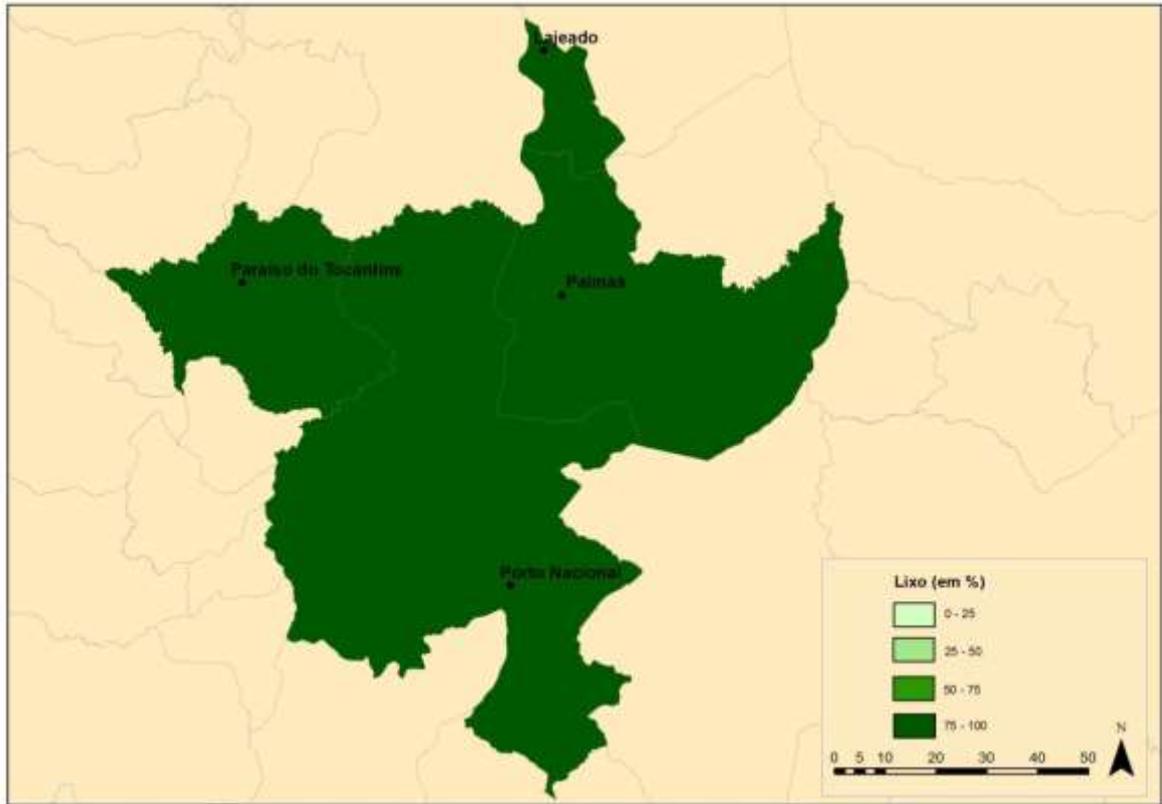
Fonte: Secretaria de Turismo de Lajeado

3.1.5. Infraestrutura e Serviços básicos

Os mapas registrados a seguir (figura 110) relacionam-se ao Abastecimento de Água, Esgotamento Sanitário, Resíduos Sólidos, Fornecimento de Energia Elétrica. Foram confeccionados tendo como base as informações contidas no site do IBGE - Resultados preliminares do universo do Censo Demográfico 2010. Para a validação da área turística, tendo como base os serviços prestados nos municípios, os resultados foram divididos em quatro faixas de atendimento dos serviços, 75% a 100%, de 50% a 75%; de 25% a 50% e abaixo de 25% de domicílios.

Figura 110: Infraestrutura e Serviços Básicos – Polo Palmas, 2013.





Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

De modo geral, os municípios que compõem o Polo contam com atendimento adequado no que diz respeito à infraestrutura pública e ao saneamento básico. Os mapas apontam que o esgotamento sanitário é o mais precário em relação aos demais. A rede de esgoto atende menos de 25% dos domicílios de Paraíso do Tocantins, causando impactos negativos para a população e turistas uma vez que os cursos hídricos contaminados interferem o conjunto cênico dos atrativos, comprometem as condições de banho nas praias, além de causarem riscos à saúde. Em Lajeado o atendimento da rede de esgotos nos domicílios encontra-se na faixa de 25% a 50% enquanto que em Palmas e Porto Nacional na faixa entre 50% e 75%.

Figura 111: Esgotamento Sanitário



Esgoto lançado a céu aberto

Fonte: Technum Consultoris SS, 2013.

O abastecimento de água encontra-se entre 75% a 100% no atendimento aos domicílios dos municípios de Palmas, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional, enquanto que em Lajeado constata-se precariedade no atendimento ficando na faixa correspondente a 50% a 75%. O serviço de coleta de lixo e de energia elétrica possui atendimento na faixa de 75% a 100% dos domicílios, necessitando, portanto, da universalização dos serviços.

Os municípios do Polo são atendidos por serviço de telefonia fixa e móvel e no acesso à internet. Os demais meios de comunicação como correios, televisão, rádios e jornais possuem maior concentração na Capital, ainda que os outros municípios do Polo sejam contemplados com equipamentos de menor porte.

Quanto ao serviço de saúde verifica-se um desequilíbrio na distribuição dos estabelecimentos nos municípios do Polo uma vez que em Palmas possui uma rede bem estruturada. Enquanto que Paraíso do Tocantins, Porto Nacional e Lajeado necessitam de investimentos neste setor no que diz respeito aos leitos, de equipamentos e de profissionais. No entanto, constata-se que o serviço de saúde no Polo não é um fator limitante à atividade turística.

Sobre a segurança pode-se afirmar que não há um sistema computadorizado de ocorrências específicas para os turistas dificultando uma análise mais profunda neste sentido. No entanto, não foram observados problemas graves de segurança nos municípios, embora esses tenham relatado que o contingente é muito pequeno. A estrutura do corpo de bombeiros é insuficiente, principalmente em função do número elevado de queimadas que ocorrem na região no período da seca.

3.1.6. Quadro Institucional e Aspectos Legais

Para a validação da área turística deve ser levado em conta as condições legais e institucionais do Polo Palmas, com destaque para: (i) gestão do turismo e do meio ambiente nos municípios; (ii) integração da gestão municipal com a administração pública estadual e (iii) mobilização social para a sua participação no turismo.

No que diz respeito à organização institucional atual para a gestão do turismo e do meio ambiente é válido ressaltar os municípios possuem Secretarias de Turismo e de Meio Ambiente. No entanto, estrutura e as condições de funcionamento destes órgãos deixam a desejar, principalmente no que diz respeito à equipe técnica disponível, aos recursos de tecnologia da informação, à prática do planejamento turístico e à gestão dos atrativos turísticos locais. Ainda a nível municipal verifica-se ausência de integração entre os municípios do Polo no que diz respeito à criação de roteiros integrados, bem como à promoção e comercialização do turismo no Polo de forma geral, resultando em esforços são isolados que não promovem o fortalecimento da identidade da área turística.

Com relação à legislação urbanística, Palmas e Porto Nacional possuem Plano Diretor em vigor, enquanto que em Lajeado o plano encontra-se em aprovação e Paraíso do Tocantins não possui o referido plano.

Sobre a integração da esfera municipal e estadual observa-se que a gestão do turismo ocorre, via de regra, de forma isolada nos municípios do Polo, tanto no que se refere à realização de eventos, quanto na divulgação dos atrativos. E, ainda assim, a comercialização e divulgação do Polo e dos atrativos ocorrem de maneira incipiente e precária. Os municípios possuem material promocional e folderes para essa divulgação, restando apenas maior mobilização municipal para o turismo.

A gestão participativa e integrada do turismo no Polo pode ser obtida por meio da criação e funcionamento de conselhos municipais de turismo. Esta ação busca fortalecer os canais de comunicação e de diálogo, bem como de tomada de decisões conjuntas entre o poder público estadual, municipal, iniciativa privada e terceiro setor.

Verifica-se que o Polo possui potencial para se consolidar com destino turístico. Todavia, para concretizar esta realidade é necessário incrementar e fortalecer as instâncias municipais e promover um modelo de gestão participativa eficaz.

No âmbito institucional verifica-se a importância da formulação e implantação de um modelo de gestão integrada do Polo, envolvendo os setores relacionados ao turismo, tanto da esfera estadual, quanto da municipal, bem como a inserção da sociedade local nesta cadeia produtiva. Encontra-se, portanto, a necessidade de adotar efetivamente os instrumentos específicos da gestão territorial e urbana, como é o caso dos Planos Diretores Municipais.

A prática do planejamento e do controle territorial e urbano é a estratégia adequada para evitar problemas fundiários, a ocupação indiscriminada do território e a especulação imobiliária, fenômeno comum em áreas com grande potencial turístico e atividade turística em expansão, como se pretende para o Polo.

3.1.7. Aspectos Ambientais

Para a promoção do turismo sustentável há que se condicionar o desenvolvimento dessa atividade àqueles relacionados ao meio ambiente. O Polo Palmas apresenta grande diversidade de áreas de interesse ambiental. Merece destaque:

- Parque Estadual do Lajeado;
- Área de Proteção Ambiental Estadual Serra do Lajeado;
- Área de Proteção Ambiental – APA Lago de Palmas;
- Reserva Sítio Ecológico Monte Santo;
- Reserva Particular do Patrimônio Natural Bela Vista.

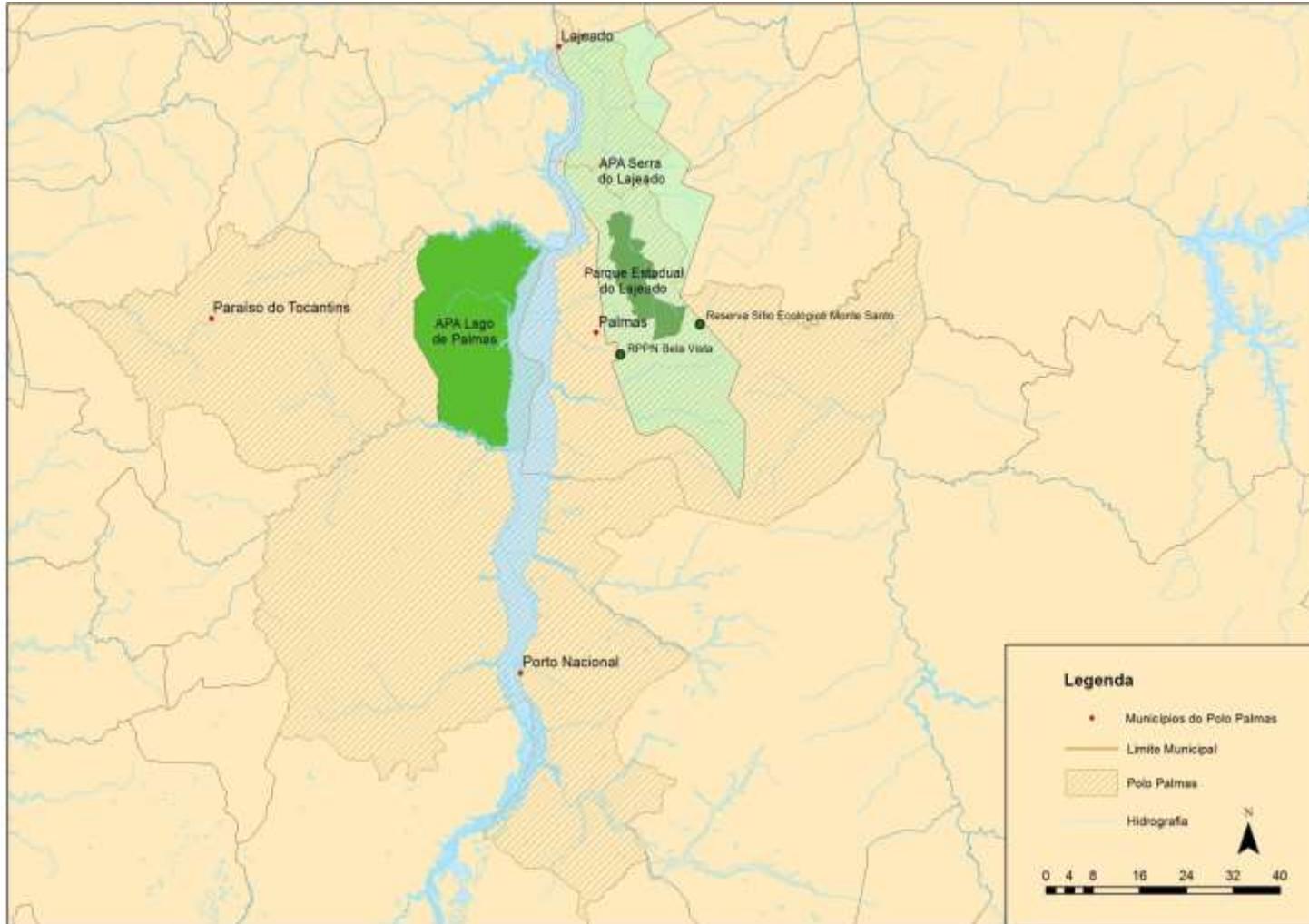
O mapa a seguir aponta as áreas ambientais do Polo. O diagnóstico revela que os municípios do Polo apresentam problemas em comum, principalmente relacionados aos fatores que degradam o meio ambiente com potencial de afetar as atividades turísticas, como a destinação incorreta do lixo, ausência de rede de tratamento de esgotos, abertura de trilhas, dentre outros.

É importante ressaltar que as atividades turísticas e a preservação ambiental não são incompatíveis, e que o desenvolvimento econômico e social associado às características naturais são impulsores para a promoção do turismo em bases sustentáveis.

Considerando que os atrativos naturais estão localizados em áreas ambientalmente frágeis torna-se necessário estabelecer normas de uso e ocupação dessas áreas, por meio da elaboração dos Planos de Manejo que facilitam o desenvolvimento da região dentro dos paradigmas de proteção do meio ambiente.

Registra-se também, em meio a diversidade natural existente, que a implementação de infraestrutura turística deverá ser estudada em escala detalhada, a partir das estratégias e ações estabelecidas nesse PDITS. A título de exemplo, poderiam ser estudados pontos específicos a serem desenvolvidos com potencial para um turismo sustentável em áreas que possuem facilidade de acesso e grande potencial paisagístico com densa rede de canais, além de pontos com extraordinária beleza cênica.

Figura 112: Áreas de interesse ambiental



Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

3.1.8. Síntese – Validação da Seleção da Área Turística e Priorização de Segmentos

A partir da análise procedida, pode-se concluir pela importância e significado do Polo Palmas para o turismo e, portanto, pode-se validá-lo como área turística. O Polo de Palmas tem no segmento de Negócios e Eventos um atrativo comum a todos os municípios integrantes dele. No entanto merece destaque também o turismo de Sol e Praia, o Ecoturismo e Turismo Cultural que podem ser verificados pelo mapa de segmentos turísticos principais e complementares (figura 113) tidos como foco da elaboração deste PDITS do Polo Palmas.

Figura 113: Áreas turísticas e suas segmentações



Fonte: Technum Consultoris SS, 2014.

Importa acrescentar que a elaboração de ações conjuntas que busquem as diferentes categorias de atrativos como uma forma de diversificar a oferta, garante-se a complementariedade do produto turístico existente, gerando maior permanência e gasto turístico no Polo.

Além disso, esse produto pretendeu estabelecer uma visão geral dos fatores chave que justificam a seleção da área turística. No que diz respeito a hierarquização dos atrativos, vale ressaltar que o Polo possui atrativos que motivam fluxos turísticos devido à riqueza natural e aspectos físicos presentes na área. A acessibilidade e conectividade existente possibilita a criação de roteiros turísticos integrando municípios, sendo também possível criar roteiros também com outras regiões turísticas.

As áreas adjacentes do Polo Palmas, que são em sua maioria as cidades próximas aos municípios do Polo, são pouco relevantes por suas características para serem incluídas no Polo.

No patamar de desenvolvimento, pode-se estabelecer parâmetros de competição com mercados da região Sudeste, principalmente com os mercados de Rio de Janeiro e São Paulo. Por estar localizado na área central do Estado e do País, o Polo Palmas vem conquistando um público crescente, dependendo de iniciar seu planejamento integrado para então passar-se a medir sua capacidade competitiva real.

O quadro institucional revela uma necessidade de integração regional que pode ser gerida pela criação de um Fórum ou um Conselho, agregando as instituições municipais que desenvolvem alguma ação de intervenção turística e mobilizando a população local para o turismo. Além do desenvolvimento de circuitos turísticos e roteiros integrados, a comercialização conjunta de produtos e atrativos, pode demonstrar a integração entre os municípios no intuito de direcionar esforços para a consolidação de uma identidade comum ao Polo turístico, baseada em seus aspectos naturais, históricos e culturais.

Esses fatores contribuem para que os impactos positivos da atividade sejam maximizados trazendo os benefícios econômicos do turismo para os atores envolvidos a partir de um desenvolvimento de um turismo praticado dentro da sustentabilidade que vêm ao encontro dos objetivos desse Plano que serão discutidos no próximo capítulo. Portanto, essas condições serão manifestadas nas estratégias e ações como forma de trazer o desenvolvimento sustentável, a empregabilidade e a qualidade de vida para seus habitantes.

Observa-se, portanto, que as características dos municípios e sua interação justificam claramente a sua seleção podendo ser validada a área turística selecionada. Como definida, a Área Turística possui potencial para consolidação como Polo Turístico.

Em síntese, as principais considerações sobre esse tema podem assim ser resumidas:

- proximidade geográfica entre os atrativos da AT: os atrativos tem uma proximidade relativa, conforme apresentado no item 2.1.3.1, permitindo uma interação e comercialização integrada. Tratam-se de municípios contínuos com forte interligação ao município de Palmas, principalmente por ser Capital do Estado e ser o centro indutor do Polo;
- portão de entrada único: Palmas, capital do Estado, centraliza a entrada para o Polo. Do ponto de vista aeroviário, principal modo de transportes para o turismo de negócio e eventos é o único acesso. Do ponto de vista rodoviário, Palmas também ocupa uma posição central, distribuindo os fluxos. Essa modalidade é utilizada pelos turistas regionais que buscam os segmentos complementares – sol e praia e cultural;
- segmentação turística mais desenvolvida: os negócios e eventos, como registrado na nos quadros 5 e 6 deste documento, acontecem em todos os municípios, ainda que em escalas diferenciadas. Sejam de pequeno, médio ou grande portes, tratam-se de eventos consolidados nos diversos municípios. O Diagnóstico permitiu ainda identificar que há uma tendência de crescimento dessa segmentação no Polo;
- uniformidade do Produto Turístico: os atrativos relacionados às segmentações principal e complementares, que favorecem a formatação de roteiros turísticos, encontram-se distribuídos de forma homogênea nos diversos municípios da área turística selecionada;
- grau de complementaridade das atividades turísticas: o segmento principal de negócio e eventos favorece a complementaridade com os outros segmentos identificados, sol e praia e cultural, permitindo a comercialização integrada de atrativos e de produtos;

- presença de Conselho de Turismo para o Polo ou outra instância similar: já houveram tentativas de mobilização de Fóruns Regionais do Turismo no contexto do estado do Tocantins, porém há necessidade de retomada de suas ações e fortalecimento das atividades de forma a melhor agregar as instituições municipais em busca do desenvolvimento conjunto do Polo;
- grau de interação entre os diversos agentes institucionais relacionados à atividade turística: conforme se identificou na própria realização deste PDITS há uma tendência de interação dos agentes institucionais, necessitando porém ser fortalecida para que o área turística possa exercer sua gestão efetiva e equilibrada enquanto Polo e não como municípios isolados;
- presença de áreas discrepantes entre si ou com impeditivos que impossibilitem a participação integrada no Polo: entretanto, sob o aspecto ambiental, não foram encontradas, durante a realização do Diagnóstico, áreas de natureza ou características que inviabilizassem a validação da seleção da área turística;
- presença de área adjacentes que, por suas características, devam ser incluídas no Polo: não foram encontradas durante a realização do Diagnóstico áreas adjacentes, de características semelhantes, que pudessem ser incorporadas ao Polo.

Conforme estruturado, com os quatro municípios selecionados, o Polo apresenta uma vantagem, notadamente por permitir a oferta complementar de atividades ao turista do segmento principal, além de conferir uma oferta diversificada de atrativos. Pelo exposto essa característica confere ao Polo uma facilitação na comercialização de seus Produtos, dada a heterogeneidade de atividades passíveis de realização intercomplementares nas diversas segmentações.

Da conclusão do Diagnóstico, vale salientar a importância do entendimento, pelos gestores e diversos atores ligados diretamente ao turismo, do potencial de desenvolvimento turístico do Polo. Registra-se que a integração público privada e a participação social são condições necessárias para que o Polo atinja a posição desejada de desenvolvimento integrado e se fortaleça como destino turístico a partir do aumento de sua visibilidade frente ao mercado nacional e internacional.

4. ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

4.1. Linhas Norteadoras Estratégicas de Desenvolvimento Turístico

As estratégias de desenvolvimento turístico resultam das conclusões do diagnóstico, contido no capítulo 2 deste documento, bem como das contribuições advindas dos atores locais, notadamente daqueles responsáveis pela definição das políticas estaduais e municipais. Conforme formuladas, as estratégias estão alinhadas à política estadual e referem-se aos rumos pretendidos para o Polo. Subsidiarão a tomada de decisão e a implementação de ações dos diversos atores locais, quer seja no âmbito estadual ou municipal, ou nos setores públicos ou privados. Não ficam, portanto, restritas ao programa de financiamento previsto, qual seja o Prodetur Nacional.

Na definição das estratégias foram observados a política federal, a política estadual e os objetivos propostos nesse PDITS.

O objetivo geral para o desenvolvimento sustentável do turismo no estado do Tocantins tem como premissa básica a inclusão social por meio do aumento da geração de renda das comunidades locais e a busca do equilíbrio das atividades turísticas e do meio ambiente, favorecendo o desenvolvimento em bases sustentáveis. Para o desenvolvimento do turismo, considerando que este é uma atividade econômica capaz de ser desenvolvida em harmonia com a preservação ambiental, o Estado buscou o apoio do Prodetur Nacional - Mtur.

Conforme a Política Estadual estabelecida, cabe ao Estado, como orientador e coordenador do processo de desenvolvimento regional:

- direcionar as políticas públicas para as áreas de infraestrutura e socioambientais no intuito de atingir um padrão de desenvolvimento sustentável;
- estimular e apoiar os atores locais para o turismo, de forma que esses se mobilizem e se engajem no ciclo econômico de atividades relacionadas à cadeia do turismo;
- promover um planejamento participativo e integrado buscando o desenvolvimento do turismo, em consonância com a tendência mundial no setor.

Em contrapartida, os municípios deverão dar continuidade às ações empreendidas para o desenvolvimento local por meio da participação dos gestores públicos municipais e da sociedade promovendo o desenvolvimento turístico pretendido.

O documento referente ao Prodetur Tocantins cita ainda os objetivos específicos pretendidos para o desenvolvimento do turismo. São eles:

- elaborar um planejamento participativo e integrado do turismo;
- dotar de infraestrutura e de equipamentos os polos/regiões prioritários;
- promover a qualificação na prestação dos serviços turísticos;
- apoiar a produção associada ao turismo;
- estruturar a oferta e dar qualidade aos produtos;
- dotar de capacidade gestora e operacional o órgão estadual de turismo e as Instâncias de governança locais e regionais;
- fomentar projetos de base comunitária;
- aumentar a competitividade do “Destino Tocantins” no mercado regional, nacional e internacional;
- contribuir para a competitividade do “Destino Amazônia” no mercado internacional;

ampliar a capacidade gestora e operacional do empresariado local.

Alinhados ao alcance desses objetivos específicos, o objetivo geral do PDITS pretende estruturar e consolidar o turismo do Polo e promover o aumento da oferta e da qualidade

dos atrativos oferecidos, buscando integrar as atividades dos diversos segmentos e as ações dos municípios do Polo.

Tendo como premissas o objetivo geral e os objetivos específicos, apresentados nos itens 1.3 e 1.4 deste documento, foi formulada a estratégica geral para o desenvolvimento do turismo:

Consolidar o Polo no segmento de Negócios e Eventos, buscando sua efetivação como portão de entrada para a Região Norte do País, além de estabelecer roteiros integrados e complementares à segmentação principal pela estruturação e diversificação de atrativos complementares de lazer, entretenimento, cultura e ecoturismo.

4.2. Estratégias de Desenvolvimento Turístico

A partir da visão ampla desejada para o turismo do Polo, as estratégias específicas determinam as prioridades de desenvolvimento turístico na área, conforme determina o Termo de Referência para a elaboração deste PDITS, considerando:

- o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- os produtos e os segmentos turísticos principais, a seleção do portfólio estratégico e correspondentes públicos-alvo principais;
- a valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais;
- a busca de investimentos estratégicos do setor privado que possam induzir ao desenvolvimento de novos circuitos, alinhados com os investimentos públicos;
- as infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- o quadro institucional, com especial ênfase ao fortalecimento da gestão pública do turismo e meio ambiente no âmbito municipal; e
- a busca da inclusão social na cadeia do turismo e a sensibilização para preservação dos ativos naturais e da cultura local como subsídio ao desenvolvimento da atividade turística.

Seguindo as considerações apresentadas são definidas estratégias para cada um dos componentes previstos no Prodetur Nacional, a saber:

- Produto Turístico;
- Infraestrutura e Serviços Básicos;
- Comercialização;
- Fortalecimento Institucional; e
- Gestão Ambiental.

O quadro a seguir apresenta estas estratégias por componente e sua correlação com os objetivos específicos propostos nesse plano para o Polo Palmas.

Quadro 34: Estratégias de Desenvolvimento Turístico, geral e por componentes e sua correlação com o objetivo geral e os objetivos específicos

OBJETIVO GERAL DO PDITS DO POLO PALMAS

Estruturar e consolidar o turismo do Polo e promover o aumento da oferta e da qualidade dos atrativos oferecidos, buscando integrar as atividades dos diversos segmentos e as ações dos municípios do Polo.

ESTRATÉGIA GERAL DE DESENVOLVIMENTO TURISTICO DO POLO PALMAS

Consolidar o Polo no segmento de Negócios e Eventos, buscando sua efetivação como portão de entrada para a Região Norte do País, além de estabelecer roteiros integrados e complementares à segmentação principal pela estruturação e diversificação de atrativos complementares de lazer, entretenimento, cultura e ecoturismo.

ESTRATÉGIAS DO PDITS DO POLO PALMAS E RESPECTIVOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS POR COMPONENTE

Componente – PRODUTO TURÍSTICO

Estratégias:

- captação de eventos nacionais e internacionais relacionados às características da Região Norte do País, bem como às vocações do Polo, além de fortalecer os eventos já existentes, como forma de aumentar a sua visibilidade como destino turístico de Negócios e Eventos;
- estruturação e oferta de atividades e de roteiros complementares com formação de produtos e serviços diversificados, abrangendo todos os municípios, como forma de aumentar a atratividade do Polo e o tempo de permanência e gasto dos turistas que já se encontram na área;
- formatação de novos produtos turísticos a partir da potencialidade dos atrativos existentes e dos mercados-meta a serem buscados.

Objetivos específicos do PDITS referentes a esse Componente:

- incrementar a atratividade turística e a competitividade do Polo no segmento de Negócios e Eventos;
- diversificar as atividades complementares, principalmente as de caráter cultural, de ecoturismo e de sol e praia;
- incentivar o desenvolvimento de novos produtos voltados aos segmentos potenciais identificados;
- ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo;
- melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo;
- melhorar e ampliar a oferta de equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo;
- promover a estruturação de circuitos turísticos integrados, a partir de temas específicos e envolvendo, quando possível, os vários municípios do Polo;
- aumentar o tempo de permanência média do turista;
- aumentar o número de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo de forma a contribuir para o crescimento do turismo;
- recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo.

Componente – COMERCIALIZAÇÃO

Estratégias:

- definição e fortalecimento da imagem/ identidade do Polo diante dos segmentos estabelecidos, unindo esforços do setor público e da iniciativa privada;
- comercialização integrada dos produtos turísticos do Polo, buscando o aumento da sua competitividade frente aos principais concorrentes.

ESTRATÉGIAS DO PDITS DO POLO PALMAS E RESPECTIVOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS POR COMPONENTE

Objetivos específicos do PDITS referentes a esse Componente:

- incrementar a atratividade turística e a competitividade do Polo no segmento de Negócios e Eventos;
- ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo;
- melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo;
- aumentar o tempo de permanência média do turista;
- aumentar o número de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo de forma a contribuir para o crescimento do turismo.

Componente – FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Estratégias:

- implementação de instrumentos voltados ao planejamento e monitoramento da atividade turística e adoção de mecanismos para a gestão sustentável dos atrativos;
- fortalecimento das instâncias públicas municipais de turismo e de meio ambiente para o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável;
- ampliação da qualificação dos prestadores de serviços relacionados ao setor do turismo de modo a incluir a população na cadeia produtiva do turismo e a apoiar a melhoria da qualidade dos produtos e serviços ofertados;

Objetivos específicos do PDITS referentes a esse Componente:

- promover a integração dos municípios do Polo;
- capacitar gestores públicos, entidades de governança e atores do *trade* e promover a gestão compartilhada da atividade turística;
- adequar as condições dos órgãos municipais de turismo e de meio ambiente às necessidades efetivas de gestão da atividade turística;
- monitorar o desenvolvimento do turismo com acompanhamento contínuo de indicadores específicos alimentados em um sistema de inteligência turística;
- estabelecer instrumentos regulatórios para as segmentações turísticas e para os atrativos, quando aplicável.

Componente – INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Estratégias:

- ampliação da infraestrutura de saneamento ambiental com destaque para o abastecimento de água, esgotamento sanitário e drenagem pluvial em locais de maior carência e atrelados aos produtos turísticos;
- implantação da sinalização turística, indicativa e orientativa de forma a incrementar a mobilidade e a acessibilidade interna no Polo.

Objetivos específicos do PDITS referentes a esse Componente:

- ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo;
- melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo;
- ampliar e melhorar as condições de mobilidade urbana e acessibilidade interna no Polo;
- recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo.

Componente – GESTÃO AMBIENTAL

Estratégias:

- apoio à proteção, à conservação e ao uso sustentável dos recursos naturais, com ênfase para as áreas de caráter turístico consideradas ambientalmente frágeis;
- incentivo à realização de inventários e de pesquisas voltadas à conservação e à recuperação ambiental.

Objetivos específicos do PDITS referentes a esse Componente:

- recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo;
- proteger os recursos naturais e culturais, além de melhorar o ordenamento e o controle da atividade turística, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos.

Fonte: Technum Consultoria, 2014.

4.3. Proposições e Considerações sobre as Estratégias de Desenvolvimento Turístico

Para o desenvolvimento das Estratégias Turísticas relacionadas ao Polo Palmas o PDITS parte da diferenciação de segmentos, encontrada nos quatro municípios do Polo, sendo evidente a diversificação de atrativos e produtos, tanto existentes quanto potenciais.

De acordo com o portfólio estratégico apresentado nesse documento, os negócios e eventos são os recursos mais importantes e que alavancam o desenvolvimento turístico local. Nesse segmento indutor do turismo do Polo, devem ser dadas continuidades às captações de eventos de maior significância, tais como os jogos mundiais dos povos indígenas, feiras e exposições já tradicionais na região. Além disso, deverão ser formados outros, de caráter nacional ou internacional, capazes de destacar a visibilidade do Polo na região Norte do País ou mesmo no cenário nacional.

Nesse sentido, o Estado, apoiado pela iniciativa privada e por meio das ações do *Convention & Bureau*, deve buscar a expansão dos negócios e eventos decorrentes das características locais do Polo e de suas vocações principais, decorrentes de vários fatores, dentre eles:

- sua posição no território da Amazônia Legal;
- a condição de Palmas como portão de entrada para o Estado e para região Norte do país;
- a condição de Palmas, cidade em pleno crescimento, como capital de um Estado em formação e consequente oportunidade de geração de oportunidades diversas;
- a forte presença do setor de agronegócio na região;
- os fatores referentes à cultura local, com destaque para a cultura indígena, que tem atratividade nacional e internacional.

Conforme exposto, há no momento, forte pretensão de que o Polo configure-se como o Portão de Entrada para a Região Norte do País no que se refere aos negócios e eventos. Para tanto, o Polo deverá:

- formatar eventos de caráter nacional e internacional, considerando a vocação regional e os recursos disponíveis no Polo;
- captar eventos itinerantes cuja motivação esteja relacionada à vocação regional ou recursos disponíveis no Polo, buscando melhorar sua posição de competitividade junto aos concorrentes;
- promoção e comercialização junto aos principais estados, ou atores, responsáveis pela estruturação de eventos e negócios considerando a vocação do Polo e a sua localização estratégica no território nacional;

Ressalta-se que a citada promoção e comercialização deverá ser realizada de forma integrada, aliando o produto principal às atividades complementares.

Conseguida essa posição, de Portão de Entrada para a Região Norte haverá um incremento significativo na possibilidade de captação de outros negócios e eventos relacionados à atividades diversas.

Além disso, observa-se uma tendência natural de expansão dos negócios e eventos relacionados aos agronegócios, evidenciados pelas características intrínsecas às atividades do Polo. Registram-se as oportunidades relacionadas às peculiaridades de Palmas, notadamente por sua condição de proximidade aos centros nacionais de maior força econômica e de ser uma capital mais tranquila, planejada, onde os deslocamentos internos são mais fáceis.

A recente abertura de voos diretos para Belo Horizonte e São Paulo facilitam também o acesso aéreo à Palmas. A implantação de novos equipamentos de hospedagem na região, e as características das bandeiras hoteleiras reconhecidas nacionalmente, é mais um fato que indica a perspectiva de desenvolvimento dos negócios e eventos.

Os negócios e eventos estão presentes nos quatro municípios do Polo. Nota-se, dada à proximidade e à importância das atividades agropecuárias, um forte eixo de ligação de negócios e eventos entre Palmas e Paraíso do Tocantins, onde é realizada a Feira EXPOBRASIL. Porto Nacional contribui, na sequência, com a realização de eventos de maior expressão uma vez que a exposição agropecuária movimentou volumosos negócios. A atração de cada localidade é diretamente relacionada à infraestrutura disponível [acesso, equipamentos específicos, hotelaria e alimentação] além da capacidade de captação de eventos.

Ressalta-se, no entanto, que a tomada de decisão para a expansão do turismo de negócios e eventos, fortalecendo os eventos hoje existentes e formatando novos, são necessárias informações básicas, hoje não disponíveis de forma sistematizada.

Somente após o conhecimento detalhado do atual fluxo, perfil e procedência dos turistas de negócios e eventos, poderão ser definidos os segmentos metas e mercado alvos a serem priorizados. A partir daí poderão ser identificados os concorrentes diretos e analisadas as condições de competitividade para priorização de eventos ou negócios a serem trabalhados e/ou fortalecidos em sua posição de destaque regional ou nacional.

Nesse sentido, enfatiza-se a importância e necessidade de elaboração de um Plano de Marketing, bem como o fortalecimento das instâncias de governança do Polo, devendo ser reativados os Conselhos Municipais de Turismo, estruturado o Fórum Regional do Polo e fortalecido o Fórum Estadual para a garantia da gestão integrada e democrática do Polo. Além disso, deve ser promovida a formação de consórcios intermunicipais e de parcerias público-privada para a implementação das diretrizes e ações estabelecidas por este PDITS e por outros Planos e Programas de Desenvolvimento Regional.

De forma geral, importa para o contínuo desenvolvimento do turismo de negócios e eventos:

- buscar o desenvolvimento das condições locais de atração dos negócios e eventos, principal fator de atração do turista ao Polo;
- apoiar a qualificação da oferta de equipamentos, serviços e infraestrutura turística buscando sua adequação aos padrões de exigências do turista de negócio e eventos;
- incrementar a oferta de atividades complementares que induzam ao aumento do tempo de permanência ou ao gasto dos turistas que se encontram na região.

Atualmente a oferta, apesar da existência de atrativos, não é feita de forma organizada. A maioria dos atrativos também apresenta estrutura precária para exploração turística. É desejável, portanto, que sejam trabalhados os atrativos relativos aos segmentos complementares, de forma a oferecer produtos específicos para:

- atividades de curta duração (com duração de uma a três horas), propiciando que o

- turista que está no Polo, em decorrência de negócios ou eventos, conheçam outros aspectos locais, notadamente aqueles relacionados à cultura ou ao meio ambiente;
- circuitos de média duração (com duração de quatro a oito horas), organizados em passeios que exijam maiores deslocamentos ou número de atrativos, podendo ou não agregar serviços de alimentação;
 - circuitos de maior duração (com pernoite), organizados na forma de viagens, com maiores deslocamentos ou volume e natureza de atrativos, agregando serviços de alimentação e de hospedagem.

Entende-se que há uma forte oportunidade para a formatação de produtos sob a forma de roteiros turísticos, que tanto pode fortalecer a promoção e a comercialização integrada do Polo como aumentar a atratividade e a competitividade do Polo nos seus diversos segmentos.

A oferta de atividades turísticas ao público de negócios e de eventos reflete tanto no aumento do gasto médio diário, como na satisfação do turista com o local. Contribui, também para a divulgação do destino, podendo se tornar, inclusive, em uma motivação para o retorno – algumas vezes com a família ou com os amigos.

Importa acrescentar que a possibilidade de oferta complementar de atividades ao público de negócios e eventos, a partir de produtos bem estruturados e com comercialização organizada, tem boa chance de aceitação uma vez que o perfil do turista dessa segmentação é conhecido por ter gasto médio acima dos demais.

Na formatação dos roteiros e produtos integrados deve-se ressaltar a importância dos aspectos culturais, notadamente aqueles relacionados ao município de Porto Nacional, considerado berço cultural do Estado, bem como aqueles pertinentes ao município de Lajeado, com suas inscrições rupestres, comunidades indígenas e artesanato.

Na perspectiva de desenvolvimento de roteiros além dos limites do Polo, registra-se a oportunidade de identificação de outras atividades culturais em municípios do entorno do Polo, a exemplo do município de Monte do Carmo que apresenta expressividade relativa ao turismo religioso.

Recomenda-se ainda que os agentes que atuam na captação de eventos, trabalhem junto aos responsáveis por sua estruturação para que as agendas considerem períodos de folga permitindo aos visitantes uma experiência turística da região.

O quadro a seguir sintetiza a proposição de alguns atrativos, conforme a organização de viagem e o tempo de duração.

Quadro 35: Proposição de Estruturação de atrativos para a exploração de Produtos Turísticos

| PROPOSIÇÃO DE ESTRUTURAÇÃO DE ATRATIVOS PARA EXPLORAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS | |
|--|--|
| Curta Duração | |
| Produtos: | <ul style="list-style-type: none"> • passeio no Lago de Palmas, saindo da Praia da Graciosa; • passeio cultural Palmas – praça dos Girassóis, Palacinho, Espaço Cultural – conforme o dia da semana, podem ser visitadas as feiras de Palmas, além de conhecer o artesanato e a gastronomia local; • passeio urbano Palmas – Parque Cesamar, Orquidário e praias; • passeio à Serra do Estrondo em Paraíso do Tocantins; • passeio ao Centro Histórico de Porto Nacional. |
| Necessidades básicas na organização da oferta: | <ul style="list-style-type: none"> • ingresso; • transporte; • guia de turismo. |
| Público Alvo: | <ul style="list-style-type: none"> • turista que já se encontra no município onde se localiza o atrativo, notadamente aqueles de negócios e eventos. |

PROPOSIÇÃO DE ESTRUTURAÇÃO DE ATRATIVOS PARA EXPLORAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Circuito de Média Duração

Produtos:

- passeio no Lago, saindo da Praia da Graciosa, com oferta de alimentação, e parada em pontos estratégicos para contemplação ou banho;
- passeio à Porto Nacional, com visita ao Centro Histórico;
- passeio às cachoeiras de Taquaruçu;
- passeio de aventura, no município de Palmas (Serra do Lajeado e Taquaruçu), envolvendo uma ou mais atividades como: parapente, asa delta, escalada, rapel, tirolesa ou outros – requer a realização de estudos e a implantação de equipamentos específicos;
- passeio religioso na Serra do Estrondo, em Paraíso do Tocantins – para que seja explorado além do período da Semana Santa, requer estruturação de apoio mínimo ao turista – mirante, calendário de eventos religiosos de maior frequência e ponto de comercialização de produtos regionais (culturais, religiosos, gastronômicos e outros).

Necessidades básicas na organização da oferta:

- ingressos;
- transporte;
- guia de turismo.;
- ponto de apoio ao turista - serviço de alimentação, de venda de artesanato, banheiros, dentre outros;

Público Alvo:

- turistas que já se encontram na região;
- moradores da região.

Circuito de Maior Duração

Produtos:

- Circuito Serra – visita à Serra do Lajeado/ Taquaruçu, cachoeiras, caminhadas, contemplação - pode ser incluído observação de pássaros e/ou safari fotográfico, desde que realizados os devidos estudos, elaborado o mapeamento e estruturada a visita a partir do conhecimento das peculiaridades das espécies;
- Circuito Lajeado – contemplação do percurso Palmas Lajeado (TO-010), com paradas em mirantes, visita da UHE Luís Eduardo Magalhães, visita ao balneário e às praias da região – sua estruturação como produto requer a implantação de um, ou mais, equipamento(s) de hospedagem com público alvo definido(s), que sirva(m) como apoio e seja(m), também, mais um fator de motivação ao deslocamento do turista à região;
- Circuitos de Aventura, em Palmas (Serra do Lajeado), envolvendo atividades como: parapente, asa delta, escalada, rapel, tirolesa ou outros – requer a realização de estudos e a implantação de equipamentos específicos de suporte às atividades realizadas, além de alimentação e hospedagem voltada ao público alvo;
- Circuito Porto Nacional – visita ao centro histórico e oferta de artesanato, gastronomia e atividades de lazer – praias, balneário, cachoeiras – requer a estruturação dos atrativos.
- Circuito da Pesca Esportiva, em Palmas, Porto Nacional e/ou Lajeado – requer estudos, mapeamento dos locais e estruturação dos equipamentos de apoio.

Necessidades básicas na organização da oferta:

- ingressos;
- transporte;
- guia de turismo.;
- ponto de apoio ao turista – banheiros e pequenas compras;
- alimentação;
- hospedagem

Público Alvo:

- turista que já se encontra na região;
- turista de segmentações específicas;
- moradores da região.

Fonte: Technum Consultoria, 2015.

Além das proposições apresentadas no quadro 35, estão presentes na área outros atrativos potenciais para a formatação de produtos. Dentre eles, destacam-se os sítios arqueológicos em Lajeado. Necessitam, porém, de estudos específicos, inclusive científicos, para posterior avaliação de capacidade de exploração turística.

Podem ainda constituir-se em atrativos ou serem incorporados aos produtos elencados, os eventos e as atividades culturais da região, tais como:

- Mostra de Música (MUTUM) em Taquaruçú;
- Festival Internacional Circo em Taquaruçú;
- Festival de Música em Porto Nacional
- Carnaval – Distrito de Taquaruçú;
- Arraial da Capital;
- Festival Gastronômico de Taquaruçú;
- eventos gastronômicos em geral;
- festas e comemorações culturais locais.

Importa ressaltar, em apoio à estruturação e à comercialização dos diversos produtos, a necessidade de identificação e qualificação do artesanato e da gastronomia local. Para tanto, deverão ser realizados estudos e incentivos à produção e à comercialização desses, inclusive com estabelecimento de locais próprios para sua divulgação e comercialização como as feiras permanentes ou centros culturais.

Resta ainda registrar, no que diz respeito à qualificação dos produtos, a necessidade de capacitação voltada às diversas áreas relacionadas ao turismo, notadamente com a oferta de cursos com caráter contínuo e sequenciado. Para garantia da sua eficácia, a proposta é de atrelar ações para o monitoramento dos alunos quando colocados no mercado de trabalho (situação pós-curso), permitindo medidas de retroalimentação ou de suplementação da capacitação frente a necessidades específicas.

É ainda estratégico para o desenvolvimento do turismo do Polo, o incentivo aos moradores para visita aos atrativos de sua região. Esse conhecimento é condição essencial para aumento da autoestima da população local e para apoio à divulgação. Aumenta ainda significativamente a possibilidade da participação da população dentro da cadeia produtiva do turismo. O disposto no subitem **2.5 – Consolidação do Diagnóstico Estratégico** traz ainda considerações complementares sobre as proposições para o desenvolvimento sustentável e integrado do turismo do Polo Palmas.

Por fim, importa ressaltar a necessidade primordial de implantação de um Sistema de Informações Turísticas que permita o avanço no planejamento, de forma eficaz. Em sua estruturação deverá ser buscado o levantamento sistemático de dados referentes ao mercado turístico existente, além de outros aspectos relacionados ao turismo no Polo, tais como questões ambientais, disponibilidade e capacidade da infraestrutura instalada.

Registram-se como informações básicas para a implantação e acompanhamento das estratégias previstas neste Plano, o monitoramento do fluxo, perfil e procedências dos atuais turistas consumidores dos eventos locais. Paralelamente ao sistema de informações internas ao Polo, deverão ser levantados outros dados e informações pertinentes aos mercados alvo e principais concorrentes, para subsídio à formatação ou ajustes de conceituação dos produtos do Polo.

Apesar da inexistência de dados e informações, as características atuais dos recursos permitem identificar a atratividade que os produtos propostos poderão ter. Assim, em um primeiro momento indica-se a abrangência do mercado conforme apresentado no quadro a seguir. Entende-se que poderá haver variação conforme o grau de estruturação do Produto e determinação de mercados alvos quando da constituição dos empreendimentos.

Quadro 36: Produtos Turísticos e abrangência de atratividade

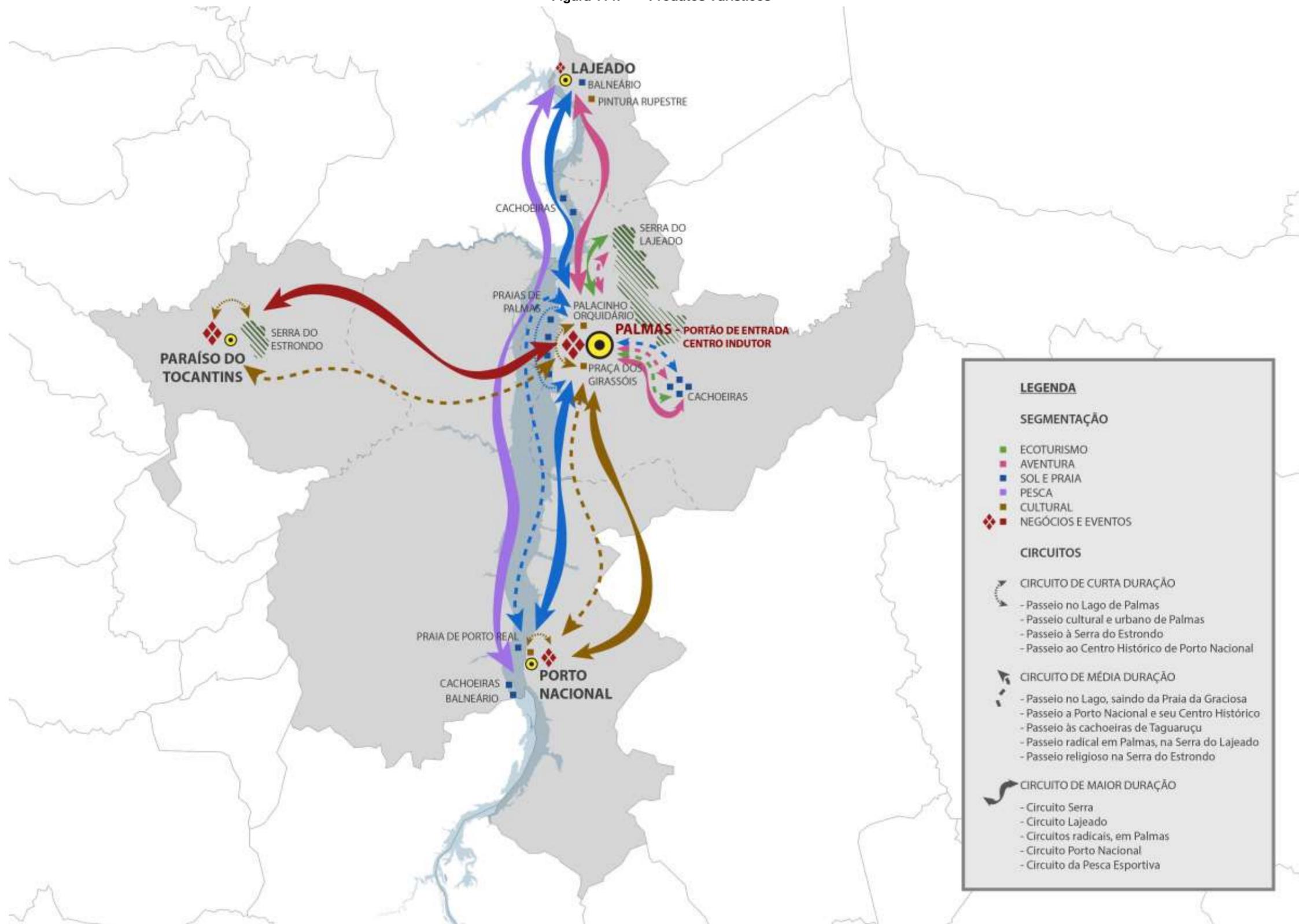
| PRODUTOS | SEGMENTAÇÃO | MERCADO EMISSOR POTENCIAL | |
|---|--|--|---|
| Curta Duração | | | |
| Lago de Palmas | Apoio principal, notadamente para o segmento de Negócios e Eventos | Variado, conforme natureza do negócio ou evento, porém identifica-se atratividade para todos os mercados | |
| Cultural Palmas | | | |
| Urbano Palmas | | | |
| Serra do Estrondo | | | |
| Centro Histórico de Porto Nacional | | | |
| Circuito de Média Duração | | | |
| Passeio Lago Palmas | Sol e Praia | Local e Regional | Variado, conforme natureza do negócio ou evento |
| | Ecoturismo | | |
| Passeio Porto Nacional | Cultural | Local, Regional e Nacional | |
| | Sol e Praia | | |
| Passeio Cachoeiras de Taquaruçu | Ecoturismo | Local, Regional e Nacional | |
| | Aventura | | |
| Passeio de Aventura – Palmas (Serra do Lajeado) | Aventura | Local, Regional e Nacional | |
| Passeio Serra do Estrondo | Cultural | Local e Regional | |
| | Religioso | | |
| | Aventura | | |
| Circuito de Maior Duração | | | |
| Circuito Serra | Ecoturismo | Local, Regional e Nacional* | |
| Circuito Lajeado | Sol e Praia | Local e Regional | |
| Circuito de Aventura | Aventura | Local, Regional e Nacional* | |
| Circuito Porto Nacional | Cultural; | Local, Regional e Nacional | |
| | Sol e Praia | Local e Regional | |
| Circuito Pesca Esportiva | Pesca Esportiva | Local, Regional e Nacional* | |

Observação: * Se estruturado adequadamente, pode ter potencial internacional

Fonte: Technum Consultoria, 2015.

A figura a seguir ilustra a espacialização dos circuitos e principais atrativos do Polo Palmas.

Figura 114: Produtos Turísticos



Fonte: Technum Consultoria SS, 2015.

5. VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS

5.1. Visão Geral das Ações

O Plano de Ação apresenta as ações, projetos e investimentos a serem realizados para o alcance dos objetivos e das estratégias definidas por esse PDITS. As ações foram agrupadas nos mesmos componentes indicados no item 4 – **Estratégias e Desenvolvimento Turístico**, quais sejam:

- Componente 1 – **Produto Turístico**: relacionam-se às ações referentes ao desenvolvimento de produto por meio da criação de novos produtos ou consolidação daqueles já existentes;
- Componente 2 – **Comercialização**: são as ações que possibilitam a promoção e comercialização dos produtos, trazendo uma imagem-identidade para o Polo;
- Componente 3 – **Fortalecimento Institucional**: referem-se às ações de planejamento e gestão que privilegiam as atividades que promovam a estruturação e integração das esferas municipal e estadual;
- Componente 4 – **Infraestrutura e Serviços Básicos**: ações relacionadas ao desenvolvimento da atividade turística tendo em vista o uso sustentável dos atrativos;
- Componente 5 – **Gestão Socioambiental**: relacionadas ao desenvolvimento dos atrativos com vistas à preservação e conservação do meio ambiente e a sustentabilidade.

Os quadros seguintes (quadros 37 a 41), definidos por componentes, apresentam as ações identificadas, alinhadas aos objetivos específicos e as estratégias definidas para o Polo Palmas. Indicam também: a justificativa geral para a proposição das ações do Componente; a descrição de cada uma das ações; o custo estimado dos investimentos previstos para o componente; e os produtos e os resultados esperados da execução e aplicação do conjunto de ações.

Quadro 37: Descrição das Ações do Componente 1 – Produto Turístico

| COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO | |
|--|---|
| Estratégias | <ul style="list-style-type: none"> ▪ captação de eventos nacionais e internacionais relacionados às características da Região Norte do País, bem como às vocações do Polo, além de fortalecer os eventos já existentes, como forma de aumentar a sua visibilidade como destino turístico de Negócios e Eventos; ▪ estruturação e oferta de atividades e de roteiros complementares com formação de produtos e serviços diversificados, abrangendo todos os municípios, como forma de aumentar a atratividade do Polo e o tempo de permanência e gasto dos turistas que já se encontram na área; ▪ formatação de novos produtos turísticos a partir da potencialidade dos atrativos existentes e dos mercados-meta a serem buscados. |
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ incrementar a atratividade turística e a competitividade do Polo no segmento de Negócios e Eventos; ▪ diversificar as atividades complementares, principalmente as de caráter cultural, de ecoturismo e de sol e praia; ▪ incentivar o desenvolvimento de novos produtos voltados aos segmentos potenciais identificados; ▪ ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo; ▪ melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; ▪ melhorar e ampliar a oferta de equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; ▪ promover a estruturação de circuitos turísticos integrados, a partir de temas específicos e envolvendo, quando possível, os vários municípios do Polo; ▪ aumentar o tempo de permanência média do turista; ▪ aumentar o número de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo de forma a contribuir para o crescimento do turismo; ▪ recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo. |

| Ações | | Área de Abrangência |
|--------------|---|----------------------------|
| 1.1 | Estruturação de Roteiro para Visitação da Usina Hidrelétrica do Lajeado | Lajeado |
| 1.2 | Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins | Polo Palmas |
| 1.3 | Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos - Selo de Conformidade | Polo Palmas |
| 1.4 | Construção de Mirantes na TO-050 Palmas/Lajeado. | Palmas - Lajeado |
| 1.5 | Construção do Centro de Convenções de Palmas | Palmas |
| 1.6 | Implantação do Projeto Orla-Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas | Palmas |
| 1.7 | Implantação do Projeto de Turismo Náutico no Lago da UHE-Lajeado | Lajeado |
| 1.8 | Implantação da infraestrutura turística nas praias Buriti e Cajú em Palmas. | Palmas |
| 1.9 | Revitalização das praias Graciosa, Arnos e Prata em Palmas. | Palmas |
| 1.10 | Revitalização da Praia de Porto Real com palco definitivo de eventos em Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 1.11 | Adequação da acessibilidade das Praias do Prata, Caju e Buritis. | Palmas |

| Ações | | Área de Abrangência |
|-------|---|----------------------|
| 1.12 | Estruturação e ordenação do calendário de eventos das praias e do calendário de negócios e eventos | Polo Palmas |
| 1.13 | Construção de Portais em Porto Nacional e a revitalização do canteiro central. | Porto Nacional |
| 1.14 | Revitalização dos Centros de Atendimento ao Turista (aeroporto, centro e Taquaruçú) em Palmas. | Palmas |
| 1.15 | Construção de centro de eventos- espaço multiuso em Taquaruçú – Palmas. | Palmas |
| 1.16 | Construção do mercado público – Palmas. | Palmas |
| 1.17 | Construção da Arena São João - quadrilhódromo – Palmas. | Palmas |
| 1.18 | Revitalização da Avenida Gastronômica Palmas Brasil – Palmas. | Palmas |
| 1.19 | Revitalização do casarão em Taquaruçú – Palmas. | Palmas |
| 1.20 | Revitalização do Mercado Municipal em Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 1.21 | Estruturação de circuito interpretativo cultural para visitação turística na Praça dos Girassóis. | Palmas |
| 1.22 | Estruturação de roteiro para turismo religioso na Serra do Estrondo. | Paraíso do Tocantins |
| 1.23 | Adequação dos atrativos turísticos no Distrito de Taquaruçu. | Palmas |
| 1.24 | Construção de infraestrutura dos Parques Urbanos Sussuapara e Machado – Palmas. | Palmas |
| 1.25 | Construção do Parque do Guariba em Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 1.26 | Construção de praças urbanas no Município de Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 1.27 | Construção da Passarela de acesso à praia do Porto Real em Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 1.28 | Implantação do Projeto de Atividades Esportivas do Polo de Palmas. | Polo Palmas |
| 1.29 | Execução do Programa de Aventura Segura. | Polo Palmas |
| 1.30 | Projeto de identificação e Qualificação da Produção Associada ao Turismo - Artesanato e Gastronomia | Polo Palmas |
| 1.31 | Estruturação de produtos para o turismo criativo - artesanato, gastronomia, patrimônio cultural. | Polo Palmas |
| 1.32 | Implantação do Parque das Águas em Paraíso do Tocantins | Paraíso do Tocantins |

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

| | |
|----------------------------|---|
| Justificativa | <p>O diagnóstico realizado para o Polo Palmas revela que a área possui sua vocação turística principal centrada no segmento do Turismo de Eventos devido a sua visibilidade no mercado nacional e internacional evidenciada pelo desenvolvimento das atividades agropecuárias. Esse segmento, desenvolvido em consonância com os segmentos complementares do Polo que são o Ecoturismo, Turismo de Sol e Praia e Turismo de Aventura, criam uma ampla possibilidade de garantir a maior permanência do turista pela criação de roteiros integrados e complementares.</p> <p>Dentro desse contexto a estruturação do produto turístico no Polo Palmas alinha-se à necessidade de promover a estruturação, construção, revitalização, implantação e qualificação de produtos com a finalidade de diversificar a oferta turística e integrar os produtos turísticos, conforme identificado e detalhado no diagnóstico da área turística.</p> |
| Descrição das Ações | <p>1.1. Estruturação de Roteiro para Visitação da Usina Hidrelétrica do Lajeado - Estruturar roteiro turístico voltado à visitação da Usina Hidrelétrica do Lajeado com intuito de fomentar o turismo no município do Lajeado. Envolve a criação e estruturação de roteiros de visitas às instalações da usina, incluindo visitas em seu interior e</p> |

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

paradas em pontos estratégicos como o topo da barragem, a sala de comando central, as galerias onde estão instaladas as turbinas e as "catedrais" de concreto armado.

1.2. Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins – envolve: (i) incentivo e promoção da capacitação e o aperfeiçoamento profissional para a gestão do turismo no âmbito da administração pública; (ii) incentivo e promoção da capacitação e o aperfeiçoamento profissional para o mercado de trabalho do setor de turismo, (iii) criação de oportunidades para que os dirigentes e gerentes de empreendimentos turísticos desenvolvam as habilidades negociais e de gestão necessários ao desempenho eficaz de suas funções na cadeia do turismo. Essa ação busca aumentar a qualidade dos serviços prestados na atividade.

1.3. Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos - Selo de Conformidade – refere-se às capacitações destinadas aos funcionários de empreendimentos por meio de consultorias e treinamentos abordando temas relacionados ao atendimento ao cliente, gestão de pessoas, gestão financeira, entre outros. Busca, o desenvolvimento dos negócios que atendam pré-requisitos para receber o “selo de conformidade” promovendo, portanto, o aumento do número de empreendimentos com funcionamento dentro das normas técnicas exigidas. Além de buscar a melhoria da qualidade, deverá ser premissa do programa o cadastramento da empresa no sistema do Ministério do Turismo - CADASTUR. A ação resulta na melhoria, para o turista, da qualidade dos serviços prestados e da infraestrutura ofertadas pelos empreendimentos.

1.4. Construção de Mirantes na TO-050 Palmas/Lajeado – compreende a elaboração de projeto arquitetônico e a execução de obra para a construção de dois mirantes na TO-050, trecho Palmas/Lajeado, para a realização de atividades de contemplação, dada a beleza cênica proporcionada pela diversidade natural existente. Essa ação busca diversificar a oferta turística do Polo e proporcionar aos turistas um local com estrutura para parada, durante o percurso da viagem.

1.5. Construção do Centro de Convenções de Palmas – construção do Centro de Convenções para receber até 5 mil pessoas em eventos simultâneos. O projeto, já elaborado, conta com salas multiuso e infraestrutura de banheiros, circulação e acessibilidade. Essa ação busca fortalecer o turismo de Negócio e Eventos por meio da captação de eventos de médio e grande porte.

1.6. Implantação do Projeto Orla - Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas – envolve a implantação dos critérios estabelecidos para o uso adequado da Praia da Graciosa pela população e turistas, bem como a preservação de seus recursos naturais. As atividades consistem em dotar a orla de infraestrutura turística e equipamentos para: (i) promover o desenvolvimento de projetos para atrair o turismo contemplativo e de sol e praia; (ii) obter melhor aproveitamento da orla para a realização de atividades aquáticas; (iii) realização de atividades de lazer contemplativo; (iv) realização de atividades de Ecoturismo dentre outros. Na implantação do projeto, já elaborado, está previsto o aproveitamento do espaço por meio da construção de quadra de esportes, ciclovias, campo de futebol de areia, pista de skate, praça de ginástica, playground, teatro de arena, píer (atracadouro), passarelas, posto policial, posto médico, sanitários, quiosques, restaurantes, bares, pista de caminhada, estacionamento, mirante e escola de esportes náuticos. O Projeto Orla surge como forma de responder a demandas de ordenamento do uso e ocupação da Orla do

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

Estado.

1.7. Implantação do Projeto de Turismo Náutico no Lago da UHE – Lajeado – consiste no aproveitamento do lago da Usina Hidrelétrica do município de Lajeado que possui 680 km² e potencial para a realização de esportes náuticos. Envolve a construção da escola de esportes náuticos mediante a elaboração de projeto arquitetônico e a implantação de sinalização no lago tendo em vista otimizar a segurança na realização de eventos náuticos.

1.8. Implantação da Infraestrutura turística nas Praias Buriti e Caju em Palmas – elaboração de projeto básico e executivo, no sentido de dotar as praias Buriti e Caju de infraestrutura turística como: portais de acesso, serviços de informações, sinalização indicativa e orientativa, sanitários, quiosques, dentre outros. Essa ação proporciona maior conforto aos residentes e turistas, possibilitando o aumento do fluxo turístico para o segmento de Sol e Praia no Polo.

1.9. Revitalização das praias Graciosa, Arnos e Prata em Palmas – elaboração de projeto básico e executivo para revitalizar os equipamentos turísticos existentes como banheiros, quiosques, bares, restaurante, estacionamento e sinalização nas praias da Graciosa, Arnos e Prata, dotando as praias de equipamentos turísticos de qualidade para garantir maior conforto e permanência do turista na área.

1.10. Revitalização da Praia de Porto Real com implantação de Palco Definitivo de Eventos em Porto Nacional – consiste na revitalização dos equipamentos e estruturas existentes na praia de Porto Real, oferecendo aos turistas e população infraestrutura adequada. Inclui a construção de palco definitivo para a realização de eventos no município, fortalecendo o segmento de Negócios e Eventos e o turismo de Sol e Praia.

1.11. Adequação da Acessibilidade das Praias do Prata, Caju e Buritis – consiste na realização de obras que busquem adequar a acessibilidade das Praias do Prata, Caju e Buritis com a utilização de passeios acessíveis, rampas, equipamentos urbanos, iluminação pública, serviços de abastecimento e drenagem e mobiliário urbano, proporcionando maior qualidade aos espaços para os turistas e população.

1.12. Estruturação e ordenação do calendário de eventos das praias e do calendário de negócios e eventos – estruturar e ordenar a agenda das praias e dos eventos do Polo. Essa ação busca organizar a oferta de eventos turísticos no Polo, possibilitando o aumento do fluxo de pessoas e o desenvolvimento sustentável dos recursos naturais e culturais da região.

1.13. Construção de Portais em Porto Nacional e Revitalização do Canteiro Central – construção de dois portais na cidade de Porto Nacional tendo como base a elaboração de projeto arquitetônico que busque marcar os acessos ao município e melhorar a receptividade aos turistas, devido à sua visibilidade histórica e cultural, tanto para o Polo Palmas, quanto para o Estado. Os portais serão localizados nos dois principais acessos do município: o norte e o sul. Inclui também a revitalização do canteiro central da via principal da sede do município, conforme projeto de paisagismo elaborado, envolvendo utilização de plantas ornamentais e espécies diferenciadas da flora nativa.

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

1.14. Revitalização dos Centros de Atendimento ao Turista de Palmas – consiste em revitalizar os CAT's localizados no aeroporto, centro de Palmas e no distrito de Taquaruçú por meio de: (i) adoção de princípios, diretrizes e procedimentos/instrumentos operacionais para funcionamento dos Centros, (ii) dimensionamento e caracterização das equipes necessárias, (iii) identificação do mobiliário, equipamentos e outros materiais necessários; (iv) aquisição de mobiliário, equipamentos de informática e multimídia demandados para funcionamento dos Centros e (v) capacitação gerencial e técnica das equipes de atendimento ao turista.

1.15. Construção de Centro de Eventos e do Espaço Multiuso em Taquaruçú/Palmas - construção do Centro de Eventos no distrito de Taquaruçu, a partir da elaboração de projeto arquitetônico. O projeto deverá prever espaços multiuso e infraestrutura de banheiros, circulação e acessibilidade. Essa ação busca fortalecer o turismo de Negócio e Eventos no Polo.

1.16. Construção do Mercado Público de Palmas – construção do mercado público de Palmas, a partir da elaboração de projeto arquitetônico, de modo a suprir a necessidade de ampliação dos espaços públicos para utilização tanto dos turistas quanto dos próprios moradores. O projeto deverá disponibilizar espaços para atender aos pequenos produtores e comerciantes, artesões e vendedores ambulantes que atuam na informalidade. A infraestrutura contará com boxes individuais para a exposição dos produtos, sanitários públicos, iluminação, passeios acessíveis, serviços de abastecimento e drenagem, dentre outros.

1.17. Construção da Arena São João em Palmas – construção da Arena São João, em Palmas, denominada “Quadrilhódromo”, destinada à apresentação e às competições de quadrilhas juninas. Essa ação busca diversificar o produto turístico de Palmas, compreendendo mais uma opção de entretenimento e lazer para população e turistas e mais um incentivo ao desenvolvimento das associações que trabalham em favor das tradições folclóricas.

1.18. Revitalização da Avenida Gastronômica Palmas Brasil – revitalização da Avenida Palmas Brasil, em Palmas, com o objetivo de tornar o lugar referência e centro gastronômico da cidade. O projeto contempla a organização do ambiente por meio da revitalização de calçadas com vistas à acessibilidade e à mobilidade, colocação de lixeiras e padronização das fachadas de bares e restaurantes.

1.19. Revitalização do Casarão em Taquaruçú – executar projeto arquitetônico, já elaborado, de revitalização do Casarão em Taquaruçú. O projeto busca a revitalização da área interna e externa do casarão, tendo em vista aumentar a oferta de produto turístico no Polo e preservar o patrimônio cultural presente na região.

1.20. Revitalização do Mercado Municipal em Porto Nacional – revitalização do mercado público de Porto Nacional com a ampliação da área para locação de boxes individuais para a exposição de produtos atendendo aos pequenos produtores, artesões e comerciantes locais. Contempla também a revitalização da infraestrutura existente como os sanitários públicos, pisos e iluminação local.

1.21. Estruturação de circuito interpretativo cultural na Praça dos Girassóis – consiste na elaboração e estruturação de roteiros culturais para a visitação turística na Praça dos Girassóis. Os roteiros incluem a locação de sinalização turística e orientativa

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

e adoção de medidas que proporcionam acessibilidade e mobilidade.

1.22. Estruturação de Roteiro para Turismo Religioso na Serra do Estrondo – trata-se de estruturar o complexo turístico da Serra do Estrondo por meio da revitalização da estrutura existente, dotando o espaço de condições necessárias ao atendimento aos fiéis. Inclui: disponibilização de trilhas; construção de barracas para o comércio de produtos religiosos, com atuação direta dos artesãos e comerciantes; reforma de banheiros e iluminação pública. Também é prevista produção de material para divulgação da programação dos eventos religiosos, em diversas mídias, tais como rádios, cartazes, folderes e outros. A ação busca fortalecer a imagem do turismo religioso, atrelado à própria cidade e ao município, além de fomentar a prática da fé e de gerar maiores oportunidades de emprego e de renda.

1.23. Adequação dos Atrativos Turísticos no Distrito de Taquaruçu – recuperar e estruturar atrativos turísticos localizados no Distrito de Taquaruçu dotando-os de infraestrutura e de serviços para atrair turistas. Essa ação inclui a revitalização de praças e jardins, adoção de projetos paisagísticos, revitalização das fachadas das casas antigas, dentre outros.

1.24. Construção de Infraestrutura dos Parques Urbanos Sussuapara e Machado em Palmas – destina-se em dotar os parques urbanos Sussuapara e Machado de infraestrutura necessária para atrair os turistas e a população local. Inclui a revitalização de trilhas, reforma de banheiros, recuperação de calçadas e estruturas existentes, dentre outras ações.

1.25. Construção do Parque do Guariba em Porto Nacional – destina-se à construção do Parque do Guariba em Porto Nacional, a partir de projeto arquitetônico realizado. Contempla a delimitação de trilhas, construção de calçadas e passeios, estruturação de espaços para o descanso e lazer, implantação de iluminação e de paisagismo, instalação de lixeiras, dentre outros. O objetivo dessa ação consiste em diversificar o produto turístico aos visitantes e à população local.

1.26. Construção de Praças Urbanas em Porto Nacional – consiste na construção de cinco praças urbanas em Porto Nacional a partir da elaboração de projeto arquitetônico e paisagístico. A ação busca dotar espaços já determinados, a partir de estudos realizados pela Prefeitura Municipal, onde estão previstas melhorias pela implantação de equipamentos e mobiliário urbanos diversos, tais como calçadas, lixeiras, bancos, banheiros, quiosques, quadras poliesportivas, iluminação, paisagismo, e outros. Busca criar espaços de lazer e de encontro dos moradores e dos turistas.

1.27. Construção da Passarela de Acesso à Praia do Porto Real em Porto Nacional – refere-se à construção da passarela que liga a Avenida Beira Rio à praia de Porto Real no intuito de ligar a cidade à praia e facilitar o acesso ao atrativo.

1.28. Implantação do Projeto de Atividades Esportivas do Polo de Palmas – implantação de projeto de atividades esportivas relacionadas aos recursos aquáticos e que possuam como principal motivação o litoral, os rios e as represas do Polo de Palmas, buscando o desenvolvimento turístico, educacional e social no Polo.

1.29. Execução do Programa de Aventura Segura – envolve a qualificação de profissionais que atuam em atividades de turismo em áreas naturais por meio de Curso de Resgate em Ambientes Naturais e Suporte Básico de Vida no Trauma; formação inicial e manutenção de Grupos Voluntários de Busca e Salvamento nos municípios do Polo Turístico, gestão e articulação com atendimento hospitalar de retaguarda e

COMPONENTE 1: PRODUTO TURÍSTICO

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>aquisição de equipamentos para resgate.</p> <p>1.30. Projeto de Identificação e Qualificação da Produção Associada ao Turismo - Artesanato e Gastronomia – envolve a qualificação para a produção associada ao turismo tendo em vista aumentar a comercialização do artesanato e da gastronomia, e aumentar o nível de notoriedade do Polo nessas áreas. Deverá ter início pela identificação da necessidade de qualificação no turismo, elaboração de projeto de formação de multiplicador e de qualificação dos trabalhadores, incluindo a realização de cursos de formação profissional. Visa também sensibilizar empreendedores, gestores e produtores locais.</p> <p>1.31. Estruturação de Produtos para o Turismo Criativo - Artesanato, Gastronomia, Patrimônio Cultural – trata-se de oferecer aos turistas experiências de aprendizagem e de desenvolvimento de seu potencial criativo por meio da oferta de cursos, oficinas e outras atividades que lhes permitam interagir emocional e socialmente com o ambiente e suas singularidades. Os espaços de integração deverão oferecer experiência autêntica com os moradores e com o dia a dia da cidade, para que ele próprio sinta o lugar como um cidadão. A ação de qualificação para a produção associada ao turismo desenvolverá produtos a serem comercializados como o artesanato, gastronomia e do próprio patrimônio cultural das comunidades locais. A promoção e a comercialização dos produtos serão realizadas através do portal de <i>e-commerce</i>.</p> <p>1.32. Implantação do Parque das Águas em Paraíso dos Tocantins – construção do Parque das Águas em Paraíso do Tocantins, a partir de elaboração de projeto arquitetônico. Deverá contemplar: implantação de trilhas, calçadas e ciclovias; estruturação de espaços para o descanso e lazer; iluminação pública; tratamento paisagístico; e instalação de mobiliário urbano. O objetivo dessa ação é a diversificação do produto turístico e a melhoria da qualidade de vida da população local.</p> |
| Custo Estimado | US\$ 62.095.834,00 (R\$ 124.191.668,00) |
| Produtos e Resultados | As ações desse componente têm como produtos e resultados a oferta de novos atrativos, qualificados, para aumento da competitividade turística do Polo. É proposta a diversificação da oferta, abrangendo vários segmentos, de forma a fortalecer o turismo de negócio e eventos. Ao mesmo tempo, os vários segmentos poderão captar demanda própria, ainda que de forma embrionária no início de suas atividades. Induzirá também a prestação de serviços turísticos de melhor qualidade aos turistas, e a abertura de novos negócios possibilitando a geração de emprego e renda em benefício da população local. |

Quadro 38: Descrição das Ações do Componente 2 – Comercialização

| COMPONENTE 2: COMERCIALIZAÇÃO | |
|-------------------------------|--|
| Estratégias | <ul style="list-style-type: none"> ▪ definição e fortalecimento da imagem/ identidade do Polo diante dos segmentos estabelecidos, unindo esforços do setor público e da iniciativa privada; ▪ comercialização integrada dos produtos turísticos do Polo, buscando o aumento da sua competitividade frente aos principais concorrentes. |
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ incrementar a atratividade turística e a competitividade do Polo no segmento de Negócios e Eventos; ▪ ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo; |

| COMPONENTE 2: COMERCIALIZAÇÃO | | |
|-------------------------------|---|---------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; ▪ aumentar o tempo de permanência média do turista; ▪ aumentar o número de visitantes de outras regiões do Brasil e do mundo de forma a contribuir | |
| Ações | | Área de Abrangência |
| 2.1 | Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas. | Polo Palmas |
| 2.2 | Elaboração do Plano de Negócios e Eventos. | Polo Palmas |
| 2.3 | Execução do Plano de Marketing. | Polo Palmas |
| 2.4 | Criação e Estruturação de Roteiros Integrados no Polo Palmas. | Polo Palmas |

| COMPONENTE 2: COMERCIALIZAÇÃO | |
|-------------------------------|--|
| Justificativa | <p>O diagnóstico realizado para o Polo revela o seu potencial para o segmento de Negócios e Eventos evidenciado pelo calendário de eventos existente que inclui atividades comerciais, profissionais, técnicas, culturais, científicas, políticas, religiosas, turísticas, dentre outras. No entanto, levantamentos de campo revelam que existe uma falta de planejamento do marketing turístico integrado envolvendo a comercialização de produtos e roteiros turísticos que busquem conciliar os diversos segmentos.</p> <p>Verifica-se também a ausência de uma imagem/identidade associada ao Polo, o que denota a necessidade de adoção de estratégias e ações de marketing turístico consolidadas em um Plano elaborado conforme as características do Polo e adequado para atendimento de cenários futuros. Nesse contexto, o Plano de Marketing possui a função de organizar e consolidar as diretrizes e estratégias e ações para divulgação, promoção e comercialização do Polo, identificando a sua vocação e o público alvo dos produtos disponíveis.</p> |
| Descrição das Ações | <p>2.1. Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas – desenvolvimento do Plano de Marketing abordando a questão do posicionamento de mercado, imagem a ser projetada do destino, divulgação dos produtos ofertados, mercados atuais e potenciais, mercados prioritário e secundários e ações de marketing e comercialização a serem adotadas pelo governo municipal.</p> <p>Devem ser previstos o desenvolvimento de imagem da marca e o posicionamento mercadológico detalhado, conforme eixos definidos no PDITS e o desenvolvimento de estratégias de comercialização e de promoção nos mercados-meta, identificando os entraves. A elaboração do plano deverá: (i) envolver a esfera pública e a privada; (ii) definir as estratégias; (iii) consolidar os objetivos da comunicação; (iv) aprofundar e delimitar o conteúdo informativo de cada eixo; (v) definir a identidade visual dos eixos – <i>design</i> e marca; (vi) constituir banco de dados de imagens; (vii) definir elementos e meios de comunicação; (viii) delimitar os elementos e meios de comunicação adequados para atingir os objetivos de fortalecimento da identidade turística da região; (ix) definir orçamento de comunicação; (x) definir o plano de mídia integrado; (xi) prever a forma do material de comunicação a ser confeccionado; e (xii) definir os instrumentos para mensuração de efeitos da estratégia de comunicação implementada.</p> <p>2.2. Elaboração do Plano de Negócios e Eventos – busca elaborar um plano de Negócios e Eventos que inclui a realização de estudos de mercado a fim de definir indicadores, metas e estratégias para a captação de um maior número de eventos</p> |

| COMPONENTE 2: COMERCIALIZAÇÃO | |
|-------------------------------|---|
| | <p>para o Polo.</p> <p>2.3. Execução do Plano de Marketing – executar as estratégias de marketing, contidas no Plano, bem como as ações previstas para o fortalecimento da identidade do Polo e divulgação dos produtos ofertados. Os prazos e as formas de execução de cada atividade devem ser seguidos, na sequência apropriada e por ordem de prioridade e conforme atribuição de responsabilidades determinadas.</p> <p>2.4. Criação e estruturação de roteiros integrados no Polo Palmas – pressupõe o trabalho conjunto do <i>trade</i> turístico, com o apoio e incentivo dado pelo Estado, considerando as atividades, atrativos e produtos turísticos comercializados. As possibilidades existentes devem ser discutidas entre os atores interessados, sendo posteriormente analisada a viabilidade de sua operação e o seu potencial de comercialização. Os roteiros escolhidos serão descritos em documento técnico, bem como os meios e os instrumentos para a sua comercialização, na forma de um portfólio de negócios voltado à captação de investidores.</p> |
| Custo Estimado | US\$ 2.076.000,00 (R\$ 4.152.000,00 0) |
| Produtos e Resultados | As ações desse componente têm como resultado a busca pelo aumento da comercialização dos produtos turísticos do Polo, seja por meio da elaboração e execução do Plano de Marketing, como também pela criação de um portfólio de negócios indicando os roteiros a serem implantados. A visão integrada propiciará a maior divulgação da imagem do Polo. |

Quadro 39: Descrição das Ações do Componente 3 – Fortalecimento Institucional

| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | |
|--|---|
| Estratégias | <ul style="list-style-type: none"> ▪ implementação de instrumentos voltados ao planejamento e monitoramento da atividade ▪ turística e adoção de mecanismos para a gestão sustentável dos atrativos; ▪ fortalecimento das instâncias públicas municipais de turismo e de meio ambiente para o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável; ▪ ampliação da qualificação dos prestadores de serviços relacionados ao setor do turismo de modo a incluir a população na cadeia produtiva do turismo e a apoiar a melhoria da qualidade dos produtos e serviços ofertados. |
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ promover a integração dos municípios do Polo; ▪ capacitar gestores públicos, entidades de governança e atores do <i>trade</i> e promover a gestão compartilhada da atividade turística; ▪ adequar as condições dos órgãos municipais de turismo e de meio ambiente às necessidades efetivas de gestão da atividade turística; ▪ monitorar o desenvolvimento do turismo com acompanhamento contínuo de indicadores específicos alimentados em um sistema de inteligência turística; ▪ estabelecer instrumentos regulatórios para as segmentações turísticas e para os atrativos, quando aplicável. |

| Ações | | Área de Abrangência |
|------------|---|---------------------|
| 3.1 | Elaboração e Aprovação de Normas Específicas para as Segmentações Turísticas do Polo. | Polo Palmas |
| 3.2 | Estruturação e Implantação do Sistema de Inteligência Turística – Observatório do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins. | Polo Palmas |

| Ações | | Área de Abrangência |
|-------|---|---------------------|
| 3.3 | Estruturação e Fortalecimento dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Voucher, Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos. | Polo Palmas |
| 3.5 | Realização de Capacitação de Gestores Públicos dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas |
| 3.6 | Aquisição de Veículos e Equipamentos para Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas |
| 3.7 | Fortalecimento da Fiscalização, Monitoramento do Plano de Uso Público e Combate às Queimadas. | Polo Palmas |
| 3.8 | Estruturação de normas para a viabilização de concessão de atrativos | Polo Palmas |
| 3.9 | Elaboração de estudos e implantação de normas para a utilização turística dos terminais hidroviários | Polo Palmas |
| 3.10 | Elaboração de estudos e projetos para a preservação de sítios arqueológicos e viabilização de sua abertura à visitação turística | Polo Palmas |
| 3.11 | Elaboração de estudo de competitividade e desenvolvimento de projetos estratégicos integrados aos demais estados da Região Norte | Polo Palmas |
| 3.12 | Apoio para a qualificação dos prestadores de serviços relacionados ao setor do turismo | Polo Palmas |

| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | |
|--|---|
| Justificativa | <p>O diagnóstico da situação atual da gestão do turismo no Polo Palmas, avaliado sob a ótica do turismo, revela a necessidade de estruturar o destino tendo como base a priorização de investimentos em fortalecimento institucional direcionados à administração pública municipal e estadual. As ações de fortalecimento prezam pela capacitação de empreendedores, estruturação de órgãos municipais e aquisição de veículos e equipamentos que forneçam subsídios à realização das atividades turísticas.</p> <p>Observa-se ainda a necessidade de investimentos que incidam sobre os órgãos relacionados ao meio ambiente uma vez que no Polo o desenvolvimento do turismo está diretamente ligado ao ambiente natural, evidenciado pelos segmentos potenciais existentes no Polo (turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo de aventura). São ações como: elaboração e aprovação de normas específicas dos segmentos principais e complementares do Polo, gestão dos atrativos naturais e ordenação e do controle da visitação nos atrativos por meio da implantação do voucher, que irão garantir o desenvolvimento sustentável do turismo.</p> <p>Observa-se se ainda ações voltadas para a parceria público privada na concessão de atrativos, aplicação de normas para a utilização de terminais hidroviários com finalidade turística, estudos para a preservação de sítios arqueológicos, além de elaboração de estudos para trazer competitividade e visibilidade do Polo frente aos mercados concorrentes da Região Norte como forma de ampliar o leque turístico do Polo.</p> |
| Descrição das Ações | <p>3.1. Elaboração e Aprovação de Normas Específicas para as Segmentações Turísticas do Polo Palmas – essa ação tem como foco a criação de procedimentos legais para o funcionamento das segmentações turísticas principais e complementares do Polo – Negócios e Eventos, Ecoturismo, Sol e Praia, Cultural, Aventura e Pesca Esportiva -, conforme a publicação de Lei da Política Estadual de Turismo em 2013. A segmentação é entendida pelo Mtur como uma forma de</p> |

COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Este entendimento dos segmentos preferenciais possibilita a ordenação dos esforços para atração e fidelização dos turistas. Essa ação pressupõe (i) identificar a forma apropriada desejável para as atividades realizadas em cada uma das segmentações; (ii) definir os procedimentos necessários ao desenvolvimento do turismo sustentável; (iii) elaborar os instrumentos necessários à normatização das atividades e demais aspectos relacionados aos diversos segmentos.

3.2. Estruturação e Implantação do Sistema de Inteligência Turística – Observatório do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins – trata-se de estruturar e implantar o Sistema de Informações Turísticas do estado do Tocantins, prevendo a sua atualização contínua, de forma a possibilitar ao setor público e à iniciativa privada os insumos necessários para o planejamento e o gerenciamento do setor de turismo e para a tomada de decisões eficazes. Abrange tratamento de informações relativas à oferta e à demanda turística, bem como de natureza socioeconômicos. Envolve: (i) desenho do sistema; (ii) identificação das informações que o comporão; (iii) definição de metodologia para os levantamentos; (iv) inventário turístico; (v) realização das pesquisas da oferta e da demanda; (vi) sistematização das informações; e (vii) implantação do sistema. O levantamento de informações deve considerar questões de atualização de inventário, a cada quatro anos, e pesquisas de demandas em épocas distintas, tanto de baixa quanto de alta estação. O sistema deverá prever a compatibilização de alimentação e divulgação de dados e de informações gerais e específicas. Deverá ainda prever divulgação pública, quando pertinente, sobre o setor turístico. O sistema se constituirá em uma ferramenta estratégica de planejamento, estruturação e promoção turística, dando subsídios para a definição de diretrizes e para a tomada de decisão dos rumos a seguir, buscando o benefício da economia do Estado do Tocantins.

3.3. Estruturação dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente – dotar os municípios que compõem o Polo de mecanismos e instrumentos necessários ao desenvolvimento da atividade turística. O fortalecimento dos órgãos de turismo e de meio-ambiente inclui a realização de diagnóstico da situação atual da gestão pública do turismo, a definição das estratégias em busca do fortalecimento institucional, a construção de um plano de ação visando a superação dos problemas encontrados, abrangendo, dentre outros: (i) estruturação das secretarias municipais que tratam da atividade turística; (ii) reformulação da estrutura organizacional; (iii) planejamento de capacitação gerencial para o corpo técnico das secretarias; (iv) estruturação da atuação; e (v) interlocução das secretarias com demais órgãos do governo.

3.4. Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turística - Implantação do Voucher Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos – implantação de documento único padronizado, na forma de ingresso, com identificação do atrativo específico (notadamente os naturais), para uso obrigatório dos turistas nos locais de visitação. Todas as agências de turismo que operam os atrativos do Polo devem utilizar blocos de Voucher emitidos de forma centralizada e numerados, a serem fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de cada Município. As agências de turismo terão a responsabilidade, perante a prefeitura municipal, de recolhimento de tributos, tanto aqueles devidos pelos proprietários dos atrativos como pelos guias. No caso dos guias, o imposto pago poderá ser descontado dos pagamentos devidos.

3.5. Realização de Capacitação de Gestores Públicos dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente – os investimentos em capacitação dos órgãos da administração pública estadual e municipal previstos neste PDITS devem ir além da gestão do turismo e abranger também a gestão do meio ambiente, dado o seu significado e

COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Íntima relação com o desenvolvimento turístico. Trata-se de diagnosticar os pontos críticos de natureza institucional e organizacional relativos ao planejamento, controle e fiscalização ambiental enquanto funções governamentais do estado e dos municípios e promover ações para instalação ou melhoria das condições necessárias para tal exercício, envolvendo desde instalações físicas, equipamentos, tecnologia, melhoria de processos e procedimentos de trabalho, composição e capacitação de equipes, normas e outros instrumentos reguladores da gestão ambiental.

3.6. Aquisição de Veículos e Equipamentos para Órgãos de Turismo e Meio Ambiente – refere-se à aquisição de veículos e de equipamentos, inclusive de informática, para os órgãos de turismo e meio ambiente tendo em vista garantir o licenciamento, a gestão e fiscalização de forma eficaz nos municípios.

3.7. Fortalecimento da Fiscalização, Monitoramento do Plano de Uso Público e Combate às Queimadas – fiscalizar e monitorar o Plano de Uso Público possibilitando, de maneira sustentável, a visitação aos parques e áreas naturais do Polo proporcionando ao visitante a oportunidade de interagir com o meio ambiente natural, através da implementação de atividades voltadas para recreação, ecoturismo, pesquisa, de divulgação, relações públicas, conscientização ambiental e para o combate às queimadas. Deverá também buscar o alinhamento com as metas propostas pelo órgão gestor estadual, favorecendo, dentre outros aspectos, a integração e a articulação conjugada de ações entre os diversos entes governamentais em todos os níveis de governo; e a integração regional, dando agilidade e proficiência nas prestações de serviços e colaborando, de modo geral, na redução da vulnerabilidade social, dos danos humanos, materiais, ambientais e consequentes prejuízos econômicos e sociais relacionados aos incêndios florestais.

3.8 Estruturação de normas para a viabilização de concessão de atrativos - criação de procedimentos legais para a viabilização de concessão de atrativos. A proposição do instrumento deve considerar exemplos de experiências bem sucedidas no Brasil. A normatização deverá ter como base, no caso dos atrativos naturais, a proteção da biodiversidade, aliando a visitação turística e a preservação ambiental sustentável. Em relação aos atrativos e equipamentos em geral, o instrumento deve permitir que a gestão estadual, muitas vezes onerosa e com deficiências, possa ser administrada pela iniciativa privada, em um prazo predeterminado. A intenção é que os atrativos possam receber melhorias implantadas pela iniciativa privada, para maior competitividade e atração de público, e repassem uma percentagem do lucro ao Estado.

3.9. Elaboração de estudos e implantação de normas para a utilização turística dos terminais hidroviários – busca incentivar o uso turístico dos terminais hidroviários da região, frente ao seu potencial aquaviário. Prevê a realização de estudos de planejamento e de viabilidade, inclusive para a integração multimodal e melhoria no sistema de gestão. Visando o aumento da competitividade, deverá ser avaliada a possibilidade de atração de investimentos do setor privado, por meio da aplicação de modelos de parceria público-privado. As normas a serem desenvolvidas deverão observar o arcabouço jurídico já existente no âmbito federal.

3.10. Elaboração de estudos e projetos para a preservação de sítios arqueológicos e viabilização de sua abertura à visitação turística. estudos criteriosos, a serem realizados antes de qualquer exploração turística, devem envolver pesquisas científicas sobre o valor do patrimônio histórico e as condições dos sítios arqueológicos. Somente após essa etapa é que se dará, se indicado, o planejamento e a definição da forma de exploração turística e de operação do atrativo. Paralelamente serão empreendidas ações junto à comunidade local, para

| COMPONENTE 3: FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | |
|--|--|
| | <p>que ela assuma a corresponsabilidade nas decisões referentes ao desenvolvimento das atividades turísticas. A preservação dos sítios e a exploração turística devem obedecer às respectivas legislações. Legalmente instituídas, as atividades deverão ser desenvolvidas de forma ordenada e controlada, a partir da implantação de adequada infraestrutura de apoio ao turismo, e contando com a disponibilização, para os turistas, de material orientativo e informativo.</p> <p>3.11. Elaboração de estudo de competitividade e desenvolvimento de projetos estratégicos integrados aos demais estados da Região Norte – compreende a avaliação dos recursos, atrativos e produtos turísticos e a análise das condições de competitividade para a atração de mercado existente e potencial. A avaliação deverá ser feita a partir de metodologia pré-estabelecida, considerando os principais aspectos, ou dimensões, relativas ao setor turístico. A partir da consolidação das informações e da análise dos resultados, deverão ser avaliados os projetos estratégicos necessários para o incremento do turismo. O universo da pesquisa deverá abranger tanto Tocantins como os demais estados da Região Norte. Definidas as prioridades e buscada a integração entre os estados, serão selecionados os projetos a serem desenvolvidos por meio desta ação.</p> <p>3.12 Apoio para a qualificação dos prestadores de serviços relacionados ao setor do turismo – estruturação de cursos voltados para o atendimento de serviços turísticos, trazendo qualidade no atendimento ao turista. Essa ação busca o monitoramento da atividade por meio de aplicação de subsídios nos primeiros três anos. Após esse período deve-se buscar formas de auto sustentabilidade para a sua continuidade.</p> |
| Custo Estimado | US\$3.277.834,00 (R\$ 6.555.668,00) |
| Produtos e Resultados | <p>Gestão Pública do Turismo e do Meio Ambiente fortalecida e efetivada em bases participativas e integrada entre os governos estaduais e locais e os agentes sociais envolvidos, fundada na prática do planejamento e em inovações tecnológicas, de forma a promover o desenvolvimento sustentável e a beneficiar turistas e população local.</p> <p>Melhor gestão de atrativos, terminais hidroviários e de sítios arqueológicos. Maior visibilidade do Polo pela ampliação de sua visibilidade e concorrência na Região Norte.</p> |

Quadro 40: Descrição das Ações do Componente 4 – Infraestrutura e Serviços Básicos

| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS | |
|---|---|
| Estratégias | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ampliação da infraestrutura de saneamento ambiental com destaque para o abastecimento de água, esgotamento sanitário e drenagem pluvial em locais de maior carência e atrelados aos produtos turísticos; ▪ implantação da sinalização turística, indicativa e orientativa de forma a incrementar a mobilidade e a acessibilidade interna no Polo. |
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo; ▪ melhorar e ampliar a atratividade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do Polo; ▪ ampliar e melhorar as condições de mobilidade urbana e acessibilidade interna no Polo; ▪ recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo. |

| Ações | | Área de Abrangência |
|-------|---|----------------------------------|
| 4.1 | Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo. | Polo Palmas |
| 4.2 | Implantação de Sinalização Indicativa, Turística, Interpretativa e Orientadora do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado |
| 4.3 | Implantação de Sinalização do Lago de Lajeado. | Lajeado, Palmas e Porto Nacional |
| 4.4 | Ampliação da Avenida Beira Rio em Porto Nacional. | Porto Nacional |
| 4.5 | Implantação e instalação de câmeras de segurança em pontos turísticos de locais considerados críticos | Polo Palmas |
| 4.6 | Ampliação do sistema de abastecimento de água em Lajeado | Lajeado |
| 4.7 | Implantação de esgotamento sanitário em locais de maior carência e atrelados aos produtos turísticos | Paraíso do Tocantins e Lajeado |
| 4.8 | Ampliação da infraestrutura de drenagem pluvial em áreas turísticas de maior fragilidade ambiental | Polo Palmas |

| COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS | |
|---|--|
| Justificativa | <p>A situação da infraestrutura atual disponível no Polo é, no geral, boa. Palmas, por ser uma cidade nova e planejada, apresenta condições adequadas para o desenvolvimento sustentável do turismo. Encontra-se, inclusive dentre as cinco cidades brasileiras eleitas pelo Banco Interamericano e Caixa Econômica Federal para receber apoio na busca de soluções para o desenvolvimento sustentável, A primeira ação, o Plano de Ação Palmas Sustentável, prevê recursos da ordem de R\$ 2,3 bilhões, com prazo de implantação de 11 anos (até 2026). Uma parte significativa das ações refletem-se em melhorias da infraestrutura de Palmas. Nos demais municípios a infraestrutura, apesar de significativamente menor em oferta, também atende as condições básicas. O maior entrave, nos quatro municípios reflete-se à orientação para o turista. É oportuno, assim, a facilitação da acessibilidade e da mobilidade no Polo.</p> <p>Nessa direção, são definidos neste PDITS investimentos voltados para a implantação de sinalização turística e indicativa em vias, parques e atrativos. Inclui também a ampliação de vias e a instalação de câmeras de segurança em locais críticos, proporcionando ao turista e à população segurança e facilidade na orientação e na realização de percursos, além de melhorias no sistema de saneamento ambiental.</p> |
| Descrição das Ações | <p>4.1. Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo – implantação da sinalização indicativa e turística nos acessos e atrativos turísticos de acordo com o padrão internacional ditado pela OMT. Envolve: diagnóstico da situação existente por meio de levantamentos em campo e por estudos já existentes nas prefeituras e órgãos relacionados; elaboração de projeto básico e executivo para a instalação das sinalizações propostas nos acessos e pontos turísticos a serem beneficiados; implantação da sinalização tendo como base o projeto executivo apresentado.</p> <p>4.2. Implantação de Sinalização Indicativa, Turística, Interpretativa e Orientadora do Parque Estadual do Lajeado – elaboração de projeto e implantação de sinalização indicativa, interpretativa e orientativa no Parque Estadual do Lajeado. Envolve: diagnóstico da situação existente por meio de levantamentos em campo e por estudos já existentes nas prefeituras e órgãos relacionados; elaboração de projeto básico e executivo para a instalação das sinalizações propostas nos locais destinados no estudo; implantação da sinalização tendo como base o projeto executivo desenvolvido. Essa ação apoia o deslocamento de turistas e da população, facilitando o acesso às principais partes do Parque, às vias de acesso aos atrativos turísticos e outros pontos</p> |

COMPONENTE 4: INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>estratégicos.</p> <p>4.3. Implantação de Sinalização do Lago de Lajeado – elaboração de projeto e implantação de sinalização indicativa e interpretativa voltada para a prática de esportes náuticos no Lago de Lajeado. Envolve: diagnóstico da situação existente por meio de levantamentos em campo e por estudos já existentes nas prefeituras e órgãos relacionados; elaboração de projeto básico e executivo para a instalação das sinalizações propostas nos locais destinados no estudo; implantação da sinalização. Essa ação apoia o deslocamento de turistas e da população, facilitando o acesso às principais áreas e a outros pontos estratégicos.</p> <p>4.4. Ampliação da Avenida Beira Rio em Porto Nacional – A melhoria das condições do sistema viário nessa localidade propicia um incremento significativo para a mobilidade urbana local. Envolve elaboração de projetos executivos e complementares para a ampliação da Avenida Beira Rio em Porto Nacional. O projeto prevê a ampliação da Avenida para facilitar o acesso da população e de turistas aos atrativos e parques urbanos do município, com maior agilidade e rapidez no percurso. Inclui a contratação de serviços de terraplanagem, drenagem superficial, pavimentação, sinalização e de estudos de impacto ambiental.</p> <p>4.5 Implantação e instalação de câmeras de segurança em pontos turísticos de locais considerados críticos – Implantação de sistema de vigilância em pontos de maior atratividade turística, a exemplo daqueles adotados em outras localidades do Brasil. Trata-se de medida preventiva de segurança pública, devendo ser previsto monitoramento por meio de sistema online interligado 24hs em central de operações. No planejamento da ação deverá ser elaborado diagnóstico para identificação dos pontos críticos. O sistema deverá prever a instalação de câmaras de alta resolução, posicionadas em ângulos estratégicos para cobertura total do espaço.</p> <p>4.6 Ampliação do sistema de abastecimento de água em Lajeado - abrange a ampliação e o reforço do sistema, a construção de reservatórios, de sistema de recalque de água e demais obras complementares para o município de Lajeado.</p> <p>4.7 Implantação de esgotamento sanitário em locais de maior carência e atrelados aos produtos turísticos - abrange a contratação de empresa especializada para a ampliação de rede de tratamento de esgoto no que diz respeito à coleta, destinação e tratamento adequado das águas servidas e demais resíduos provenientes do esgotamento sanitário em locais levantados previamente que tenham maior carência e estejam atrelados aos produtos turísticos nos municípios de Paraíso do Tocantins e Lajeado.</p> <p>4.8 Ampliação da infraestrutura de drenagem pluvial em áreas turísticas de maior fragilidade ambiental – abrange a contratação de empresa especializada para ampliação da rede de drenagem pluvial em áreas de maior fragilidade ambiental, notadamente aquelas de vocação turística.</p> |
| Custo Estimado | US\$ 55.364.000,00 (R\$ 110.728.000,00) |
| Produtos e Resultados | <p>Como resultado desse conjunto de ações é prevista a melhoria das condições de acessibilidade e mobilidade, para o turista, no Polo Palmas. No caso da Av. Beira Rio, em Porto Nacional, essa melhoria é extensiva à população local. Além disso é previsto o aumento da segurança, tanto do turista, quanto da População, nos atrativos do Polo.</p> <p>Prevê-se também melhorias no saneamento ambiental no que trata de abastecimento de água, drenagem urbana e esgotamento sanitário.</p> |

Quadro 41: Descrição das Ações do Componente 5 – Gestão Ambiental

| COMPONENTE 5: GESTÃO SOCIOAMBIENTAL | | |
|--|--|----------------------------|
| Estratégias | <ul style="list-style-type: none"> apoio à proteção, à conservação e ao uso sustentável dos recursos naturais, com ênfase para as áreas de caráter turístico consideradas ambientalmente frágeis; incentivo à realização de inventários e de pesquisas voltadas à conservação e à recuperação ambiental. | |
| Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> recuperar e valorizar o patrimônio cultural e natural do Polo; proteger os recursos naturais e culturais, além de melhorar o ordenamento e o controle da atividade turística, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos. | |
| Ações | | Área de Abrangência |
| 5.1 | Elaboração e execução do Plano de Monitoramento do Impacto da Visitação Turística nos Atrativos. | Polo Palmas |
| 5.2 | Elaboração de Estudo de Capacidade de Suporte dos Atrativos do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado |
| 5.3 | Elaboração de Programa de Incentivo a Pesquisa Científica. | Polo Palmas |
| 5.4 | Elaboração de Manual de Visitação Pública do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado |
| 5.5 | Avaliação Ambiental Estratégica do Plano. | Polo Palmas |

| COMPONENTE 5: GESTÃO SOCIOAMBIENTAL | |
|--|--|
| Justificativa | <p>A busca pelo desenvolvimento do turismo não pode ocorrer de forma dissociada da melhoria da qualidade de vida dos habitantes dos municípios que compõem o Polo e da manutenção do meio ambiente. Dado o produto turístico que, pela vocação do Polo, movimenta o desenvolvimento econômico, o meio ambiente natural representa um dos principais atrativos.</p> <p>Sob essa ótica, o PDITS do Polo considera como essenciais os investimentos em ações específicas relacionadas a gestão socioambiental do Polo. Notadamente, há que se reforçar as políticas municipais referentes à exploração dos recursos naturais. Considerando a realidade atual apreendida em diagnóstico, foram priorizadas ações voltadas à limitação da exploração turística nos atrativos naturais, tais como estudo de capacidade de suporte, monitoramento e orientação para o turista na realização das atividades. Além disso, o componente apoia a realização de pesquisas científicas, aumentando o conhecimento sobre a área e subsidiando a correta exploração turística.</p> <p>Busca-se ao mesmo tempo, a diminuição de possíveis impactos e a melhoria dos atrativos e produtos ofertados.</p> <p>O fortalecimento da gestão ambiental na região do Polo por meio dessas ações, deve considerar, sobretudo, as diretrizes e orientações emanadas das políticas ambientais nacional, estadual e municipais. Deverá ainda ser fruto de trabalho integrado, nos vários níveis e setores, interligando o turismo e o meio ambiente.</p> |
| Descrição das Ações | <p>5.1. Elaboração e execução do Plano de Monitoramento do Impacto da Visitação Turística nos Atrativos – elaborar e executar o plano de monitoramento do impacto de visitação turística nos atrativos naturais do Polo por meio do estabelecimento de definição de indicadores específicos e metodologias para levantamento de dados. As condições encontradas devem ser avaliadas em relação às diretrizes e aos resultados esperados. Caso necessário, deverão ser ajustados ou propostos instrumentos de regulação, de forma a garantir o adequado controle e aproveitamento do atrativo, na garantia de perenização de seus recursos e atributos naturais.</p> <p>5.2. Elaboração de Estudo de Capacidade de Suporte dos Atrativos do Parque</p> |

COMPONENTE 5: GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>Estadual do Lajeado – elaborar estudo de capacidade de carga para estabelecer os limites de utilização dos recursos naturais no Parque Estadual do Lajeado. A partir da definição da capacidade de suporte, deverão ser estabelecidas as diretrizes, ações e normas para operação das atividades estabelecidas em cada atrativo. Tendo em vista o controle de seu aproveitamento e a garantia de perenização de seus recursos e atributos naturais, deverá ser prevista, além do monitoramento da atividade turística, a fiscalização dos atrativos e dos recursos naturais.</p> <p>5.3. Elaboração de Programa de Incentivo à Pesquisa Científica – busca incentivar a inovação no setor produtivo, explorando os conhecimentos e tecnologias advindas das universidades e centros de pesquisa. Trata-se de ação relevante, uma vez que a pesquisa científica pode auxiliar na solução de problemas ou nas melhorias das condições socioeconômicas, turísticas e ambientais, dentre outros aspectos.</p> <p>As atividades envolvem a (i) identificação de campos de pesquisa de maior relevância; (ii) sensibilização e mobilização da comunidade acadêmica, órgãos de fomento, empresas e parceiros locais com assuntos relacionados ao turismo, meio ambiente e desenvolvimento socioeconômico; (iii) apoio ao desenvolvimento de ações acadêmicas e de novas tecnologias capazes de gerar inovações para o setores de turismo, meio ambiente e desenvolvimento socioeconômico.</p> <p>5.4. Elaboração de Manual de Visitação Pública do Parque Estadual do Lajeado – esta ação propõe a elaboração de um manual de visitação para o Parque Estadual do Lajeado, baseando-se na percepção ambiental e nos aspectos naturais e culturais do parque, acrescentando valor significativo à experiência dos visitantes, elevando o nível de satisfação e acrescentando valor ao patrimônio material e imaterial visitado, reforçando a importância da conservação.</p> <p>5.5. Formulação da Avaliação Ambiental Estratégica do Plano – trata-se de um estudo que visa prevenir possíveis obstáculos quando execução do PDITS. Tem como objetivo a garantia da sustentabilidade deste Plano e a verificação da compatibilização das ações propostas com o envolvimento dos atores locais em sua implantação. Aborda aspectos ambientais, econômicos, sociais e políticos. Analisa também: fatores críticos de decisão; riscos e oportunidades; condicionantes, favoráveis ou desfavoráveis; parâmetros de desempenho desejáveis; cenários de desenvolvimento; e possíveis impactos negativos. Recomenda as ações e as políticas desejadas, complementares ao PDITS. A exemplo do PDITS, trata-se de um estudo elaborado com a participação dos atores locais, que devem validar as etapas de sua elaboração.</p> |
| Custo Estimado | US\$ 482.000,00 (R\$ 896.000,00) |
| Produtos e Resultados | Gestão Ambiental no Polo fortalecida e efetivada de forma integrada entre as diferentes instâncias do poder público e a sociedade local, de forma a beneficiar o desenvolvimento sustentável do turismo e o bem-estar da população. |

A partir da apresentação dos quadros de ações por componentes observa-se que a maior parte das ações concentra-se na área de produto turístico. As ações desse componente buscam promover melhorias aos produtos já formatados, bem como trazer para o Polo maiores opções de atrativos, favorecendo a formatação de roteiros integrados e complementares. Das ações propostas, a maioria destina-se a elaborar e implantar projetos e roteiros, adequar e implantar estruturas existentes, revitalizar e estruturar atrativos e ofertar novas opções de atrativos.

Em seguida as ações de fortalecimento institucional ganham notoriedade, dada a dificuldade de atuação dos gestores públicos e privados no gerenciamento e desenvolvimento da atividade turística de forma integrada. As ações propostas para esse componente buscam também qualificar gestores públicos e dotar os órgãos de equipamentos necessários à gestão e fiscalização, além de monitorar a atividade turística no Polo.

O componente “Comercialização” aparece em terceiro lugar e nele estão previstas ações direcionadas à formatação, distribuição e divulgação dos produtos turísticos, estruturação de roteiros e criação e fortalecimento de uma imagem que identifique o Polo Palmas. O objetivo consiste em fortalecer a imagem do Polo e promover o destino com a intenção de incrementar o fluxo, a permanência e o gasto médio do turista.

Por se tratar de uma área rica do ponto de vista ambiental, as ações desse componente apontam para permitir a acessibilidade aos destinos e atrativos por meio da elaboração de estudos ambientais, manuais e programas, bem como a realização do monitoramento na visitação aos atrativos tendo em vista realizar o desenvolvendo o turismo sustentável.

Por fim, têm-se as ações de infraestrutura e serviços básicos que, num total de quatro ações, buscam estruturar acessos por meio da ampliação da via e também pela implantação de sinalização indicativa e turística.

5.2. Dimensionamento do investimento total

A aplicação das ações descritas nesse PDITS do Polo Palmas implica em investimentos financeiros, provenientes de diversas fontes. A tabela a seguir (tabela 45) apresenta o dimensionamento do investimento total.

Nas linhas que estão marcadas na cor azul referem-se às ações que estão incluídas na captação de investimentos do Prodetur, enquanto que as outras, em branco, são passíveis de investimentos por outras fontes de recursos.

Tabela 45: Dimensionamento do Investimento Total – Ações com Recursos do Prodetur e de Outras Fontes

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|---|---|---------------------|---------------|---------------|
| Componente 1 - Produto Turístico | | | | |
| 1.1 | Estruturação de Roteiro para Visitação da Usina Hidrelétrica do Lajeado | Lajeado | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 1.2 | Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins | Polo Palmas | 816.668,00 | 408.334,00 |
| 1.3 | Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos - Selo de Conformidade | Polo Palmas | 240.000,00 | 120.000,00 |
| 1.4 | Construção de Mirantes na TO-050 Palmas/Lajeado. | Palmas - Lajeado | 1.000.000,00 | 500.000,00 |
| 1.5 | Construção do Centro de Convenções de Palmas | Palmas | 35.000.000,00 | 17.500.000,00 |
| 1.6 | Implantação do Projeto Orla-Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas | Palmas | 8.600.000,00 | 4.300.000,00 |
| 1.7 | Implantação do Projeto de Turismo Náutico no Lago da UHE-Lajeado | Lajeado | 500.000,00 | 250.000,00 |
| 1.8 | Implantação da infraestrutura turística nas praias Buriti e Cajú em Palmas. | Palmas | 5.000.000,00 | 2.500.000,00 |
| 1.9 | Revitalização das praias Graciosa, Arnos e Prata em Palmas. | Palmas | 3.000.000,00 | 1.500.000,00 |
| 1.10 | Revitalização da Praia de Porto Real com implantação de palco definitivo de eventos em Porto Nacional. | Porto Nacional | 1.500.000,00 | 750.000,00 |
| 1.11 | Adequação da acessibilidade das Praias do Prata, Caju e Buritis. | Palmas | 6.000.000,00 | 3.000.000,00 |
| 1.12 | Estruturação e ordenação do calendário de eventos das praias e do calendário de negócios e eventos | Polo Palmas | 375.000,00 | 187.500,00 |

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|-------------------|--|----------------------|---------------|---------------|
| 1.13 | Construção de Portais em Porto Nacional e revitalização do canteiro central. | Porto Nacional | 1.000.000,00 | 500.000,00 |
| 1.14 | Revitalização dos Centros de Atendimento ao Turista em Palmas. | Palmas | 1.000.000,00 | 500.000,00 |
| 1.15 | Construção de centro de eventos- espaço multiuso em Taquaruçú – Palmas. | Palmas | 6.000.000,00 | 3.000.000,00 |
| 1.16 | Construção do mercado público de Palmas. | Palmas | 5.000.000,00 | 2.500.000,00 |
| 1.17 | Construção da Arena São João em Palmas. | Palmas | 10.000.000,00 | 5.000.000,00 |
| 1.18 | Revitalização da Avenida Gastronômica Palmas Brasil. | Palmas | 2.000.000,00 | 1.000.000,00 |
| 1.19 | Revitalização do casarão em Taquaruçú. | Palmas | 250.000,00 | 125.000,00 |
| 1.20 | Revitalização do Mercado Municipal em Porto Nacional. | Porto Nacional | 2.000.000,00 | 1.000.000,00 |
| 1.21 | Estruturação de circuito interpretativo cultural na Praça dos Girassóis. | Palmas | 50.000,00 | 25.000,00 |
| 1.22 | Estruturação de roteiro para turismo religioso na Serra do Estrondo. | Paraíso do Tocantins | 100.000,00 | 50.000,00 |
| 1.23 | Adequação dos atrativos turísticos no Distrito de Taquaruçu. | Palmas | 2.000.000,00 | 1.000.000,00 |
| 1.24 | Construção de infraestrutura dos Parques Urbanos Sussuapara e Machado em Palmas. | Palmas | 20.000.000,00 | 10.000.000,00 |
| 1.25 | Construção do Parque do Guariba em Porto Nacional. | Porto Nacional | 2.500.000,00 | 1.250.000,00 |

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|--|---|----------------------|-----------------------|----------------------|
| 1.26 | Construção de praças urbanas no Município de Porto Nacional. | Porto Nacional | 1.500.000,00 | 750.000,00 |
| 1.27 | Construção da Passarela de acesso à praia do Porto Real em Porto Nacional. | Porto Nacional | 5.000.000,00 | 2.500.000,00 |
| 1.28 | Implantação do Projeto de Atividades Esportivas do Polo de Palmas. | Polo Palmas | 500.000,00 | 250.000,00 |
| 1.29 | Execução do Programa de Aventura Segura. | Polo Palmas | 160.000,00 | 80.000,00 |
| 1.30 | Projeto de identificação e Qualificação da Produção Associada ao Turismo - Artesanato e Gastronomia | Polo Palmas | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 1.31 | Estruturação de produtos para o turismo criativo - artesanato, gastronomia, patrimônio cultural. | Polo Palmas | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 1.32 | Implantação do Parque das Águas em Paraíso do Tocantins | Paraíso do Tocantins | 2.500.000,00 | 1.250.000,00 |
| Subtotal Componente Produto Turístico | | | 124.191.668,00 | 62.095.834,00 |
| Componente 2 - Comercialização | | | | |
| 2.1 | Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas. | Polo Palmas | 234.000,00 | 117.000,00 |
| 2.2 | Elaboração do Plano de Negócios e Eventos | Polo Palmas | 150.000,00 | 75.000,00 |
| 2.3 | Execução do Plano de Marketing | Polo Palmas | 3.668.000,00 | 1.834.000,00 |
| 2.4 | Criação e Estruturação de Roteiros Integrados no Polo Palmas. | Polo Palmas | 100.000,00 | 50.000,00 |

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|--|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Subtotal Componente Comercialização | | | 4.152.000,00 | 2.076.000,00 |
| Componente 3 - Fortalecimento Institucional | | | | |
| 3.1 | Elaboração e aprovação de Normas Específicas para as Segmentações Turísticas | Polo Palmas | 100.000,00 | 50.000,00 |
| 3.2 | Estruturação e Implantação do Sistema de Inteligência Turística – Observatório do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins | Polo Palmas | 300.000,00 | 150.000,00 |
| 3.3 | Estruturação e Fortalecimento dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente | Polo Palmas | 468.000,00 | 234.000,00 |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Vaucher Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos | Polo Palmas | 100.000,00 | 50.000,00 |
| 3.5 | Realização de Capacitação de Gestores Públicos dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente | Polo Palmas | 234.000,00 | 117.000,00 |
| 3.6 | Aquisição de Veículos e Equipamentos para Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas | 691.668,00 | 345.834,00 |
| 3.7 | Fortalecimento da Fiscalização, Monitoramento do Plano de Uso Público e Combate às Queimadas. | Polo Palmas | 910.000,00 | 455.000,00 |
| 3.8 | Estruturação de normas para a viabilização de concessão de atrativos | Polo Palmas | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 3.9 | Elaboração de estudos e implantação de normas para a utilização turística dos terminais hidroviários | Polo Palmas | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 3.10 | Elaboração de estudos e projetos para a preservação de sítios arqueológicos e viabilização de sua abertura à visitação turística | Lageado | 2.000.000,00 | 1.000.000,00 |
| 3.11 | Elaboração de estudo de competitividade e desenvolvimento de projetos estratégicos integrados aos demais estados da Região Norte | Polo Palmas | 1.052.000,00 | 526.000,00 |

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|--|---|----------------------------------|-----------------------|----------------------|
| 3.12 | Apoio para a qualificação dos prestadores de serviços relacionados ao setor do turismo | Polo Palmas | 300.000,00 | 150.000,00 |
| Subtotal Componente Fortalecimento Institucional | | | 6.555.668,00 | 3.277.834,00 |
| Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos | | | | |
| 4.1 | Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo | Polo Palmas | 1.628.000,00 | 814.000,00 |
| 4.2 | Implantação de Sinalização Indicativa, Turística, Interpretativa e Orientadora do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado | 500.000,00 | 250.000,00 |
| 4.3 | Implantação de Sinalização do Lago de Lajeado | Lajeado, Palmas e Porto Nacional | 5.000.000,00 | 2.500.000,00 |
| 4.4 | Construção da Avenida Beira-Rio em Porto Nacional. | Porto Nacional | 35.000.000,00 | 17.500.000,00 |
| 4.5 | Implantação e instalação de câmeras de segurança em pontos turísticos de locais considerados críticos | Polo Palmas | 16.000.000,00 | 8.000.000,00 |
| 4.6 | Ampliação do sistema de abastecimento de água em Lajeado | Lajeado | 600.000,00 | 300.000,00 |
| 4.7 | Implantação de esgotamento sanitário em locais de maior carência e atrelados aos produtos turísticos | Paraíso e Lajeado | 32.000.000,00 | 16.000.000,00 |
| 4.8 | Ampliação da infraestrutura de drenagem pluvial em áreas turísticas de maior fragilidade ambiental | Polo Palmas | 20.000.000,00 | 10.000.000,00 |
| Subtotal Componente Infraestrutura e Serviços Básicos | | | 110.728.000,00 | 55.364.000,00 |
| Componente 5 - Gestão Ambiental | | | | |
| 5.1 | Elaboração e execução do Plano de Monitoramento do Impacto da Visitação Turística nos Atrativos. | Polo Palmas | 68.000,00 | 34.000,00 |
| 5.2 | Elaboração de Estudo de Capacidade de Suporte dos Atrativos do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 5.3 | Elaboração de Programa de Incentivo a Pesquisa Científica. | Polo Palmas | 168.000,00 | 84.000,00 |

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (US\$) |
|--|--|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| 5.4 | Elaboração de Manual de Visitação Pública do Parque Estadual do Lajeado. | Palmas e Lajeado | 150.000,00 | 75.000,00 |
| 5.5 | Avaliação Ambiental Estratégica do Plano. | Polo Palmas | 378.000,00 | 189.000,00 |
| Subtotal Componente Gestão Ambiental | | | 964.000,00 | 482.000,00 |
| Componente 6 - Gestão do Programa e Custos do Financiamento | | | | |
| 6.1 | Administração do Programa | Polo Palmas | 17.370.000,00 | 8.685.000,00 |
| Subtotal Gestão do Programa e Custos do Financiamento | | | 17.370.000,00 | 8.685.000,00 |
| TOTAL GERAL | | | 263.961.336,00 | 131.980.668,00 |
| | | | | |
| | Ações do Prodetur Nacional | | | |

Taxa de Cambio: US\$ 1,00 = R\$ 2,00 (Cotação média acordada entre CAF e Adtur em 23 de Janeiro de 2014)

5.3. Seleção e priorização das ações

As ações integrantes do PDITS Polo Palmas a serem executadas nos 18 (dezoito) primeiros meses e nos 5 (cinco) primeiros anos podem ser verificadas a seguir. Importa acrescentar que essas ações são objeto de atendimento pelo Prodetur.

A priorização das ações partiu da visão estratégica dos representantes do Governo Estadual. A Tabela 46 a seguir aponta as ações elencadas com recursos do Prodetur.

Tabela 46: Investimentos do Prodetur – para os 5 anos de Implantação do PDITS

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (U\$) |
|---|---|---------------------|----------------------|----------------------|
| Componente 1 - Produto Turístico | | | | |
| 1.1 | Estruturação de Roteiro para Visitação da Usina Hidrelétrica do Lajeado | Lajeado | 200.000,00 | 100.000,00 |
| 1.2 | Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins | Polo Palmas | 816.668,00 | 408.334,00 |
| 1.3 | Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos - Selo de Conformidade | Polo Palmas | 240.000,00 | 120.000,00 |
| 1.4 | Construção de Mirantes na TO-050 Palmas/Lajeado. | Palmas - Lajeado | 1.000.000,00 | 500.000,00 |
| 1.5 | Construção do Centro de Convenções de Palmas | Palmas | 35.000.000,00 | 17.500.000,00 |
| 1.6 | Implantação do Projeto Orla-Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas | Palmas | 8.600.000,00 | 4.300.000,00 |
| 1.7 | Implantação do Projeto de Turismo Náutico no Lago da UHE-Lajeado | Lajeado | 500.000,00 | 250.000,00 |
| Subtotal Componente Produto Turístico | | | 46.356.668,00 | 23.178.334,00 |
| Componente 2 - Comercialização | | | | |
| 2.1 | Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas. | Polo Palmas | 234.000,00 | 117.000,00 |
| 2.2 | Elaboração do Plano de Negócios e Eventos | Polo Palmas | 150.000,00 | 75.000,00 |
| 2.3 | Execução do Plano de Marketing | Polo Palmas | 3.668.000,00 | 1.834.000,00 |
| Subtotal Componente Comercialização | | | 4.052.000,00 | 2.026.000,00 |
| Componente 3 - Fortalecimento Institucional | | | | |
| 3.1 | Elaboração e aprovação de Normas Específicas para as Segmentações Turísticas | Polo Palmas | 100.000,00 | 50.000,00 |
| 3.2 | Estruturação e Implantação do Sistema de Inteligência Turística – Observatório do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins | Polo Palmas | 300.000,00 | 150.000,00 |
| 3.3 | Estruturação e Fortalecimento dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente | Polo Palmas | 468.000,00 | 234.000,00 |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Vaucher Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos | Polo Palmas | 100.000,00 | 50.000,00 |
| 3.5 | Realização de Capacitação de Gestores Públicos dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente | Polo Palmas | 234.000,00 | 117.000,00 |
| Subtotal Componente Fortalecimento Institucional | | | 1.202.000,00 | 601.000,00 |

| Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos | | | | |
|--|--|-------------|----------------------|----------------------|
| 4.1 | Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo | Polo Palmas | 1.628.000,00 | 814.000,00 |
| Subtotal Componente Infraestrutura e Serviços Básicos | | | 1.628.000,00 | 814.000,00 |
| Componente 5 - Gestão Ambiental | | | | |
| 5.1 | Elaboração e execução do Plano de Monitoramento do Impacto da Visitação Turística nos Atrativos. | Polo Palmas | 68.000,00 | 34.000,00 |
| Subtotal Componente Gestão Ambiental | | | 68.000,00 | 34.000,00 |
| Componente 6 - Gestão do Programa e Custos do Financiamento | | | | |
| 6.1 | Administração do Programa | Polo Palmas | 17.370.000,00 | 8.685.000,00 |
| Subtotal Gestão do Programa e Custos do Financiamento | | | 17.370.000,00 | 8.685.000,00 |
| TOTAL GERAL | | | 70.676.668,00 | 35.338.334,00 |

Taxa de Câmbio: US\$ 1,00 = R\$ 2,00 (Cotação média acordada entre CAF e Adtur em 23 de Janeiro de 2014)

Ações do Prodetur Nacional

Da análise da Tabela 45 (Dimensionamento do Investimento Total) e da Tabela 46 (Investimentos do Prodetur) pode-se verificar as ações que serão financiadas com recursos do Prodetur e as ações que terão investimentos por meio de outras fontes.

Tabela 47: Investimentos Totais previstos no PDITS Polo Palmas de Acordo com a Origem dos Recursos Financeiros Necessários

| Investimentos | R\$ | US\$ |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Investimentos Totais Previstos no PDITS | 263.961.336,00 | 131.980.668,00 |
| • Recursos do Prodetur | 70.676.668,00 | 35.338.334,00 |
| • Recursos de Outras Fontes | 193.284.668,00 | 96.642.334,00 |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

As ações prioritizadas pelo Prodetur do componente fortalecimento institucional, de acordo com o Termo de Referência, devem conter as metas de desempenho da capacidade institucional. Essas metas deverão ser cumpridas pelos municípios antes que se iniciem as ações dos componentes de infraestrutura e serviços básicos uma vez que se considera que os municípios devem estar estruturados institucionalmente. O quadro a seguir apresenta essa visão.

Quadro 42: Metas de Desempenho – Fortalecimento Institucional

| | AÇÃO | MUNICÍPIO | META |
|------------|---|------------------|--|
| 3.1 | Elaboração e Aprovação de Normas Específicas para as Segmentações Turísticas do Polo. | Polo Palmas | Normas de segmentação turística elaboradas e aprovadas. |
| 3.2 | Estruturação e Implantação do Sistema de Inteligência Turística – Observatório do Turismo Sustentável do Estado do Tocantins. | Polo Palmas | Observatório do Turismo Sustentável estruturado e implantado no Estado do Tocantins. |
| 3.3 | Estruturação e Fortalecimento dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas | Órgão de Turismo e de Meio Ambiente fortalecidos. |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Voucher, Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos. | Polo Palmas | Atrativos turísticos com entrada controlada pelo Voucher. |
| 3.5 | Realização de Capacitação de Gestores Públicos dos Órgãos de Turismo e Meio Ambiente. | Polo Palmas | Gestores públicos dos Órgãos de Turismo e de Meio Ambiente capacitados. |

Fonte: Technum Consultoria SS, 2014.

5.4. Descrição das ações a serem realizadas nos 18 primeiros meses com recursos do Prodetur Nacional

As ações elegíveis para realização durante os dezoito primeiros meses com recursos do Prodetur encontram-se nas tabelas 45 e 46. Na sequência são apresentadas as respectivas fichas sínteses contemplando:

- objetivo;
- justificativa;
- efeito esperado no desenvolvimento turístico;
- benefícios e beneficiários;
- descrição da ação;
- responsáveis pela execução;
- entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço;
- custo estimado e fonte de financiamento;
- gastos estimados de operação;
- mecanismos previstos de recuperação de custos;
- normas de licenciamento ambiental exigidas por lei;
- indicadores de seguimento e fonte de verificação;
- relação com outras ações quanto ao cronograma;
- nível de avanço: indicação da existência de projetos básicos ou executivos ou termos de referência; indicação da necessidade de reconhecimento retroativo.

Tabela 48: Investimentos do Prodetur - Primeiros 18 meses

| COMPONENTE E AÇÃO | | ÁREA DE ABRANGÊNCIA | CUSTO (R\$) | CUSTO (US\$) |
|--|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Componente 1 - Produto Turístico | | | | |
| 1.2 | Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins | Polo Palmas | 204.168,00 | 102.084,00 |
| 1.3 | Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos - Selo de Conformidade | Polo Palmas | 60.000,00 | 30.000,00 |
| 1.6 | Implantação do Projeto Orla - Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas | Palmas | 2.150.000,00 | 1.075.000,00 |
| Subtotal Componente Produto Turístico | | | 2.414.168,00 | 1.207.084,00 |
| Componente 2 - Comercialização | | | | |
| 2.1 | Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas. | Polo Palmas | 52.333,34 | 26.166,67 |
| Subtotal Componente Comercialização | | | 52.333,34 | 26.166,67 |
| Componente 3 - Fortalecimento Institucional | | | | |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Voucher, Respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos. | Polo Palmas | 25.000,00 | 12.500,00 |
| Subtotal Componente Fortalecimento Institucional | | | 25.000,00 | 12.500,00 |
| Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos | | | | |
| 4.1 | Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo | Polo Palmas | 406.666,66 | 203.333,33 |
| Subtotal Componente Infraestrutura e Serviços Básicos | | | 406.666,66 | 203.333,33 |
| TOTAL GERAL | | | 2.491.501,34 | 1.245.750,67 |

Taxa de Cambio: US\$ 1,00 = R\$ 2,00 (Cotação média acordada entre CAF e Adtur em 23 de Janeiro de 2014).

Fichas das Ações Prioritárias – Componente 1 – Produto Turístico

| ACÇÃO 1.2 | EXECUÇÃO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO GERENCIAL E TÉCNICO OPERACIONAL DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO TOCANTINS | | | | | | PRODUTO TURÍSTICO | | | | | |
|--|--|-----|-----------------------|--------------------------|--|---|--|----------------------------------|---------------|----------------------------------|-----|---|
| Objetivo | Incentivar e promover a capacitação e o aperfeiçoamento profissional para o mercado de trabalho e/ou para a gestão do turismo. Busca também trazer oportunidades aos empresários de estabelecimentos turísticos, permitindo que desenvolvam suas funções de forma eficaz, trazendo aos turistas serviços e atrativos qualificados. | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | A qualificação dos profissionais que atuam no setor público ou mercado do turismo, bem como a habilidade e o envolvimento dos atores impactam diretamente no grau de desenvolvimento que o turismo local terá. Indiretamente, resultam na satisfação dos turistas devido à qualidade dos serviços prestados. No setor privado apoiam, também, a melhoria do desempenho econômico dos empreendimentos e consequentemente aumentam a capacidade de investimento em benfeitorias e ampliações dos negócios. | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Gestão eficaz do turismo e, de forma geral, dos equipamentos e serviços turísticos; mercado do turismo suprido em suas necessidades quanto a profissionais de diversas funções, tanto de gestão, quanto técnico-operacionais. | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Desenvolvimento do turismo e geração de emprego e renda | | | | Beneficiários | | Administração pública municipal, cadeia produtiva do turismo, população local e o turista. | | | | | |
| Descrição | A ação envolve: (i) incentivo e promoção da capacitação e o aperfeiçoamento profissional para a gestão do turismo no âmbito da administração pública; (ii) incentivo e promoção da capacitação e o aperfeiçoamento profissional para o mercado de trabalho do setor de turismo, (iii) criação de oportunidades para que os dirigentes e gerentes de empreendimentos turísticos desenvolvam as habilidades negociais e de gestão necessários ao desempenho eficaz de suas funções na cadeia do turismo. Essa ação busca aumentar a qualidade dos serviços prestados na atividade. | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | Custo estimado | | U\$ 102.084,00 | | Custo estimado operação | | Não se aplica | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Melhoria do desempenho dos profissionais na administração municipal, no segmento empresarial e no mercado de trabalho do turismo. | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | Não se aplica. | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Aumento do fluxo turístico no Polo e aumento do número de equipamentos de hospedagem e de alimentação. | | | | Fonte de verificação | | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Posterior às ações de Fortalecimento Institucional | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço: | Projeto Básico | Sim | X | Projeto Executivo | Sim | X | Termo Referencia | Sim | | Reconhecimento retroativo | Sim | |
| | | Não | | | Não | | | Não | X | | Não | X |

| AÇÃO 1.3 | | IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS - SELO DE CONFORMIDADE | | | | | | PRODUTO TURÍSTICO | | | | |
|--|---|--|-----------------------|--------------------------|--|--|--------------------------------|----------------------------------|---|----------------------------------|-----|---|
| Objetivo | Dotar os empreendimentos de “selos de conformidade” por meio de avaliação dos empreendimentos e certificações em relação à qualidade dos serviços prestados. Oferta de capacitações nos pontos considerados frágeis, notadamente para melhor atendimento ao cliente, gestão de pessoas, gestão financeira, entre outros. | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | A qualificação de empreendimentos que atuam no mercado do turismo, bem como a habilidade e o envolvimento dos empreendedores do setor impactam diretamente no grau de satisfação dos turistas quanto à qualidade dos serviços prestados. O selo de conformidade, facilita para o turista o reconhecimento dos equipamentos e serviços de determinada qualificação. | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Mercado do turismo suprido em suas necessidades quanto a equipamentos de melhor qualidade. Facilidade para o turista de identificação de empreendimento que atende a requisitos mínimos. | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Melhoria da qualidade dos serviços prestados e aumento da satisfação do cliente | | | | Beneficiários | Empreendedores e demais componentes da cadeia produtiva do turismo, população local e o turista. | | | | | | |
| Descrição | Refere-se à avaliação das condições de atendimento e às capacitações destinadas aos funcionários de empreendimentos por meio de consultorias e treinamentos abordando temas relacionados ao atendimento ao cliente, gestão de pessoas, gestão financeira, entre outros. Busca, portanto, a certificação de negócios que atendem pré-requisitos do “selo de conformidade”, incentivando o aumento do número de empreendimentos que funcionam dentro das normas técnicas exigidas. A ação compreende ainda a sensibilização para cadastramento no sistema do Ministério do Turismo - CADASTUR. Traz ao turista melhoria tanto da qualidade dos serviços quanto da infraestrutura dos empreendimentos. | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | Custo estimado | US\$ 30.000,00 | | | Custo estimado operação | Não se aplica | | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Melhoria dos equipamentos e dos serviços turísticos, aumentando a rentabilidade e o fluxo turístico, e por consequente a economia do turismo.. | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Número de estabelecimentos portadores dos selos de conformidade e incremento do fluxo de turistas. | | | | Fonte de verificação | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço: | Projeto Básico | Sim | | Projeto Executivo | Sim | | Termo Referencia | Sim | | Reconhecimento retroativo | Sim | |
| | | Não | X | | Não | X | | Não | X | | Não | X |

| AÇÃO 1.6 | IMPLANTAÇÃO DO PROJETO ORLA – AMPLIAÇÃO DA PRAIA DA GRACIOSA EM PALMAS | | | | | | | PRODUTO TURÍSTICO | | | | |
|--|--|-----|---|--|------------------|-----------------------------|---|----------------------------------|---------------|----------------------------------|-----|---|
| Objetivo | Compatibilizar as ações articuladas e as práticas de proteção ambiental como planejamento do uso e ocupação da Praia da Graciosa para o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis. Diversificar a infraestrutura da Orla ofertando atividades de lazer, eventos, cultura, dentre outros para os turistas. | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | A Praia da Graciosa representa importante atrativo do Polo. Apesar de possuir uma boa infraestrutura turística ainda há grande potencial de desenvolvimento. | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Ordenação do espaço, diversificação de produtos e atividades turísticas, aumento do fluxo de turista e da população local. | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Consolidação de atrativos ampliando as condições de atendimento aos turistas. | | | | | Beneficiários | Turista, população local, empreendedores do setor do turismo e dos demais setores da sua cadeia produtiva . | | | | | |
| Descrição | Envolve a implantação de equipamentos e serviços complementares, além de estabelecimento de critérios para o uso ordenado da Praia da Graciosa pela população e turistas, bem como a preservação de seus recursos naturais. As atividades consistem em dotar a orla de infraestrutura turística e equipamentos para: (i) promover o desenvolvimento de projetos para atrair o turismo contemplativo e de sol e praia; (ii) obter melhor aproveitamento da orla para a realização de atividades aquáticas; (iii) realização de atividades de lazer contemplativo; (iv) realização de atividades de Ecoturismo dentre outros. Na implantação do projeto já elaborado está previsto o aproveitamento do espaço por meio da construção de quadra de esportes, ciclovia, campo de futebol de areia, pista de skate, praça de ginástica, playground, teatro de arena, píer (atracadouro), passarelas, posto policial, posto médico, sanitários, quiosques, restaurantes, bares, pista de caminhada, estacionamento, mirante e escola de esportes náuticos. O Projeto Orla surge como forma de responder a demandas de ordenamento do uso e ocupação da Orla do Estado. | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | | Custo estimado | U\$ 1.075.000,00 | | | Custo estimado operação | Não se aplica | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Arrecadação de impostos municipais. | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | A cargo das Secretarias Municipais de Meio Ambiente e órgãos competentes. | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Frequência e tempo de permanência dos turistas; aumento da arrecadação municipal a partir do maior afluxo de turistas. | | | | | Fonte de verificação | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço: | Projeto Básico | Sim | X | Projeto Executivo | Sim | X | Termo Referencia | Sim | X | Reconhecimento retroativo | Sim | |
| | | Não | | | Não | | | Não | | | Não | X |

Fichas das Ações Prioritárias – Componente 2 – Comercialização

| AÇÃO 2.1 | ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING PARA O POLO PALMAS | | | | | | COMERCIALIZAÇÃO | | | | | |
|--|---|-----|-----------------------|--|---------------|---|---|-----|---------------|----------------------------------|-----|---|
| Objetivo | Posicionar o turismo do Polo, a partir de imagem e identidades definidas, visando ampliar o consumo turístico. Inclui definição de público-alvo e de mercado-meta, além de estratégias de divulgação e de comercialização dos produtos turísticos. | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | O diagnóstico realizado indica que o Polo possui grande expressividade no segmento de Negócios e Eventos, bem como uma diversidade de áreas naturais e atrativos culturais em potencial para o fomento do turismo e para a criação de roteiros integrados, no entanto a imagem do Polo ainda não esta consolidada e não há ação integrada de divulgação e objetivos de comercialização. | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Ampliação da imagem do Polo frente aos mercados-meta e aumento da captação de turistas. | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Promoção dos produtos turísticos, aumento da captação de negócios e eventos e de desenvolvimento do turismo em geral. | | | Beneficiários | | | Cadeia produtiva do turismo, população local e o turista. | | | | | |
| Descrição | Elaborar do Plano de Marketing e comercialização abordando a questão do posicionamento de mercado, imagem a ser projetada do destino, divulgação dos produtos ofertados, mercados atuais e potenciais, mercados prioritário e secundários e ações de marketing e comercialização a serem adotadas pelo governo municipal. Devem ser previstos o desenvolvimento de imagem de marca e o posicionamento mercadológico detalhado, conforme eixos definidos no PDITS e o desenvolvimento de estratégias de comercialização e de promoção nos mercados-meta, identificando os entraves. A elaboração do Plano deverá: envolver a esfera pública e a privada; definir as estratégias; consolidar os objetivos da comunicação; aprofundar e delimitar o conteúdo informativo de cada eixo; definir a identidade visual dos eixos – design e marca; constituir banco de dados de imagens; definir elementos e meios de comunicação: delimitar os elementos e meios de comunicação adequados para atingir os objetivos de fortalecimento da identidade turística da região; definir orçamento de comunicação; definir o plano de mídia integrado; prever a forma do material de comunicação a ser confeccionado; e definir os instrumentos para mensuração de efeitos da estratégia de comunicação implementada. | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | Custo estimado | | U\$ 26.166,67 | | Custo estimado operação | | Não se aplica | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Aumento do fluxo turístico e geração de emprego e renda. | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Frequência e tempo de permanência dos turistas; aumento da arrecadação municipal com maior afluxo de turistas. | | | Fonte de verificação | | | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço: | Projeto Básico | Sim | | Projeto Executivo | Sim | | Termo Referencia | Sim | X | Reconhecimento retroativo | Sim | X |
| | | Não | X | | Não | X | | Não | | | Não | |

Fichas das Ações Prioritárias – Componente 3 – Fortalecimento Institucional

| AÇÃO 3.3 | | ORDENAMENTO E CONTROLE DA VISITAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS - IMPLANTAÇÃO DO VOUCHER RESPEITANDO A CAPACIDADE DE CARGA DOS ATRATIVOS | | | | | | FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|-----------------------|--|----------------|--|----------------------------------|------------------------------|---------------|--|-----|--|-------------------------|--|-----|--|-----|--|----------------------------------|--|-----|--|-----|--|---|--|
| Objetivo | Modernizar e controlar as visitas aos atrativos, garantido a utilização desses espaços de forma sustentável. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | O diagnóstico da área turística indicou que a área possui uma rica diversidade de atrativos naturais que impulsionam o desenvolvimento dos segmentos de Ecoturismo e de turismo de Sol e Praia. No entanto, a diversidade natural existente, revela também uma fragilidade ambiental uma vez que os atrativos são explorados e visitados sem qualquer controle na capacidade de carga. Essa situação pode gerar impactos negativos ao meio ambiente e aos atrativos. O Voucher representa um instrumento de ordenamento da atividade turística que contribui para induzir a um modelo de gestão, baseada na constituição de uma rede de cooperação voltada à exploração sustentável dos recursos naturais dos municípios. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Utilização dos atrativos de forma sustentável e controle na visita dos turistas; preservação da fauna, flora e de recursos hídricos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Preservação do meio ambiente; Melhoria da qualidade de vida; Instalação de condições favoráveis ao desenvolvimento turístico. | | | Beneficiários | | População local, empreendedores do setor do turismo e dos demais setores e turistas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descrição | Implantação de documento único padronizado, na forma de ingresso, com identificação do atrativo específico (notadamente os naturais), para uso obrigatório dos turistas nos locais de visita. Todas as agências de turismo que operam os atrativos do Polo devem utilizar blocos de Voucher emitidos de forma centralizada e numerados, a serem fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de cada Município. As agências de turismo terão a responsabilidade, perante a prefeitura municipal, de recolhimento de tributos, tanto aqueles devidos pelos proprietários dos atrativos como pelos guias. No caso dos guias, o imposto pago poderá ser descontado dos pagamentos devidos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | Custo estimado | | US\$ 12.500,00 | | Custo estimado operação | | Não se aplica | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Arrecadação de impostos municipais. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | NATURATINS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Frequência e tempo de permanência dos turistas; aumento da arrecadação municipal com maior afluxo de turistas. | | | Fonte de verificação | | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Não se aplica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço: | Projeto Básico | | Sim | | Não | | Projeto Executivo | | Sim | | Não | | Termo Referencia | | Sim | | Não | | Reconhecimento retroativo | | Sim | | Não | | X | |

Fichas das Ações Prioritárias – Componente 4 – Infraestrutura e Serviços Básicos

| AÇÃO 4.1 | IMPLANTAÇÃO DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA E INDICATIVA NOS MUNICÍPIOS DO POLO | | | | | | FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL | | | | | |
|--|---|-----|-----------------------|--------------------------|---|---|---|-----|---------------|----------------------------------|-----|---|
| Objetivo | Facilitar o deslocamento e a acessibilidade da população e dos turistas aos municípios aos atrativos turísticos e aos equipamentos de interesse dessa atividade | | | | | | | | | | | |
| Justificativa | No diagnóstico realizado para o Polo a sinalização indicativa e turística foi apontada como um gargalo para o desenvolvimento do turismo. A sinalização é muitas vezes insuficiente e sem padronização, dificultando aos usuários o acesso seguro aos atrativos. | | | | | | | | | | | |
| Efeito esperado | Aumento da satisfação do turista devido a melhoria da orientação de acesso aos municípios e atrativos turísticos. | | | | | | | | | | | |
| Benefícios | Satisfação do turista. | | | | Beneficiários | | Turistas, trade turístico e população local | | | | | |
| Descrição | Implantação da sinalização indicativa e turística nos acessos e atrativos turísticos de acordo com o padrão internacional ditado pela OMT. Envolve: diagnóstico da situação existente por meio de levantamentos em campo e por estudos já existentes nas prefeituras e órgãos relacionados; elaboração de projeto básico e executivo para a instalação das sinalizações propostas nos acessos e pontos turísticos a serem beneficiados; implantação da sinalização tendo como base o projeto executivo apresentado. | | | | | | | | | | | |
| Responsáveis pela Execução | Órgão gestor estadual de turismo | | | | Responsáveis pela Implantação / Manutenção / Operação | | Órgão gestor estadual de turismo | | | | | |
| Fonte de financiamento | Governo do Estado e Prodetur | | Custo estimado | | U\$ 203.333,33 | | Custo estimado operação | | Não se aplica | | | |
| Mecanismos de recuperação de custos | Arrecadação de impostos municipais. | | | | | | | | | | | |
| Normas de licenciamento ambiental exigidas | NATURATINS | | | | | | | | | | | |
| Indicadores de seguimento | Frequência de turistas que usufruem dos atrativos turísticos locais. Aumento da arrecadação municipal com maior afluxo de turistas, incremento dos recursos provenientes da taxa municipal de turismo. | | | | Fonte de verificação | | Sistema Municipal de Informações para a Gestão do Turismo e Atendimento ao Turista. | | | | | |
| Relação com outras ações quanto ao cronograma | Não se aplica | | | | | | | | | | | |
| Nível de avanço | Projeto Básico | Sim | X | Projeto Executivo | Sim | X | Termo Referencia | Sim | | Reconhecimento retroativo | Sim | |
| | | Não | | | Não | | | Não | X | | Não | X |

5.5. Avaliação dos impactos potenciais da implementação do programa

Os impactos socioambientais descritos levam em consideração o **Manual de Gestão Socioambiental do Prodetur Nacional**. Essa avaliação possui a função primordial de verificar os impactos (ambientais, sociais, econômicos ou culturais) que ações prioritizadas para os 18 primeiros meses do PDITS poderão trazer para a população local ou para o município.

Entretanto as melhorias propostas pelo PDITS têm como pressupostos a promoção da qualidade de vida da população, trazendo com a atividade turística emprego e renda. Além disso, busca-se desenvolver o turismo respeitando as riquezas e diversidades naturais e culturais existentes.

Os balanços dos impactos positivos e negativos para as ações prioritizadas e as medidas de mitigação apontadas estão consolidados no Quadro 43 a seguir.

Quadro 43: Avaliação dos Impactos Potenciais da Implementação do Programa – Polo Palmas.

| AÇÃO | | IMPACTOS POTENCIAIS | | MEDIDAS MITIGADORAS |
|------|---|--|---|---|
| | | POSITIVOS | NEGATIVOS | |
| 1.2 | Execução do Programa de Qualificação Gerencial e Técnico Operacional da Atividade Turística no Estado Tocantins | <ul style="list-style-type: none"> • aumento da capacidade de integração com outros níveis de governo; • melhoria no planejamento e gestão do turismo; • aperfeiçoamento profissional para o turismo; • requalificação em novas práticas e instrumentos de gestão e de turismo; • qualificação dos produtos e serviços turísticos. | - | - |
| 1.5 | Implantação do Programa de Qualificação dos Empreendimentos e Serviços Turísticos – “Selo de Conformidade” | <ul style="list-style-type: none"> • certificação de empreendimentos e de serviços pela utilização de selo de conformidade; • garantia e excelência nos produtos e serviços turísticos em consonância com o desenvolvimento sustentável; • melhoria da imagem perante a venda de serviços turísticos; • maior cadastros de empresas em sistemas de turismo, como o Cadastur; • melhor infraestrutura dos empreendimentos; • satisfação do turista. | <ul style="list-style-type: none"> • dificuldade de certificação por possível burocracia e custos. | <ul style="list-style-type: none"> • promoção da divulgação do turismo certificado no âmbito regional e nacional; • incentivo à participação pública no processo. |

| AÇÃO | | IMPACTOS POTENCIAIS | | MEDIDAS MITIGADORAS |
|------|--|--|--|--|
| | | POSITIVOS | NEGATIVOS | |
| 1.6 | Implantação do Projeto Orla - Ampliação da Praia da Graciosa em Palmas | <ul style="list-style-type: none"> • conservação dos aspectos ambientais; • adequação da infraestrutura; • ordenamento e diversificação dos atrativos; • qualificação do produto turístico; • criação de novos produtos; • ampliação de oportunidades de recreação e lazer para os moradores e turistas; • criação de oportunidades de promoção da educação ambiental; • satisfação do turista; • geração de emprego e renda. | <ul style="list-style-type: none"> • aumento da circulação de pessoas; • risco de degradação do meio ambiente; • aumento da imigração por pessoas procurando trabalho com aumento das demandas para serviços urbanos; • pressão sobre o trânsito urbano, intensificado nos períodos de temporada de turismo e em feriados nacionais ou finais de semanas prolongados por feriados. | <ul style="list-style-type: none"> • valorização do uso sustentável dos recursos; • estudos de impacto ambiental adequados. • diagnóstico das áreas destinadas à atividade; • monitoramento e manutenção regular das áreas destinadas às atividades; • adoção do uso de monitores ambientais. |
| 2.1 | Elaboração do Plano de Marketing para o Polo Palmas | <ul style="list-style-type: none"> • fortalecimento da imagem dos destinos; • melhor posicionamento do mercado; • eficiência na comercialização; • organização da oferta e demanda; • ampliação e consolidação de centros emissivos; • aumento da arrecadação; • aumento do PIB; • ampliação da oportunidade de negócios; • geração de emprego e renda; • redução de impactos causados pela sazonalidade. | <ul style="list-style-type: none"> • impactos de crescimento descontrolado. | <ul style="list-style-type: none"> • monitoramento e avaliação para a correção de rumos. |

| AÇÃO | | IMPACTOS POTENCIAIS | | MEDIDAS MITIGADORAS |
|------|---|---|--|--|
| | | POSITIVOS | NEGATIVOS | |
| 3.4 | Ordenamento e Controle da Visitação dos Atrativos Turísticos - Implantação do Voucher respeitando a Capacidade de Carga dos Atrativos | <ul style="list-style-type: none"> • controle o ordenamento da visitação e uso dos atrativos; • desenvolvimento de um sistema de qualidade na prestação de serviços turísticos; • compatibilização do desenvolvimento econômico com a conservação/preservação dos recursos naturais; • maior segurança ambiental, social e econômica para a implantação, ampliação das atividades; • legalidade ambiental para os empreendimentos governamentais e/ou privados; • melhora efetiva da qualidade ambiental; • reflexos positivos no desenvolvimento sustentável da região. | <ul style="list-style-type: none"> • aumento excessivo na demanda de serviços perante aos órgãos ambientais que são deficientes em estrutura física e em recursos humanos; • pressão no procedimento de licenciamento ambiental; • restrição ao número de visitantes. | <ul style="list-style-type: none"> • modernização dos órgãos ambientais; • estruturação de equipes técnicas; • elaboração e divulgação de cartilhas explicativas e educativas. |
| 4.1 | Implantação de Sinalização Indicativa e Turística nos Municípios do Polo Palmas | <ul style="list-style-type: none"> • qualificação do produto e dos destinos turísticos; • integração dos atrativos; • melhoria no ordenamento dos atrativos turísticos; • melhoria nas condições de acessos aos atrativos e equipamentos; • melhoria da mobilidade; • melhoria da segurança para os turistas e para a população em geral; • aumento da satisfação do turista em relação ao ambiente urbano e à localização e acesso aos atrativos por causa da facilidade de orientação; • incremento da receita proveniente da atividade turística. | <ul style="list-style-type: none"> • impacto visual sobre a paisagem ou patrimônio natural; • riscos de acidentes em caso de falta de manutenção da sinalização. | <ul style="list-style-type: none"> • elaboração de projeto técnico que contemple a integração com o ambiente urbano e rural, assim como o sistema de circulação e sinalização viária; • obediência às normas estabelecidas pelos órgãos competentes; • orientação e fiscalização das paradas implantadas ao longo das rodovias. |

Algumas as ações indicadas nesse Plano não causam impacto socioambiental quando executada individualmente. Todavia, ao ser executada em conjunto com outras ações podem trazer alterações profundas e uma mudança na qualidade de vida da população. As ações dos componentes infraestrutura e serviços básicos como também àquelas elencadas no componente de fortalecimento institucional estão predispostas a trazer essa situação.

Em uma análise geral do quadro anterior (Quadro 43) é possível verificar que os impactos apresentam possibilidade de causar degradação dos recursos naturais ou ameaçar a sustentabilidade ambiental do turismo com o aumento da atividade turística. Os impactos negativos e cumulativos das ações descritas no quadro anterior referem-se principalmente àqueles relacionados aos impactos ambientais decorrentes da implantação das obras e projetos por se tratar de uma área que apresenta uma rica diversidade natural.

Os pontos positivos que podem ser identificados pela implementação das ações estabelecidas nesse Plano e que incidem diretamente na qualidade de vida da população, bem como em suas características culturais são:

- aumento de emprego e renda;
- abrangência na rede de atendimento de infraestrutura para um maior número de moradores;
- conectividade e integração entre os municípios do Polo;
- qualidade ambiental: melhoria do saneamento ambiental, da educação ambiental, entre outros;
- concepção de ambientes urbanos agradáveis e direcionados ao convívio e atividades de lazer para a população e para os turistas;
- melhor utilização turística das áreas urbanas;
- utilização das unidades de conservação para atividades de ecoturismo e turismo de aventura.

Como se trata de uma área frágil do ponto de vista ambiental pode-se enumerar os impactos advindos da implantação desse Plano, principalmente no que trata dos recursos naturais. A minimização desses impactos pode ser adquirida pela promoção de incentivos e de financiamentos em projetos e planos que busquem a melhoria da gestão governamental. Outras medidas que podem ser citadas tem como base a (i) conscientização ambiental e social dos atores que atuam diretamente com o turismo, bem como a população local e (ii) participação da comunidade em busca do desenvolvimento sustentável tanto em seu aspecto ambiental, quanto social. Essas ações englobam:

- programas voltados para a educação ambiental e para a conscientização da população e dos empreendedores sobre a importância do planejamento em bases integradas e participativas;
- planejamento e elaboração de estudos voltados aos aspectos ambientais, sociais e econômicos que se integrem às ações propostas nesse Plano;
- utilização de práticas de construção sustentável e monitoramento e fiscalização de obras;
- fortalecimento institucional dos órgãos envolvidos;
- incentivo a integração dos municípios por meio planos;

- incentivos a aquisição e construção de novos empreendimentos turísticos e de serviços;
- capacitação profissional da população e dos empreendedores;
- fiscalização ambiental em todo o Polo, incluindo atividades voltadas ao monitoramento do uso e ocupação do solo, obras de infraestrutura, entre outros.

6. MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

6.1 Acompanhamento e avaliação do Plano

Os mecanismos de acompanhamento e avaliação representam os instrumentos utilizados para se verificar a como está acontecendo a condução e a execução do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo. Essa fase é de extrema importância para o planejamento do turismo uma vez que permite que os objetivos definidos nesse PDITS sejam convertidos em ações para o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis. A função dos mecanismos de feedback no processo de planejamento refere-se ao monitoramento do desempenho do plano por meio de comparações entre o que foi alcançado ou realizado e o que foi planejado ou previsto.

O acompanhamento e avaliação permite que os atores envolvidos com o turismo das diversas instâncias (os órgãos públicos, empresas privadas, organizações da sociedade civil e comunidade) tomem decisões em relação ao planejamento realizado na formulação do PDITS. Possibilita também a correção dos caminhos estabelecidos no plano de ação, a maximização dos resultados bem sucedidos e a participação direta na execução das ações assegurando o sucesso dos objetivos e metas estabelecidos.

Importa acrescentar que as estratégias e ações referentes ao produto turístico, tanto para estruturação como para integração de produtos, bem como as estratégias de comercialização, em específico a divulgação, são direcionadas no sentido de aumentar a competitividade e incrementar o fluxo de turistas no Polo. O aumento desses números indica o efeito positivo das ações voltadas para a qualificação e diversificação da oferta turística e da comercialização, divulgação e marketing mais eficientes.

A diversificação e aumento das opções de lazer e de outras atividades complementares e integradas no Polo, bem como a melhoria das infraestruturas turísticas e urbanas, devem ter como resultado o aumento no número de pernoites, maior gasto turístico e a melhoria na distribuição de renda pela região.

As visitas aos demais atrativos turísticos da região, apoiada pela oferta de equipamentos turísticos de qualidade, implicará também no aumento do gasto diário e no aumento do tempo de permanência.

À medida que há a consolidação do banco de dados a ser constituído para o monitoramento das ações de desenvolvimento turístico do Polo, outros indicadores que identificam os benefícios e o retorno socioambiental esperado para as ações planejadas deverão ser investigados e adotados, dentre eles destacam-se: (i) tempo de permanência dos visitantes; (ii) número de pessoas capacitadas para o mercado de turismo; (iii) taxa de ocupação hoteleira; (iv) nível de satisfação do turista.

Quanto aos indicadores destinados a avaliar a capacidade de suporte dos recursos turísticos, além dos já citados, devem se juntar aqueles normalmente utilizados para avaliar a qualidade de vida da população, relacionados em geral às políticas urbanas, tais como: qualidade e capacidade das infraestruturas e dos serviços públicos; acessibilidade e mobilidade relacionada ao transporte público e a qualidade dos espaços públicos, entre outros.

As análises efetuadas a partir dos indicadores de resultados, pertinentes ao processo de acompanhamento e avaliação da implementação da política de turismo no Polo possibilitarão a obtenção de parâmetros de comparação para embasar suas futuras revisões e adequações, bem como, como avaliar os limites da capacidade de suporte dos recursos turísticos da região.

O acompanhamento e a avaliação dos resultados do PDITS são realizados por meio das linhas de base. A linha de base consiste no conjunto de metas, indicadores e fontes de

verificação para as ações do PDITS, tornando-se o ponto de referência a partir do qual será realizado o monitoramento das ações bem como eventuais alterações necessárias.

Cabe ressaltar que as informações da linha de base que apresentarem diferenças acentuadas dos dados iniciais, sendo inferiores ao estabelecido como metas, indicarão que o PDITS necessitará de ajustes ao longo de sua implementação dada as inúmeras variáveis que interferem nesse processo. Geralmente, essa diferença ocorrerá se o escopo ou a natureza das ações forem alterados.

Caberá então ao grupo gestor do PDITS analisar os indicadores, verificando eventuais correções e indicando se será necessário modificar ou refazer a linha de base a qualquer momento durante o projeto. A tabela a seguir apresenta as linhas de base estabelecidas para o estado do Tocantins, bem como as metas estabelecidas para 10 (dez) anos, ou seja 2025.

Tabela 49: Linhas de Base e Metas do Polo Palmas para 2025

| INDICADORES | META | UNIDADE DE MEDIDA | FÓRMULA DE CÁLCULO | LINHA DE BASE | ATORES |
|--|---|-------------------|---|---------------|--------|
| Taxa de Ocupação Hoteleira | 65 | Porcentagem | Número de Leitos Ocupados x Capacidade Ocupacional (dados da Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins coletados mensalmente através do CADASTUR) | 45 | SEDEN |
| Número de Pacotes Turísticos Comercializados ⁽¹⁾ | 4.000 ⁽²⁾ | Unidade | Somatória dos dados primários do órgão gestor estadual de turismo | 1.500 | SEDEN |
| Número de Pacotes Turísticos Comercializados – circuitos integrados ⁽²⁾ | 1.000 | Unidade | Somatória dos dados primários do órgão gestor estadual de turismo | 0 | SEDEN |
| Número de Pacotes Turísticos Comercializados – englobando patrimônio cultural e natural ⁽²⁾ | 500 | Unidade | Somatória dos dados primários do órgão gestor estadual de turismo | 0 | SEDEN |
| Número de empregos gerados pelas empresas turísticas | 893 | Unidade | Coleta de dados secundários da RAIS (Ministério do Trabalho e Emprego) | 595 | SEDEN |
| Número de empresas turísticas do sistema do Ministério do Turismo | 400 | Unidade | Soma das empresas cadastradas anualmente no CADASTUR | 218 | SEDEN |
| Redução do tempo médio gasto no percurso da TO-030 (atualmente são 4 horas no percurso de 160 km) | 2,5 | horas de viagem | Tempo de viagem | 4,0 | SEDEN |
| Aumento do fluxo turístico no Polo | 204.000 | Pessoas | Somatório do número de turistas que visitam o polo anualmente | 102.000 | SEDEN |
| Sistema de informações – Observatório do Turismo ⁽²⁾ | em funcionamento e disponibilizando informações sistematizadas e atualizadas com frequência | | | inexistente | SEDEN |

(1) Considera pacotes comercializados em geral, incluindo aqueles de circuito integrado e aqueles que englobam patrimônio cultural e natural.

(2) Indicadores acrescidos e valores dimensionados quando da consolidação deste PDITS.

Fonte: ADTUR, 2014 e TECHNUM CONSULTORIA 2016

REFERÊNCIA

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DO TOCANTINS. **Carta Consulta para apresentação à Comissão de Financiamentos Externos – COFIEIX.** Tocantins, TO. 2008.

_____. **Pesquisa de Avaliação do Público Participante sobre a Temporada de Praia de Porto Nacional 2010.** Palmas, TO. 2010.

_____. **Pesquisa de Avaliação do Público Participante do Carnaval de 2010 de Palmas.** Palmas, TO. 2010.

_____. **Terceiro Diagnóstico da Temporada de Praia do Tocantins ano 2006 a 2008.** Palmas, TO. 2008.

_____. **Perfil dos turista no Tocantins.** Palmas, TO. 2005.

AGÊNCIA TOCANTINENSE DE NOTÍCIAS. **Acesso a Informação.** Disponível em:<<http://www.atn.to.gov.br>>. Acesso em: dezembro de 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA. **Download.** Disponível em:<<http://www.abeta.tur.br>>. Acesso em: novembro de 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico No Brasil – 2010/2011.** São Paulo, SP. 2012

_____. Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins. **Carta Consulta para apresentação à Comissão de Financiamentos Externos – COFIEIX.** Tocantins, TO. 2008.

_____. Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas.** Brasília, DF. 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016.** Brasília, DF. 2013.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de Aventura: orientações básicas.** Brasília, DF. 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas.** Brasília, DF. 2010.

_____. Programa Nacional de Desenvolvimento do Turism. **Regulamento Operacional.** Brasília, DF. 2008.

_____. Secretaria do Planejamento e da Modernização da Gestão Pública. **Decisão nº 033, de 12 de setembro de 2013, Aprova o Mapa Estratégico do Estado de Tocantins. Diário Oficial nº 3.973, Página 22 e 23.** Palmas, TO. 2013.

_____. Secretaria do Planejamento e da Modernização da Gestão Pública. **Anexo I: Termo de Referência, tomada de preços N° 001/2013.** Tocantins, TO. 2013.

CALENDÁRIO BRASILEIRO DE EXPOSIÇÕES E FEIRAS 2014 - Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e Ministério das Relações Exteriores. Brasília, 2014.

CONEXÃO TOCANTINS. **Informações**. Disponível em <<http://conexaoto.com.br/2014/01/20/governo-lanca-linha-de-credito-que-beneficiara-toda-a-cadeia-turistica-do-tocantins>>. Acesso em 21 de janeiro de 2014.

CULTIVAR GRANDES CULTURAS. **Fotos**. Disponível em: <<http://ruralcentro.uol.com.br/>>. Acesso em novembro de 2013.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE INFRAESTRUTURA E TRANSPORTES. **Transporte**. Disponível em <www.dnit.gov.br/>. Acesso em: novembro de 2013.

EDUCADORES DIA A DIA. **Fotos**. Disponível em < www.educadores.diaadia.pr.gov.br>. Acesso em janeiro de 2014.

GOVERNO DO TOCANTINS. Portal de Informações e Serviços. Disponível em <<http://portal.to.gov.br/empresario/incentivos-fiscais/450>>. Acesso em 21 de janeiro de 2014.

INFRAERO. **Série Histórica**. Disponível em:<<http://www.infraero.gov.gov.br>>. Acesso em: novembro de 2013.

NOVAVENTURA COMPANHIA DE RAFTING. **Fotos**. Disponível em:<<http://www.novaventura.com.br>>. Acesso em: dezembro de 2013.

PLANETA FERRODOVIA. **Fotos**. Disponível em: <www.planetaferrovia.com.br/>. Acesso em novembro de 2013.

REVELANDO TOCANTINS: **Turismo Consciente e Futuro Sustentável**. ADTUR. TO. 2011.

REVISTA VEJA. **Publicação**. Disponível em:<<http://www.veja.abril.com.br/complementos-materias/turismo-aventura/info.shtml>>. Acesso em: novembro de 2013.

RURAL CENTRO UOL. **Fotos**. Disponível em: <www.grupocultivar.com.br/>. Acesso em novembro de 2013.

SECRETARIA DO PLANEJAMENTO E DA MODERNIZAÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA. **Decisão nº 033, de 12 de setembro de 2013, Aprova o Mapa Estratégico do Estado do Tocantins. Diário Oficial nº 3.973, Página 22 e 23**. Palmas, TO. 2013.

_____. **Anexo I: Termo de Referência, tomada de preços N° 001/2013**. Tocantins, TO. 2013.

_____. **Arquivos e Download**. Disponível em:<<http://www.seplan.to.gov.br>>. Acesso em: dezembro de 2013.

UNIVERSO DOS VIAJANTES. **Fotos**. Disponível em < em www.universodosviajantes.com>. Acesso em janeiro de 2014.

VALEC ENGENHARIA, CONSTRUÇÕES E FERROVIAS S.A **Dados**. Disponível no sítio <http://www.valec.gov.br/> acessado em dezembro de 2013.

VICENTE CRISPINO. **Fotos**. Disponível em < <http://vicentecrispino.blogspot.com>>. Acesso em janeiro de 2014.

TECHNUM Consultoria SS

SHIS CC QI 09 – Bloco D – Salas 203/206

Lago Sul – Brasília – DF

CEP 71625-009

(61) 3364.0087

CREA 5307/RF

CAU 16821-1/RF

www.technum.com.br